

Ib ZR 28/62

Verkündet
am 9. Oktober 1963
[REDACTED], Just. Angest.
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

2109 035

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

In dem Rechtsstreit

des Kaufmanns Heinz Josef K [REDACTED] in
A [REDACTED], B [REDACTED] Straße,

Beklagten und Revisionsklägers
- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

den Verein gegen U [REDACTED] e.V.,
gesetzlich vertreten durch seinen Vorstand in Kö [REDACTED],
Bl [REDACTED] Straße [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagten
- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Prof. Dr. [REDACTED]
und Dr. [REDACTED] -

hat der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 9. Oktober 1963 unter
Mitwirkung der Bundesrichter Dr. Krüger-Nieland,
Jungbluth, Pehle, Dr. Sprenkman und Dr. Mösl

für Recht erkannt:

Die Revision des Beklagten gegen das Urteil
des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in
Köln vom 8. Dezember 1961 wird auf Kosten
des Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Am 8. Dezember 1960 brachte das Westdeutsche Fernsehen im Rahmen der regionalen Sendung "Hier und Heute" einen Bericht über den sogenannten "Grauen Markt". In dieser Sendung wurde der Beklagte im Gespräch mit dem Berichtserstatter des Fernsehens im Bilde gezeigt, mit seinem Familiennamen "K[REDACTED]" angesprochen und als "Großhändler, Einzelhändler und Versandhändler in einer Person" bezeichnet; auch wurden Bilder von Elektro-, Radio- und Möbelgeschäften wiedergegeben.

Der Kläger, ein Verband zur Förderung gewerblicher Interessen auf dem Gebiete des Wettbewerbs, hat vorgebracht, der Beklagte habe während des Fernsehgesprächs sein Unternehmen in unlauterer Weise mit anderen Einzelhandelsunternehmen verglichen. Von den beiden Äußerungen, die der Kläger dem Beklagten zur Last legt, ist in der Revisionsinstanz noch die Behauptung im Streit, "Armbanduhren, die er, der Beklagte, für 28,-- DM an Endverbraucher veräußere, seien im Einzelhandel nicht unter 50,-- DM zu kaufen."

Der Kläger hat beantragt, dem Beklagten unter Strafandrohung zu untersagen, zu Zwecken des Wettbewerbs diese Behauptung aufzustellen.

Der Beklagte hat um Abweisung der Klage gebeten. Er hat die Auffassung vertreten, bei dem Gespräch mit dem Fernsehreporter habe er keine Wettbewerbszwecke verfolgt, sondern lediglich im Rahmen eines wirtschaftspolitischen Berichts seine freie Meinung ge-

- 3 -

äußert, die einer antidirigistischen, Preisbindung, Listenpreise und Rabatthartelle ablehnenden Wirtschaftsauffassung entspreche. Die beanstandete Bemerkung sei überdies unrichtig wiedergegeben und aus dem Zusammenhang gerissen. Ein Werbevergleich könne darin auch deshalb nicht erblickt werden, weil sie sich nicht gegen erkennbare Wettbewerber gerichtet habe, sondern nur ein grundsätzliches Problem durch ein Beispiel habe erläutern sollen. Angesichts der Einmaligkeit der Fernsehendung fehle es schließlich an der Wiederholungsgefahr.

Das Landgericht hat sich die Bandaufnahme der Fernsehreportage vorspielen lassen und alsdann die Klage abgewiesen. Es hat dargelegt, die Äußerung des Beklagten über die Armbanduhren rufe zwar bei Loslösung aus dem Zusammenhang in ihrer Alleinstellung den Eindruck eines gezielten Preisvergleichs hervor; im Rahmen der Fernsehendung habe sie jedoch nur als mehr beiläufig gebrachtes Beispiel für die allgemeine Erfahrungstatsache gedient, daß der Käufer häufig aus dem niedrigen Preis auf eine geringe Qualität schließe; außerdem sei in der Fernsehendung das Unternehmen des Beklagten nach Firma, Ort und Lage nicht erkennbar hervorgetreten; daher liege der beanstandeten Äußerung kein Wettbewerbszweck zugrunde. Im übrigen fehle es an der Wiederholungsgefahr; es sei nämlich nicht dargetan, daß der Beklagte auch bei anderen Gelegenheiten als bei Fernsehreportagen Äußerungen der vorliegenden Art verbreiten werde; eine Mitwirkung des Beklagten bei weiteren Reportagen aber sei nicht zu besorgen.



Auf die Berufung des Klägers hat das Oberlandesgericht den Beklagten wegen der hier streitigen Äußerung zur Unterlassung verurteilt.

Mit der Revision verfolgt der Beklagte seinen Antrag auf Abweisung der Klage weiter.

Der Kläger bittet um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

- I. 1. Das Berufungsgericht hat entgegen der Auffassung des Landgerichts angenommen, daß der Beklagte die beanstandete Behauptung über die Uhrenpreise zu Zwecken des Wettbewerbs, nämlich zur Förderung seines eigenen Unternehmens aufgestellt habe. Den Wortlaut der Äußerung und den Zusammenhang, in dem sie gefallen ist, hat es dabei aufgrund der vom Beklagten zu den Akten MRA 57/93 des Amtsgerichts Aachen überreichten Niederschrift des Gesprächstextes in der tatsächlich gesendeten Form wie folgt festgestellt:

Reporter: Ich glaube, Herr K[REDACTED], wer Ohren hat zu hören, kann sich daraus einen regelrechten Vers machen. Andererseits gibt es aber noch ein weiteres Problem, diesmal liegt es beim Käufer. Auf ein Wort gebracht: Was nichts kostet, ist auch nichts!

Beklagter: Da kann ich Ihnen gerade ein gutes Beispiel anführen. Ich verkaufe z.B. Herrenarmbanduhren und Damenarmbanduhren und die kosten 28,-- DM. Die gleiche Uhr kaufen Sie im Fachgeschäft für 50 - 60,-- DM. Meine Kalkulation stimmt und trotzdem gebe ich anstelle von sechs Monaten Garantie zwölf Monate Garantie.

Der Fernsehteilnehmer, so hat das Berufungsgericht ausgeführt, habe die hier wiedergegebene Bemerkung des Beklagten schlechterdings nicht anders auffassen können, als daß der Beklagte habe herausstreichen wollen, wie günstig und preiswürdig man in seinem Geschäft kaufen könne, nämlich nahezu zur Hälfte des Preises des Fachgeschäfts. Der Beklagte müsse sich dabei enthalten lassen, daß seine Antwort durch die gestellte Frage nicht gedeckt gewesen sei, wodurch der Eindruck eigener Werbung verstärkt werde, und daß für ihn nicht der geringste Anlaß bestanden habe, auf die ganz allgemein gehaltene Frage, die übrigens mit den nach seiner Behauptung von ihm verfochtenen wirtschaftspolitischen Zielen nichts zu tun gehabt habe, in dieser Weise zu erwidern.

- a) Die Revision rügt unter Bezugnahme auf §§ 286, 371 ZPO, das Berufungsgericht habe den Vortrag des Beklagten übergangen, daß die in den Handelsregisterakten enthaltene, von der endgültigen Sendung gefertigte Niederschrift einen gekürzten Gesprächstext wiedergebe, der in dieser Fassung niemals gesprochen worden und in

dem die dem Beklagten zur Last gelegte Äußerung aus dem Zusammenhang gerissen sei. Dieser Vortrag, so macht sie geltend, hätte dem Berufungsgericht Veranlassung geben müssen, sich entsprechend dem Antrag des Beklagten ebenso wie das Landgericht die Bandaufnahme der Reportage in ihrer Gesamtheit nochmals vorspielen zu lassen, zumal das Landgericht gerade daraufhin zu einer der des Berufungsgerichts entgegengesetzten Beurteilung der beanstandeten Äußerung gelangt sei.

aa) Diese Rüge geht schon deshalb fehl, weil der Beklagte nichts darüber vorgetragen hat, in welchem Zusammenhang die Äußerung tatsächlich gefallen sein soll und inwiefern sie in diesem Zusammenhang nicht als werbender Hinweis auf die vorteilhafte Preisgestaltung im eigenen Unternehmen des Beklagten zu verstehen gewesen wäre. Bei einer unmittelbaren Gegenüberstellung des eigenen Einzelhandelspreises für ein bestimmtes Erzeugnis und der Preise der Wettbewerber, wie sie nach dem insoweit auch vom Beklagten nicht in Abrede gestellten Wortlaut der Äußerung hier vorliegt, tritt der Wettbewerbszweck so zwingend in den Vordergrund, daß die Äußerung ihren Charakter als Wettbewerbs-handlung nur unter außergewöhnlichen Umständen hätte einbüßen können, deren Vorliegen in diesem Falle der Beklagte hätte dartun müssen. Solche Umstände sind hier nicht ersichtlich.

bb) Abgesehen hiervon hätte das wiederholte Abspielen des Bandes zu keinen Feststellungen führen können, die von denen des Berufungsgerichts abgewichen wären.

Auch das abzuspielende Band gab die Reportage in der tatsächlich gesendeten, nach der Behauptung des Beklagten gekürzten, nicht aber in der ursprünglich aufgenommenen Gestalt wieder. In der tatsächlich gesendeten Gestalt aber stimmte der Inhalt des Interviews mit der vom Berufungsgericht zugrunde gelegten Niederschrift in den Registerakten überein. Dementsprechend ist der Gesprächsinhalt, den das Landgericht aufgrund der vom Berufungsgericht - nach Meinung der Revision unter Verfahrensverstoß - nicht wiederholten Beweisaufnahme sinngemäß festgestellt hat, auch dem Zusammenhang nach kein anderer als der, der sich aus jener Niederschrift über die endgültige Sendung ergibt. Die abweichende Beurteilung der Frage des Wettbewerbszweckes durch die beiden Vorinstanzen hat ihre Ursache entgegen der Meinung der Revision nicht in widersprechenden Feststellungen über den Wortlaut und den Inhalt der Sendung, sondern in einer gegensätzlichen rechtlichen Würdigung. Das Berufungsgericht hat deshalb keine Verfahrensregel verletzt, wenn es zur Feststellung des Sachverhalts das nochmalige Abspielen des Bandes für entbehrlich gehalten hat.

Bei dieser Sachlage kommt es nicht darauf an, ob darüber hinaus - wie der Kläger in der Revisionserwiderung geltend macht - die Erklärung des Beklagten in der mündlichen Verhandlung vor dem Berufungsgericht, daß der Text in den Handelsregisterakten dem entspreche, was er gesagt habe und was gesendet worden sei, auch hinsichtlich des Zusammenhangs des aufgenommenen Gesprächs ein gerichtliches Geständnis enthielt, das gemäß § 288 ZPO gleichfalls eine nochmalige Beweiserhebung erübrigt hätte. Das Berufungsgericht hat die

Erklärung anscheinend nicht als Geständnis gewertet und sich deshalb unmittelbar auf die Niederschrift in den Handelsregisterakten gestützt. Da auch dieses Verfahren einwandfrei war, kann die verfahrensrechtliche Bedeutung der erwähnten Erklärung des Beklagten auf sich beruhen.

- b) Der Charakter der beanstandeten Äußerung als Wettbewerbshandlung wäre allerdings in Frage gestellt, wenn Person und Unternehmen des Beklagten in der Fernschendung anonym geblieben wären. Indessen hat das Berufungsgericht, auch insofern abweichend vom Landgericht, festgestellt, der Beklagte und sein Unternehmen seien für einen zumindest nicht unbeachtlichen Teil der Verbraucherschaft erkennbar gewesen. Wie in dem angefochtenen Urteil dargelegt wird, ist in der Reportage der Beklagte als "Herr K. [REDACTED]" angesprochen und hervorgehoben worden, daß er als Großhändler, Einzelhändler und Versandhändler tätig sei. Aus den Handelsregisterakten hat das Berufungsgericht ferner entnommen, daß der Beklagte für sein Unternehmen sowohl in der Stadt Aachen als auch in deren Umgebung, insbesondere im Umkreis von Alsdorf, Eschweiler, Geilenkirchen und Düren eine umfangreiche Werbung betrieben, insbesondere seine Preislisten laufend in Hunderttausenden von Exemplaren versandt und daß er mit Artikeln des täglichen Bedarfs im Jahre 1959 einen Umsatz von 3 Millionen, im Jahre 1960 einen solchen von 3,5 Millionen DM erzielt habe.

Diesen tatsächlichen Feststellungen tritt die Revision im einzelnen nicht entgegen. Sie rügt jedoch,

bei der Beweiswürdigung habe das Berufungsgericht nicht berücksichtigt, daß der Name "K[REDACTED]", wie der Beklagte vorgetragen habe, in Aachen sehr weit verbreitet sei, daß dort beispielsweise mehr als 30 Träger dieses Namens, darunter nach der eigenen Angabe des erstinstanzlichen Prozeßbevollmächtigten des Klägers zahlreiche Kaufleute, Großhändler und dergl., im Fernsprechbuch verzeichnet ständen, und daß auch das Kölner Fernsprechbuch 21 Personen mit dem Namen K[REDACTED] aufführe. Angesichts dieser Umstände, so meint die Revision, widerspreche es der Lebenserfahrung, wenn das Berufungsgericht aus den von ihm festgestellten Tatsachen den Schluß ziehe, ein nicht unbeachtlicher Teil der Verbraucher habe aus der Sendung den Beklagten und sein Unternehmen erkannt.

Dieser Meinung kann nicht beigetreten werden. Das Berufungsgericht hat den Vortrag des Beklagten über die Verbreitung des Namens "K[REDACTED]" in dem in Betracht kommenden Gebiet zwar nicht ausdrücklich erörtert; es hat die behauptete Verbreitung aber ersichtlich nicht als so bedeutend angesehen, daß deshalb ein Unternehmen, welches wie das des Beklagten durch seine Vielgestaltigkeit, seine Umsatzgröße und seinen Werbeaufwand besonders hervortritt, nicht schon durch die Nennung des Namens seines Inhabers und durch die Bekanntgabe seiner verschiedenen Funktionen für die Fernsehteilnehmer in dem betreffenden Wirtschaftsraum hinreichend gekennzeichnet werden könne. Diese auf tatsächlichem Gebiet liegende Erwägung, der namentlich kein allgemeiner Erfahrungssatz entgegensteht, kann aus Rechtsgründen nicht beanstandet werden.

2. Aufgrund seiner hiernach verfahrensrechtlich einwandfreien Feststellungen hat das Berufungsgericht den Wettbewerbszweck der Äußerung des Beklagten in rechtlicher Hinsicht ohne entscheidungserheblichen Rechtsfehler bejaht. Es hat in Übereinstimmung mit der ständigen Rechtsprechung und dem Schrifttum geprüft, ob die Äußerung objektiv so, wie der Fernsehteilnehmer sie auffassen mußte, geeignet war, den Wettbewerb des Beklagten zu fördern, und ob ihr subjektiv vom Beklagten her eine auf diese Förderung gerichtete Absicht zugrunde lag, wobei es zutreffend hervorgehoben hat, daß die dahingehende Absicht nicht den einzigen Beweggrund für die Äußerung zu bilden brauchte, wenn sie nur hinter anderen Beweggründen nicht völlig zurücktrat (BGH GRUR 1953, 293, 294 - Fleischbezug; GRUR 1960, 384, 386 - Mampe Halb und Halb m.w.Nachw.).

Die Anwendung dieser Grundsätze durch das Berufungsgericht könnte allerdings insofern rechtlichen Bedenken begegnen, als in dem angefochtenen Urteil an die Feststellung, daß die Bemerkung des Beklagten von der Zuhörerschaft als eine sein Unternehmen herausstellende Werbeäußerung aufgefaßt werden mußte, sogleich die Folgerung geknüpft wird, daher sei die Bemerkung als in Wettbewerbsabsicht geschehen zu werten. Die Wirkung auf die Fernsehteilnehmer gestattete unmittelbar nur einen Schluß auf die Eignung der Äußerung, den Wettbewerb des Beklagten zu fördern, nicht dagegen auf die Wettbewerbsabsicht des Beklagten, die nur bejaht werden konnte, wenn die Förderung des Wettbewerbs für den Beklagten über das bloße Bewußtsein jener Eignung hinaus einen, wenn auch nicht notwendig den einzigen Beweggrund für die beanstandete

Äußerung bildete (BGH GRUR aaO). Die Begründung des angefochtenen Urteils ergibt jedoch in ihrem Zusammenhalt, daß das Berufungsgericht aus den beiden von ihm als entscheidend angesehenen Umständen, nämlich einmal aus dem eindeutigen Wortlaut der Äußerung und zum anderen daraus, daß das von dem Reporter angeschnittene Thema die vom Beklagten gebrachte Gegenüberstellung der eigenen Preise mit den angeblich wesentlich ungünstigeren Preisen der Wettbewerber nicht erforderlich gemacht hätte, sowohl die Eignung der Äußerung zur Förderung des Wettbewerbs als auch die Wettbewerbsabsicht des Beklagten hat folgern wollen. Diese Beurteilung hält sich im Rahmen der dem Berufungsgericht vorbehaltenen tatrichterlichen Würdigung und läßt keinen Rechtsirrtum erkennen.

Abgesehen hiervon würde der Wettbewerbszweck aber in objektiver wie in subjektiver Beziehung auch dann nicht verneint werden können, wenn mit der Äußerung des Beklagten, wie das Landgericht angenommen hatte, nur ein Beispiel für das zuvor von dem Reporter zur Erörterung gestellte Vorurteil vieler Käufer gegeben worden wäre, daß ein niedriger Preis als Anzeichen für geringwertige Qualität zu betrachten sei und gute Ware mithin teuer sein müsse. Als Beispiel für dieses Vorurteil würde die Äußerung nämlich für einen zumindest nicht unerheblichen Teil des Verkehrs besagen, daß der mit dem Beklagten im Wettbewerb stehende Fachhandel das Vorurteil zu seinen Gunsten ausnutze, indem er den Verkaufspreis von Armbanduhren, den der Beklagte ordnungsmäßig mit 28,-- DM kalkuliere, in unangemessener Weise auf 50,-- DM heraufsetze, um eine bei dem Pub-

likum vorhandene, sachlich unbegründete Qualitätsvorstellung anzusprechen, während der Beklagte den angemessenen Preis verlange. Wäre die Äußerung entsprechend dem vom Landgericht zugrunde gelegten Zusammenhang in diesem Sinne gemeint gewesen und verstanden worden, so träte ihr Wettbewerbszweck noch viel eindringlicher in Erscheinung, als dies der Fall ist, wenn man annimmt, sie sei mit dem vorausgegangenen Hinweis des Reporters nicht in Einklang zu bringen; denn es läge dann nicht nur ein bloßer Preisvergleich vor, bei dem das Angebot des Beklagten gegenüber dem der Fachgeschäfte als preisgünstiger hingestellt wird, sondern die Wettbewerber des Beklagten würden weiterhin noch durch die Behauptung herabgesetzt, der Grund für ihren höheren Preis sei lediglich in dem Streben nach gewinnbringender Ausnutzung eines törichtem Vorurteils der Käuferkreise, also in einem Motiv zu sehen, das den Fernsteilnehmern verwerflich hätte erscheinen müssen. Daß ein solcher Angriff gegen die Preisgestaltung der Wettbewerber eine gezielte und mithin auch beabsichtigte Wettbewerbsbehandlung darstellen würde, kann keinem Zweifel unterliegen.

3. Das Berufungsgericht hat nicht ausdrücklich dargelegt, daß die Wettbewerbsbehandlung des Beklagten im geschäftlichen Verkehr vorgenommen worden sei. Jedoch folgt dies ohne weiteres aus den Feststellungen, die zur Bejahung des Wettbewerbszwecks geführt haben. Eine Tätigkeit fällt in den Bereich des geschäftlichen Verkehrs, wenn sie nur irgendwie der Förderung eines Geschäftszwecks dient und sich nicht als rein private oder amtliche Betätigung darstellt (BGH GRUR aaO).

Schon eine im übrigen private Unterhaltung erhält daher eine geschäftliche Wendung, wenn der Sprecher sie dazu benutzt, geschäftliche Interessen, insbesondere seinen eigenen Wettbewerb zu fördern. Erst recht ist dies der Fall, wenn es sich um eine Äußerung im Rahmen eines Rundfunk- oder Fernsehinterviews handelt, die schon wegen ihrer weiten Verbreitung keinen privaten Charakter trägt und, sofern damit - sei es auch neben anderen Zwecken - ein geschäftliches Ziel verfolgt wird, in ihrer Wirkung einer öffentlichen Werbung zumindest sehr nahekommt.

- II. Die weitere Auffassung des Berufungsgerichts, daß ein wie hier zu Wettbewerbszwecken vorgenommener Vergleich des eigenen Preises mit den Preisen der Wettbewerber gegen die Grundsätze des lauterer Wettbewerbs verstoße, wird von der Revision nur insoweit angegriffen, als sie meint, da der vom Beklagten gebrauchte Ausdruck "Fachgeschäft" viel zu allgemein sei, habe der Vergleich sich nicht erkennbar auf einen oder mehrere bestimmte Wettbewerber bezogen. Dieser Angriff geht fehl. Es entspricht der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, daß eine vergleichende Werbung auch dann unzulässig sein kann, wenn die Mitbewerber, deren Ware oder Leistung der Werbende mit der eigenen Ware oder Leistung zur Förderung seiner Geschäftszwecke in Vergleich setzt, nicht mit Namen genannt werden (BGH GRUR 1952, 582, 584 - Sprechstunden). Zwar müssen die Mitbewerber von den angesprochenen Verkehrskreisen eindeutig erkannt werden können. Wenn es sich um mehrere Unternehmen handelt, darf ihre Zahl also nicht geradezu unüber-

sehbar sein. Das Berufungsgericht hat es jedoch offenbar als selbstverständlich erachtet, daß die Uhrenfachgeschäfte in dem für den Wettbewerb des Beklagten in Betracht kommenden und von der Fernsehsendung erfaßten Gebiet, wie es im Berufungsurteil umgrenzt worden ist, namentlich im Stadtbezirk von Aachen für den Verbraucher hinreichend zu überschauen sind und daß daher für einen nicht unbeachtlichen Teil der Fernsehteilnehmer mit genügender Deutlichkeit erkennbar war, welche Wettbewerber der Beklagte bei seinem Preisvergleich im Auge hatte. Diese Erwägung war durch den festgestellten Sachverhalt so nahegelegt, daß sie in den Urteilsgründen nicht ausdrücklich ausgesprochen zu werden brauchte. Sie ist rechtlich bedenkenfrei.

Im übrigen gibt der vorliegende Fall dem erkennenden Senat keinen Anlaß, von den Grundsätzen, welche die Rechtsprechung des Reichsgerichts und des Bundesgerichtshofs zur Frage der sog. kritisierenden vergleichenden Werbung entwickelt hat, abzugehen. In dieser Richtung hat die Revision zudem keine Rügen erhoben. Es ist danach grundsätzlich als wettbewerbsfremd anzusehen, wenn der Werbende den Vorteil des eigenen Angebots dadurch hervorzuheben sucht, daß er die Angebote seiner Wettbewerber nach Warenbeschaffenheit oder Preis als geringwertiger oder unvorteilhafter hinstellt. Besondere Umstände, die den Preisvergleich ausnahmsweise hätten rechtfertigen können, sind vom Beklagten nicht vorgetragen und vom Berufungsgericht auch nicht festgestellt worden. Ein solcher Umstand kann insbesondere nicht darin erblickt werden, daß die Äußerung des Beklagten im Rahmen einer Fernsch-

sendung gefallen ist, die ein wirtschaftspolitisches Thema behandelte. Auch in diesem Zusammenhang ist der Auffassung des Berufungsgerichts beizutreten, daß weder jenes Thema im allgemeinen noch der besondere Hinweis des Reporters, an den die Äußerung des Beklagten anknüpfte, einen Anlaß zu dem beanstandeten Preisvergleich bot. Zumal zu der Verbrauchermeinung, daß das, was nichts koste, auch nichts sei, hätte der Beklagte ohne Schwierigkeiten auf neutralere Weise Stellung nehmen können als dadurch, daß er seinen eigenen angeblich vorteilhaften Preis dem angeblich überhöhten Preis der Mitbewerber gegenüberstellte. Die mithin unnötige Kritik an der Preisgestaltung der Mitbewerber verstieß gegen die Grundsätze des lautereren Wettbewerbs (BGH GRUR 1962, 45, 48 - Betonzusatzmittel). In der gewählten Form würde die Gegenüberstellung der Preise außerdem selbst von demjenigen im Fachschrifttum vertretenen Standpunkt aus nicht gebilligt werden können, nach welchem eine wahrheitsgemäße vergleichende Werbung unter gewissen Voraussetzungen auch dann zulässig sein soll, wenn dafür keine Notwendigkeit vorliegt; denn auch von diesem Standpunkt aus würde zumindest gefordert werden müssen, daß der Vergleich sich auf ein genau bezeichnetes, in seiner Identität für das Publikum aus der Menge gleichartiger Angebote sofort erkennbares Erzeugnis bezieht, bei dem der Kaufinteressent sich von der Richtigkeit der aufgestellten Werbebehauptung anhand der Ware selbst jederzeit überzeugen kann. Der allgemeine und sachlich nicht nachprüfbare Hinweis auf "Herren- und Damenarmbanduhren" schlechthin, wie er dem Preisvergleich des Beklagten zugrunde liegt, würde diesen Anforderungen nicht gerecht werden. Die Äußerung des Beklagten stellt daher

unlauteren Wettbewerb dar, den der Beklagte nach § 1 UWG unterlassen muß.

III. Zur Frage der für den Unterlassungsanspruch erforderlichen Wiederholungsgefahr hat das Berufungsgericht ausgeführt, zwar könne davon ausgegangen werden, daß der Beklagte in Zukunft kein zweites Fernsehgespräch über dasselbe Thema führen werde; nach der Lebenserfahrung werde aber jemand eine Behauptung, die er in einem Fernsehinterview aufgestellt habe, erst recht im sonstigen Geschäftsleben verfechten. Es kann auf sich beruhen, ob diese Überlegung, der die Revision nicht entgegengetreten ist, in der gewählten allgemeinen Form zutrifft. Sie ist rechtlich jedenfalls dann nicht angreifbar, wenn es sich bei der zu beurteilenden Äußerung, wie hier, um eine Werbebehauptung handelt, die sich aus dem Gegenstand und dem Verlauf des Fernsehgesprächs keineswegs mit Notwendigkeit ergab, die der Sprecher vielmehr ohne einen berechtigten Anlaß in einer durch den Zweck der Reportage nicht gedeckten Wettbewerbsabsicht mehr oder weniger willkürlich in das auf Band aufgenommene Gespräch einfließen ließ. Zumindest in einem solchen Falle kann aus Rechtsgründen die Auffassung des Berufungsgerichts nicht beanstandet werden, es sei zu erwarten, daß der Werbende sich der Äußerung, die er nicht einmal unter den dargelegten außergewöhnlichen Umständen zu unterdrücken vermochte, erst recht bei den sich ihm im Geschäftsleben bietenden näherliegenden Anlässen, beispielsweise bei Werbegesprächen bedienen werde. Damit ist auch die Wiederholungsgefahr in ausreichender Weise begründet.

IV. Nach dem Vorhergehenden hat das Berufungsgericht den Beklagten mit Recht zur Unterlassung der Äußerung verurteilt. Die Revision des Beklagten mußte deshalb zurückgewiesen werden.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

Krüger-Nieland Jungbluth Pehle Sprengmann Mösl