

10

Nachschlagewerk: ja
Amtliche Sammlung: nein

BGB § 242 D; UWG § 1

Zum Auskunftsanspruch des Verletzten bei Wettbewerbsverstößen, insbesondere zur Frage, ob und unter welchen Voraussetzungen Auskunft über den vom Verletzer erzielten Umsatz gefordert werden kann.

EGH, Urt. v. 27. November 1964 - Ib ZR 23/63 -

OLG Hamm (Westf.)
LG Bochum

Verkündet am
27. November 1964
Zug, Justizangestellter
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

I m N a m e n d e s V o l k e s

In dem Rechtsstreit

der Firma A- E KG., B, K-straße,
vertreten durch die persönlich haftende Gesellschafterin
Firma Herbert A GmbH., ebenda, diese vertreten durch
den Kaufmann Herbert A, ebenda,

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt -

gegen

die Firma Karl V jun., B, G-straße,
Inhaber Kaufmann Karl V, ebenda,

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. -

hat der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die münd-
liche Verhandlung vom 27. November 1964 unter Mitwirkung
der Bundesrichter Dr. Krüger-Nieland, Pehle, Dr. Sprenkmann,
Dr. Mösl und Alff

für Recht erkannt:

Die Revision der Klägerin gegen das Urteil des
4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm (Westf.)
vom 23. November 1962 wird auf Kosten der Klägerin
zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Lo

- 2 -

Tatbestand:

Die Klägerin handelt u.a. mit Kohle-, Gas- und Elektroherden, mit Kühlschränken, Waschautomaten, Waschmaschinen, Wäscheschleudern und sonstigen Haushaltsgeräten.

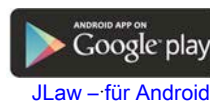
Am 21. April 1961 eröffnete die Beklagte nicht weit von den Geschäftsräumen der Klägerin ein neues Ladenlokal, in dem sie zunächst Haushaltsgeräte, wie Herde, Kühlschränke und Waschmaschinen, außerdem aber auch Rundfunk- und Fernsehgeräte verkaufte. In der Zeit vom 25. November 1961 bis Anfang Oktober 1962 war dieser Geschäftsbetrieb an die neu gegründete, inzwischen aber wieder gelöschte Firma Elektrohaus V [REDACTED] GmbH. & Co. KG verpachtet; seitdem wird dort wieder unter der Firma der Beklagten der Verkauf von Elektrogeräten betrieben; außerdem ist ein Textil-Groß- und - Einzelhandel hinzugenommen worden.

Nach Eröffnung des Geschäfts am 21. April 1961 wurden die Werbung und das Geschäftsgebaren der Beklagten, die sich insbesondere als Preisbrecherin und Vorkämpferin gegen die Preisbindung hinstellen suchte, das Ziel vieler Angriffe und Beanstandungen aus den Kreisen der Mitbewerber. Gegen die Beklagte wurden zahlreiche einstweilige Verfügungen erwirkt. Die Klägerin bezieht sich auf Wettbewerbsverstöße, die Gegenstand mehrerer derartiger Verfahren gewesen sind, und behauptet, die Beklagte habe ihr durch jene Verstöße Schaden zugefügt. Das Geschäft der Beklagten liege in einer stillen Seitenstraße, nur etwa 100 m von ihrem, der Klägerin, Ladengeschäft entfernt. Trotz dieser wenig günstigen Lage habe die Beklagte ihre Umsätze durch die beanstandete Werbung in kürzester Zeit vervielfacht; das sei auf Kosten der gesetzestreuen Mitbewerber geschehen.

Hinweis: Auch Teile der Urteilsammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.



JLaw – Gesetze und Urteile
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
[\(mobile App\)](#)



Zu einem wesentlichen Teil sei dieser Umsatzerfolg zu Lasten der Klägerin gegangen, weil diese der dem Geschäft der Beklagten räumlich am nächsten gelegene Wettbewerber sei. Die Klägerin meint, für die Schätzung des ihr zugefügten Schadens könne die Umsatzentwicklung der Beklagten einen wichtigen Anhaltspunkt geben. Sie hat deshalb mit der vorliegenden Klage beantragt:

1. die Beklagte zu verurteilen, ihr Auskunft über ihre in B■■■■, G■■■■-straße ■■■■, erzielten Umsätze in Kohle-, Gas- und Elektroherden, Kühlschränken, Waschautomaten, Waschmaschinen, Wäscheschleudern und sonstigen Haushaltsgeräten für die Zeit seit dem 21. April 1961 zu erteilen, und zwar aufgegliedert nach den einzelnen Monaten;
2. festzustellen, daß die Beklagte der Klägerin den entstandenen und noch entstehenden Schaden aus den Wettbewerbsverstößen, wie sie insbesondere Gegenstand der Verfahren vor dem erkennenden Gericht 9 HQ 23/61, 29/61, 30/61, 31/61, 34/61, 37/61, 39/61, 45/61, 46/61, 48/61, 54/61, 58/61, 62/61, 66/61, 73/61, 78/61, 83/61, 86/61, 118/61, 121/61 waren, zu ersetzen.

Die Beklagte hat Abweisung der Klage beantragt und gerügt, daß die Klägerin ihr Klagevorbringen mit der Bezugnahme auf die Akten der Eilverfahren, die von Dritten eingeleitet worden waren, nicht genügend substantiiert habe; sie sei vor allem nicht Urheberin aller in jenen Verfahren beanstandeten Handlungen gewesen; außerdem hätten sich einige dieser Fälle nur auf ihren Handel mit Rundfunk- und Fernsehgeräten bezogen; insoweit aber habe sie mit der Klägerin nicht in Wettbewerb gestanden. Außerdem sei der Klägerin kein Schaden entstanden, wie sich auch daraus ergebe, daß sie selbst mit Hinweisen auf ihre steigenden Umsätze geworben habe. Die Klägerin müsse bei dieser Sachlage schon

ihre eigenen Umsätze offenlegen, um einen Schaden darzutun; vorher habe sie keinesfalls einen Anspruch darauf, die Umsätze der Beklagten zu erfahren.

Das Landgericht hat unter Bezugnahme auf die im zweiten Klageantrag bezeichneten Akten der Klage stattgegeben.

Mit ihrer Berufung hat die Beklagte das Verfahren des Landgerichts gerügt und ihren Antrag auf Abweisung der Klage wiederholt. Die Klägerin hat im zweiten Rechtszuge den Inhalt der in Bezug genommenen Eilverfahren näher dargelegt. Das Berufungsgericht hat wegen des Feststellungsbegehrens das Urteil des Landgerichts aufgehoben und die Sache insoweit zur anderweiten Entscheidung, auch über die Kosten beider Rechtszüge, an das Landgericht zurückverwiesen. Hinsichtlich des Auskunftsanspruchs hat das Berufungsgericht unter entsprechender Abänderung des Urteils des Landgerichts die Klage abgewiesen. Mit der hiergegen erhobenen Revision beantragt die Klägerin,

ihrem auf Auskunft gerichteten Klageantrag stattzugeben, hilfsweise, das Berufungsurteil in diesem Umfange aufzuheben und den Rechtsstreit insoweit zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

Die Beklagte bittet um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

Das Berufungsgericht ist der Ansicht, das Landgerichtsurteil enthalte keine ausreichenden, auf ordnungsmäßiger verfahrensrechtlicher Grundlage getroffenen Feststellungen zum Entstehungstatbestand der geltend gemachten Schadensersatzpflicht der Beklagten. Auch bezeichne die Urteilsformel

die als Grundlage der Schadensersatzpflicht dienenden Wettbewerbsverstöße nicht konkret; da die Fälle der aufgezählten Eilverfahren darin außerdem nur "insbesondere" und somit als Beispielsfälle genannt seien, lasse das Urteil auch seine Tragweite offen. Ungeklärt sei ferner geblieben, in welchem Umfange die den Eilverfahren zugrunde liegenden Behauptungen von der Beklagten bestritten seien. Diese und andere erhebliche Verfahrensmängel nötigten zur Zurückverweisung nach § 539 ZPO, zumal die notwendige Substantiierung auch im Berufungsrechtszuge nur teilweise nachgeholt worden sei. Andererseits habe die Feststellungsklage nicht etwa schon jetzt als unbegründet abgewiesen werden können, denn die Möglichkeit, daß der Klägerin durch die behaupteten wettbewerbswidrigen Handlungen der Beklagten ein Schaden entstanden sei, könne bei dem gegenwärtigen Stande des Verfahrens nicht verneint werden; auch zu dieser Frage bedürfe es weiterer Feststellungen nach der Richtung, ob die Klägerin andernfalls ihren Umsatz noch mehr als geschehen hätte steigern können, und ob sich nicht auch Wettbewerbsverstöße anderer Bochumer Geschäftsleute auf ihren Umsatz nachteilig ausgewirkt haben können.

Den Auskunftsanspruch hält das Berufungsgericht dagegen in jedem Falle für unbegründet. Dazu führt es aus, die Umsatzentwicklung der Beklagten ergebe keine Anhaltspunkte dafür, ob und in welchem Maße diese Umsätze auf Kosten gerade der Klägerin gemacht worden seien; wie die Klägerin zutreffend selbst geltend mache, habe die Beklagte den großen Kundenstrom vornehmlich durch Zeitungswerbung in ihr abseits gelegenes Geschäftslokal gelockt; deshalb scheide die Möglichkeit aus, daß die auf diese Weise angelockte Kundschaft zu

einem erheblichen Teil aus der nächsten Umgebung der nahe beieinander gelegenen Geschäfte der Parteien stammten; die Kundschaft der Beklagten stamme vielmehr mindestens aus dem gesamten Stadtgebiet von B. und zu einem Teil auch noch aus Nachbarbezirken innerhalb des Ruhrgebiets. Bei dieser Sachlage sei schon nicht zu erkennen, welche Umsätze die Beklagte auf Kosten gerade der Klägerin erzielt habe, welchen Teil ihres Umsatzes die Beklagte auch bei lauterer Werbung ohnehin erzielt hätte, aber auch nicht, ob sie mit ihrer Werbung überhaupt solche Käuferkreise angesprochen habe, die sonst in einem Geschäft von der Art der Klägerin zu kaufen pflegen, und ob die angelockten Kunden andernfalls zu einem ähnlichen Kauf bereit gewesen wären; die von der Klägerin verlangte Auskunft sei auch nicht geeignet, den notwendigen Aufschluß über die Käuferschichten und über die Preisgestaltung und Beschaffenheit der Waren zu geben. Vor allem könnten aus den Umsätzen der Beklagten Rückschlüsse auf einen der Klägerin entstandenen Schaden auch deshalb nicht gezogen werden, weil diese nicht bereit sei, ihre eigenen gestiegenen Umsätze anzugeben. Schließlich sei noch zu berücksichtigen, daß neben der Klägerin eine in ihrer Zahl nicht zu übersehende Zahl weiterer Mitbewerber als geschädigt in Betracht kämen, die gleichfalls Schadensersatzansprüche erheben könnten, ohne daß den Feststellungen und Ergebnissen der verschiedenen möglichen Rechtsstreitigkeiten bindende Wirkung für die übrigen Beteiligten zukomme.

Die Revision macht zunächst geltend, die Klägerin habe mit ihrem Schriftsatz vom 20. Oktober 1962 und mit der Bezugnahme auf die im zweiten Rechtszuge bezeichneten Akten ihr Klagevorbringen in tatsächlicher Hinsicht genügend aufgliedert; danach seien eine anreißerische und marktschreierische

Werbung sowie Rabattverstöße der Beklagten dargetan und Schadensersatzansprüche aus §§ 1 und 3 UWG, aus dem Rabattgesetz und aus §§ 823, 826 BGB als gegeben anzusehen.

Die Abweisung des Auskunftsbegehrens, so meint die Revision weiter, bedeute praktisch, daß die Beklagte ungestört im Genuß der durch ihre Wettbewerbsverstöße auf Kosten ihrer Mitbewerber erlangten großen Vorteile bleiben könne; die Begründung des angefochtenen Urteils ermutige den Verletzer, seine gesetzwidrige Werbung möglichst über einen großen Bezirk hin und so intensiv zu gestalten, daß die Kosten der gegen ihn erwirkten gerichtlichen Verbote und Bestrafungen mehr als gedeckt seien. Unter Verletzung der §§ 139, 286, 287 ZPO entscheide das Berufungsgericht über Fragen, die erst bei der Schadensschätzung zu beantworten seien, und setze sich dabei zu Unrecht über die von der sachkundigen Kammer für Handelssachen getroffene Feststellung hinweg, wonach der der Klägerin entgangene Umsatz anhand der von der Beklagten erzielten Umsätze ermittelt werden könne; von diesem sei nämlich zunächst derjenige Umsatz abzuziehen, den Geschäfte derselben Branche in gleicher Geschäftslage im Ruhrgebiet erzielen; von diesem Differenzbetrag drücke derjenige Teil den Schaden der Klägerin aus, der dem Anteil der Klägerin am Umsatz von Haushaltswaren der fraglichen Art im Bochumer Raum entspreche. Die Auskunft über den Umsatz an einzelnen Waren sei der Beklagten auch möglich. Ob die Auskunft zum Ziele führe, könne erst die Zukunft zeigen.

Dem Berufungsgericht ist im Ergebnis beizutreten.

Der Auskunftsanspruch des Verletzten gegen den Verletzer ist im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes aus § 242 BGB hergeleitet worden. Ursprünglich hatte die Rechtsprechung des Reichsgerichts einen derartigen Anspruch nur bei Verletzung von Patent-, Gebrauchsmuster- oder Urheberrechten zugebilligt. Mit der Entscheidung RGZ 108, 1 ff dehnte sie ihn auf Warenzeichenverletzungen und schließlich seit der Entscheidung JW 1927, 1575 auch auf Wettbewerbsverstöße aus. Diese hinsichtlich des letzten Schrittes anfänglich bekämpfte Rechtsprechung ist inzwischen auch im Schrifttum allgemein anerkannt und vom Bundesgerichtshof fortgesetzt worden.

Indessen blieb auch nach der Ausdehnung des Auskunftsanspruchs auf Wettbewerbsverletzungen ein erheblicher Unterschied in der Ausgestaltung des Anspruchs im Vergleich zu den Fällen der Verletzung absoluter gewerblicher Schutzrechte bestehen; an dieser Unterscheidung, welche die Revision nicht hinreichend beachtet, ist festzuhalten, weil sie sachlich begründet ist und insbesondere auch auf Wesensverschiedenheiten der jeweils verletzten Schutzbereiche beruht. Der Inhaber eines gewerblichen Schutzrechts als einer ihm allein von der Rechtsordnung zugewiesenen Rechtsposition hat nach feststehender Rechtsprechung die Befugnis, bei Eingriffen in sein Recht Schadensersatz in Gestalt der Herausgabe des vom Verletzer erzielten Gewinns zu fordern, ohne den Entgang eines eigenen Gewinns nach § 252 BGB nachweisen zu müssen (vgl. zuletzt BGHZ 34, 320 - Vitasulfal - für Warenzeichenverletzungen). Hierin liegt der Grund dafür, daß die dem Inhaber eines derartigen Rechts zu erteilende Auskunft sich nicht darauf beschränkt, welche Verletzungshandlungen begangen sind, sich vielmehr auch auf den Umsatz

erstreckt, den der Verletzer unter Eingriff in das fremde Recht erreicht hat; denn dieser Umsatz ist wiederum die unmittelbare Grundlage für die Berechnung des Verletzergewinns. Bei Wettbewerbsverstößen liegt es dagegen im allgemeinen anders; der vom Verletzer erzielte Umsatz entspricht nicht ohne weiteres der Umsatzeinbuße auf seiten des verletzten Mitbewerbers und gibt im allgemeinen auch keinen zuverlässigen Maßstab für die Schätzung des Schadens des Verletzten ab; das gilt besonders, wenn zahlreiche Mitbewerber als Geschädigte in Betracht kommen und die Wettbewerbsverletzung keine unmittelbare, mit einem Eingriff in ein fremdes absolutes Recht vergleichbare Beziehung zu einem bestimmten Mitbewerber hat. Ein Anspruch auf Herausgabe des Verletzergewinns ist deshalb in der Rechtsprechung bei Wettbewerbsverstößen bisher grundsätzlich nicht gewährt worden. Allerdings hat schon der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs für einen Fall der unbefugten Verwertung anvertrauter Vorlagen (§ 18 UWG) anerkannt, daß in derartigen Fällen nach der Lebenserfahrung davon ausgegangen werden kann, daß dem Verletzten entsprechende Aufträge entgangen sind, und er hat dieses Ergebnis mit dem bei solcher Sachlage gegebenen Bedürfnis nach einer objektiven Schadensberechnung begründet (BGH GRUR 1960, 554, 556 - Handstrickverfahren; zustimmend Paumbach-Hefermehl, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, 9. Aufl. Einl. UWG Rdz. 253). Fälle dieser Art sind aber dadurch gekennzeichnet, daß bei ihnen eine dem Eingriff in den Bestand eines fremden Rechts ähnliche Lage gegeben ist; daran fehlt es im Streitfall auch dann, wenn man das Klagevorbringen zugrunde legt. Die Klägerin kann danach ihren Schaden nicht, wie sie es in Übereinstimmung mit dem Landgericht für richtig hält, in Gestalt einer ihrem Marktanteil im Bochumer Raum entsprechenden Quote des von

der Beklagten erzielten Gewinns berechnen.

Deshalb hat sich auch der Auskunftsanspruch der Klägerin nur auf das ihm auch in sonstigen Fällen von Wettbewerbsverstößen zugrunde liegende Ziel zu richten, im Rahmen des Zumutbaren und Erforderlichen geeignete Grundlagen für eine Schadensschätzung nach § 287 ZPO zu gewinnen, nicht aber, eine genaue Grundlage für die Schadensberechnung zu schaffen. Für die Schadensschätzung genügt es nun aber regelmäßig, wenn dem Verletzten Einblick in Art und Umfang der begangenen Wettbewerbsverstöße gewährt wird, die er von sich aus meistens nicht feststellen kann. So hat auch die höchstrichterliche Rechtsprechung - sowohl in den von der Revision angeführten ^{als auch in weiteren} Entscheidungen (RG JW 1927, 1575; MuW 1931, 276, 279; GRUR 1934, 192; MuW 1934, 465, 468; MuW 1939, 191, 195; GRUR 1940, 114, 116; BGH GRUR 1956, 276, 279 - DRP angemeldet; GRUR 1961, 288 - Zahnbürsten; GRUR 1962, 382 - Konstruktionsbüro) - bei Wettbewerbsverletzungen den Auskunftsanspruch bisher nur hinsichtlich des Umfanges der Verletzungshandlungen zugebilligt; das trifft auch für diejenigen Entscheidungen zu, in denen die Auskunftspflicht des Verletzers darauf erstreckt worden ist, dem Verletzten die Namen derjenigen Käufer mitzuteilen, denen gegenüber er die wettbewerbswidrige, insbesondere irreführende Behauptung aufgestellt hat, oder doch zumindest dazu, Aufschluß über die gelieferten Mengen und die erzielten Preise zu geben; denn auch insoweit handelte es sich noch um Auskunft über den auf andere Weise nicht feststellbaren Umfang der Verletzungshandlungen (vgl. z.B. RG GRUR 1939, 191, 195 - "Echt Kamelhaar"). Entgegen der Auffassung der Revision ist auch der Entscheidung BGH GRUR 1961, 288 ff nichts Gegenteiliges zu entnehmen; auch dort ist

vielmehr nur dem Begehren nach Auskunft darüber stattgegeben worden, wann, bei welcher Gelegenheit, in welchem Umfang und wem gegenüber die Verletzerin die beanstandete Werbebehauptung aufgestellt hatte; insoweit handelte es sich um Auskunft über Art und Umfang der Rechtsverletzungshandlung; dagegen ist der darüber hinausgehende Anspruch auf eine - wie im Streitfall - nach Monaten geordnete Auskunft über die Entwicklung des Umsatzes mit der Begründung abgewiesen worden, daß eine so weitgehende Auskunft bisher in der Rechtsprechung bei Wettbewerbsverletzungen noch nicht zugebilligt worden sei. In dem hier gegebenen Falle einer anreißerischen, marktschreierischen, jeder besonderen Beziehung zu einem bestimmten betroffenen Mitbewerber entbehrenden Werbung, sowie eines Rabattverstößes kann nichts anderes gelten; wie das Berufungsgericht feststellt, sind diese Verstöße im wesentlichen durch Zeitungswerbung erfolgt; wenn die Klägerin über deren Umfang im unklaren sein sollte, kommt ein Anspruch auf Auskunft über diesen Umfang, nicht aber der hier allein erhobene Anspruch auf Auskunft über den Umsatz der Beklagten in Betracht.

Der Revision ist zuzugeben, daß, da Art und Umfang der Auskunft im einzelnen nach den durch Treu und Glauben gebotenen Maßstäben abzugrenzen sind (BGH GRUR 1958, 346, 348 - Stickmuster), es dabei auch auf die Art und Schwere der Rechtsverletzung ankommen kann. Es ist deshalb nicht schlechthin auszuschließen, daß auch bei Wettbewerbsverstößen Fallgestaltungen denkbar sind, bei denen es dem Verletzer zuzumuten ist, Auskunft über den von ihm erzielten Umsatz zu geben; dabei kann die Frage der Zumutbarkeit der Auskunftserteilung über den Umsatz insbesondere dann anders

zu beurteilen sei, wenn zwischen den Streitteilen nicht ein so ausgesprochen enges und gespanntes Wettbewerbsverhältnis besteht, wie es in dem der Zahnbürsten-Entscheidung zugrunde liegenden Fall zutraf. Aber auch unter Berücksichtigung dieses Gesichtspunkts kann das Ergebnis der angefochtenen Entscheidung aus Rechtsgründen nicht beanstandet werden. Denn das ausschlaggebende Gewicht kommt der hier zu verneinenden Frage zu, ob Art und Umfang der geforderten Auskunft in einem angemessenen und sinnvollen Verhältnis zu dem Wert stehen, den sie für die Schätzung des geltend gemachten Schadens haben. Die Klägerin vermag den besonderen Wert der Auskunft über den Umsatz der Beklagten nur damit zu begründen, daß sie ihren Schaden - wie bereits erörtert - in Gestalt einer anteiligen Quote des übernormalen Umsatzes der Beklagten errechnen könne; das aber ist bei der gegebenen Art von Wettbewerbsverletzungen aus Rechtsgründen nicht angängig. Danach bleibt nur noch zu fragen, ob die Umsatzentwicklung bei der Beklagten in sonstiger Weise einen Anhaltspunkt dafür geben kann, welcher Schaden der Klägerin unter Berücksichtigung aller Umstände des Falles entstanden ist. Diese Frage aber unterliegt, wie in der Rechtsprechung gleichfalls bereits ausgesprochen worden ist, weitgehend dem Ermessen des Tatrichters (RG MuW 1939, 191, 195). Diesem Ermessen sind zwar Grenzen gesetzt; so darf die Auskunft nicht dazu dienen, daß der Verpflichtete ohne ein begründetes Bedürfnis des Berechtigten gezwungen wird, diesem Einblick in seine geschäftlichen Verhältnisse zu gewähren (RG MuW 1936, 251), und die Auskunft darf umgekehrt nicht versagt werden, wo sie dem Verpflichteten zuzumuten und für die Ermittlung des Schadens voraussichtlich von Nutzen ist. Diese Grenzen hat das Berufungsgericht aber mindestens im Ergebnis beachtet. So hat es eingehend geprüft, welche Bedeutung der

Einblick in die Umsatzentwicklung bei der Beklagten für die Berechnung des von der Klägerin geltend gemachten Schadens haben kann. Ohne Rechtsirrtum hat es dabei erhebliche Bedenken dagegen geäußert, daß die Umsatzentwicklung der Beklagten Rückschlüsse auf eine entsprechende Umsatzeinbuße der Klägerin zulasse. Die räumliche Nähe des Geschäftslokals der Klägerin, die unter anderen Umständen die Annahme einer unmittelbaren Beziehung zwischen den Umsatzentwicklungen beider Parteien vielleicht nahelegen könnte, scheidet nach der aus Rechtsgründen nicht zu beanstandenden Auffassung des Berufungsgerichts hier aus, weil die Verletzungshandlungen der Beklagten im wesentlichen in Zeitungswerbungen bestanden haben und nichts mit einem Abziehen der räumlich orientierten Kundschaft zu tun haben. Es kommt hinzu, daß die Beklagte ihr Geschäft erst kurz vor den behaupteten Verletzungshandlungen eröffnet hatte und daher aus einer steigenden Umsatzentwicklung weniger als unter anderen Umständen auf ihre Verursachung durch die beanstandeten Werbemaßnahmen geschlossen werden könnte. Schließlich liegt ein Rechtsfehler auch nicht darin, daß das Berufungsgericht die unübersehbare Zahl von Mitbewerbern in Betracht gezogen und sich aus all diesen Gründen gegen die abstrakte Methode der Schadensschätzung gewandt hat, die dem Landgericht und der Klägerin vorschwebt. Könnte, wie das Berufungsgericht aus im wesentlichen auf tatsächlichem Gebiet liegenden Erwägungen hier annimmt (BU 15), aus der Umsatzentwicklung der Beklagten kein irgendwie brauchbarer Schluß auf eine Einbuße gerade der Klägerin gezogen werden, so liegt nach alledem kein Rechtsfehler darin, daß es die Beklagte von der Auskunft über die Entwicklung ihres Umsatzes in den von der Klägerin geführten Warenarten freistellt. Es ist vielmehr der Klägerin zuzumuten, ihren Schaden konkret nachzuweisen und dazu darzulegen, daß ihr Umsatz und Gewinn hinter dem nach den getroffenen Anstalten zu erwartenden Umfang

20

(§ 252 BGB) zurückgeblieben sind, gegebenenfalls auch, daß sie die schädlichen Auswirkungen der behaupteten Wettbewerbsverletzungen nur durch erhöhte Werbung habe ausgleichen können, oder künftig weiterhin wettmachen müsse (§ 249 BGB; vgl. BGH GRUR 1954, 457 - Irus/Urus; I ZR 1/58 vom 2. Oktober 1959 - Lungenautomatik). Werden diese Gesichtspunkte beachtet, so kann entgegen der Auffassung der Revision auch keine Rede davon sein, daß die Versagung eines Anspruchs auf Auskunft über den vom Verletzer erzielten Umsatz diesem die Früchte der unlauteren Werbung sichere.

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

Krüger-Wieland Pehle Sprenkmann Mösl Alff