

---

**Datum:** 22.05.2002  
**Gericht:** Oberlandesgericht Düsseldorf  
**Spruchkörper:** 20. Zivilsenat  
**Entscheidungsart:** Urteil  
**Aktenzeichen:** I-20 U 151/01  
**ECLI:** ECLI:DE:OLGD:2002:0522:I20U151.01.00

---

**Tenor:**

Auf die Berufung der Beklagten wird das am 4. Oktober 2001 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Krefeld

abgeändert. Die Klage wird abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits hat der Kläger zu tragen.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

---

**Tatbestand:**

Die Beklagte, die unter der Nummer HRB 3996 im Handelsregister des Amtsgerichts Hagen eingetragen ist, betreibt Einzelhandelsgeschäfte für Schmuck und Uhren. Unter anderem hat sie eine Filiale in Krefeld. Der Kläger ist der Verband W.i.W. mit Sitz in Düsseldorf. 1 2

Im Mai 2001 warb die Beklagte - in der aus dem nachfolgend im Klageantrag wiedergegebenen Abbildung ersichtlichen Form - auf einem Werbemittel vor ihrem Geschäftslokal in K. mit der Angabe "*Uhren und Schmuck als Set um 20% reduziert*". 3

Der Kläger sieht hierin einen Verstoß gegen das Sonderveranstaltungsverbot des § 7 UWG und nimmt die Beklagte nach erfolgloser Abmahnung auf Unterlassung und Zahlung von Abmahnkosten in Anspruch. Zur Begründung seiner Klagebefugnis hat er unter anderem vorgetragen: Er sei ein seit 1976 im Vereinsregister des Amtsgerichts Düsseldorf unter der Nummer VR 5583 eingetragener rechtsfähiger Verein, der nach seiner Satzung seit über 20 Jahren den Zweck verfolge, gewerbliche Interessen zu fördern, und nach seiner personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung im Stande sei, seine satzungsmäßigen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen. Ihm gehörten in erheblicher 4

Zahl Mitglieder an, die Waren gleicher oder verwandter Art wie die Beklagte auf demselben Markt vertrieben; aufgrund entsprechender Mitgliederverträge nehme er auf diesem Markt die wettbewerbsrechtlichen Interessen einer erheblichen Anzahl von Gewerbetreibenden wahr. Direkte Mitglieder von ihm seien die G. K. GmbH in K. sowie der BVD Europaverband der Selbständigen Bundesverband Deutschland e.V., bei dem es sich um die Dachorganisation von Bundes-, Landesverbänden, Kreis-, Orts- und Selbständigenverbänden aller Branchen handele und dem u.a. über 300 Handwerksinnungen, Landesgewerbeverbände, Gewerbevereine, Handels- und Handwerksverbände, Interessengemeinschaften von Verbänden des Handels und Handwerks und Händlervereinigungen sowie mehr als 350.000 Selbständige aus allen Branchen als Einzelmitglieder angehörten. Dazu zähle auch eine große Zahl von Wettbewerbern der Beklagten, die auf dem hier maßgeblichen örtlichen Markt geschäftsansässig seien. Aufgrund eines noch heutige gültigen Mitgliedschaftsvertrages mit der M. L. Uhren und Schmuck GmbH habe er außerdem sowohl die wettbewerbsrechtlichen Interessen der M. L. GmbH als auch ihrer Vertragshändler, welche in der von ihm überreichten Auflistung gemäß Anlage K 2 (Bl. 12 d.A.) namentlich genannt seien, zu vertreten.

Der Kläger hat beantragt, 5

die Beklagte zu verurteilen, 6

1. 7

es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes 8 bis zu 500.000,-- DM zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbes wie nachfolgend abgebildet auf einem sogenannten Werbereiter vor ihrem Geschäftslokal mit dem Blickfang "Uhren und Schmuck als Set um 20 % reduziert" zu werben und so besondere Verkäufe anzukündigen, sofern es sich nicht um Saisonschluss- oder Jubiläumsverkäufe nach § 7 Abs. 3 UWG oder bei der zuständig IHK angezeigte Räumungsverkäufe nach § 8 UWG handelt:

1. *Abbildung* 9

2. 10

an ihn 290,-- DM nebst 9,26 % Zinsen seit dem 1. Juni 2001 zu zahlen. 11

Die Beklagte hat beantragt, 12

die Klage abzuweisen. 13

Sie ist dem Vorbringen des Klägers entgegengetreten und hat die Auffassung vertreten, der Kläger habe seine Klagebefugnis nicht schlüssig dargetan bzw. nachgewiesen. Außerdem hat sie einen Wettbewerbsverstoß in Abrede gestellt und diesbezüglich geltend gemacht, dass es sich bei den beworbenen "Uhren-Schmuck-Sets" um lediglich maximal zehn reduzierte Sets gehandelt habe. Jene Sets seien in den Schaufenstern ihrer Filiale als preisreduzierte Ware gekennzeichnet gewesen. Die angegriffene Werbung habe sich vor diesem Hintergrund in ihren gewöhnlichen Geschäftsbetrieb eingeordnet und sei als Sonderangebot zu verstehen gewesen. 14

Das Landgericht hat der Klage entsprochen und zur Begründung im Wesentlichen 15 ausgeführt: Der Kläger sei befugt, den erhobenen Unterlassungsanspruch geltend zu

machen. Er habe insbesondere "glaubhaft" gemacht, dass ihm eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden als Mitglieder angehörten, die auf dem selben räumlichen und sachlichen Markt wie die Beklagte als Wettbewerber tätig seien. Denn er habe "glaubhaft" gemacht, dass ihm der "Verband M. L." angehöre, der wiederum von seinen "Mitgliedern" beauftragt worden sei, wettbewerbsrechtlich tätig zu werden. Diesem Verband gehörten alleine im Raum Krefeld (Krefeld, Kempen, Tönisvorst), auf welchen hier abzustellen sei, sechs Mitglieder an. Darüber hinaus habe der Kläger "glaubhaft" gemacht, dass ihn die G. K. GmbH mit der Wahrnehmung ihrer wettbewerbsrechtlichen Interessen beauftragt habe. Mit dieser Anzahl von Gewerbetreibenden aus der Schmuckbranche vertrete der Kläger nach Anzahl und Marktbedeutung eine repräsentative Größe. Die Klage habe auch in der Sache Erfolg; der geltend gemachte Unterlassungsanspruch ergebe sich aus § 7 Abs. 1 UWG, weil die Beklagte mit ihrer Werbung eine unzulässige Sonderveranstaltung angekündigt habe.

Dagegen wendet sich die Beklagte mit der Berufung. Unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vorbringens macht sie geltend: Das Landgericht habe die Prozessführungsbefugnis des Klägers bejaht, obgleich der Kläger ihre Voraussetzungen nicht nachgewiesen habe. Es sei mangels Vorlage eines Eintragungsnachweises in das Vereinsregister nicht nachgewiesen, dass der Kläger rechtsfähig sei. Ob der Kläger satzungsgemäß die Förderung gewerblicher Interessen zum Gegenstand habe, lasse sich mangels Vorlage seiner Satzung ebenfalls nicht feststellen. Der Kläger habe ferner nicht dargetan und bewiesen, dass ihm eine erhebliche Anzahl von Gewerbetreibenden, die Schmuck im Gebiet Krefeld, Kempen und Tönisforst anbieten, angehörten. Die im landgerichtlichen Urteil angesprochenen Vertragshändler der M. L. Uhren und Schmuck GmbH hätten außer Betracht zu bleiben, weil sie weder unmittelbare noch mittelbare Mitglieder des Klägers seien. Darüber hinaus liege in der Sache auch kein Verstoß gegen § 7 Abs. 1 UWG vor. 16

Die Beklagte beantragt, 17

das angefochtene Urteil abzuändern und die Klage abzuweisen. 18

Der Kläger beantragt, 19

die Berufung zurückzuweisen. 20

Er verteidigt das angefochtene Urteil unter Wiederholung und Vertiefung seines erstinstanzlichen Vorbringens und trägt außerdem vor: Dem räumlich relevanten Markt Krefeld und Umgebung seien aus der von ihm vorgelegten Liste der M. L.-Vertragshändler außerdem die Geschäfte in Alpen, Moers, Kamp-Lintfort, Neukirchen-Vluyn, Geldern, Kevelaer und Grefrath sowie drei weitere, aus der Anlage M 11 ersichtliche, Händler in Viersen zuzurechnen. Als direktes Mitglied gehöre ihm ferner das Uhren- und Schmuck-Geschäft H. in Kamp-Lintfort an. 21

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf den vorgetragenen Inhalt der wechselseitigen Schriftsätze der Parteien und der von ihnen überreichten Anlagen Bezug genommen. 22

**Entscheidungsgründe:** 23

Die zulässige Berufung der Beklagten hat Erfolg. 24

25

Zu Unrecht hat das Landgericht die Beklagte zur Unterlassung sowie zur Zahlung der geltend gemachten Abmahnkostenpauschale verurteilt. Richtigerweise hätte die Klage hinsichtlich des Unterlassungsantrages als unzulässig abgewiesen werden müssen, weil der Kläger nicht als klagebefugt gemäß § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG angesehen werden kann. Dementsprechend ist der Kläger auch nicht befugt gewesen, die Beklagte wegen der beanstandeten Werbung abzumahnern, weshalb ihm in der Sache kein Anspruch auf Erstattung von Abmahnkosten zustehen kann und der entsprechende Zahlungsantrag damit ebenfalls hätte abgewiesen werden müssen.

I. 26

Die Klage ist unzulässig, soweit der Kläger die Beklagte auf Unterlassung der in Rede stehenden Werbung in Anspruch nimmt. 27

1. Außer Frage steht entgegen der Auffassung der Beklagten allerdings, dass sich die Klage - wie sich insbesondere aus den Ausführungen auf Seite 6 unten der Klageschrift vom 7. Juni 2001 (Bl. 6 d.A.) ergibt - gegen die im Handelsregister des Amtsgerichts Hagen unter der Nummer HRB 3996 eingetragene "C. Juweliere und Uhrmacher seit 1863 GmbH" richtet. Soweit im Passivrubrum nicht die Anschrift des Stammsitzes der Beklagten, sondern die ihrer Niederlassung (Filiiale) in Krefeld angegeben ist, wird hiermit nicht zum Ausdruck gebracht, dass die Krefelder Niederlassung der Beklagten verklagt werden solle. Die Klage ist - wie sich den Ausführungen unter II. der Klageschrift (Bl. 6 d.A.) entnehmen lässt - vom Kläger vor dem Landgericht Krefeld im Hinblick auf die von der Beklagten in Krefeld unterhaltene Niederlassung im Gerichtsstand der Niederlassung erhoben worden. Die in diesem Gerichtsstand erhobene Klage richtet sich gegen den Inhaber der Niederlassung, nicht gegen diese selbst, wobei es möglich ist, den Inhaber unter der Firma der Zweigniederlassung zu verklagen (vgl. BGHZ 4, 62; Zöller/Vollkommer, ZPO, 23. Auflage, § 21 Rdnr. 2). 28

2. Der Kläger hat jedoch die Voraussetzungen seiner Klagebefugnis nach § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG nicht dargetan. 29

Nach dieser Vorschrift kann u. a. im Falle des § 7 Abs. 1 UWG der Anspruch von rechtsfähigen Verbänden zur Förderung gewerblicher Interessen nur geltend gemacht werden, soweit ihnen eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden angehört, die Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben, sie insbesondere nach ihrer personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung imstande sind, ihre satzungsgemäßen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher Interessen wahrzunehmen, und soweit der Anspruch eine Handlung betrifft, die geeignet ist, den Wettbewerb auf diesem Markt wesentlich zu beeinträchtigen. Es handelt sich hierbei um eine das Verfahren betreffende Voraussetzung, die in jeder Lage des Verfahrens von Amts wegen zu prüfen ist (BGH, GRUR 1996, 217 - Anonymisierte Mitgliederliste; GRUR 1997, 934, 935 - 50% Sonder-AfA; GRUR 1998, 417 - Verbandsklage in Prozessstandschaft). Dass der Kläger diese Prozessvoraussetzung erfüllt, lässt sich im Streitfall nicht feststellen. 30

Zwar ist der Kläger, wie er durch Vorlage eines ihn betreffenden Vereinsregisterauszuges belegt hat, ein rechtsfähiger Verband im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG. Auch hat der Kläger dargetan und durch Vorlage seiner Satzung nebst Satzungsänderungen belegt, dass er der Förderung gewerblicher Interessen im Sinne des § 13 Abs. 2 UWG dient. Ferner ist der Kläger nach seiner personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung auch im Stande, seine satzungsgemäßen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher Interessen wahrzunehmen. Denn er hat dargetan und durch Vorlage mehrerer Entscheidungen belegt, dass er seit vielen Jahren in wettbewerbsrechtlichen Verfahren auftritt. Er ist dabei - wie das mit der 31

Berufungserwiderung zur Akte gereichte Urteil des Bundesgerichtshofes (BGH) vom 20. Mai 1999, I ZR 66/97 (GRUR 1999, 1116 - Wir dürfen nicht feiern), zeigt - in der Lage, gerichtliche Verfahren bis zum BGH zu führen. Umstände, die darauf schließen ließen, dass der Kläger nicht über eine hinreichende personelle, sachliche und finanzielle Ausstattung verfügt, hat die Beklagte nicht aufgezeigt, und solche sind auch nicht ersichtlich.

Die Prozessführungsbefugnis setzt nach § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG jedoch weiterhin voraus, dass dem klagenden Verband eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden angehört, die Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben. Sinn dieser Regelung ist es, die Berechtigung eines derartigen Verbandes zur Verfolgung von Wettbewerbsverstößen auf die die kollektive Wahrnehmung von Mitgliederinteressen zu beschränken (vgl. BGH, GRUR 1995, 604, 605 - VerG.ete Visitenkarten; GRUR 1997, 933, 934 - EP). Dass der Kläger in diesem Sinne die Interessen einer erheblichen Zahl von Gewerbetreibenden auf demselben Markt vertritt, vermag der Senat auf der Grundlage des klägerischen Vortrages nicht positiv festzustellen. 32

a) Bei der Prüfung der Frage, ob dem Kläger eine erhebliche Zahl von "Gewerbetreibenden" angehört, sind diejenigen Mitglieder des Klägers zu berücksichtigen, die der Beklagten auf demselben räumlichen und sachlichen Markt begegnen, also mit ihr um Kunden konkurrieren können (vgl. BGH, WRP 1996, 1102, 1103 - Großimporteur; GRUR 1997, 927, 928 - Selbsthilfeeinrichtung der Beamten; GRUR 1997, 934, 935 - 50% Sonder-AfA). 33

1. In sachlicher Hinsicht wird der einschlägige Markt hierbei durch den Begriff "Waren oder gewerblicher Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art" gekennzeichnet. Dieser Begriff ist weit auszulegen. Die beiderseitigen Waren (Leistungen) müssen sich in ihrer Art so gleichen oder nahe stehen, dass der Absatz der Ware des einen Mitbewerbers durch (irgendein) wettbewerbswidriges Verhalten des anderen beeinträchtigt werden kann. Vorausgesetzt wird hierbei ein abstraktes Wettbewerbsverhältnis. Für dieses genügt es, dass eine nicht gänzlich unbedeutende (potentielle) Beeinträchtigung mit einer gewissen - sei es auch nur geringen - Wahrscheinlichkeit in Betracht gezogen werden kann (vgl. BGH, WRP 1996, 1102, 1103 - Großimporteur; WRP 1996, 1034, 1036 - Preisrätselgewinnauslobung III; WRP 1997, 715, 716 - Produktwerbung; GRUR 1997, 927, 928 - Selbsthilfeeinrichtung der Beamten; GRUR 1997, 934, 935 - 50% Sonder-AfA). Danach ist vorliegend auf den Markt des Angebots von Schmuck und Uhren durch Juweliere, Uhren- und Schmuckhändler, und zwar jedweder Klasse, abzustellen, wobei auch Kaufhäuser, die Uhren oder Schmuck vertreiben, mit einzubeziehen sind. 34
2. In räumlicher Hinsicht wird der maßgebliche Markt im Wesentlichen durch die Reichweite der Geschäftstätigkeit des angegriffenen werbenden Unternehmens bestimmt (BGH, WRP 1996, 1034, 1036 - Preisrätselgewinnauslobung III; WRP 1996, 1102, 1103 - Großimporteur; WRP 1997, 1070, 1071 - Händlervereinigung; GRUR 1997, 927, 928 - Selbsthilfeeinrichtung der Beamten; GRUR 1997, 934, 935 - 50% Sonder-AfA). Er kann örtlich oder regional begrenzt sein. Für die Bestimmung der Grenzen des Marktes können die Marktstellung des werbenden Unternehmens, die Attraktivität seines Angebots und die Reichweite seiner Werbung maßgeblich (BGH, a.a.O.- Händlervereinigung).

Im Streitfall besteht die Besonderheit, dass der bundesweit agierende Kläger mit der Beklagten ein Unternehmen auf Unterlassung einer als wettbewerbswidrig beanstandeten Werbung in Anspruch nimmt, das im gesamten Bundesgebiet, jedenfalls aber weiten Teilen davon, Filialen betreibt, wobei die angegriffene Werbung allein eine Filiale, nämlich die in Krefeld, betrifft. In einem solchen Fall kann sich die Klagebefugnis des klagenden Verbandes jedenfalls daraus ergeben, dass ihm auf dem in Bezug auf die betreffende Filiale zu 35

definierenden räumlichen Markt eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG angehört, wobei ein zuzusprechender Unterlassungsanspruch gleichwohl nicht auf die betreffende Filiale räumlich beschränkt wäre. Insoweit kann nichts anderes gelten als für den Unterlassungsanspruch eines unmittelbar verletzten Wettbewerbers oder eines Mitbewerbers im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Einem durch unlautere Wettbewerbshandlungen unmittelbar verletzten Wettbewerber wird anerkanntermaßen ohne weiteres ein Unterlassungsanspruch zugebilligt, der auf ein bundesweites Verbot solcher Handlungen gerichtet und entsprechend - selbst bei nur räumlich beschränkter Betroffenheit - bundesweit durchsetzbar ist. Dies hat seinen entscheidenden Grund darin, dass der Anspruch dem Wettbewerber nicht nur zum Schutz seiner Individualinteressen, sondern auch im Interesse der anderen Marktbeteiligten und der Allgemeinheit zuerkannt wird (BGH, GRUR 1999, 509, 510 - Vorratslücken; GRUR 2000, 907, 909 - Filialleiterfehler). Für einen nach § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG klagebefugten Mitbewerber gilt nichts anderes; auch sein wettbewerbsrechtlicher Unterlassungsanspruch ist grundsätzlich nicht entsprechend seinem jeweiligen Tätigkeitsbereich räumlich beschränkt, sondern für das gesamte Bundesgebiet gegeben und selbst bei nur räumlich beschränkter Betroffenheit bundesweit durchsetzbar (BGH, a.a.O. - Vorratslücken; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 23. Auflage, § 13 Rdnr. 16). Wie der BGH in der Entscheidung "Vorratslücken" ausgeführt hat, betrifft das in § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG enthaltene Erfordernis, dass der Anspruchsteller als Gewerbetreibender Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreibt, nicht den Inhalt des Anspruchs, sondern nur die Voraussetzungen dafür, dass der Anspruchsteller den Anspruch geltend machen kann. Hierfür spricht nicht nur der Wortlaut der Vorschrift, sondern ebenso der auch im Rahmen des § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG geltende Gedanke, dass die wettbewerbsrechtlichen Ansprüche von Wettbewerbern neben deren Schutz auch den Schutz der anderen Marktbeteiligten und der Allgemeinheit bezwecken. Es liegt aber in ihrem Interesse, dass unlauterer Wettbewerb nicht nur regional, sondern bundesweit bekämpft wird. Hiervon ausgehend hat der BGH in der Entscheidung "Filialleiterfehler" (GRUR 2000, 907, 909) festgestellt, dass im Falle der wettbewerbswidrigen Werbung einer rechtlich unselbständigen Filiale eines Einzelhandelsunternehmens der Unterlassungsanspruch des Wettbewerbers gegen den Inhaber des Unternehmens grundsätzlich ohne räumliche Beschränkung gegeben ist. Hinsichtlich des räumlichen Marktes ist insoweit also auf den räumlich umgrenzten Markt abzustellen, auf dem sich die Parteien als Wettbewerber begegnen, wobei der Unterlassungsanspruch aber gleichwohl keiner räumlichen Beschränkung unterliegt. Klagt ein Verband im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG, dem die Klagebefugnis verliehen ist, weil die Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs auch im öffentlichen Interesse liegt (vgl. Köhler/Piper, UWG, 2. Auflage, § 13 Rdnr. 17; Baumbach/Hefermehl, a.a.O., § 13 Rdnr. 20 jeweils m.w.N.), kann nichts anderes gelten, und zwar selbst dann nicht, wenn der klagende Verband nur am Ort der betreffenden Filiale eine ausreichende Zahl von Mitbewerbern als Mitglieder haben sollte.

Bezogen auf den Streitfall folgt hieraus, dass der maßgebliche räumliche Markt jedenfalls in Bezug auf die Filiale der Beklagten in Krefeld definiert werden kann. Ob sich in einem Fall wie dem vorliegenden die Klagebefugnis des klagenden Verbandes - wie vom Senat im Verhandlungstermin angesprochen - auch daraus ergeben kann, dass ihm am Ort einer anderen Filiale des (bundesweit tätigen) beklagten Unternehmens eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG angehört, weil möglicherweise auch dort mit der streitigen Werbung zu rechnen ist, kann dahinstehen. Denn der Kläger hat hierzu nichts vorgetragen; er stellt zur Begründung seiner Klagebefugnis allein auf die Filiale der Beklagten in Krefeld ab.

36

Hinsichtlich dieser Filiale ist der hier relevante räumliche Markt regional begrenzt. Beanstandet wird eine Ankündigung, mit der die Beklagte allein in Krefeld und nur für ihre dortige Filiale geworben hat, wobei es sich bei dem beanstandeten Werbemittel um einen Werbepreparat handelte, den die Beklagte vor ihrem Geschäftslokal in Krefeld aufgestellt hatte. In Rede steht damit keine überregionale Werbung, sondern eine "Schaufenster"- und auf das einzelne Geschäft bezogene Werbung.

Vor diesem Hintergrund sowie im Hinblick auf die Dichte von Schmuckgeschäften sowie die Dichte der Filialen der Beklagten, die in Nordrhein-Westfalen außer ihrer Filiale in Krefeld unbestritten 34 weitere Filialen betreibt, hat das Landgericht den maßgeblichen räumlichen Markt hier auf das Einzugsgebiet Krefeld, Kempen und Tönisvorst beschränkt. Hiergegen wendet sich der Kläger, der darüber hinaus die Orte Alpen, Moers, Kamp-Lintfort, Neunkirchen, Geldern, Kevelaer, Grefrath und Viersen dem relevanten räumlichen Markt zurechnen will. Was die vom Kläger genannten Orte anbelangt, kann jedenfalls die Stadt Kamp-Lintfort nicht dem in Betracht zu ziehenden räumlichen Markt zugerechnet werden, weil sie aufgrund ihrer räumlichen Lage zum Einzugsgebiet von Duisburg gehört, wo die Beklagte unstreitig eine weitere Filiale betreibt (vgl. Bl. 36 d.A.). Ob die weiteren vom Kläger genannten Städte zum hier räumlich relevanten Markt gehören, kann letztlich dahinstehen. Selbst wenn man zu Gunsten des Klägers unterstellt, dass dem relevanten räumlichen Markt außer Krefeld, Kempen und Tönisvorst auch Alpen, Moers, Neunkirchen, Geldern, Kevelaer, Grefrath und Viersen zuzurechnen sind, gehört dem Kläger - wie noch ausgeführt wird - nämlich auch für diesen räumlich weiteren Bereich keine "erhebliche Zahl" einschlägiger Gewerbetreibender im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG an. 38

1. Die Frage, welche Zahl von Gewerbetreibenden als erheblich im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG anzusehen ist, lässt sich nicht abstrakt und generell bestimmen. Es handelt sich um eine Frage des Einzelfalls. Hierbei kommt es nach der Rechtsprechung des BGH weder auf die Mitgliedschaft einer bestimmten Mindestanzahl oder gar der Mehrheit der Mitbewerber an. Erforderlich und ausreichend ist es, dass Gewerbetreibende aus der einschlägigen Branche auf dem maßgeblichen Markt im Verband nach *Anzahl* und/oder *Größe*, *Marktbedeutung* oder *wirtschaftlichem Gewicht* repräsentativ vertreten sind, so dass dort ein missbräuchliches Vorgehen des Verbandes ausgeschlossen werden kann (vgl. BGH, WRP 996, 1034, 1037 - Preisrätselgewinnauslobung III; WRP 1996, 1102, 1103 - Großimporteur; WRP 1997, 1070, 1071 - Händlervereinigung; GRUR 1997, 145, 146 - Preisrätselgewinnauslobung IV; GRUR 1997, 927, 928 - Selbsthilfeeinrichtung der Beamten; GRUR 1997, 934, 935/936 - 50% Sonder-AfA). Bei der Beurteilung der Klagebefugnis sind hierbei auch Gewerbetreibende zu berücksichtigen, die nicht unmittelbare, sondern lediglich mittelbare Mitglieder des klagenden Verbandes sind, die also einem Verband oder einer Organisation angehören, die ihrerseits Mitglied des fraglichen Verbandes ist (BGH, GRUR 1999, 1116, 1118 - Wir dürfen nicht feiern - m.w.N.). Diese die Mitgliedschaft vermittelnde Organisation braucht nicht selbst klagebefugt im Sinne von § 13 Abs. 2 UWG zu sein. Vielmehr reicht es aus, wenn die Gewerbetreibenden die die Mitgliedschaft vermittelnde Organisation mit der Wahrnehmung ihrer gewerblichen Interessen beauftragt haben, sei es, dass diese die Interessen ihrer Mitglieder selbst wahrzunehmen berechtigt und im Stande ist, oder sei es, dass sie einen anderen Verband mit der Wahrnehmung der Interessen ihrer Mitglieder beauftragt (BGH, a.a.O. - Wir dürfen nicht feiern). 39

Im Prozess obliegt es dem klagenden Verband, die Tatsachen vorzutragen und ggf. zu beweisen, aus denen sich die Klagebefugnis ergibt. Er hat deshalb auch darzulegen und ggf. nachzuweisen, dass ihm eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden angehört (vgl. BGH, 40

GRUR 1995, 604, 605 - VerG.ete Visitenkarten; Baumbach/Lauterbach, a.a.O., § 13 UWG Rdnr. 23b; Köhler/Pieper, a.a.O., § 13 Rdnr. 37). Um im Einzelfall diesen Nachweis zu führen, muss der Verband die Namen, Branchen, Umsätze und örtlichen Tätigkeitsbereiche seiner Mitglieder insoweit bekannt geben, als dies zur Überprüfung seiner Klagebefugnis durch den Beklagten und das Gericht erforderlich ist (Köhler/Pieper, a.a.O., § 13 Rdnr. 37; vgl. auch BGH, GRUR 1996, 217, 218 - Anonymisierte Mitgliederliste; GRUR 1997, 934, 936 - 50% Sonder-AfA).

Im Streitfall ergibt sich aus dem Sachvortrag des Klägers nicht, dass er den in Rede stehenden rechtlichen Anforderungen in tatsächlicher Hinsicht genügt. 41

- Auf die durch die von ihm übereichten Unterlagen hinreichend nachgewiesene Mitgliedschaft des BVD Europaverband der Selbständigen Bundesverband Deutschland e.V. (nachfolgend: BVD) kann sich der Kläger zur Begründung seiner Klagebefugnis nicht berufen. Denn er hat weder hinreichend dargetan noch belegt, dass dem BVD - unmittelbar oder mittelbar - ein Mitglied angehört, welches im Raum Krefeld und Umgebung Schmuck oder Uhren vertreibt. Die Beklagte hat dies bestritten und mit Recht auf einer Entanonymisierung etwaiger Mitglieder, die als Wettbewerber in Betracht kommen könnten, bestanden. Die beklagte Partei braucht sich nämlich nicht mit den - mehr oder weniger sorgfältig ermittelten und aktualisierten - Angaben ihres Prozessgegners zu begnügen. Sie hat ein berechtigtes Interesse daran, selbst zumindest durch Stichproben beispielsweise der Frage nachgehen zu können, ob die bezeichneten Unternehmer (noch) Mitglieder sind und ob (etwaige) Angaben des klagenden Verbandes zur Branchenzugehörigkeit, zur Marktstärke und zum örtlichen Betätigungsfeld der Mitgliedsunternehmen (noch) Gültigkeit haben (BGH, GRUR 1996, 217, 218 - Anonymisierte Mitgliederliste; GRUR 1997, 934, 936 - 50% Sonder-AfA). Mitglieder des BVD, die auf dem hier in Rede stehenden räumlichen Markt, Schmuck oder Uhren vertreiben, hat der Kläger aber nicht benannt und er ist nach seinem eigenen Vortrag hierzu offenbar auch gar nicht in der Lage, weil der BVD hiernach die Namen seiner Einzelmitglieder und der Angehörigen seiner Mitgliedsverbände grundsätzlich nicht bekannt gibt (vgl. Bl. 212 d.A.). Dies geht, da weder dargetan noch ersichtlich ist, dass insoweit schützenswerte Geheimhaltungsinteressen bestehen, zu Lasten des darlegungs- und beweispflichtigen Klägers. 42

Soweit der Kläger behauptet, zu den Mitgliedern des BVD zählten eine große Zahl von Wettbewerbern der Beklagten im Raum Krefeld und Umgebung, ist dieser pauschale Vortrag unzureichend und damit unerheblich, zumal - da der BVD die Namen seiner Einzelmitglieder und der Angehörigen seiner Mitgliedsverbände nach dem eigenen Vortrag des Klägers nicht bekannt gibt - nicht ersichtlich ist, worauf der Kläger diese Behauptung stützt. Der unzureichende Sachvortrag des Klägers kann im Übrigen auch nicht durch einen auf einen unzulässigen Ausforschungsbeweis gerichteten Beweisantritt (Zeugnis des Bundesgeschäftsführers des BVD; Bl. 4, 211 d.A.) ersetzt werden. 43

Es kann demzufolge nicht festgestellt werden, ob dem Kläger über die Mitgliedschaft des BVD möglicherweise eine hinreichende Anzahl von Mitgliedern angehört, die seine Klagebefugnis im Streitfall begründen könnte. Hiermit setzt sich der Senat nicht in Widerspruch zu der Entscheidung "Wir dürfen nicht feiern" des BGH (GRUR 1999, 1116), in welcher der BGH die Prozessführungsbefugnis des Klägers u.a. im Hinblick auf die Mitgliedschaft des BVD bejaht hat. Denn in dem vom BGH entschiedenen Fall waren zwölf Einzelhändler einer dem BVD angehörenden Händlervereinigung *namentlich* benannt worden (vgl. GRUR 1999, 1116, 1118). 44

- Entgegen der Annahme des Landgerichts kann auch nicht auf die Vertragshändler der dem Kläger nach seinem Vortrag als Mitglied angehörenden M. L. GmbH abgestellt werden. 45

Die Vertragshändler von M. L. sind selbst unstreitig keine (direkten) Mitglieder des Klägers. Auf eine über die M. L. GmbH vermittelte Mitgliedschaft der Vertragshändlern kann sich der Kläger nicht mit Erfolg berufen. Denn die Vertragshändler sind auch keine Mitglieder eines dem Kläger angehörenden Verbandes und sie sind auch nicht Mitglieder einer Vertragshändlervereinigung, die ihrerseits Mitglied des Klägers ist. Insoweit unterscheidet sich der Streitfall von der Entscheidung "Wir dürfen nicht feiern" des BGH (GRUR 1999, 1116), weil dort die betreffenden Vertragshändler (der L.-O. GmbH) in einer dem Kläger angehörenden "Händlerorganisation" (L.P. Partner Club) organisiert waren, die ihre Interessen vertrat, und zwar in der Weise, dass sie zur Wahrnehmung ihrer Interessen selbst dem Kläger beigetreten war. Hier sind die M. L.-Vertragshändler aber keine Mitglieder einer Vertragshändlerorganisation, die ihrerseits Mitglied des Klägers ist. Der Streitfall ist insoweit auch anders gelagert, als der vom Schleswig-Holsteinischen Oberlandesgericht durch das vom Kläger als Anlage M 3 überreichte Urteil vom 15. Februar 2000 (6 U 57/99) entschiedene Fall. Denn auch dort gehörten die (P.-)Vertragshändler einer Vertragshändlerorganisation (P.-Vertragspartner-Gemeinschaft) an, wobei jene gemäß den Feststellungen des Gerichts verpflichtet war, einen anderen Verband mit der Wahrnehmung der Interessen ihrer Mitglieder zu beauftragen. 46

Allein aus dem Umstand, dass es sich bei den in Rede stehenden Gewerbetreibenden um Vertragshändler eines Mitglieds des Klägers handelt, lässt sich eine mittelbare Mitgliedschaft dieser Vertragshändler beim Kläger nicht herleiten. Das Gesetz geht davon aus, dass die Klagebefugnis der kollektiven Wahrnehmung von Mitgliederinteressen dient, und dass dann, wenn solche Mitgliederinteressen nicht berührt werden können, weil dem Wettbewerbsverein keine erhebliche Zahl von betroffenen Mitbewerbern *angehört*, auch die innere Berechtigung für die Verfolgung von Wettbewerbsverstößen entfällt (vgl. Amtl. Begr. BT-Dr. 12/7345 = WRP 1994, 369, 378). Demgemäß geht es darum, ob die Interessen von dem klagenden Verband angehörenden Mitgliedern betroffen sind. Eine "Mitgliedschaft" ist auch im Falle einer mittelbaren Mitgliedschaft erforderlich. In diesem Fall müssen die Gewerbetreibenden, die dem Verband oder der Vereinigung, die direktes Mitglied des Wettbewerbsvereins ist, der vermittelnden Organisation angehören, was jedoch nur dann der Fall ist, wenn sie gewisse Mitgliedschaftsrechte haben, weil sie nur in diesem Fall über die Organisation, der sie angehören, auf den Wettbewerbsverband Einfluss nehmen können. Es würde dem Sinn und Zweck des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG widersprechen, einem Verband auch die Händler zuzurechnen, die - wie hier - mit einem Mitglied des Verbandes lediglich durch ein Vertragshändlersystem verbunden sind. Die Eingliederung in eine Vertriebsorganisation als Vertragshändler ist nämlich mit einer Mitgliedschaft in einem Verband oder Verein nicht vergleichbar. Der erkennende Senat folgt insoweit den überzeugenden Ausführungen des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf in seinem von der Beklagten als Anlage B 3 überreichten Urteil vom 3. November 1994 - 2 U 116/93 - (Bl. 71-73 d.A.), auf die ergänzend Bezug genommen wird. 47

Im vorliegenden Fall besteht zwar die Besonderheit, dass die M. L. GmbH und der Kläger ausweislich des vom Kläger überreichten Leistungsangebots vom 31. Dezember 1994 (Bl. 11 u. Bl. 98R d.A.) und der entsprechenden Annahmeerklärung der M. L. GmbH vom 6. Februar 1995 (Bl. 11 u. Bl. 98R d.A.) vereinbart haben, dass die Vertragshändler der M. L. GmbH das Recht haben, bestimmte Leistungen des Klägers (wettbewerbsrechtliche Überprüfung von 48

Anzeigenentwürfen; Überprüfung der Werbung von Wettbewerbern; Begutachtung von Abmahnungen und einstweiligen Verfügungen) in Anspruch zu nehmen. Eine mittelbare Mitgliedschaft lässt sich hiermit aber nicht begründen (so auch OLG Frankfurt, Urteil vom 29.01.1998 - 6 U 10/97, Anlage B 2, Seite 7 f., Bl. 82 f. d.A.; a. A.: OLG Nürnberg, Urt. v. 27.06.2000 - 3 U 104/00, Anlage M 2, Seite 8; OLG Naumburg, Urt. v. 02.07.1998 - 7 U [Hs] 272/97, Anlage M 6, Seite 8 f.). Denn dies macht die in Rede stehenden Vertragshändler weder zu Mitgliedern des Klägers noch zu Mitgliedern einer dem Kläger angehörenden Vereinigung. Darüber hinaus setzt eine über eine andere Organisation vermittelte Mitgliedschaft - wie bereits erwähnt - nach der höchstrichterlichen Rechtsprechung voraus, dass die betreffenden Gewerbetreibenden die die Mitgliedschaft vermittelnde Organisation mit der Wahrnehmung ihrer gewerblichen Interessen "beauftragt" haben, sei es, dass die Organisation die Interessen ihrer Mitglieder selbst wahrzunehmen berechtigt und im Stande ist, oder sei es, dass sie einen anderen Verband mit der Wahrnehmung der Interessen ihrer Mitglieder beauftragt (BGH, GRUR 1999, 1116, 1118 - Wir dürfen nicht feiern). Diese Voraussetzung liegt hier nicht vor. Denn der Kläger hat weder dargetan noch unter Beweis gestellt, dass die Vertragshändler die M. L. GmbH mit der Wahrnehmung ihrer gewerblichen Interessen beauftragt haben. Ist die M. L. GmbH aber nicht von ihren Vertragshändlern mit der Verfolgung von ihren gewerblichen Interessen beauftragt worden, ist sie auch nicht in der Position gewesen, das Recht ihrer Vertragshändler zur Verfolgung von Wettbewerbsverstößen an den Kläger zu vermitteln.

Dass die zwischen dem Kläger und der M. L. GmbH getroffene Vereinbarung als Vertrag zugunsten Dritter zu qualifizieren ist, ändert hieran nichts. Denn durch diesen Vertrag hat nur jeder einzelne Vertragshändler das Recht erworben, die in dem Leistungsangebot des Klägers vom 31. Dezember 1994 angeführten Leistungen jeweils für sich in Anspruch zu nehmen. Der Vertrag vermittelt jedoch in Bezug auf die Vertragshändler keine Mitgliedschaft in dem Sinne, dass der Kläger seinerseits hieraus Rechte herleiten kann (vgl. hierzu auch OLG Celle, GRUR 1998, 77, 78 - Fördernde Mitgliedschaften), und es kann insoweit auch von keiner Interessenbündelung ausgegangen werden, die die Möglichkeit einer *kollektiven* und grundsätzlich auch repräsentativen Wahrnehmung von Mitgliederinteressen gewährleistet (vgl. auch OLG Frankfurt, Urteil vom 29.01.1998 - 6 U 10/97, Anlage B 2, Seite 8, Bl. 82 d.A.; LG Hannover, Urt. v. 05.06.2001, Anlage B 1, Seite 4/5, Bl. 4/5 d.A.).

49

- Außer Betracht zu bleiben hat auch das in Kamp-Lintfort ansässige Uhren- und Schmuck- 50 Geschäft E. H., welches dem Kläger nach seinem Berufungsvortrag als direktes Mitglied angehören soll, weil Kamp-Lintfort - wie bereits ausgeführt - nicht zum Einzugsgebiet von Krefeld gehört.
- Berufen kann sich der Kläger zwar auf die G. K. GmbH, die in Krefeld eine Filiale betreibt. Denn er hat durch Vorlage des Schreibens der G. K. GmbH vom 18. Januar 1994 belegt, dass die G. K. GmbH durch Annahme eines entsprechenden Angebotes Mitglied bei ihm geworden ist. Außerdem hat er ein Bestätigungsschreiben der G. K. GmbH vom 3. September 2001 zur Akte gereicht, aus dem sich ergibt, dass der Mitgliedschaftsvertrag weiter besteht. Dem entsprechenden Vortrag des Klägers ist die Beklagte im Übrigen auch nicht mehr - jedenfalls nicht konkret - entgegen getreten. Darauf, ob die Niederlassung der G. K. GmbH in Krefeld gegenüber dem Hauptsitz der Gesellschaft in Köln weisungsgebunden ist oder nicht, kommt es entgegen der Auffassung der Beklagten nicht an. Entscheidend ist, dass die G. K. GmbH als Mitglied des Klägers über ihre Filiale in Krefeld auf dem hier räumlich relevanten Markt Schmuck und Uhren vertreibt.

51

Die Mitgliedschaft dieses einen Einzelhändlers, der im hier relevanten Raum Schmuck und Uhren vertreibt, reicht unter den gegebenen Umständen jedoch nicht aus, um von einer repräsentativen Vertretung durch den Kläger ausgehen zu können. Dem Senat ist - worauf er im Verhandlungstermin hingewiesen hat - aus anderem Zusammenhang bekannt, dass es in Deutschland eine außerordentlich hohe Zahl von Juwelieren und Schmuckhändlern gibt. Der Kläger hätte deshalb substantiiert dartun müssen, dass hier gleichwohl bereits aufgrund der Mitgliedschaft dieses einen Händlers von einer repräsentativen Vertretung im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG auszugehen ist, zumal nach seinem Vortrag hinsichtlich des räumlichen Marktes nicht nur auf das Einzugsgebiet Krefeld, Kempen und Tönisvorst, sondern zusätzlich auch auf die Orte Alpen, Moers, Kamp-Lintfort, Neunkirchen, Geldern, Kevelaer, Grefrath und Viersen abzustellen ist, so dass mit einer entsprechenden Steigerung der Gesamtzahl an Juwelieren, Schmuck- und Uhrenhändlern zu rechnen ist. Dies hat er jedoch nicht getan. Der Kläger hat insbesondere - was die Beklagte mit Recht beanstandet hat und was in der Berufungsverhandlung erörtert worden ist - nichts zu der Gesamtzahl der auf dem von ihm definierten räumlichen Markt tätigen Wettbewerber der Beklagten vorgetragen. Zwar ist insoweit zu beachten, dass es für die Beantwortung der Frage, welche Zahl von Gewerbetreibenden als erheblich im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG anzusehen ist, auf die Mitgliedschaft einer bestimmten Mindestanzahl oder gar der Mehrheit der Mitbewerber nicht ankommt. Auch trifft es zu, dass der BGH in vielen Entscheidungen nicht auf die Gesamtzahl der auf dem betreffenden räumlichen Markt tätigen Wettbewerber eingegangen ist. Gleichwohl hat der BGH in der Vergangenheit aber durchaus auch hierauf abgestellt. So hat er z.B. in der Entscheidung "Händlervereinigung" (WRP 1997, 1070) festgestellt, dass es nicht ausreicht, wenn ein bundesweit tätiger Kraftfahrzeug-Händlerverband bei der Verfolgung eines nur regional, nämlich für das Ruhrgebiet, bedeutsamen Wettbewerbs in diesem räumlichen Bereich nur über zwei Mitglieder verfügt (vgl. auch Baumbach/Hefermehl, a.a.O., § 13 Rdnr. 23b). Ferner hat er in der Entscheidung "Verbandsklage in Prozessstandschaft" (GRUR 1998, 417, 418) angenommen, dass die Mitgliedschaft von vier Gewerbetreibenden der Sparte "Teppiche, Bodenbeläge und Heimtextilien" auf einem regional beschränkten räumlichen Markt bei einer Gesamtanzahl von mehr als 150 Teppiche vertreibenden Unternehmen nicht ausreichen würde. Aus der Rechtsprechung des BGH lässt sich deshalb nicht ableiten, dass es auf die Gesamtzahl der auf dem jeweiligen räumlichen Markt tätigen Wettbewerber nicht ankommt und der Kläger hierzu nichts vortragen muss. Vielmehr kommt es jeweils auf den Einzelfall an. Dabei wird sich die Feststellung, ob dem klagenden Verband eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden angehört, die Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben, oftmals - so auch hier - nur treffen lassen, wenn der Kläger darlegt, wie viele Gewerbetreibende es (jedenfalls in etwa) in dem betreffenden Marktsegment auf dem örtlichen Markt gibt, weil es ansonsten an einer Bezugsgröße fehlt. Im Streitfall hat der Kläger hierzu nichts vorgetragen.

Darüber hinaus hat der Kläger auch nichts zum Umsatz der Krefelder Filiale der G. K. GmbH dargetan. Gerade den Umsätzen der Mitglieder des klagenden Verband kann bei der Frage einer repräsentativen Vertretung aber eine entscheidende Bedeutung zukommen (vgl. hierzu z.B. BGH, WRP 1996, 1102, 1103 f. - Großimporteur; WRP 1998, 98, 99 - Produktinformation III; GRUR 1997, 145, 146 - Preisrätselgewinnauslobung IV; GRUR 1997, 929, 930 - Herstellergarantie). Mangels entsprechender Angaben des Klägers kann der Senat damit auch keine Feststellungen zur Marktbedeutung und zum wirtschaftlichen Gewicht des in Rede stehenden Mitgliedes des Klägers treffen. Von einer repräsentativen Vertretung durch den Kläger kann unter diesen Umständen nicht ausgegangen werden. 52

Dies gilt selbst dann, wenn man zu Gunsten des Klägers außer der G. K. GmbH auch die ihm seinem Vortrag nach als direktes Mitglied angehörende M. L. GmbH als Uhren- und 53

Schmuckherstellerin mit berücksichtigt. Insoweit neigt der Senat zwar dazu, dem Kläger in seiner Auffassung zu folgen, dass es sich bei den relevanten Gewerbetreibenden durchaus auch um Hersteller der in Rede stehenden Waren handeln kann (a. A. LG Hannover, Urt. v. 5.6.2001, Anlage B 1, Bl. 39 ff. d.A.; vgl. auch OLG Celle, GRUR 1998, 77, 78 - Fördernde Mitgliedschaft). Dass die M. L. GmbH nicht auf derselben Vertriebsstufe wie die Beklagte steht, dürfte unschädlich sein, weil der Begriff "Waren oder gewerblicher Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art" - wie bereits ausgeführt - weit auszulegen ist und ein abstraktes Wettbewerbsverhältnis sowie die Feststellung genügen, dass eine Beeinträchtigung des betreffenden Mitgliedsunternehmens durch die beanstandete Werbemaßnahme mit einer - wenn auch nur geringen -Wahrscheinlichkeit zu befürchten ist. Diese Voraussetzungen dürften im Streitfall zu bejahen sein, weil eine Beeinträchtigung des Absatzes der Produkte des Herstellers M. L. auf dem maßgeblichen räumlichen Markt zu befürchten ist, wenn die Beklagte den Abnehmern der Produkte dieses Herstellers mit einer (angeblich) wettbewerbswidrigen Werbung Konkurrenz macht und die Kunden von anderen Anbietern in ihr Geschäft lockt.

Letztlich bedarf diese Frage jedoch keiner abschließenden Entscheidung. Ist nämlich auch die M. L. GmbH als Uhren- und Schmuckherstellerin mit zu berücksichtigen, folgt allein hieraus nicht schon, dass der Kläger damit eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden im Sinne des § 13 Abs. 1 Nr. 2 UWG repräsentiert. Dabei kann auch dahinstehen, ob mit dem Kläger davon auszugehen ist, dass ein Verband bereits dann einen erheblichen Bestand von Gewerbetreibenden repräsentiert, wenn ein Hersteller von entsprechenden Waren bei ihm Mitglied ist, dessen Waren auf dem maßgeblichen räumlichen Markt eine nicht ganz unbedeutende Verbreitung finden (vgl. OLG Koblenz, MD 1999, 1125, 1126, Bl. 103 d.A.; vgl. auch OLG Naumburg, Beschl. v. 06.11.2001 - 7 U 73/01, Anlage K 8, Bl. 153 f. d.A.). Ob hiervon in dieser Allgemeinheit ausgegangen werden kann, erscheint allerdings fraglich, weil es jeweils auf den Einzelfall ankommt und § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG gerade ausschließen will, dass der klagende Verband lediglich Individualinteressen eines Verbandsmitglieds wahrnimmt. Letztlich muss dies im Streitfall aber nicht abschließend entschieden werden, weil es jedenfalls an jeglichem konkreten Sachvortrag des Klägers zum Umfang der Verbreitung von Uhren und Schmuck bzw. Umsatz des Herstellers M. L. auf dem hier maßgeblichen räumlichen Markt fehlt. Soweit der Kläger behauptet hat, M.-L.-Produkte seien auf dem maßgeblichen räumlichen Markt "bedeutend verbreitet", liegt hierin - worauf die Beklagte bereits in erster Instanz mit Recht hingewiesen hat (Bl. 9 d.A.) - kein substantiiertes, einlassungsfähiger Sachvortrag, weshalb auch dem diesbezüglichen Beweisantritt des Klägers (Zeugnis des Herrn Jaeger, Bl. 5 d.A.) nicht nachzugehen ist. 54

Im Ergebnis kann sich der Kläger damit nur auf die Mitgliedschaft eines einzigen Einzelhändlers, der im Raum Krefeld Schmuck und Uhren vertreibt, sowie - ggf. - auf die Mitgliedschaft eines Uhren- und Schmuckherstellers berufen, wobei hinsichtlich des Umfangs der Verbreitung der Produkte dieses Herstellers und seines Umsatzes nichts bekannt ist. Unter diesen Umständen vermag der Senat nicht festzustellen, dass der Kläger damit einen erheblichen Bestand von auf demselben Markt tätigen Gewerbetreibenden im Sinne des § 13 Abs. 1 Nr. 2 UWG repräsentiert. 55

**II.** 56

Aus dem Vorstehenden folgt zugleich, dass der mit dem Klageantrag zu 2. geltend gemachte Anspruch auf Erstattung von Abmahnkosten in Höhe von 290,- DM (148,27 EUR) in der Sache nicht gerechtfertigt ist. Ist der Kläger nämlich nicht nach § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG befugt, die Beklagte wegen der streitigen Werbung gerichtlich auf Unterlassung in Anspruch 57

zu nehmen, ist er auch nicht befugt gewesen, sie deswegen abzumahnern, weshalb ihm kein Anspruch auf Erstattung von Abmahnkosten nach den Regeln über die Geschäftsführung ohne Auftrag gemäß §§ 683 Satz 1, 677, 670 BGB zustehen kann.

III. 58

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 ZPO. 59

Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit beruht auf § 708 Nr. 10, § 713 ZPO. 60

Für die Zulassung der Revision besteht kein gesetzlich begründeter Anlass, § 543 ZPO Abs. 1 Nr. 1, Abs. 2 ZPO. Die Sache hat keine grundsätzliche Bedeutung und auch die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erfordert keine Entscheidung des Revisionsgerichts. Zwar ist die Frage, ob sich der Kläger im Rahmen der Klagebefugnis auf die Vertragshändler der M. L. GmbH berufen kann, von anderen Oberlandesgerichten abweichend entschieden worden. Der BGH hat jedoch bereits entschieden, unter welchen Voraussetzungen bei der Beurteilung der Klagebefugnis Gewerbetreibende als mittelbare Verbandsmitglieder zu berücksichtigen sind (GRUR 1999, 1116, 1118 - Wir dürfen nicht feiern), und die vorliegende Entscheidung des Senats steht mit dieser Rechtsprechung im Einklang, nach der eine über eine andere Organisation vermittelte Mitgliedschaft verlangt, dass die betreffenden Gewerbetreibenden die Mitgliedschaft vermittelnde Organisation mit der Wahrnehmung ihrer gewerblichen Interessen beauftragt haben. Denn es fehlt hier jedenfalls an einer solchen Beauftragung. 61

Der Streitwert für die Berufungsinstanz und zugleich - in Abänderung ( § 25 Abs. 2 Satz 2 GKG) der im landgerichtlichen Urteil vom 4. Oktober 2001 erfolgten Streitwertfestsetzung - der Wert für die erste Instanz werden auf 30.290,- DM (= 15.487,30 EUR) festgesetzt. Für die Bemessung des Streitwerts des Unterlassungsantrages ist auf das Interesse eines gewichtigen Mitbewerbers an der Durchsetzung des Unterlassungsbegehrens abzustellen (vgl. BGH, WRP 1998, 741, 742 - Verbandsinteresse). Hiervon ausgehend wird erst ein Streitwert von 30.000,- DM (= 15.338,76 EUR), wie er bei "durchschnittlichen" Wettbewerbsverstößen üblich ist, der Bedeutung des Unterlassungsbegehrens des Klägers gerecht. Hinzu kommt die geltend gemachte Abmahnpauschale. 62

1. Dr. Sch. F. 63