

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

2041 025

ZugabeVO § 1

Eine Zugabe liegt nicht vor, wenn bei der Bestellung eines Eßbestecks auf Probe ein Aschenbecher unentgeltlich mitgeliefert wird, den der Empfänger auch dann behalten darf, wenn er die Probesendung zurückschickt.

UWG § 1

Zur Frage, unter welchen Voraussetzungen die unentgeltliche Zuwendung eines Aschenbechers aus Metall, die zugleich mit der Probesendung eines Bestecks aus gleichem Material erfolgt, nach wettbewerbsrechtlichen Grundsätzen zulässig ist.

BGH, Urt. v. 7. Februar 1968 - Ib ZR 6/66 - OLG Düsseldorf
LG Wuppertal

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

Ib ZR 6/66

URTEIL

Verkündet am

7. Februar 1968

Werner,
Justizsekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma Wilhelm D [REDACTED] KG, Besteckfabrik,
S [REDACTED], Feld [REDACTED] (K [REDACTED] straße),

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V.,
vertreten durch das Vorstandsmitglied Dr. Kurt G [REDACTED],
F [REDACTED], B [REDACTED], Zimmer [REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

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

- 2 -

Der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 17. Januar 1968 unter Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland und der Bundesrichter Dr. Sprenkmann, Dr. Mösl, Alff und Dr. Simon

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Schlußurteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 5. November 1965 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten des Revisionsverfahrens, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte stellt EBbestecke her, die sie unmittelbar an Letztverbraucher vertreibt.

Die Klägerin hat die Werbung der Beklagten für diese EBbestecke in verschiedener Hinsicht als unlauter beanstandet.

Gegenstand des Revisionsverfahrens ist nur noch die Ankündigung und Zuwendung eines Aschenbechers aus dem Besteckmaterial R.

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



Insoweit lauten die Ankündigungen der Beklagten verschieden.

In den Anzeigen Nr. 1 und 2 Anlagemappe 2 ist der Aschenbecher nur in dem "Gutschein" erwähnt. Dort heißt es u.a.:

"...Ich bestelle völlig unverbindlich das D[REDACTED]-Besteck 4 Wochen zur Probe. Sollte es mir wider Erwarten nicht zusagen, kann ich es ohne weitere Kosten für mich zurücksenden. Als Werbegeschenk erhalte ich außerdem einen hübschen Aschenbecher aus Rocroni..."

In einem Werbeprospekt (Nr. 5 Anlagemappe 2) ist auf den Aschenbecher zusätzlich auf der Rückseite des "Gutscheins" Bezug genommen. Dort wird gesagt:

"Wir schenken Ihnen diesen" (Anm.: neben dem Text abgebildeten) "Aschenbecher!

Um Ihnen Gelegenheit zu geben, Material und Verarbeitungsqualität unserer R[REDACTED]-Bestecke zu prüfen, schenken wir Ihnen - völlig unverbindlich - einen Original-R[REDACTED]-Aschenbecher. Machen Sie damit den Senf-Test, - machen Sie die Säureprobe mit konzentrierter Essig- und Zitronensäure. Graben Sie ihn tagelang in feuchte oder lehmige Erde ein. Sehen Sie: Nach jedem Versuch erstrahlt R[REDACTED] im alten Glanz! Eine Test-Anweisung schicken wir Ihnen zu.

(Den Aschenbecher können Sie als Werbegeschenk behalten, auch wenn Sie das Besteck zurückgeben sollten!)."

In der Anzeige Nr. 8 der Anlagemappe 2 ist neben dem Gutschein und über dem Bild eines Aschenbechers folgendes gesagt:

"Wir schenken Ihnen diesen Aschenbecher. Um Ihnen Gelegenheit zu geben, Material- und Verarbeitungsqualität sowie die Kratzfestigkeit unserer R[REDACTED]-Bestecke zu prüfen, schenken wir Ihnen - völlig unverbindlich - diesen hübschen Aschenbecher aus Original Ro[REDACTED]. Sie können ihn als Werbegeschenk behalten, auch wenn Sie das Besteck zurückgeben!"

Der Prospekt a Anlagemappe 1 enthält unter der Abbildung des Aschenbechers folgenden Vermerk:

"Wenn Sie sich ein D[REDACTED]-Besteck zur Probe kommen lassen, erhalten Sie diesen hübschen Aschenbecher aus R[REDACTED] als Werbegeschenk. Diesen Aschenbecher dürfen Sie behalten, auch wenn Sie wider Erwarten das Besteck nach Ablauf der Probezeit zurückgeben sollten."

Die Klägerin sieht in der kostenlosen Zuwendung der Ascher eine verbotene Zugabe.

Ihren Antrag, der Beklagten zu untersagen, im Zusammenhang mit Probebestellungen Zugaben, insbesondere einen Metallaschenbecher, anzukündigen, anzubieten oder zu gewähren, hat das Landgericht zurückgewiesen.

In der Berufungsinstanz hat die Klägerin beantragt,

der Beklagten bei Meidung von Strafen zu untersagen, in Ankündigungen für einen größeren Personenkreis, insbesondere in der Zeitungs- und Zeitschriftenwerbung, sowie bei der Verteilung von Werbeschriften

a) einen Aschenbecher als Zugabe anzukündigen, wenn der Aschenbecher als "hübscher

Aschenbecher aus R[REDACTED] geschildert wird, insbesondere wenn zusätzlich folgende Abbildung des mit oder ohne den Aufdruck "d[REDACTED]" versehenen Aschenbechers wiedergegeben wird:

- b) Aschenbecher, die der vorstehenden Abbildung entsprechen, als Zugabe zu gewähren oder anzubieten, insbesondere auch dann, wenn sie neben dem Namenszug "d[REDACTED]" die Abbildung eines Schmiedes aufweisen und beide Kennzeichen gleich oder weniger auffallend sind als auf der vorstehend wiedergegebenen Abbildung.

Die Beklagte hat beantragt,

die Berufung der Klägerin zurückzuweisen.

Sie hat Feststellungswiderklage mit dem Antrag erhoben:

1. festzustellen, daß das unentgeltliche Gewähren eines R[REDACTED]-Aschenbechers gemäß dem von ihr als Anlage B 3 zu den Gerichtsakten gereichten Muster und ein entsprechendes Ankündigen im Zusammenhang mit ihrer Werbung für die Anforderung mehrteiliger R[REDACTED]-Bestecke keine verbotene Zugabe im Sinne von § 1 der Zugabeverordnung darstellt;
2. hilfsweise festzustellen, daß das unentgeltliche Gewähren eines R[REDACTED]-Aschenbechers gemäß dem von ihr als Anlage B 3 zu den Gerichtsakten gereichten Muster und ein entsprechendes Ankündigen im Zusammenhang mit ihrer Werbung für die Anforderung mehrteiliger R[REDACTED]-Bestecke keine verbotene Zugabe im Sinne von § 1 der Zugabeverordnung darstellt,
wenn die Hingabe des Aschenbechers etwa wie folgt erläutert wird:

"Um Ihnen Gelegenheit zu geben, Material- und Verarbeitungsqualität sowie Kratzfestigkeit unserer R[REDACTED]-Bestecke zu prüfen, schenken wir Ihnen diesen Aschenbecher aus Original-R[REDACTED]. Sie können ihn als Werbegeschenk behalten, auch wenn Sie das Besteck zurückgeben";

3. äußerst hilfsweise festzustellen, daß das unentgeltliche Gewähren eines R[REDACTED]-Aschenbechers gemäß dem von ihr als Anlage B 3 zu den Gerichtsakten gereichten Muster und ein entsprechendes

Ankündigen im Zusammenhang mit ihrer Werbung für die Anforderung mehrteiliger R[REDACTED]-Bestecke keine verbotene Zugabe im Sinne von § 1 der Zugabeverordnung darstellt, wenn die Hingabe des Aschenbechers etwa mit folgenden Worten erläutert wird:

"Um Ihnen Gelegenheit zu geben, Material- und Verarbeitungsqualität sowie Kratzfestigkeit unserer R[REDACTED]-Bestecke zu prüfen, überlassen wir Ihnen kostenlos einen auf der Innenfläche mit unserem Warenzeichen versehenen R[REDACTED]-Aschenbecher. Sie können ihn als Werbegabe auch dann behalten, wenn Sie das Besteck zurückgeben".

Die Klägerin hat beantragt,

die Feststellungswiderklage abzuweisen.

Das Oberlandesgericht hat auf die Berufung der Klägerin die Beklagte gemäß dem Berufungsantrag der Klägerin verurteilt. Die Feststellungswiderklage hat es abgewiesen. Es hat die Revision wegen grundsätzlicher Bedeutung des Rechtsstreites zugelassen.

Mit der Revision begehrt die Beklagte die Berufung der Klägerin zurückzuweisen und der Feststellungswiderklage stattzugeben; hilfsweise, den Rechtsstreit zu anderweiter Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

Die Klägerin beantragt,

die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht führt aus, die Klägerin sehe in der Zuwendung des Aschenbechers dann eine unzulässige Zugabe, wenn die Zuwendung zumindest von der Anforderung des mehrteiligen R[REDACTED]-Bestecks zur Probe abhängig gemacht werde. Dieses Recht nehme die Beklagte für sich in Anspruch. Nur dieser Sachverhalt unterliege der rechtlichen Beurteilung des Berufungsgerichts.

Eine solche Werbemaßnahme verstoße gegen § 1 Abs. 1 ZugabeVO. Denn auch dann, wenn der Kunde noch keinen Kauf auf Probe abschließe, sondern das R[REDACTED]-Besteck lediglich vorerst zur Probe behalten wolle, liege ein ausreichender Zusammenhang mit dem Warengeschäft vor. Der Vertragstyp des Geschäfts, für dessen Abschluß die Zugabe angeboten, angekündigt oder gewährt werde, sei gleichgültig. Hier sei das Hauptgeschäft zunächst ein zeitlich begrenzter Verwahrungsvertrag als Vorstufe eines möglicherweise später abzuschließenden Kaufvertrages, der in den meisten Fällen auch zustandekomme. Der Aschenbecher werde daher auch hier neben einer Ware im Sinne des § 1 Abs. 1 ZugabeVO gewährt. Daß die Beklagte dabei den Ascher als "Werbegeschenk" bezeichne, sei unerheblich. Denn, wie auch die Beklagte nicht verkenne, könnten bloße Bezeichnungen die wahre Bedeutung einer Werbemaßnahme nicht ändern.

II. Die gegen diese Ausführungen gerichteten Angriffe der Revision haben Erfolg.

1. Nach § 1 Abs. 1 ZugabeVO ist es verboten, im geschäftlichen Verkehr neben einer Ware oder Leistung eine Zugabe (Ware oder Leistung) anzubieten, anzukündigen oder zu

gewähren. Aufgrund dieses ganz eindeutigen Gesetzeswortlauts liegt ein Zugabegeschäft dann vor, wenn die Zugabe neben einer Hauptleistung in Erscheinung tritt (BGH GRUR 1959, 544, 545 - Modenschau). Dieses Erfordernis eines inneren Zusammenhanges zwischen dem Hauptrechtsgeschäft und dem Nebenrechtsgeschäft ist bereits in der Rechtsprechung des Reichsgerichts angenommen worden (RGZ 154, 28, 35 - Freigas). Dort hat das Reichsgericht ausgeführt, daß der notwendige innere Zusammenhang dann gegeben sei, wenn die Zugabe mit Rücksicht auf den Erwerb der Hauptware angeboten oder gewährt werde, möge beides zusammenfallen oder das eine dem anderen vorausgehen oder nachfolgen. Die Zugabe müsse geeignet und bestimmt sein, den Empfänger in seiner Entschliebung zum Erwerb der Hauptleistung zu beeinflussen. Diese Rechtsprechung hat der Bundesgerichtshof fortgeführt. In der Entscheidung BGHZ 11, 286, 289 - Kundenzeitschrift - ist dargelegt, daß es für den Zugabebegriff genüge, aber auch erforderlich sei, wenn die Hingabe der Ware oder Leistung in äußerlich erkennbarer Weise Beziehung zu einer Hauptware habe.

2. Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts fehlt es im Streitfall an einer solchen Beziehung zwischen Hauptware und Zuwendung. Das Berufungsgericht verkennt, daß ein Fall des § 1 Abs. 1 ZugabeVO auch bei vorangehender unentgeltlicher Zuwendung nur dann in Betracht kommt, wenn ein entgeltliches Geschäft über die Hauptware zustandekommt und die Gewährung der Nebenware von dem Abschluß des Geschäftes über die Hauptware abhängig ist. Es genügt nicht, daß die Hingabe der Nebenware in der Erwartung erfolgt, es werde vielleicht gerade wegen der Zuwendung ein Geschäftsabschluß getätigt werden, ohne daß die Zuwendung an den

Abschluß des Geschäfts gebunden ist. Soweit das Reichsgericht (RGZ 149, 242, 246) einmal die Möglichkeit einer extensiven Auslegung des § 1 Abs. 1 ZugabeVO andeutet, daß nämlich auch die Umsonstabgabe eines zahnärztlichen Taschenmerkbuches an einzelne Zahnärzte, die im vorhergehenden Jahr keine Ware bezogen oder bestellt hatten, als Verstoß gegen § 1 Abs. 1 ZugabeVO angesehen werden könnte, ist es in seinen späteren Entscheidungen nicht mehr darauf zurückgekommen; insbesondere läßt die bereits erwähnte Entscheidung (RGZ 154, 28, 35) eine klare Abwendung von dieser Linie erkennen. Auch der frühere I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat die in RGZ 149, 242, 246 angestellten Erwägungen als zu weitgehend und mit der Zugabeverordnung nicht vereinbar abgelehnt (BGH GRUR 1959, 544 - Modenschau).

Soweit das Berufungsgericht das Hauptgeschäft in einem zeitlich begrenzten Verwahrungsvertrag sieht, das die Hingabe des Aschenbechers zu einer Zugabe im Sinne des § 1 Abs. 1 ZugabeVO machen soll, ist dem entgegenzuhalten, daß die aus dem Verwahrungsvertrag folgende Besitz-einräumung zu den Bestecken unentgeltlich wäre. Wird aber eine Hauptware unentgeltlich abgegeben, dann kann eine beigelegte Nebenware nach dem Inhalt des § 1 Abs. 1 ZugabeVO nicht Zugabe sein.

Auch der Umstand, daß nach den Feststellungen des Berufungsgerichts (BU 14) in den weitaus meisten Fällen der Kaufvertrag später zustandekommt, führt zu keiner anderen rechtlichen Beurteilung. Denn maßgebend sind die dem Empfänger bekanntgegebenen Voraussetzungen, unter denen er die Zuwendung erhält; diese gingen im Streitfall dahin, er werde den Aschenbecher in jedem Fall - also ohne Rücksicht

auf den Abschluß des Kaufvertrages - behalten dürfen. Ob die Häufigkeit der nachfolgend abgeschlossenen Geschäfte ein Indiz dafür sein kann, daß die Zuwendung der Nebenware im Hinblick auf den künftigen Erwerb einer Hauptware gemacht worden ist (vgl. Baumbach-Hefermehl 9. Aufl. Anm. 13 zu § 1 ZugabeVO), kann im Streitfall offenbleiben. Denn ein etwa von der Zuwendung ausgehender psychologischer Kaufzwang allein reicht in der Regel nicht aus, die Nebenware als Zugabe auch dann zu werten, wenn sie ausdrücklich unabhängig von dem entgeltlichen Bezug der Hauptware angekündigt und gewährt wird.

Da im Streitfall der notwendige Zusammenhang zwischen einem entgeltlichen Hauptgeschäft und der unentgeltlichen Zuwendung des Aschenbechers fehlt, liegt ein Verstoß gegen § 1 Abs. 1 ZugabeVO nicht vor.

III. Eine unentgeltliche Zuwendung zu Zwecken des Wettbewerbs kann aber unter bestimmten Voraussetzungen einen Verstoß gegen § 1 UWG enthalten.

1. Dabei stimmen Rechtsprechung und Schrifttum darin überein, daß das Verschenken von Waren nicht schlechthin gegen § 1 UWG verstößt. So ist insbesondere die unentgeltliche Abgabe von Waren in der Regel dann als zulässige Werbemaßnahme anzusehen, wenn sie zu dem Zweck erfolgt, die Ware zu erproben (BGHZ 43, 278, 280 - Kleenex). Das Berufungsgericht hat dazu ausgeführt, der Empfänger des Aschers wisse, daß der Ascher aus Rocroni, also dem als wertvoll angepriesenen Metall bestehe, aus dem auch das Besteck hergestellt sei. Die Aufforderung, den Ascher zum Säure-, Senf- oder Erdetest zu benutzen, gebe ihm gleichzeitig die Gewißheit, daß der Ascher den Test ohne Schaden überstehen werde. Denn

das solle, für jeden Interessenten erkennbar, von der Beklagten demonstriert werden. Ob der Kunde den Test durchführe oder nicht, bleibe gleich; in jedem Falle erhalte und behalte er den Ascher aus dem ihm als wertvoll geschilderten Material. Das wisse und erwarte er, und er empfinde diese Zuwendung als Zugabe im Sinne der Zugabeverordnung. Die Beklagte sei nicht darauf angewiesen, den Interessenten als Materialprobe einen Gebrauchsgegenstand zuzuwenden. Zu Testzwecken reiche ein glatter oder auch ein wellig geformter Rocroni-Streifen aus.

Auch diese Ausführungen werden von der Revision mit Recht angegriffen. Die Auffassung des Berufungsgerichts, die Aufforderung zum Test gebe dem Kunden schon Gewißheit über die Eigenschaften des Aschers, widerspricht der Lebenserfahrung und verkehrt die Aufforderung zum Test grundlos in ihr Gegenteil. Die Revision weist auch mit Recht darauf hin, daß ein einfacher Metallstreifen erfahrungsgemäß wenig geeignet ist, den Kunden ernsthaft zur Durchführung der empfohlenen Tests zu veranlassen.

Es bestehen daher entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts aus Rechtsgründen keine Bedenken, den Ascher nach Anlaß und Umständen (vgl. BGHZ 43, 280, 283) als zur Erprobung der Qualität und Verarbeitung der Bestecke geeignetes Mittel anzusehen. Die Zuwendung des Aschers wäre demnach zulässig, wenn der Probezweck ernst gemeint und in den Ankündigungen hinreichend deutlich zum Ausdruck gebracht ist.

2. Die Beklagte hat jedoch nicht immer den Ascher als Probemittel angekündigt, ihn vielmehr in einzelnen Ankündigungen nur als Werbegeschenk bezeichnet. Sie hat in dem Prospekt a) der Anlagemappe 1 den Kunden empfohlen, den Senf-

und Gartentest sowie die Säureprobe unter Angabe der im einzelnen zu ergreifenden Maßnahmen (48 Stunden Senf, 3 Tage eingraben, Eintauchen für 10 - 20 Minuten in konzentrierte Essig- oder Zitronensäure) mit Hilfe eines R██████ Besteckteils (Löffel oder Gabel) durchzuführen. Den mitangekündigten Ascher hat sie in diesem Zusammenhang nicht erwähnt und ihn an anderer Stelle des Prospekts als Werbegeschenk bezeichnet. Die Beklagte hat in diesem Falle demnach ausdrücklich die Verwendung von Besteckteilen zur Durchführung der extremen Versuche gestattet. Für den Fall, daß der Kunde auch ohne ausdrückliche Erwähnung während der Probezeit berechtigt sein sollte, die Bestecke in jeder Weise zu testen - das Berufsgericht hat insoweit keine Feststellungen getroffen -, könnte im Zusammenhang mit dem Umstand, daß der Ascher in der Regel abgebildet und als "hübsch" bezeichnet ist, die Ernsthaftigkeit des angegebenen Probezwecks des Aschers in Zweifel zu ziehen sein oder der Probezweck träte so in den Hintergrund, daß er für sich allein die unentgeltliche Zuwendung nicht rechtfertigen könnte.

3. Ohne einen für den Empfänger deutlich erkennbaren, ernstgemeinten Probezweck im Sinne der vorstehenden Ausführungen, kann die unentgeltliche Zuwendung des Aschers dann einen Verstoß nach § 1 UWG enthalten, wenn in der Abhängigkeit des Geschenks von dem probeweisen Bezug der Hauptware ein unsachliches Mittel gesehen werden muß, das geeignet ist, die freie Entschließung des Kunden derart zu beeinträchtigen, daß die Beeinflussung unter dem Gesichtspunkt des Leistungswettbewerbs als anstößig erscheint (vgl. Baumbach-Hefermehl, 9. Aufl. Anm. 94 zu § 1 UWG). In diesem Zusammenhang ist nicht nur der für den Kunden aus Abbildung und Ankündigung nicht feststellbare Verkehrswert des Aschers von Bedeutung (Ankündigung:

hübscher Aschenbecher aus Rocroni; Berufungsgericht: erheblich höher als der Herstellungspreis von 0,27 DM), so daß es insoweit auf den bei einem nicht unerheblichen Teil des angesprochenen Publikums erweckten Eindruck ankommt, sondern vor allem der Umstand, daß die Ankündigungen in der Regel eine Abbildung des Aschers enthalten mit dem Hinweis, diesen Ascher erhalte der Kunde als Werbegeschenk und dürfe ihn auch dann behalten, wenn er die Bestecke zurückschicke. Soweit in der Werbung der Beklagten der Probezweck des Aschenbechers nicht klar zum Ausdruck kommt, bleibt zu prüfen, ob das Angebot des Aschers als "Werbegeschenk" nur für den Fall eines probeweisen Bezugs eines 24-teiligen EBBesteckes nicht ein unsachliches Lockmittel zur Aufgabe derartiger Probebestellungen darstellt. Denn ist der Kunde einmal im Besitz des Bestecks, so kann damit - auch das unterliegt der tatrichterlichen Würdigung - bereits eine Lage erreicht sein, die den Abschluß eines Kaufvertrages in größere Nähe gerückt hat, sei es, daß der Kunde dann eher Gefallen an dem Erwerb des Bestecks hat, sei es, daß etwaige Bedenken durch das Geschenk verringert werden, sei es, daß er die Mühe der Rückgabe scheut, sei es, daß er Hemmungen hat, das Besteck ohne den Ascher zurückzuschicken oder sei es, daß alle diese Gesichtspunkte ihn zu dem Kauf veranlassen.

Es wird daher maßgeblich darauf ankommen, welche Wirkung die Ankündigung des Aschers mit Abbildung und Anpreisung (hübscher Aschenbecher aus R██████) bei den durch die Werbung angesprochenen Verkehrskreisen hat, ob insbesondere die Wirkung der schenkweisen Ankündigung des Aschers so stark ist, daß sie geeignet ist, den Kunden unter Zurückstellung auf sachlichen Erwägungen beruhender Bedenken zur probeweisen Anforderung des Bestecks zu veranlassen.

IV. Das Berufungsgericht wird demnach unter Beachtung der vorstehend dargelegten Grundsätze den Sachverhalt erneut zu prüfen und dabei auf eine zweckentsprechende Formulierung der Anträge hinzuwirken haben.

Da von der Gestaltung der Anträge zur Klage auch die Zulässigkeit der Anträge zur Feststellungswiderklage abhängt, war das Urteil des Berufungsgerichts in seinem gesamten Umfang aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten des Revisionsverfahrens, an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

Krüger-Nieland

Sprenkmann

Mösl

Alff

Simon