

ju

2222 019

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

Ib ZR 78/63

URTEIL

Verkündet am

4. November 1964

Zug
Justizangestellter
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

des Verlegers Heinz H [REDACTED], Ha [REDACTED]-O [REDACTED],
B [REDACTED] Straße [REDACTED],

Klägers und Revisionsklägers,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

den Kraftfahrzeugunternehmer Otto R [REDACTED], V [REDACTED] (O [REDACTED]),
Bü [REDACTED] Weg [REDACTED],

Beklagten und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -.

Der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 4. November 1964 unter Mitwirkung der Bundesrichter Jungbluth, Pehle, Dr. Sprengmann, Dr. Mösl und Alff

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in Oldenburg (Oldbg.) vom 18. Juni 1963 wird auf Kosten des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Der Kläger verlegt in seinem Verlag zusammen mit der Deutschen Postreklame GmbH eine Reihe örtlicher Fernsprechbücher der bekannten Art, darunter auch das örtliche Fernsprechbuch für V[REDACTED]. Diese Fernsprechbücher tragen auf dem mit Lack verstärkten Außendeckel vorn und hinten sowie auf dem inneren Deckel und teilweise auch auf den Innenblättern Werbeanzeigen, von denen die auf dem oberen Außendeckel befindlichen am teuersten sind. Das Aufkommen aus den Inseraten trägt zur Finanzierung der Fernsprechbücher bei, welche die Fernsprechteilnehmer ohne besondere Kosten erhalten.

Der Beklagte ist Kraftfahrzeugunternehmer.

Das Fernsprechbuch V[REDACTED] - Ausgabe Februar 1962 - enthält Anzeigen von Fuhrunternehmen und Autovermietungen neben Anzeigen anderer Betriebe auf beiden Seiten des vorderen Außendeckels, auf dem hinteren Außendeckel sowie auf einigen Innenseiten. Ein Inserat des Beklagten mit der Werbung "Funk-Taxe" befindet sich auf der inneren Seite des vorderen Außendeckels. Eine Firma Auto-R[REDACTED] hat auf der Oberseite des vor-

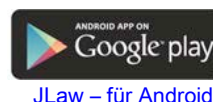
deren Außendeckels und auf einer Innenseite, eine Firma W [REDACTED] auf einer Innenseite für Autovermietung geworben. Das Fernsprechbuch für 1963/1964 enthält auf dem Außendeckel das Inserat der Firma Auto-R [REDACTED] nicht mehr.

Der Beklagte hat sich 100 zu diesem Fernsprechbuch passende Klemm-Mappen aus steifer dunkler Pappe liefern lassen. Diese tragen auf der oberen Außenseite in Goldschrift den Aufdruck "Fernsprechbuch" und darunter eine Werbung des Beklagten, in der die Worte "Funk-Auto-Ruf" besonders hervorgehoben sind. Von diesen Mappen hat der Beklagte 98 Stück als Werbegeschenk an Kunden, Gaststätten, Hotels und öffentliche Gebäude, darunter Krankenhäuser, in V [REDACTED] und Umgebung abgegeben; zwei Exemplare hat er für sich behalten.

Der Kläger ist der Ansicht, daß ihm und den von der Werbung des Beklagten betroffenen, in dem Fernsprechbuch inserierenden Kraftfahrzeugunternehmen gegen den Beklagten ein Anspruch auf Unterlassung und auf Schadensersatz zustehe. Er hat vorgetragen, die Kraftfahrunternehmen R [REDACTED] und W [REDACTED] hätten ihn ermächtigt, die ihnen gegen den Beklagten deswegen zustehenden Ansprüche im eigenen Namen geltend zu machen, und ihm insoweit ihre Rechte abgetreten.

Der Kläger hält die Werbung des Beklagten für wettbewerbswidrig, weil dieser seine, des Klägers, Leistung ihrer Substanz nach für sich ausnutze. Außerdem, so hat er geltend gemacht, werde durch die Klemm-Mappen in erheblichem Maße die Werbewirkung der Anzeigen auf dem Außendeckel des Fernsprechbuches beeinträchtigt, weil bei Verwendung der Klemm-Mappe nicht mehr die Reklame auf diesem Außendeckel, sondern nur noch die Reklame des Beklagten auf der Klemm-Mappe sichtbar sei. Der Beklagte habe seine Werbemaßnahme darauf angelegt, seine eigene Reklame in den Vordergrund zu schieben und

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



ju

die Wirksamkeit der Anzeigen seiner Wettbewerber zu schmälern. Dadurch würden die Wettbewerber nicht nur selbst beeinträchtigt, sondern auch ihm, dem Kläger, als Inserenten abspenstig gemacht. Die Betroffenen hätten bereits angekündigt, ihre Werbung bei weiterer Verwendung der Klemm-Mappen einzustellen; sie hätten die Inserate nicht an so auffallenden Stellen aufgegeben, wenn sie gewußt hätten, daß ein Konkurrent mit seinen Mappen ihre Reklame völlig verdecken werde. Ohne die Einnahmen aus den Anzeigen auf den Außendeckeln sei aber eine kostenlose Herausgabe der örtlichen Fernsprechbücher nicht möglich. Der Beklagte stelle es bewusst darauf ab, sein, des Klägers, Anzeigengeschäft zu stören. Das sei ein unzulässiger Eingriff in seinen Gewerbebetrieb.

Durch die Verteilung der Klemm-Mappen sei ihm, dem Kläger, ein Schaden entstanden, den er ziffernmäßig noch nicht belegen könne. Er habe auf sein Entgelt für die Anzeige von W. in Höhe von 50,- DM verzichtet und an Rabe 100,- DM zurückzahlen müssen. Es sei jedoch noch ein weiterer Schaden zu erwarten, weil der Werbewert der Umschlagseiten entwertet sei und andere Gewerbetreibende keine Anzeigen mehr aufgeben würden, wenn die Klemm-Mappen in Gebrauch seien.

Der Beklagte hat Klageabweisung beantragt. Er hat geltend gemacht, seine Werbemaßnahme sei nicht sittenwidrig. Durch die Klemm-Mappen werde die Reklame auf den örtlichen Fernsprechbüchern nicht entwertet, sondern im Gegenteil aufgewertet, weil die Mappen die Außendeckel der Fernsprechbücher davor schützen, in kurzer Zeit abgenutzt und unleserlich zu werden. Beim Aufschlagen der Mappen kämen die Werbeanzeigen nach wie vor voll zur Geltung. Seit Jahrzehnten sei es gebräuchlich, Schutzhüllen dieser Art zu Werbezwecken zu verteilen; bislang habe aber noch niemand darin einen unlauteren

Wettbewerb gesehen. Der Kläger sei zudem nicht einmal gegen eine Nachahmung seiner Leistung als ganzer geschützt; umso weniger könne die Verteilung der Klemm-Mappen wegen ihrer Beziehung zu dieser Leistung wettbewerbswidrig sein.

Das Landgericht hat den Beklagten unter Strafandrohung verurteilt,

"es zu unterlassen, an Fernsprechteilnehmer für das Örtliche Fernsprechbuch V. bestimmte undurchsichtige und mit Eigenwerbung versehene Schutzhüllen zu verteilen oder verteilen zu lassen."

Ferner hat es festgestellt, daß der Beklagte verpflichtet sei,

"dem Kläger allen Schaden zu ersetzen, der ihm oder den Werbungstreibenden, die auf der Vorderseite oder Rückseite des Örtlichen Fernsprechbuches V. Inserate haben erscheinen lassen, entstanden ist und noch entsteht und diesen Werbungstreibenden vom Kläger zu ersetzen ist."

Zur Begründung der von ihm eingelegten Berufung hat der Beklagte noch ergänzend vorgetragen, ihn treffe zumindest kein Verschulden; denn er habe darauf vertraut, daß seit 1926 Klemm-Mappen auf dem Markt seien und daß die Herstellerin der Mappen monatlich etwa 3.000 mit Werbung versehene Exemplare ausliefere, ohne daß jemals ein Verbot ausgesprochen worden sei.

Das Berufungsgericht hat unter Abänderung des landgerichtlichen Urteils die Klage abgewiesen.

Mit der Revision, um deren Zurückweisung der Beklagte bittet, erstrebt der Kläger die Wiederherstellung des Urteils des Landgerichts.

Je

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht ist der Auffassung, dem Kläger ständen die erhobenen Ansprüche weder aus eigenem noch aus abgetretenem Recht zu.

Einen eigenen Anspruch des Klägers aus § 1 UWG hat das Berufungsgericht mit der Begründung verneint, der Kläger erbringe keine Leistungen gleicher oder verwandter Art wie der Beklagte (§ 13 Abs. 1 UWG); auch fehle es an der erforderlichen Wechselbeziehung zwischen den Vorteilen, die der Beklagte mit der Verteilung der Klemm-Mappen für sein Kraftfahrzeugunternehmen erstrebe, und den Nachteilen, die der Kläger hierdurch in seinem Inseratengeschäft erleide.

Nach der Auffassung des Berufungsgerichts kann der Kläger seine Ansprüche aber auch nicht aus seinem Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb herleiten (§§ 823 Abs. 1, 1004 BGB). Das Berufungsgericht hat hierzu dargelegt, der Beklagte habe nicht widerrechtlich in dieses Recht eingegriffen, weil seine vom Kläger beanstandete Werbemaßnahme, die Verteilung der zu den örtlichen Fernsprechküchern passenden Klemm-Mappen mit einer Werbung für das Kraftfahrzeugunternehmen des Beklagten, den Mitbewerbern gegenüber nicht unlauter gewesen sei, und weil eine Werbung, zu welcher der Werbende befugt sei, gegenüber einem dadurch etwa beeinträchtigten, mit ihm nicht im Wettbewerb stehenden Dritten wie dem Kläger nicht rechtswidrig sein könne. Aus demselben Grunde könnten auch die Mitbewerber keine Ansprüche gegen den Kläger geltend machen, so daß der Kläger sich auch nicht auf die Abtretung solcher Ansprüche stützen könne. Schließlich falle dem Beklagten auch kein Verstoß gegen die guten Sitten im Sinne des § 826 BGB zur Last.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision können keinen Erfolg haben.

1. Es kann dahinstehen, ob das vom Kläger beanstandete Verhalten des Beklagten im Verhältnis der Parteien einen Wettbewerbsstatbestand darstellt, aus dem sich für den Kläger die Befugnis zur Geltendmachung eines etwaigen Anspruchs aus § 1 UWG ergeben würde. Allerdings bestehen Zweifel, ob die Verteilung der Klemm-Mappen, in welcher der Kläger eine Beeinträchtigung seines der Gestaltung der örtlichen Fernsprechbücher als Werbeträger dienenden Anzeigengeschäfts erblickt, als eine Maßnahme angesehen werden kann, mit welcher der Beklagte gegenüber dem Kläger in Wettbewerb getreten ist. Denn der Beklagte betrieb damit eine Eigenwerbung zur Erlangung von Kunden für sein Kraftfahrunternehmen, während der Kläger sich bei der Aufnahme von Anzeigen für das örtliche Fernsprechbuch an einen von den Interessenten für Autofahrten völlig verschiedenen Verkehrskreis wendet. Es kann auch zweifelhaft sein, ob der Kläger sich auf die erweiterte Klagebefugnis aus § 13 Abs. 1 UWG berufen könnte, wonach jedenfalls der Unterlassungsanspruch aus § 1 UWG von jedem Gewerbetreibenden geltend gemacht werden kann, der Waren oder Leistungen gleicher oder verwandter Art herstellt oder in den Verkehr bringt; denn die regelmäßigen gewerblichen Leistungen, mit denen die Parteien im Verkehr auftreten, auf seiten des Klägers der Vertrieb von Verlagserzeugnissen, namentlich des örtlichen Fernsprechbuchs als Werbungsträger, auf seiten des Beklagten Kraftwagenfahrten, sind weder gleich noch verwandt. Die Klagebefugnis des Klägers aus § 13 Abs. 1 UWG ließe sich nur daraus herleiten, daß angenommen wird, der Beklagte habe mit der Verteilung der als Werbeträger - wenn auch nur für seine Eigenwerbung - dienenden Klemm-Mappen eine Leistung erbracht, die der Herausgabe eines Werbeträgers wie des örtlichen Fernsprechbuchs verwandt sei. Selbst wenn man jedoch von dieser

Annahme ausgeht, würde die Klage daran scheitern müssen, daß die Verteilung der Klemm-Mappen nicht sittenwidrig war.

2. Die Revision sieht die Sittenwidrigkeit und zugleich die Widerrechtlichkeit des von ihr behaupteten Eingriffs in den Gewerbebetrieb des Klägers im wesentlichen darin, daß der Beklagte für seine geschäftlichen Zwecke die gewerbliche Leistung des Klägers, das örtliche Fernsprechbuch, unter Ersparrung der Kosten für ein eigenes Inserat ausgenutzt und hierbei die Werbewirkung der Anzeigen in dem Fernsprechbuch zum Nachteil des Klägers und der Inserenten, insbesondere der unter diesen befindlichen Mitbewerber des Beklagten beeinträchtigt habe. Sie macht außerdem geltend, die Maßnahme des Beklagten verringere die Verdienstaussichten des Klägers auch bei neuen Ausgaben dieses Werbeträgers, weil dem Kläger Werbeaufträge für das örtliche Fernsprechbuch, namentlich solche von Mitwerbern des Beklagten und für den Außendeckel des Buches, in Zukunft nicht mehr in dem erwarteten Maße zugehen würden.

Entgegen der Meinung der Revision kann aus diesen Umständen nicht gefolgert werden, daß der Beklagte sich sittenwidrig verhalten habe. Es sind auch keine sonstigen Umstände erkennbar, die eine solche Folgerung rechtfertigen könnten.

a) Der Beklagte hat keine Leistung des Klägers in unlauterer Weise ausgenutzt. Wie der frühere Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs in seiner Entscheidung GRUR 1961, 631, 633 - Fernsprechbuch - dargelegt hat, kann, wenn kein subjektiv verwerfliches Vorgehen wie z.B. eine Täuschungsabsicht gegeben ist, nicht einmal die für ein anderes Nachschlagewerk vorgenommene Teilauswertung eines fremden Fernsprechbuchs, - auch dort übrigens eines örtlichen Fernsprechbuchs -, also

der Auswertung einer fremden verlegerischen Leistung mit dem Ziel, sich die Unkosten einer eigenen Stoffsammlung zu ersparen, für sich allein ausreichen, um den Tatbestand des § 1 UWG zu erfüllen. Im Streitfalle hat der Beklagte sich aber durch die Verteilung der Klemm-Mappen weder die in dem örtlichen Fernsprechbuch des Klägers verkörperte verlegerische Leistung, nämlich die Zusammenstellung des Teilnehmerverzeichnisses sowie die Sammlung und Anordnung der die kostenlose Herausgabe des Fernsprechbuchs ermöglichenden Anzeigen zu eigen gemacht, noch Unkosten ersparen wollen, die er für eine eigene Anzeige hätte aufwenden müssen. Er hat vielmehr eine selbständige Eigenwerbung betrieben, nämlich eine mit seinem Werbeaufdruck versehene Werbegabe beschafft und verteilt, von der er sich wie jeder Werbungtreibende eine bessere Werbewirkung versprach, als sie mit den Werbemitteln der Mitbewerber zu erzielen war, und er hat hierfür auch die entsprechenden Kosten auf sich genommen. Daß die Klemm-Mappen mit dem Werbeaufdruck des Beklagten dazu bestimmt und geeignet waren, den örtlichen Fernsprechbüchern, d.h. den Verlagserzeugnissen eines anderen als Hülle zu dienen, macht diese Eigenwerbung nicht unlauter. Für die Verwendung der Klemm-Mappen ist es ebenso wie für die der im Handel käuflichen Schutz- oder Schmuckhüllen in den entsprechenden Formaten gleichgültig, ob das Fernsprechbuch als Werbeträger ausgestaltet ist oder nicht. Auch insoweit wird, wie das Berufungsgericht zutreffend ausgeführt hat, nicht die in den Inseraten verkörperte Leistung des Klägers ausgebeutet; vielmehr stellt das Fernsprechbuch nur den körperlichen Gegenstand für die Anbringung des Klemmdeckels dar. Die Werbemaßnahme des Beklagten zielt mithin ihrer ganzen Anlage nach nicht auf eine Ausnutzung der Eigenschaft des Fernsprechbuchs als Werbeträger ab. Durch alle diese Umstände unterscheidet sich der vorliegende Sachverhalt wesentlich von den Fällen, auf deren Ent-

scheidung die Revision sich für ihren Standpunkt beruft (BGHZ 39, 352 - Vortragsabend; 37,1 - AKI; 33,20 - Figaros Hochzeit).

Es tritt indessen noch eine weitere Besonderheit hinzu. In dem Zeitpunkt, in dem die Klemm-Mappen Verwendung finden können, sind die Fernsprechbücher bereits an die Fernsprechteilnehmer ausgegeben. Mit dieser Ausgabe hat der Kläger sich auch hinsichtlich der körperlichen Gegenstände, die in den Klemm-Mappen befestigt werden sollen, jeder rechtlichen wie tatsächlichen Einflußmöglichkeit entäußert. Den Fernsprechteilnehmern steht es frei, ihre Fernsprechbücher nach Belieben mit Umhüllungen, gegebenenfalls auch mit Umschlägen zu versehen, in denen der Außendeckel des Buches anders als in den Klemm-Mappen völlig verschwindet. Die Stellung des Klägers zu seinen Anzeigenkunden und zu Dritten ist danach eine grundlegend andere als die der Eigentümer oder Besitzer von Reklameflächen, beispielsweise von Reklamesäulen, Hauswänden oder sonstigen als Werbeträger geeigneten Sachen, die Unternehmen für Werbezwecke zur Verfügung gestellt werden. Die Beeinträchtigung der Werbung auf solchen Werbeträgern durch Dritte stellt einen Eingriff in die Rechte der Eigentümer oder Besitzer dar, dem die Berechtigten entgegentreten können und zu deren Abwehr sie regelmäßig den Werbungtreibenden gegenüber auch verpflichtet sein werden. Im Gegensatz hierzu hat der Kläger nach der Ausgabe des Fernsprechbuchs keinerlei Befugnis mehr, Maßnahmen zu verhindern, die dem Willen der nunmehr allein verfassungsberechtigten Empfänger des Buches entsprechen, auch wenn dadurch die Wirksamkeit der auf den Büchern angebrachten Werbeanzeigen gemindert wird. Mithin ist die Werbung auf diesem Werbeträger auch für die werbenden Unternehmen von vornherein mit dem erkennbaren Risiko belastet,

daß ihnen keine Gewähr für einen Werbeerfolg in der Hand des Erwerbers der Bücher geboten werden kann. Es verstößt nicht gegen den geschäftlichen Anstand, wenn bei einer solchen Sachlage dem verfügungsberechtigten Empfänger des Fernsprechbuches durch eine Klemm-Mappe die Gelegenheit gegeben wird, das Buch mit einer solchen Hülle auszustatten, wenn ihm dies zweckmäßig erscheint.

b) Diese Beurteilung wird nicht davon berührt, daß durch die Verwendung der Klemm-Mappen die Werbung derjenigen Unternehmen, die im Fernsprechbuch Anzeigen veröffentlicht haben, hier insbesondere einzelner Mitbewerber des Beklagten zumindest um einen Teil ihrer Wirkung gebracht werden kann und dadurch letztlich auch für den Kläger geschäftliche Nachteile entstehen können. Eine Werbemaßnahme ist nicht allein deswegen unlauter, weil sie wegen ihrer durchschlagenderen Wirkung eine fremde Werbung in den Schatten stellt und dem Werbenden einen geschäftlichen Vorsprung verschafft. Diese Wirkungen sind vielmehr der Zweck jeder Werbung und müssen von den Mitbewerbern in Kauf genommen werden. Dabei bedarf es keiner Erörterung, inwieweit eine derartige Maßnahme gleichwohl zu beanstanden wäre, wenn sie eine subjektiv verwerfliche Absicht erkennen ließe, wie etwa die, ohne gerechtfertigten Grund zu verhindern, daß die Werbung anderer Unternehmen, namentlich die der Mitbewerber, dem Publikum überhaupt zur Kenntnis gelangt. So liegt der Fall hier nicht. Nach dem festgestellten Sachverhalt tritt eine Beeinträchtigung der Werbewirkung bei den Anzeigen, die sich nicht auf dem oberen Außendeckel des Fernsprechbuchs befinden, überhaupt nicht und bei den Anzeigen auf dem oberen Außendeckel nur in so unbedeutendem Umfange ein, daß sie auf die wettbewerbsrechtliche Beurteilung keinen Einfluß haben kann. Auch die letztgenannten

Anzeigen werden nämlich durch die Klemm-Mappe nicht unsichtbar, sondern können beim Öffnen der Mappe ihre Wirkung entfalten. Die Wirkung ist nur dadurch abgeschwächt, daß bei geschlossener Mappe nicht der Außendeckel des Buches mit den darauf befindlichen Anzeigen, sondern die Oberseite der Mappe mit der Werbung des Beklagten ins Auge fällt. Gerade dieser Nachteil liegt aber bei einem Werbemittel, das, wie die Werbetreibenden wissen, von dem Werbemittler bewußt aus der Hand gegeben und der Verfügungsgewalt der Verbraucher überlassen worden ist, im Bereich des voraussehbaren Risikos. Er rechtfertigt nicht den Vorwurf der Sittenwidrigkeit gegen denjenigen, der sich der hierdurch geschaffenen Sachlage zu einer im Ergebnis noch wirksameren Werbung bedient. Noch weniger kann dieser Vorwurf etwa deshalb erhoben werden, weil die Abschwächung der Werbewirkung von Anzeigen auf dem oberen Außendeckel des Fernsprechbuchs sich mittelbar auf das Anzeigengeschäft des Klägers auswirken kann, dem möglicherweise Aufträge für Anzeigen an dieser Stelle des Buchs in Zukunft nicht mehr in dem erwarteten Maße zugehen. Soweit die Unlauterkeit einer Werbemaßnahme nicht dadurch begründet wird, daß die Maßnahme Beeinträchtigungen für die Werbung anderer Unternehmen, namentlich der Mitbewerber mit sich bringt, kann sie auch nicht darin gesehen werden, daß die beeinträchtigten Unternehmen nunmehr als Kunden eines Dritten wie hier des Klägers ausfallen, der zu ihnen geschäftliche Beziehungen unterhält oder anknüpfen wollte; denn solche mittelbaren Folgen einer Werbemaßnahme, die unvermeidlich sind, können, von besonderen Umständen abgesehen, unter dem Gesichtspunkt der Sittenwidrigkeit nicht zu einer anderen Würdigung des Verhaltens führen als die unmittelbaren Folgen.

3) Aus den vorstehenden Gründen entfallen wettbewerbsrechtliche Ansprüche des Klägers nicht nur insoweit, als der Kläger sie aus eigenem Recht erhebt, sondern auch insoweit, als er sie aus den ihm abgetretenen Rechten von Mitbewerbern des Beklagten herleitet, die in dem örtlichen Fernsprechbuch von V. Anzeigen hatten erscheinen lassen. Der Kläger kann sich danach aber ebenso wenig auf sein Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb berufen, dem bei dem hier unterstellten Wettbewerbsstatbestand ohnehin nur lückenausfüllende Bedeutung zukommen könnte; denn dieselben Erwägungen, aus denen die Sittenwidrigkeit des dem Beklagten vorgeworfenen Verhaltens zu verneinen war, würden bei einem etwaigen Eingriff in den Gewerbebetrieb des Klägers die Widerrechtlichkeit ausschließen. Mangels eines Verstoßes gegen die guten Sitten kommt schließlich auch die Anwendung des § 826 BGB nicht in Betracht.

III. Die Klage ist nach alledem vom Berufungsgericht mit Recht abgewiesen worden. Auf die vom Tatrichter noch vorgenommene Würdigung der Wettbewerbsbeziehungen des Beklagten zu einzelnen bestimmten Inserenten auf dem oberen Außendeckel des Fernsprechbuchs kommt es dabei nicht mehr an.

Die Revision des Klägers mußte hiernach zurückgewiesen werden.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

Jungbluth

Pehle

Sprenkman

Mösl

Alff