

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 6 a

Großhandelshaus

Wer unter der Bezeichnung "Großhandel" mit einem warenhausartigen Sortiment von Waren des täglichen Bedarfs wahllos Gewerbetreibende jedweder Branche anspricht, obwohl diese zu einem nicht unerheblichen Teil nicht ernsthaft als Wiederverkäufer oder gewerbliche Verbraucher in Betracht kommen, kann auf Unterlassung dieser Bezeichnung auch dann in Anspruch genommen werden, wenn er die Belieferung solcher Endverbraucher ablehnt, die sich nicht als Gewerbetreibende ausweisen. Dies gilt auch für feste Verkaufsstätten, die nur Gewerbetreibenden zugänglich gemacht werden.

BGH, Urt. v. 16. November 1973 - I ZR 98/72 - OLG Frankfurt (Main)
LG Frankfurt (Main)

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 98/72

URTEIL

Verkündet am
16. November 1973
Spengler,
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma W_ A K , Inhaber K G
K , A , S straße ,

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Prof. Dr. Dr. M
und Prof. Dr. N: -

gegen

die Z B e.V.,
vertreten durch den Hauptgeschäftsführer Dr. M K ,
F (M), Börse,

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. F -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 16. November 1973 durch die Richter Alff, Dr. Sprenkman, Dr. Merkel, Dr. Schönberg und Schwerdtfeger

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in Frankfurt (Main) vom 6. Juli 1972 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Beklagte bezeichnet sich als "Großhandelshaus". Sie vertreibt ihre Waren im Versandhandel und in einer Verkaufsstätte in A . Ihr Versandkatalog enthält auf der Titelseite die Aufschrift

"Großhandelskatalog, Einkaufshelfer
für Handel und Gewerbe. Markenartikel
aller Art. Weitergabe und Vorlage an
Privatpersonen nicht erlaubt."

Der als Anlage 3 zu den Akten gereichte Katalog enthält auf 220 Seiten ein bebildertes Angebot, das in seiner Sortimentsbreite dem nahe kommt, was von den bekannten großen Versandhäusern in deren für Letztverbraucher bestimmten Katalogen angeboten wird. Die Beklagte wendet sich nach der Aufschrift auf ihrem Katalog jedoch nicht an Privatpersonen, sondern nur an Gewerbetreibende



und Großabnehmer wie Behörden etc. Deren Anschriften bezieht sie von Adressenverlagen oder läßt sie aus Branchenverzeichnissen und Telefonbüchern herausschreiben. Sie läßt sich grundsätzlich von Bestellern, versichern, daß diese ein Gewerbe betreiben und daß die Ware nur für gewerbliche Zwecke benötigt werde, sowie daß der Kunde, falls die Erklärung nicht zutreffe, sich zum Schadenersatz und zur Zahlung einer Vertragsstrafe von mindestens DM 3.000,- verpflichte. In den Katalogen werden jeweils der Einkaufspreis für den Kunden (HP) und der Ladenverkaufspreis des Kunden (VP) gegenübergestellt, wobei darauf hingewiesen wird, daß sich der Händlerpreis (HP) ohne die gesetzliche Mehrwertsteuer und der Ladenverkaufspreis einschließlich Mehrwertsteuer verstehe. In ähnlicher Weise verfährt die Beklagte in ihrer offenen Verkaufsstätte. Wer dort einkaufen will, muß einen Kundenausweis vorlegen, der gegen die Erklärung erteilt wird, daß der Kaufinteressent als Gewerbetreibender behördlich angemeldet sei und die Waren für gewerbliche bzw. betriebliche Zwecke benötige, "auch wenn die Waren scheinbar branchenfremd sind", und daß man bei Mißbrauch des Ausweises Schadenersatz leisten werde.

Die Klägerin, ein Verein zur Wahrung lauterer Wettbewerbs, ist der Auffassung, daß die Beklagte sich im Hinblick auf § 6 a UWG nicht als Großhändler bezeichnen dürfe, weil sie ihr Angebot im Versandhandel wie im Geschäftslokal in Wahrheit an letzte Verbraucher richte. Die Beschränkung auf Gewerbetreibende als Wiederverkäufer oder gewerbliche Verbraucher stehe dieser Beurteilung nicht entgegen, weil die Breite des angebotenen Sortiments geeignet sei, diese Gewerbetreibenden in großem Umfang zur Bestellung branchenfremder Waren für ihren privaten

Eigenbedarf zu veranlassen, nicht aber, um diese Waren weiterzuveräußern oder in ihrem Gewerbebetrieb zu verbrauchen. So hätten beispielsweise Gewerbetreibende, Angestellte von Betrieben und Schullehrer im Ladengeschäft der Beklagten Skistiefel, ein Metzger eine Campingausrüstung gekauft usw. Solche Käufer seien ungeachtet ihrer sonstigen gewerblichen Tätigkeit als letzte Verbraucher im Sinne des § 6 a Abs. 2 UWG anzusehen. Die geforderten Verpflichtungserklärungen und sonstigen Kontrollmaßnahmen der Beklagten könnten derartige Käufe nicht ausschließen, seien auch rein fiktiv. Die Beklagte handele auch sittenwidrig, indem sie ihre Händlerpreise angebe, um dadurch beim Kunden den Eindruck zu erwecken, es tatsächlich mit einem echten Großhändler zu tun zu haben. Mit diesem Verstoß gegen die Preisauszeichnungsverordnung sei gleichzeitig die Gefahr einer Irreführung der Interessenten verbunden, die die Händlerpreise als Endpreise ansehen könnten.

Die Klägerin hat beantragt,

bei Meidung gerichtlicher Strafen für jeden Fall der Zuwiderhandlung der Beklagten kostenpflichtig zu untersagen:

I. a

im geschäftlichen Verkehr mit dem Letztverbraucher - insbesondere auch mit Gewerbetreibenden, welche die von der Beklagten gekauften Waren nicht wiederverkaufen - im Zusammenhang mit dem Verkauf von Waren auf ihre Eigenschaft als Großhändler hinzuweisen, indem sie sich als "Großhandelshaus", ihre Versandkataloge als "Großhandelskataloge" und ihre eigenen Verkaufspreise als "Großhandelspreise" bezeichnet;

I. b hilfsweise

im geschäftlichen Verkehr mit dem Letztverbraucher - insbesondere auch mit dem branchenfremden und die von der Beklagten gekauften

Waren nicht wiederverkaufenden Einzelhändler - und den diese Waren wiederverkaufenden Einzelhändler ausschließlich auf ihre Eigenschaft als Großhändler hinzuweisen, indem sie sich als "Großhandelshaus", ihre Versandkataloge als "Großhandelskataloge" und ihre Verkaufspreise als "Großhandelspreise" bezeichnet, ohne zugleich in unmißverständlicher Weise darauf hinzuweisen, daß sie auch den Einzelhandel betreibt;

II.

bei ihren Verkaufsangeboten an Letztverbraucher, insbesondere auch an den die von der Beklagten gekauften Waren nicht wiederzuverkaufenden Gewerbetreibenden, Preise ohne die gesetzliche Mehrwertsteuer abzugeben.

Die Beklagte hat Klageabweisung beantragt und bestritten, an letzte Verbraucher im Sinne des § 6 a Abs. 2 UWG zu verkaufen. Ihr Kontrollsystem halte Privatpersonen fern. Daß im Einzelfall Großhandelskunden entgegen ihrer Erklärung bezogene Waren privat nutzen wollten, könne sie nicht vorher erkennen, sei auch in der Wiederverkäuferentscheidung des Bundesgerichtshofs (GRUR 1968, 595 ff) als unschädlich für den Charakter als Großhandelsgeschäft anerkannt worden. Sie verfare damit ebenso wie der gesamte Cash und Carry-Großhandel, der als rechtmäßig anerkannt sei. Die Breite ihres Sortiments sei notwendig, um sich bei der zunehmenden Sortimentsverbreiterung im Einzelhandel dem Wettbewerb und den Wünschen ihrer Kunden, besonders der ländlichen Gemischtwarenhandlungen, anzupassen.

Das Landgericht hat die Klage mit der Begründung abgewiesen, eine nicht bewußt provozierte gelegentliche Deckung des Eigenbedarfs stehe der Großhändlereigenschaft nicht entgegen; es fehle an Anhaltspunkten dafür, daß beim System der Beklagten die Fälle der Eigenbedarfsdeckung den üblichen Rahmen überschritten. Das breite

Sortiment der Beklagten sei kein ausreichendes Indiz, denn der Großhandel sei nicht auf den Absatz an den Facheinzelhandel beschränkt, müsse also auch Händler mit einem alle gängigen Waren umfassenden Sortiment beliefern dürfen. Gerade im Versandhandel sei es undurchführbar und unzumutbar, Prospekte und Kataloge auf einzelne Warengattungen zu beschränken und jeweils nur an bestimmte Einzelhändler zu versenden. Wenn dabei auch die Deckung des persönlichen Bedarfs erleichtert werde, so wirke die Beklagte dem mit ihren Kontrollmaßnahmen entgegen - mehr könne nicht verlangt werden.

Auf die Berufung der Klägerin hat das Oberlandesgericht dieses Urteil abgeändert und die Beklagte entsprechend dem Hauptantrag, auch hinsichtlich der Preisauszeichnung, zur Unterlassung verurteilt. Dagen richtet sich die Revision der Beklagten, mit der sie ihren Klagabweisungsantrag weiterverfolgt. Für den Fall der Verurteilung hat sie beantragt, ihr eine Aufbrauchs- und Umstellungsfrist für alle geschäftlichen Unterlagen, insbesondere das Werbematerial und die Kataloge einzuräumen, in denen die Worte "Großhandels- haus", "Großhandelskatalog" und "Großhandelspreise" benutzt würden.

Die Klägerin beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht führt aus, die Beklagte habe nach § 6 a Abs. 2 UWG darzulegen und zu beweisen, daß sie überwiegend Wiederverkäufer oder gewerbliche Verbraucher beliefere. Das Fernhalten von Privatpersonen und die dazu getroffenen Maßnahmen seien dazu nicht genügend, denn letzter Verbraucher sei jeder, der eine

bestimmte Ware weder weitervertreibe noch gewerblich verbrauche, also auch ein Wiederverkäufer, der eine bestimmte Warenart nicht zum Weiterverkauf erwerbe. Die zu seinem Geschäftsbetrieb gehörenden Warenarten könnten zwar, soweit sie für den Eigenbedarf abgezweigte Teile betreffen, außer Betracht bleiben. Dagegen stehe der Bezug branchefremder Waren in der Regel der Annahme eines Bezugs zum Wiederverkauf entgegen. Daran ändere im Streitfall auch die geforderte Verpflichtungserklärung mit Vertragsstrafeversprechen nichts. Es entspreche der Lebenserfahrung, daß unter Umständen wie den vorliegenden nur eine wirksame Kontrolle die Gewerbetreibenden hindern könne, ihren branchenfremden Eigenbedarf bei der Beklagten zu decken. Die Beklagte dürfe, wenn sie sich weiter als Großhändler bezeichnen wolle, jeweils nur brancheneigene Waren liefern und müsse den Vertrieb branchefremder Waren genauso ausschließen wie den Vertrieb an Nichtgewerbetreibende. Dies sei möglich, da die Beklagte die Gewerbebezeichnung ihrer Kunden kenne. Mangels entsprechender Beschränkungen nehme die Beklagte in Kauf, daß ein großer Teil ihrer Lieferungen von den Kunden in deren Eigenschaft als Letztverbraucher gekauft werde. Ihre praktizierte Auffassung, jeder der hinsichtlich einer bestimmten Warenart Wiederverkäufer sei, sei auch für branchefremde Waren Wiederverkäufer im Sinne des § 6 a Abs. 2 UWG, gehe fehl. Die Beklagte habe auch keine Fälle zu nennen vermocht, in denen sie Vertragsstrafen erwirkt habe. Demgemäß sei auch die Preisauszeichnungsmethode wettbewerbswidrig, denn sie sei bestimmt, den Verstoß gegen § 6 a Abs. 2 UWG zu unterstützen. Die Beklagte unterstreiche mit den gegenüber Letztverbrauchern unzulässigen Großhandelspreisangaben ihre unzulässige Bezeichnung als Großhändler.

Die dagegen gerichteten Revisionsangriffe sind im wesentlichen unbegründet.

II. Nach § 6 a Abs. 2 UWG kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wer im geschäftlichen Verkehr mit dem letzten Verbraucher im Zusammenhang mit dem Verkauf von Waren auf seine Eigenschaft als Großhändler hinweist, es sei denn, daß bestimmte dort genannte Voraussetzungen vorliegen. Die Revision rügt insoweit nicht ohne Berechtigung, daß das Berufungsgericht seine Ausführungen damit beginnt, daß die Beklagte darlegen und beweisen müsse, daß sie überwiegend Wiederverkäufer oder gewerbliche Verbraucher beliefere. Es ist vielmehr nach dem Aufbau der Vorschrift Sache des Klägers darzulegen, daß die Beklagte sich im Verkehr mit Letztverbrauchern als Großhändler bezeichnet; erst wenn dies dargelegt und notfalls bewiesen ist, ist es Sache des Beklagten darzutun, daß er überwiegend Wiederverkäufer oder gewerbliche Verbraucher beliefert und die weiteren Ausnahmenvoraussetzungen vorliegen. Im Streitfall kommt es angesichts des Bestreitens der Beklagten auch gerade darauf an, ob die Beklagte sich an letzte Verbraucher wendet. Es ist nicht zu beanstanden, wenn das Berufungsgericht als letzte Verbraucher im Sinne des § 6 a Abs. 2 UWG nicht nur Privatpersonen ansieht, die keinerlei Gewerbe betreiben, sondern auch Gewerbetreibende, soweit sie Waren beziehen, ohne den Willen, diese weiter umzusetzen. Das hat der Bundesgerichtshof für den gleichen Begriff in § 1 Abs. 1 Rabattgesetz ausgesprochen (BGHZ 50, 169; vgl. auch BGH GRUR 1969, 362 - Rabatt für branchenfremde Wiederverkäufer; GRUR 1968, 595, 597 r.Sp. - Wiederverkäufer); für § 6 a Abs. 2 UWG kann nach Sinn und Zweck der Vorschrift nichts anderes gelten. Das verkennt im Grunde offenbar auch die Beklagte

nicht, wenn sie sich von ihren Abnehmern bestätigen läßt, daß auch die "scheinbar branchenfremden Bezüge" zum Wiederverkauf pp. bestimmt seien. Ihr Haupteinwand geht vielmehr dahin, daß sie durch die Abforderung der genannten Erklärungen und entsprechender Vertragsstrafeverpflichtungen hinreichend dafür Sorge, daß Wiederverkäufer nicht branchenfremde Waren zum Eigenbedarf in nennenswertem Umfang erwerben könnten. Es ist jedoch kein Rechtsfehler, wenn das Berufungsgericht diese Vorkehrungen unter den vorliegenden Umständen nicht als ausreichend anerkannt hat. Zwar ist, wie vom Bundesgerichtshof (aaO) bereits früher ausgesprochen, die gelegentliche Abzweigung vom Großhandel bezogener Waren für den Eigenbedarf des Händlers als üblich anzuerkennen, sofern es sich um brancheneigene Waren oder gelegentliche Kulanzgeschäfte handelt und dabei ein gewisser Rahmen nicht überschritten wird (vgl. auch BGH GRUR 1966, 323 ff - Ratio). In diesem Umfang steht auch im Rahmen des § 6 a Abs. 2 UWG ein solcher Handel der Berechtigung zur Führung der Bezeichnung als Großhändler nicht entgegen. Es trifft deshalb der Einwand der Revision nicht zu, das Berufungsgericht setze sich in Gegensatz zur Ratio-Entscheidung und verbiete damit praktisch jeden Großhandel. Von einer derartigen nach der Rechtsprechung zulässigen Geschäftspraxis weicht die Beklagte aber durch die Aufmachung ihres Angebots und die Breite ihres Sortimentes ab. Es verstößt entgegen der Ansicht der Revision nicht gegen die Lebenserfahrung, daß ein solches Angebot, wie es sonst nur in Warenhäusern und in den für Letztverbraucher bestimmten Katalogen der großen Versandhäuser zu finden ist, auch Gewerbetreibende dazu veranlassen wird, in größerem Umfang branchenfremde Ware für den

eigenen Bedarf einzukaufen, zumal ihnen dabei Großhandelspreise geboten werden. Es widerspricht ebenfalls nicht der Lebenserfahrung, wenn das Berufungsgericht annimmt, daß zumindest ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise den geforderten Erklärungen keine besondere Beachtung schenken wird, sei es, daß er sie als nicht ernst gemeint ansieht, sei es aus sonstigen Gründen.

Nicht zu beanstanden ist es auch, wenn das Berufungsgericht das Argument der Beklagten nicht anerkannt hat, sie müsse wegen des allgemeinen Zuges zur Sortimentsverbreiterung und im Hinblick auf die von ihr betreuten Gemischtwarengeschäfte ein derartiges Sortiment führen. Zwar bleibt sie im Rahmen des § 6 a Abs.2 UWG, wenn sie sich mit einem solchen Katalog an Geschäfte wendet, die ein entsprechend breites Sortiment führen. Aber es ist kein Rechtsfehler, wenn das Berufungsgericht die wahllose Verbreitung dieses Angebots an Gewerbetreibende aller Branchen, wie sie die Beklagte nach ihrem eigenen Vorbringen praktiziert, als ein Angebot an letzte Verbraucher wertet. Dem steht auch der Schutzzweck des § 6 a UWG nicht entgegen, denn wenn die Vorschrift auch dem Verbraucherschutz dient, so schließt sie doch Gewerbetreibende, soweit diese auch letzte Verbraucher sind, von diesem Schutz nicht aus. Es kann auch nicht anerkannt werden, daß dieser Personenkreis generell eines solchen Schutzes nicht bedürfe. Damit ist aber ohne Rechtsfehler festgestellt, daß im Sinne des § 6 a Satz 2 UWG ein nicht unerheblicher Verkauf an letzte Verbraucher vorliegt, wenn die Beklagte sich mit einem Katalog dieser Art und

Aufmachung an Gewerbetreibende beliebiger Branchen wendet oder wenn sie sich in ihrer festen Verkaufsstätte entsprechend verhält.

Diese Auslegung des § 6 a UWG ist entgegen der Ansicht der Revision auch verfassungskonform. Artikel 12 GG wird nicht verletzt. Das Berufungsgericht meint keineswegs, die Beklagte dürfe Gewerbetreibende ausschließlich nur noch mit Waren beliefern, die nach der Gewerbebezeichnung des Kunden typisch für dessen Branche sind, sondern es legt nur dar - für die Entscheidung nicht einmal tragend - daß es der Beklagten durchaus möglich ist, den Bezug branchenfremder Waren durch Einzelhändler zum Eigenbedarf ohne unzumutbare Schwierigkeiten in den durch die Ratio-Entscheidung des Bundesgerichtshofs gezogenen Grenzen zu halten und sich so die Möglichkeit zu bewahren, weiterhin die Bezeichnung als Großhändler zu führen. Ebensowenig wird dadurch die Freiheit des Einzelhandels in der Auswahl des Lieferanten beschränkt, wie die Revision meint. Daß die Beklagte gemäß § 6 a Abs. 2 UWG auf die Bezeichnung als Großhändler verzichten muß, wenn sie nicht überwiegend Wiederverkäufer beliefert, ist eine mit Art. 12 Abs. 1 Satz 2 GG vereinbare gesetzliche Regelung der Berufsausübung.

Danach war es Sache der Beklagten, darzulegen und zu beweisen, daß sie überwiegend (echte) Wiederverkäufer oder gewerbliche Verbraucher beliefert und auch die Voraussetzungen des § 6 a Abs. 1 Nr. 2 oder Nr. 3 erfüllt. Diesen Beweis hat sie nicht angetreten. Sie hat nur unter Beweis gestellt, daß sie und ihre als Zeugen benannten Mitarbeiter im Hinblick auf ihr Kontrollsystem davon überzeugt seien, daß der Umsatz an Waren, die von ihren Kunden privat gebraucht werden, gemessen am Geschäftsumsatz, unbedeutend sei.

Diesen Vortrag durfte das Berufungsgericht ohne Verstoß gegen § 286 ZPO als unerheblich ansehen, denn das Kontrollsystem der Beklagten konnte allenfalls sicherstellen, daß nur Gewerbetreibende bei ihr einkaufen, nicht aber, daß diese nur als Wiederverkäufer und nicht in erheblichem Umfange zum Privatgebrauch dort einkauften. Die Beklagte hätte demgegenüber allenfalls anhand ihrer Geschäftspapiere darlegen können, daß diese naheliegende Folge nicht eingetreten ist. Diesen Beweis hat sie aber nicht angetreten.

III. Ohne Erfolg macht die Revision geltend, der Tenor des angefochtenen Urteils sei nicht vollstreckbar. Zwar wiederholt der Urteilsausspruch im wesentlichen den Text des § 6 a Abs. 2 UWG, spricht aber die konkrete Verletzungsform doch insoweit an, als er solche Gewerbetreibende, die die von der Beklagten erworbenen Waren nicht wiederverkaufen, als Letztverbraucher bezeichnet. Daß dabei aber solche Verkäufe nicht erfaßt werden sollen, die sich im Rahmen des Ratio-Urteils halten, was eine entsprechende Ordnung des Vertriebs voraussetzt, ergibt sich bereits aus den Gründen des Berufungsurteils, die zur Auslegung des Verbots heranzuziehen sind. Kern der Verletzungshandlung ist, daß die Beklagte mit einem warenhausartigen Katalog von Waren des täglichen Bedarfs unter der Bezeichnung "Großhandel" wahllos Gewerbetreibende jedweder Branche anspricht, obwohl diese zu einem nicht unerheblichen Teil nicht ernsthaft als Wiederverkäufer oder gewerbliche Verbraucher in Betracht kommen und dadurch veranlaßt werden, in einem mit dem Begriff des Großhandels nicht vereinbaren Umfang ihren privaten Bedarf bei der Beklagten zu decken. Mit dieser Verdeutlichung ist der Urteilstenor ausreichend bestimmt.

IV. Auch die gegen Ziffer II des Urteilstenors gerichteten Angriffe sind unbegründet. Wenn die Beklagte, wie vom Berufungsgericht rechtsfehlerfrei festgestellt, ihr Angebot (auch) an letzte Verbraucher richtet, verstößt sie gegen § 1 der VOPr 3/73 vom 10. Mai 1973 (BGBl I 461), wobei der Verstoß wegen des Zusammenhangs mit dem gegen § 6 a Abs. 2 UWG zugleich als unlauterer Wettbewerb i. S. des § 1 UWG zu beurteilen ist. Auf die Ausnahmegvorschrift § 7 aaO kann sie sich nach den vorstehenden Ausführungen nicht berufen.

V. Der Hilfsantrag auf Gewährung einer Aufbrauchsfrist von mindestens 6 Monaten war abzulehnen. Eine solche Frist kann zwar nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs - auch noch in der Revisionsinstanz - unter dem Gesichtspunkt des § 242 BGB gewährt werden, wenn einerseits der unterlassungspflichtigen Partei für den Fall einer sofortigen Umstellung unverhältnismäßige Nachteile erwachsen würden und andererseits die befristete Weiterbenutzung für den Verletzten keine unzumutbare Beeinträchtigung mit sich bringt (vgl. BGH GRUR 1957, 488, 491 - MHZ; GRUR 1960, 563, 566 - Alterswerbung Sekt; GRUR 1966, 495 - Uniplast). Dabei wird, wenn der Antrag, wie hier, erstmals im Revisionsverfahren gestellt wird, vorausgesetzt, daß die der Abwägung zugrunde zu legenden Tatumstände entweder unstreitig oder in den Tatsacheninstanzen festgestellt worden sind (aaO Uniplast). Im Streitfall fehlt es schon an einer solchen Entscheidungsgrundlage, soweit die Beklagte in der mündlichen Verhandlung über die Revision vorgetragen hat, sie habe nach der Verlegung der Revisionsverhandlung vom 2. auf den 16. November 1973 den Druckablauf für ihre Katalogausgabe Frühjahr 1974, soweit es sich um das Ätzen der Druckwalzen handele, nicht

mehr aufhalten können, weil ihr Drucker einen terminierten Anschlußauftrag gehabt habe und den Termin vom 16. November 1973 nicht mehr habe abwarten können. Diesen Vortrag hat die Klägerin bestritten, so daß er schon deshalb keinen Erfolg haben konnte. Er hätte im übrigen auch deshalb nicht durchdringen können, weil eine solche Frist im Rahmen des § 242 BGB grundsätzlich nur für den Aufbrauch bereits vorhandener Materialien in Betracht kommt. Die Beklagte erstrebt hier aber die Erlaubnis, nach der Rechtskraft des Unterlassungsurteils neue, dieses Urteil verletzende Werbeschriften erst herstellen und neu verbreiten zu lassen. Das ist nicht zulässig, zumal die Beklagte, nachdem sie schon in der Vorinstanz verurteilt worden war, sich auf einen ungünstigen Ausgang auch des Revisionsverfahrens einstellen konnte und mußte. Diesen letzteren Einwand muß die Beklagte sich auch entgegenhalten lassen, soweit sie geltend gemacht hat, daß im Falle des Verbots der Neudruck von Katalogen und Werbematerial längere Zeit beansprucht werden würde.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

Alff

Sprenkmann

Merkel

Schönberg

Schwerdtfeger