

BUNDESGERICHTSHOF

16
2222 022

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

Ib ZR 116/62

Verkündet am

20. November 1964
Zug,
Justizangestellter
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

1. der Karl Heinz H[REDACTED] KG, gesetzlich vertreten durch
die Beklagten zu 2 und 3,
 2. des Kaufmanns Karl Heinz H[REDACTED],
 3. des Kaufmanns Heinrich Ha[REDACTED],
- sämtliche in B[REDACTED]-N[REDACTED], Fr[REDACTED]straße [REDACTED],

Beklagten und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma F[REDACTED] Walter R[REDACTED] & Co., St[REDACTED]-M[REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -.

Der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 20. November 1964 unter Mitwirkung der Bundesrichter Dr. Krüger-Nieland, Jungbluth, Pehle, Dr. Sprenkmann und Alff

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 3. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Stuttgart vom 12. Juli 1962 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin befaßt sich mit der Herstellung und dem Vertrieb von pharmazeutischen und kosmetischen Erzeugnissen. Sie stellt unter anderem eine unter der Bezeichnung "D E S Walter R" vertriebene Feinseife her. Die Anmeldung der Preisbindung für diese Markenware hat das Bundeskartellamt am 30. Juni 1958 bestätigt. Die Beklagte zu 1 (im folgenden nur "die Beklagte" genannt), eine Kommanditgesellschaft, deren persönlich haftende Gesellschafter die Beklagten zu 2 und 3 sind, betreibt die Fabrikation und den Großhandel chemisch-pharmazeutischer Präparate.

Die Beklagte wollte im August 1960 einen Posten S-
Seife von der Klägerin beziehen. Diese lehnte mit Schreiben vom 9. August 1960 die Belieferung ab. In dem Schreiben heißt es:

- 3 -

"Leider können wir Ihrem Wunsch, Sie mit unseren Markenerzeugnissen, die der Preisbindung der zweiten Hand unterliegen, zu beliefern, nicht entsprechen, da wir im Raume B. eine genügend große Anzahl Fachgrossisten haben, deren Umsätze wir durch Hinzunahme neuer Großhandelskunden nicht schmälern wollen."

Die Beklagte bestätigte unter dem 12. April 1960 den Empfang dieses Schreibens. Ende Januar 1961 stellte die Klägerin fest, daß ihre S. -Seife in Filialgeschäften der Firma T. (Lebensmittelgeschäften) verkauft wurde, an die sie von der Beklagten geliefert worden war. Außerdem hatte die Beklagte solche Seife der Firma Hans Ba., Sp. Z. K. in V. geliefert, die ihrerseits damit Einzelhandelsgeschäfte der Lebensmittelbranche belieferte. Die Beklagte hat in beiden Fällen die Seife zu den vorgeschriebenen Preisen weiterverkauft.

Die Klägerin verlangt von den Beklagten Auskunft, durch wen, wann und in welchen Mengen und ob mit oder ohne Kontrollnummern sie sich die von ihr hergestellten "E. S. -Seifen Walter R." zum Zweck des Wiederverkaufs verschafft hätten. Sie hat behauptet, es handle sich um einen Markenartikel, der seit vielen Jahren Verkehrsgeltung erlangt habe. Für diese Seife sei eine Vertriebs- und Preisbindung durchgeführt mit Bindung der Großhändler an den Preis und Lieferung nur an Fachdetailgeschäfte. Um die Einhaltung dieser Bedingungen zu gewährleisten, verlange sie sowohl von den Großhändlern als auch von den Einzelhändlern die Anerkennung und Unterzeichnung eines entsprechenden Verpflichtungsscheines. Um jederzeit kontrollieren zu können, an wen die Seifen in den Originalpackungen geliefert worden seien, würden die Packungen von ihr mit einer Kontrollnummer versehen. Die Beklagte habe sich die Seifen nur dadurch verschaffen können, daß sie einen gebundenen Abnehmer zum Vertragsbruch verleitet oder jedenfalls in irgendeiner Form an einem solchen Vertrags-



bruch teilgenommen habe. Ein solches Verhalten sei geeignet, Abwehransprüche zu begründen. Denn dadurch werde ihr reversmäßig gesichertes Vertriebssystem erschüttert. Bezeichnend sei, daß die Kontrollnummern in Seifenpackungen, die die Beklagte an ihre Abnehmer geliefert habe, durch Auskratzen entfernt gewesen seien. Das könne nur geschehen sein, um ihr unmöglich zu machen, festzustellen, welcher ihrer vertragsmäßig gebundenen Abnehmer unter Vertragsbruch die Beklagte beliefert habe. Wer die Kontrollnummern entfernt habe, müsse noch geklärt werden. Das Verhalten der Beklagten zu 1 verstoße gegen §§ 1 UWG, 823 BGB. Ansprüche auf Unterlassung und Schadensersatz behalte sie sich vor.

Die Beklagten bestreiten, daß die Klägerin ihre gesamte Produktion ausschließlich an Abnehmer vertreibe, die ihre angeblichen Verkaufsbedingungen durch Unterschrift anerkannt hätten. Die Klägerin verkaufe auch ihre Produktion nicht ausschließlich zu den von ihr in Anspruch genommenen Bedingungen. An einem Vertragsbruch hätten sie sich nicht beteiligt. Darüber, daß die Klägerin jede Seifenpackung mit Kontrollnummern versehe und daß von der Beklagten Seifenpackungen mit ausradierter Kontrollnummer verkauft worden seien, wüßten sie nichts. Auf alle Fälle hätten sie mit dem Ausradieren oder Entfernen von Kontrollnummern nichts zu tun.

Das Landgericht hat nach Beweisaufnahme die Beklagten verurteilt, unter Haftung als Gesamtschuldner Auskunft darüber zu erteilen, durch wen, wann und in welchen Mengen, sowie ob mit oder ohne Kontrollnummern sie sich die von der Klägerin hergestellten "E [REDACTED] S [REDACTED]-Seifen Walter R [REDACTED]" zum Zweck des Wiederverkaufs beschafft haben. Die Kosten des Rechtsstreits sind den Beklagten als Gesamtschuldnern auferlegt worden.

Im zweiten Rechtszug haben die Beklagten unter Beweis-
antritt behauptet, daß die Preis- und Vertriebsbindung der
Klägerin ihnen im Zeitpunkt des Ankaufs der Seife nicht
bekannt gewesen sei.

Die Berufung der Beklagten ist zurückgewiesen worden.

Mit der Revision, um deren Zurückweisung die Klägerin
bittet, verfolgen die Beklagten den Antrag auf Klageabwei-
sung weiter.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht stellt fest, daß das Vertriebs-
bindungssystem der Klägerin nicht nur im gedanklichen Aufbau
lückenlos ist, sondern auch entgegen der Behauptung der Be-
klagten lückenlos von der Klägerin durchgeführt wird. Im
einzelnen legt es dar, daß die Klägerin eine vertikale
Vertriebsbindung eingeführt habe, derzufolge ihre Markenwaren
von Großhändlern nur an Fachdetailgeschäfte, aber nicht an
andere Großhändler, und von Einzelhändlern nur an Selbstver-
braucher abgegeben werden dürften. Zur Sicherung der Einhal-
tung dieser Bedingungen verlange die Klägerin sowohl von den
Groß- als auch von den Einzelhändlern die Unterzeichnung
eines Verpflichtungsscheines. In diesem verpflichteten sich
die Großhändler unter anderem, die von der Klägerin festge-
setzten Preise und Verkaufsbedingungen einzuhalten und diese
Erzeugnisse nur gemäß den Bedingungen der Klägerin für den
Wiederverkauf ausschließlich an den Facheinzelhandel weiter-
zuverkaufen. Entgegen der Behauptung der Beklagten habe die
Klägerin ihre Vertriebsbindung auch lückenlos durchgeführt.
Sie habe den Nachweis erbracht, daß die Lückenlosigkeit
ihrer Vertriebsbindung auch in der Praxis dadurch mit Erfolg

durchgesetzt werde, daß sie die Einhaltung überwachen lasse und gegen festgestellte Verstöße unverzüglich einschreite. Demgegenüber hätten die Beklagten nicht dargetan, daß sie die von ihnen vertriebene S [REDACTED]-Seife der Klägerin infolge einer Lücke in deren Vertriebssystem erworben hätten.

Die Revision rügt, das Berufungsgericht habe übersehen (§ 286 ZPO), daß die Klägerin nach der Aussage des Prokuristen Wilhelm Sch [REDACTED] nicht allgemein Kontrollnummern verwende. Da die Klägerin nicht in allen Fällen Kontrollnummern anbringe und bei der Frage, ob dies erforderlich sei, sogar auf so subjektive Faktoren wie die Zuverlässigkeit von Großkunden abstelle, sei ihre Organisation kein geeignetes Mittel zur lückenlosen Durchsetzung der Vertriebsbindung. Auch gehe es nicht an, nur bei Feststellung von Zuwiderhandlungen gegen das Bindungssystem einzugreifen. Dieses müsse so gehandhabt werden, daß Fehlschläge die Ausnahme blieben. Es sei schließlich nicht festgestellt, ob die Klägerin Probekäufe vornehmen lasse, was im übrigen nicht ausreichen würde, weil es vielfach üblich sei, gegenüber dem Großhandel einen Treuhänder einzuschalten, um die Buchführung in die Überwachung einbeziehen zu können. Da es an diesen Voraussetzungen fehle, könne die Vertriebsbindung der Klägerin nicht lückenlos sein.

Diese Angriffe der Revision sind nicht begründet. Zur Bejahung der tatsächlich lückenlosen Durchführung eines Bindungssystems genügt zunächst der Beweis, daß das bindende Unternehmen die Einhaltung durch geeignete Maßnahmen überwacht und bekannt werdende Verstöße alsbald verfolgt und für die Zukunft unterbindet (BGHZ 40, 136, 141 f - Trockenrasierer). Sache des Gegners ist es dann, diesen Beweis des ersten Anscheins durch den Nachweis von Fällen zu entkräften, in denen trotz solcher Maßnahmen Verstöße gegen das Bindungssystem von dem Unternehmen nicht bemerkt oder nicht verfolgt worden sind (BGH aaO). Welche Überwachungsmaßnahmen das Unter-

nehmen dabei zu treffen hat und ob diese Maßnahmen genügen, wird sich weitgehend nach den Umständen des Einzelfalles richten. Jedenfalls ist die Schutzfähigkeit eines Bindungssystems, das auf rechtswirksam geschlossenen Verträgen beruht, nicht etwa allgemein davon abhängig, daß von vornherein einzelne bestimmte Maßnahmen vorgesehen werden wie etwa die, daß die Ware mit Kontrollnummern versehen wird, daß unabhängig von dem Verdacht eines Verstoßes organisierte Probekäufe stattfinden oder daß auch der Großhandel überwacht wird, was nach der Entscheidung des erkennenden Senats in GRUR 1964, 320, 321 f - Maggi - regelmäßig nicht erforderlich ist.

Im Streitfalle werden nach der Bekundung Sch [REDACTED] auf die das Berufungsgericht sich stützt, die Kontrollen darüber, ob die Preis- und Vertriebsbindung der Klägerin eingehalten wird, durch Reisende und Vertreter der Klägerin ausgeführt. Ferner wird die Klägerin durch den Facheinzelhandel von Verstößen benachrichtigt. Werden Verstöße festgestellt, so wird der Sache nachgegangen. Insbesondere wird ein Großhändler, der ein Nichtfachgeschäft beliefert hat, von der weiteren Belieferung durch die Klägerin ausgeschlossen, wie Sch [REDACTED] unter namentlicher Erwähnung eines gesperrten Großhändlers bekundet hat. Im übrigen fehlt es an jeglichem substantiiertem Vortrag der Beklagten, daß in anderen als in den Fällen, die den Prozeßgegenstand bilden, die Vertriebsbindung der Klägerin verletzt worden wäre und die Klägerin infolge fehlender Überwachung hiervon keine Kenntnis erhalten habe oder aber nach Kenntnis der Verstöße nicht unverzüglich dagegen angegangen sei. Bei dieser Sachlage ist aber die Feststellung des Berufungsgerichts, die Klägerin habe den Nachweis erbracht, daß die Lückenlosigkeit ihrer Vertriebsbindung auch in der Praxis mit Erfolg durchgeführt werde, aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden, zumal die weiteren Ausführungen des Berufungsgerichts eindeutig ergeben,

daß es lediglich den Beweis des ersten Anscheins als vorliegend ansieht, den zu entkräften die Beklagten nichts vorgetragen hätten.

II. 1. Das Berufungsgericht legt sodann dar, daß die Beklagten in einer gegen die guten Sitten verstoßenden Weise in das Vertriebssystem der Klägerin eingegriffen hätten (§ 1 UWG). Da die Klägerin dargetan habe, daß dieses im gedanklichen Aufbau und in der praktischen Durchführung lückenlos sei, spreche eine tatsächliche Vermutung und der Anscheinsbeweis dafür, daß die Beklagten die Seife durch Verleitung zum Vertragsbruch, durch Ausnutzung fremden Vertragsbruches oder auf Schleichwegen erlangt hätten. Wäre das nicht der Fall, so hätten die Beklagten keinen Grund, die verlangte Auskunft zu verweigern. Die Beklagten hätten diesen Anscheinsbeweis durch den Nachweis entkräften können, daß sie die Ware von einem nicht gebundenen Händler oder auf eine sonstige Weise erworben hätten, die den Warenbezug als unverfänglich oder korrekt erscheinen lasse. Diesen Nachweis hätten sie jedoch nicht geführt. Auch hätten sie mindestens mit der Möglichkeit gerechnet - für die Bösgläubigkeit reiche insoweit bedingter Vorsatz aus -, daß es sich bei der S-~~Seife~~ um gebundene Markenware handele.

Die Behauptung der Beklagten, so fährt das Berufungsgericht fort, daß Seifen durchweg nicht vertriebsgebunden seien, treffe nicht zu. Das sei nur bei Konsumseifen der Fall. Dagegen bestehe für gehobene Markenseifen nicht nur eine Preis-, sondern auch eine Vertriebsbindung. Diese sei unentbehrlich, um die Lückenlosigkeit einer Preisbindung aufrechtzuerhalten. Außerdem spreche die Lebenserfahrung dafür, daß ein Händler sowohl die Preis- als auch die Vertriebsbindung bekannter Markenwaren kenne. Das gelte insbesondere für die Beklagten, die über eingehende Kenntnisse und Erfahrungen auf dem Gebiet des Seifenhandels verfügten, wie sich aus ihrem

Schreiben vom 12. August 1960 ergebe, in dem sie darauf hinwiesen, daß sie auf dem kosmetischen Sektor im Bundesgebiet umsatzmäßig führend seien. Die Beklagten hätten sich daher aufgrund ihrer Branchenkenntnisse nicht der Möglichkeit verschließen dürfen, daß auch für die streitige Seife eine solche Bindung bestehe. Gegen die Gutgläubigkeit der Beklagten im Zeitpunkt des Erwerbes der Seife spreche vor allem ihre hartnäckige Weigerung, den Lieferanten zu benennen. Aus diesem Grunde habe sich auch die Vernehmung des von den Beklagten benannten Angestellten erübrigt, der bekunden sollte, daß die Beklagten vom August 1960 an jede Beschäftigung mit der S [REDACTED]-Seife eingestellt hätten und daß der Ankauf der streitigen Seife schon lange vorher erfolgt sei. Wenn die Beklagten sich im zweiten Rechtszuge auf das Zeugnis des gleichen Angestellten zum Beweis dafür bezogen hätten, daß ihnen die Preis- und Vertriebsbindung bei dem damaligen Ankauf nicht bekannt gewesen sei und auch nicht habe bekannt sein können, so sei dieser Beweisantritt verspätet und darüber hinaus unschlüssig. Denn es komme nicht auf die Kenntnis eines Angestellten, sondern auf das Wissen der maßgeblichen Leute der Beklagten an.

Das Berufungsgericht gelangt sodann zu dem Ergebnis, daß die Beklagten der Klägerin wegen unlauteren Verhaltens im Wettbewerb (§ 1 UWG) und wegen unerlaubten Eingriffs in deren eingerichteten Gewerbebetrieb (§ 823 BGB) zum Schadensersatz verpflichtet seien.

2. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision sind nicht begründet.

Hat das bindende Unternehmen den Nachweis geführt, daß sein Bindungssystem sowohl im gedanklichen Aufbau als auch in der praktischen Durchführung lückenlos ist, was bezüglich der Klägerin der Fall ist (vgl. zu I), so führt das zugunsten

des Unternehmens zu einer Beweiserleichterung des Inhalts, daß nach dem gewöhnlichen Lauf der Dinge davon auszugehen ist, der Außenseiter habe die Ware vermittels fremden Vertragsbruches oder im Wege des Schleichbezuges erworben und diese Art der Warenbeschaffung sei demnach zu vermuten (BGH GRUR 1964, 320, 321 - Maggi; BGHZ 40, 136, 140 - Trockenrasierer).

a) Die Revision vertritt die Auffassung, selbst wenn mit der Möglichkeit gerechnet werden müsse, die Beklagten hätten die Ware durch Ausnutzung fremden Vertragsbruches erworben, sei diese Ausnutzung durch den Außenseiter dann nicht sittenwidrig, wenn keine Preisunterbietung stattefinde, sondern nur die Vertriebsbindung verletzt werde. Dem kann nicht gefolgt werden. Denn die Beklagten erhalten auch bei Einhaltung der für die Großhandelsstufe vorgeschriebenen Preisbindung durch diesen Weg der Warenbeschaffung die Möglichkeit, Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte zu beliefern, die nach dem Vertriebssystem der Klägerin grundsätzlich von der Belieferung ausgeschlossen sind. Schon mit der Vervollständigung ihres Sortiments durch Aufnahme der Seife der Klägerin erlangten die Beklagten daher einen Wettbewerbsvorsprung vor denjenigen von der Klägerin nicht belieferten Großhändlern, die ihrerseits nicht Kunden der Klägerin zum Vertragsbruch verleiten oder Gelegenheit zur Ausnutzung von Vertragsbrüchen finden (BGHZ 37, 30, 35 - Selbstbedienungsgroßhandel; vgl. auch RGZ 148, 364, 370 - "4711"). Soweit die Revision um eine Überprüfung dieser Rechtsprechung im Hinblick auf neuere Veröffentlichungen im Schrifttum bittet, hat der Senat hierzu bereits Stellung genommen (BGH GRUR 1964, 320, 322 f - Maggi).

b) Bezüglich des objektiven Tatbestandes ist erforderlich, daß die theoretisch und praktisch lückenlose Durchführung der Vertriebsbindung bereits in dem Zeitpunkt

vorgelegen haben muß, in dem die von der Beklagten an die Firma T [REDACTED] und Ba [REDACTED] verkauften Seifen der Klägerin von der Beklagten ihrerseits angekauft worden waren (vgl. RGZ 133, 331, 336). Auch in dieser Hinsicht bietet das angefochtene Urteil zu rechtlichen Beanstandungen keinen Anlaß. Denn die Beklagten haben nicht substantiiert vorgetragen, die Seife vor dem Wirksamwerden der Vertriebsbindung der Klägerin erworben zu haben, die einer Anmeldung beim Bundeskartellamt nicht bedurfte. Wenn die Beklagten auch nicht ihren Lieferanten benennen wollen, so hätte sie doch nichts gehindert, wenigstens genau anzugeben, w a n n sie die S [REDACTED]-Seife erworben hatten. Da die Beklagten aber lediglich unter Beweis gestellt haben, sie hätten sofort nach Erhalt des ersten Schreibens der Klägerin im August 1960 jede Beschäftigung mit S [REDACTED]-Seife eingestellt, der eigene Ankauf sei lange vorher erfolgt, ist die auf § 286 ZPO gestützte Rüge der Revision unbegründet, es sei - weil der als Zeuge von den Beklagten benannte Prokurist Sti [REDACTED] nicht vernommen worden sei - völlig offen, ob nicht der Ankauf der Seife vor der am 20. Juni 1958 geschehenen Anmeldung der Preisbindung durch die Klägerin beim Bundeskartellamt erfolgt sei.

c) In subjektiver Hinsicht genügt für die Annahme einer objektiv unlauteren Wettbewerbshandlung, daß der Täter in Kenntnis aller für die Sittenwidrigkeit wesentlichen Umstände handelt oder daß er zumindest mit der Möglichkeit rechnet, daß solche Umstände vorliegen (BGH GRUR 1960, 200, 201 zu 3 - Abitz II).

Das setzt im Streitfall voraus, daß die Beklagten bei Erwerb der Seife Kenntnis von der Vertriebsbindung der Klägerin gehabt haben oder daß sie doch mit der Möglichkeit des Bestehens einer solchen Vertriebsbindung gerechnet haben. Das Berufungsgericht ist - wie bereits unter II 1 ausgeführt wurde - davon ausgegangen, daß im Gegensatz zu Konsumseifen

16

für gehobene Markenseifen regelmäßig nicht nur eine Preis-, sondern auch eine Vertriebsbindung besteht, daß dies nach der Lebenserfahrung einem Fachhändler bekannt ist und daß angesichts der umsatzmäßig führenden Stellung der Beklagten in der Bundesrepublik diese sich als ordentliche Kaufleute auf Grund ihrer Branchenkenntnisse nicht der Möglichkeit verschließen durften, daß auch die streitige Seife einer Vertriebsbindung unterliege. Wenn das Berufungsgericht hieraus folgert, daß auch die subjektiven Voraussetzungen für die Annahme eines Wettbewerbsverstoßes im Streitfall gegeben seien, so ist diese tatrichterliche Würdigung aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

Das gilt entgegen der Auffassung der Revision auch dann, wenn nicht die Preis-, sondern nur die Vertriebsbindung verletzt worden ist (Baumbach-Hefermehl, 9. Aufl., § 1 UWG Anm. 419 und 444). Denn Gegenstand der Vermutung ist hier nicht die Art und Weise des Verkaufsgeschäftes des beklagten Außenseiters, sondern die Art und Weise, auf die er sich seinerseits die Ware beschafft hat.

Angesichts des vom Berufungsgericht festgestellten Sachverhalts greift auch die Rüge der Revision nicht durch (§ 139 ZPO), das Berufungsgericht hätte ohne Einholung des Gutachtens eines Sachverständigen nicht von einer üblicherweise bestehenden Vertriebsbindung bei Markenseifen ausgehen dürfen. Zur Beiziehung eines Sachverständigengutachtens bestand keine Veranlassung, da schon nach der Lebenserfahrung mit der Kenntnis der Fachhändler vom Bestehen von Preisbindungen bekannter Markenwaren zu rechnen ist (Baumbach-Hefermehl aaO § 1 Anm. 419). Daß den Beklagten die Preis-bindung der Klägerin bekannt gewesen sein muß, folgt im übrigen auch daraus, daß sie in sämtlichen Fällen die vorgeschriebenen Preise beim Weiterverkauf eingehalten haben. Im Hinblick auf die führende Großhandelsstellung der Be-

klagten war demnach auch ohne Hinzuziehung eines Sachverständigen die Annahme gerechtfertigt, die Beklagten hätten mindestens mit der Möglichkeit des Vorhandenseins auch einer Vertriebsbindung für die streitige Seife gerechnet, da diese zur lückenlosen Durchführung einer Preisbindung notwendig sei.

Die Revision beanstandet weiter zu Unrecht, daß das Berufungsgericht den von den Beklagten als Zeugen benannten Angestellten Sti● nicht zu deren Behauptung vernommen hat, im Zeitpunkt des Ankaufs der Seife sei die für dieses Erzeugnis der Klägerin bestehende Preis- und Vertriebsbindung weder bekannt gewesen, noch habe sie bekannt sein können. Das Berufungsgericht hat diesen Beweisantritt als verspätet und darüber hinaus auch als unschlüssig angesehen, weil es nicht auf die Kenntnis eines Angestellten, sondern auf das Wissen der im Betriebe der Beklagten maßgebenden Personen ankomme. Was diese aber über die Vertriebsbindung gewußt oder nicht gewußt hätten, könne nur von ihnen allein, nicht aber von einem Angestellten bekundet werden.

Auch diese Ausführungen sind rechtlich bedenkenfrei, zumal, wie dargelegt, für die Annahme eines Verstoßes gegen § 1 UWG bedingter Vorsatz genügt. Der Würdigung des Sachverhaltes durch das Berufungsgericht, wonach die Beklagten zum mindesten mit der Möglichkeit einer Vertriebsbindung gerechnet haben, wäre aber auch dann nicht die Grundlage entzogen, wenn der Angestellte Stitz die Behauptung der Beklagten bestätigt hätte, daß sie von der Vertriebsbindung keine positive Kenntnis gehabt hätten noch hätten haben können.

III. Dem Auskunftsanspruch hat das Berufungsgericht mit der Begründung stattgegeben, daß die Beklagten schuldhaft das Vertriebssystem der Klägerin durchbrochen hätten. Die Aus-

14

kunftspflicht sei ein Teil der die Beklagten treffenden Verpflichtung zum Schadensersatz. Da sich nicht feststellen lasse, daß die Klägerin mit ihrem Auskunftsbegehren lediglich den Zweck verfolge, sich Unterlagen für Ansprüche zu verschaffen, die sie wegen einer unerlaubten Handlung gleicher Art etwa gegen Dritte zu besitzen meine, sei der Anspruch begründet. Denn er gebe der Klägerin die Möglichkeit, durch Befragung der benannten Lieferanten den ihr durch das Verhalten der Beklagten entstandenen Schaden zu ermitteln.

1. Die Revision greift diese Beurteilung an, weil die von den Beklagten zu erteilende Auskunft darüber, in welchem Umfang und zu welchem Zeitpunkt sie die Seife bezogen hätten, der Klägerin ausreichende Unterlagen für ihre Schadensberechnung gegenüber den B e k l a g t e n biete. Der Name des Lieferanten habe für die Klägerin nur Bedeutung, um gegen d i e s e n vorgehen zu können, ein Anspruch auf dessen Nennung bestehe daher nicht gegen die Beklagten. Diese seien auch nicht verpflichtet, Auskunft über ihre Geschäftsgeheimnisse zu geben, mindestens nicht, soweit diese für die Geltendmachung eines Schadensersatzanspruchs ihnen gegenüber nicht erforderlich seien.

Dieser Angriff der Revision ist nicht begründet. Die Verletzung der für einen Markenartikel bestehenden Vertriebsbindung durch einen Außenseiter stellt auch dann, wenn keine Preisunterbietung damit verbunden ist, eine Erschütterung und damit eine Einbuße des Wertes des Vertriebssystems dar, gleichgültig, ob die Warenbeschaffung durch Ausnutzung fremden Vertragsbruches, durch Verleitung zum Vertragsbruch oder durch Schleichbezug erfolgt ist. Die Klägerin kann daher gemäß § 249 BGB verlangen, daß die Beklagten alles in ihren Kräften Stehende tun, um diese Erschütterung durch Wiederherstellung des früheren Zustandes zu beseitigen. Dazu gehört

die Nennung des Lieferanten der Beklagten, der diesen die Ware unter Verletzung seines mit der Klägerin geschlossenen Vertrages geliefert hat (RGZ 148, 364, 375). Der Zustand der Erschütterung des Vertriebssystems der Klägerin durch das Verhalten der Beklagten dauert so lange an, bis die Beklagten durch Nennung ihres Lieferanten der Klägerin die Möglichkeit bieten, gegen diesen vertragsbrüchigen Abnehmer vorzugehen und eine Fortsetzung seines vertragsbrüchigen Verhaltens zu verhindern. Die von der Revision genannten Entscheidungen des Reichsgerichts (RG GRUR 1942, 79, 88; RG MuW 1939, 191, 195) stehen dem, wie der Senat bereits in seinem Urteil vom 10. Januar 1964 dargelegt hat, nicht entgegen (BGH GRUR 1964, 320, 323 f - Maggi).

Es ist schließlich auch rechtlich nicht zu beanstanden, daß die Verpflichtung der Beklagten zur Auskunftserteilung ferner auf die Angabe erstreckt worden ist, ob die von ihnen bezogene Seife der Klägerin mit Kontrollnummern versehen gewesen ist oder nicht. Da diese Nummern eine Kontrolle des Warenweges im Falle einer Verletzung der Preis- oder Vertriebsbindung ermöglichen sollen, bedeutet die Ermittlung, ob sie auf den von dem Beklagten bezogenen Speick-Seifen noch vorhanden waren, nicht eine unzulässige Ausforschung, sondern ein zusätzliches Mittel, die durch die Handlungsweise der Beklagten eingetretene Erschütterung des Vertriebssystems der Klägerin zu beseitigen.

Schließlich kann der Revision auch darin nicht gefolgt werden, das Berufungsgericht habe angesichts der unter Beweis gestellten Behauptung der Beklagten, sie hätten von den Kontrollnummern nichts gewußt und diese nicht beseitigt, nicht von der Beweiserhebung mit der Begründung absehen dürfen, daß diese bloße Erklärung nicht als genügend zuverlässig und verbindlich angesehen werden könne, weil die Beklagten eine Verpflichtung zur Auskunftserteilung verneint

16

hätten. Denn die Klägerin hat ein rechtliches Interesse daran, die begehrte Aufklärung durch Auskunfterteilung gerade von den gesetzlichen Vertretern der Beklagten zu 1, nämlich den Beklagten zu 2 und 3 zu erhalten.

Die Revision war daher mit der Kostenfolge aus § 97 ZPO zurückzuweisen.

Krüger-Nieland

Jungbluth

Pehle

Sprenkmann

Alff