
Datum: 30.04.2002
Gericht: Oberlandesgericht Hamm
Spruchkörper: 4. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 4 U 5/02
ECLI: ECLI:DE:OLGHAM:2002:0430.4U5.02.00

Vorinstanz: Landgericht Münster, 24 O 108/01

Tenor:

Auf die Berufung der Beklagten wird das am 31. Oktober 2001 verkündete Urteil der 4. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Münster teilweise abgeändert und wie folgt neu gefasst:

1. Die Beklagte wird verurteilt, der Klägerin Auskunft zu erteilen,

a)

über die Anzahl sämtlicher von ihr mit dem Vertrieb von Duftwässern seit dem 20. November 2000 beauftragten Personen, an die eine oder mehrere Referenzlisten mit Produkten der Linien M, N, T, D, E2 und K verteilt wurden, wie nachfolgend eingeblendet:

b)

über die Anzahl der Berater, die die unter 1 a) genannte Liste bei Verkaufsverhandlungen oder bei Beratungsgesprächen ab dem 20. November 2000 benutzt haben,

c)

über die vollständigen Umsätze für Parfumprodukte der Beklagten ab dem 20. November 2000, die die Berater getätigt haben, die die unter 1 a) genannte Liste in Verkaufsverhandlungen, Beratungsgesprächen und im Internet benutzt haben.

2.

Es wird festgestellt, dass die Beklagte der Klägerin allen Schaden zu ersetzen hat, der ihr aus der Verwendung der unter 1 a) genannten Liste entstanden ist und noch entstehen wird.

Im übrigen wird die Klage abgewiesen.

Die weitergehende Berufung wird zurückgewiesen.

Von den Kosten des Rechtsstreits tragen die Klägerin 1/3 und die Beklagte 2/3.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Der Beklagten wird nachgelassen, die Zwangsvollstreckung der Klägerin durch Sicherheitsleistung in Höhe von 25.000 EUR abzuwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in dieser Höhe leistet.

Die Sicherheitsleistung kann durch unbedingte, unwiderrufliche, unbefristete selbstschuldnerische Bürgschaft eines als Zoll- und Steuerbürgen anerkannten Kreditinstituts in der Europäischen Union erbracht werden.

Tatbestand:

1

Die Klägerin stellt Parfums der eigenen Marken M und N und als Lizenznehmerin auch Parfums der Marken D, T, E2 und K her und vertreibt sie. Die Beklagte vertreibt Parfum- und Pflegeprodukte im Rahmen eines Multi-Level-Marketing. Sie bedient sich beim Vertrieb der Mithilfe von mindestens 1.300 Beratern, die die Produkte der Beklagten nach den vertraglichen Vereinbarungen im eigenen Namen und auf eigene Rechnung verkaufen. Einer von ihnen, Herr E, wollte im Einverständnis der Beklagten deren Produkte im Internet anbieten. Er erhielt von der Beklagten wie die anderen Berater eine Duftvergleichsliste mit einer Auswahl weltbekannter Duftnoten, wegen deren Ausgestaltung und Inhalt auf die Anlage K 14 zur Klageschrift verwiesen wird.

2

Die Duftvergleichsliste sollte nach der Weisung der Beklagten nur intern genutzt werden. In die mit den Beratern abgeschlossenen Verträge waren Allgemeine Geschäftsbedingungen einbezogen, deren § 11 lautet:

3

4

"Der Berater ist zur Einhaltung aller wettbewerbsrechtlichen Vorschriften verpflichtet. Beim Verkauf von O-Produkten darf ein Vergleich zu Produkten vom Mitbewerbern nicht erfolgen, da sonst ein Verstoß gegen das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) vorliegen könnte."

Die Beklagte händigte ihren Beratern neben einer Box mit Duftproben verschiedene 5
Unterlagen aus. Darunter befand sich auch ein "Handbuch für die erfolgreiche Steigerung des Eigenverkaufs". Auch auf Seite 15 dieses Handbuchs wurde der Hinweis gegeben, dass beim Verkauf kein Vergleich zu Produkten der Mitbewerber erfolgen dürfe, da sonst ein Verstoß gegen das UWG vorliege. Wegen der Einzelheiten wird auf die Anlage K 13 zur Klageschrift verwiesen.

Herr E bot im Frühjahr 2000 bei einem Probelauf gleichwohl im Internet Produkte der 6
Beklagten an, die mit den Ziffern aus der Duftvergleichsliste gekennzeichnet und jeweils einem Markenparfum gegenübergestellt wurden mit Hinweisen wie: "Dufttyp #1 riecht wie K2". Die Beklagte untersagte ihm mit Schreiben vom 5. April 2000 (Anlage K 15) die Verwendung der Duftvergleichsliste mit Hinweis auf die Wettbewerbswidrigkeit dieses Vorgehens. Sie stellte Herrn E in der Folge noch zwei aktualisierte Fassungen der Vergleichsliste zur Verfügung. Am 31. Oktober 2000 wurde die Internetseite endgültig in Betrieb genommen. Bei einer Internet-Recherche stellte die Klägerin am 22. November 2000 fest, dass auf der Internetseite von Herrn E Produkte der Beklagten unter Verwendung der Duftvergleichsliste angeboten wurden, in der auch ihre Markenparfums als Vergleichsobjekte herangezogen worden waren.

Herrn E wurde mit Beschlussverfügung des Landgerichts Berlin vom 6. Dezember 2000 (97 7
O 193 / 00) diese Werbung untersagt. Die Klägerin erwirkte unter dem 23. Januar 2001 auch gegen die Beklagte eine Unterlassungsverfügung (102 O 14 / 01 LG Berlin). Deren Inhalt hat die Beklagte durch eine Abschlusserklärung als verbindliche, endgültige Regelung anerkannt.

Die Klägerin begehrt von der Beklagten nunmehr Auskunft und die Feststellung ihrer 8
Schadensersatzpflicht dem Grunde nach. Sie hat geltend gemacht, dass die Beklagte ein Organisationsverschulden treffe und dazu auch auf eine Entscheidung des Oberlandesgerichts Köln vom 22. Mai 1996 (6 U 267 / 94) verwiesen.

Die Klägerin hat beantragt, 9

1. 10

die Beklagte zu verurteilen, ihr Auskunft zu erteilen, 11

a) 12

über Namen und Anschriften sämtlicher von ihr mit dem Vertrieb von Duftwässern 13
beauftragter Personen, an die eine oder mehrere Referenzlisten mit Produkten der Linien M, N, T, D, E2 und K verteilt wurden, wie nachfolgend eingeblendet:

b) 14

wer und in welchem Umfang nachgeahmte Produkte der Linien M, T, N, D, E2 und K unter 15
Vorlage der soeben eingeblendeten Referenzliste, einer anderen Duftvergleichsliste, bei denen die Ziffern der Nachahmungsprodukte bekannten Markenparfums gegenübergestellt wird oder den mündlichen Hinweis auf eine Vergleichbarkeit der nachgeahmten Produkte mit den Produkten der H GmbH vertrieben hat, unter Vorlage eines Verzeichnisses der Namen

und Anschriften dieser Personen und Unternehmen;

c)

16

über die vollständigen Umsätze für sämtliche Nachahmungen von Produkten der Linien M, I, N, D, E2 und K seit dem 20.11.1999 nach Art einer geordneten Rechnungslegung, gegliedert nach den einzelnen Produkten (Produktnummer und zugehöriger Markenduft, den Quartalsumsätzen und den Einzelverkaufspreisen) sowie den Umfang der hierfür betriebenen Werbung.

2.

18

festzustellen, dass die Beklagte der Klägerin allen Schaden zu ersetzen hat, der ihr aus der Verwendung von Duftvergleichslisten entsprechend der Einblendung in Ziff. 1 a) oder sonstigen Hinweisen auf die Vergleichbarkeit der Nachahmungsprodukte mit den Markenparfums der Klägerin entstanden ist und noch entstehen wird.

Die Beklagte hat beantragt,

20

die Klage abzuweisen.

21

Die Beklagte hat ein eigenes Verschulden in Abrede gestellt und geltend gemacht, dass die Duftvergleichslisten ausschließlich zum internen Gebrauch bestimmt seien. Das folge auch aus den Beraterverträgen und aus Seite 15 des den Beratern zur Verfügung gestellten Handbuchs. Insbesondere sei auch Herr E in mehreren Gesprächen darauf hingewiesen worden, dass die Duftvergleichsliste nicht zu Werbungszwecken ins Internet gestellt werden dürfte. Sie habe die von Herrn E errichtete Internetseite auch mehrmals wöchentlich kontrolliert. Nach Kenntnisnahme von dem weisungswidrigen Verhalten des Herrn E habe sie diesen auch sofort angewiesen, die Liste zu entfernen.

22

Die Beklagte hat außerdem einen Schaden der Klägerin bestritten und dazu behauptet, die Bestellfunktion sei während der dreiwöchigen Internet-Präsentation noch nicht eingerichtet gewesen. Außerdem seien ihre Kunden ohnehin nicht bereit, die hochpreisigen Markenartikel der Klägerin zu erwerben.

23

Das Landgericht hat der Klage aus § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt der Rufausbeutung durch anlehrende Werbung stattgegeben. Die bekannten Markenparfums der Klägerin und ihr Ruf seien in Bezug genommen worden, um günstige Schlüsse auf die Art und den Wert der eigenen Ware hervorzurufen. Indem die Beklagte ihren Beratern die Vergleichslisten zur Verfügung gestellt hätte, habe sie im geschäftlichen Verkehr und nicht nur innerbetrieblich gehandelt. Die Berater träten der Beklagten nämlich selbst als Kunden gegenüber. Die Beklagte habe auch schuldhaft gehandelt, denn die Ausgabe der Listen habe in besonderem Maße die Gefahr ihres Einsatzes als Verkaufshilfe mit sich gebracht. Dieser Gefahr habe sie durch die zusätzlichen Hinweise in Ziffer 11 der Allgemeinen Vertragsbedingungen und in dem Handbuch nicht hinreichend entgegen gewirkt. Die Klägerin benötige die Auskunft zur Schadensermittlung und zur Beseitigung der Störung im beantragten Umfang. Die Beklagte sei zum Schadensersatz verpflichtet. Ein Schadenseintritt sei wahrscheinlich, insbesondere weil bereits aufgrund von Verkäufen der Produkte der Beklagten an die Berater ein Schaden entstanden sein könne.

24

Gegen dieses Urteil wendet sich die Beklagte mit der Berufung. Sie vertieft ihr erstinstanzliches Vorbringen und wendet sich mit eingehenden Darlegungen gegen die

25

Annahme, sie habe mit der Aushändigung der Listen im geschäftlichen Verkehr gehandelt. Die Vertragsbestimmungen verdeutlichten, dass ihre Berater in ihr Vertriebssystem eingebunden und wie Vertragshändler zu behandeln seien. Sie müssten sich beim ausschließlichen Verkauf ihrer Produkte der vorgegebenen Verkaufshilfen bedienen und Stillschweigen über die betriebsinternen Vorgänge bewahren. Obwohl sie selbstständig tätig seien, seien sie dem betriebsinternen Bereich zuzuordnen. Die gegenteilige Auffassung führe zu einem unlösbaren Widerspruch zwischen dem Anwendungsbereich des § 13 Abs.4 UWG und des § 1 UWG. Dieser Widerspruch werde nur vermieden, wenn man sie zwar für das Verhalten ihrer Berater verschuldensunabhängig einstehen lasse, dafür aber auch ihr internes Handeln den Beratern gegenüber noch nicht als wettbewerbslich relevant ansehe.

Die Beklagte meint weiterhin, sie treffe auch kein Organisationsverschulden. Ihrer Einschätzung der Rechtslage stehe auch nicht die von der Klägerin zu den Akten gereichte Entscheidung des OLG Köln entgegen, weil sie einen nicht vergleichbaren Sachverhalt betreffe. Sie habe ihre Berater ausdrücklich und mehrfach verpflichtet, die nur zu Schulungszwecken übergebenen Duftvergleichslisten nicht gegenüber dem Endkunden zu verwenden. Diese seien zum internen Vergleich der verschiedenen Düfte unverzichtbar und ihr Einsatz im Betrieb deshalb zulässig. 26

Die Beklagte beantragt, 27

unter Abänderung des angefochtenen Urteils die Klage abzuweisen. 28

Die Klägerin beantragt, 29

die Berufung zurückzuweisen. 30

Die Klägerin verteidigt das angefochtene Urteil. Sie sieht den Sinn der Vergleichsliste darin, dass die Beklagte mit deren Hilfe den Kunden das eigene Produkt mit dem Hinweis verkaufen könne, dass es wie das berühmte Markenparfum sei, aber wesentlich billiger. Für diese wettbewerbswidrige Strategie müsse die Beklagte einstehen. Sie könne nicht durch die Installierung eines bestimmten Vertriebssystems Schadenersatzansprüche ausschließen, um dann ohne Furcht vor entsprechenden Sanktionen wettbewerbswidrig handeln zu können. Die Klägerin meint, die Berater seien gerade nicht in das Vertriebssystem der Beklagten eingegliedert. Sie träten zudem selbst als Kunden auf. Die Beklagte hafte unmittelbar aus § 1 UWG, weil sie die Listen den Beratern ausschließlich zur Verkaufsförderung zur Verfügung stelle. Zur Schulung und Information der Berater hätte eine eigene Beschreibung insbesondere der Dufttrichtung des Parfums ausgereicht. Diese werde aber bewusst vermieden, um sich an den mit einem Millionenaufwand erworbenen Ruf der Markenprodukte anzuhängen. Die Klägerin meint auch, dass die Beklagte widersprüchlich argumentiere. Wenn die Listen nicht zur Verkaufsförderung verwandt werden sollten, sei es nicht verständlich, dass die Beklagte sie mit erheblichem Aufwand erstelle, pflege und an alle Berater herausgebe. Da die Beklagte den Internetauftritt des Herrn E begleitet habe, sei auch ihr Vortrag, sie sei mit der Verwendung der Listen im dortigen Bereich nicht einverstanden, mit den Tatsachen nicht in Einklang zu bringen. 31

Entscheidungsgründe: 32

Die Berufung hat nur teilweise Erfolg. Der Klägerin steht ein Schadensersatzanspruch gegen die Beklagte zu. Auf dieser Grundlage ist das geltend gemachte Feststellungsbegehren im wesentlichen sachlich gerechtfertigt. Auskunft kann sie jedoch nur in eingeschränktem Umfang verlangen; insbesondere geht der Auskunftsanspruch nicht so weit, dass ihr die 33

Beklagte die Namen und Anschriften ihrer sämtlichen Berater nennen muss.

1) Das Feststellungsbegehren der Klägerin im Hinblick auf eine Schadensersatzpflicht der Beklagten ist zulässig. 34

a) Die Klägerin hat das erforderliche Feststellungsinteresse nach § 256 ZPO. Der Vorrang der Leistungsklage steht hier nicht entgegen, weil die Klägerin ihren Schaden noch nicht beziffern kann. Sie hat auch dargetan, dass die Verletzungshandlung der Beklagten mit hinreichender Wahrscheinlichkeit zu einem Schaden geführt hat oder führen wird. Insoweit sind keine hohen Anforderungen zu stellen. Die Verwendung der Duftvergleichsliste im Internet kann zu einem Marktverwirrungschaden geführt haben, selbst wenn es zu keinen Bestellungen gekommen sein sollte. Interessenten können dadurch auf die günstigen Produkte der Beklagten aufmerksam geworden sein. Auch der Verbraucher, der sonst Markenparfums kauft, kann durch die Vergleiche angeregt worden sein, die den bekannten Parfums ähnlichen Produkte der Beklagten wenigstens auszuprobieren. Dadurch kann er der Klägerin als Kunde verloren gehen. 35

b) Der Feststellungsantrag ist auch bestimmt genug, nachdem die Klägerin klar gestellt hat, dass mit dem durch "sonstige Hinweise auf die Vergleichbarkeit der Nachahmungsprodukte mit den Markenparfums der Klägerin" entstandenen oder noch entstehenden Schaden derjenige gemeint ist, der sich aus der Verwendung anderer Duftvergleichslisten oder aus mündlichen Hinweisen auf die Vergleichbarkeit der Produkte entsprechend der gemäß Ziffer 1 b) erteilten weiteren Auskunft ergeben soll. 36

2) Das Begehren ist auch begründet aus § 1 UWG, weil die Beklagte im Hinblick auf die wettbewerbswidrige Rufausbeutung des Herrn E durch die Verwendung der Duftvergleichsliste im Internet ein Organisationsverschulden trifft. Sie haftet zwar nicht schon deshalb, weil sie die Duftvergleichsliste an ihre Berater verteilt hat. Ihr ist aber als Verschulden anzurechnen, dass sie nicht hinreichend sicher gestellt hat, dass die Berater die Liste nicht weisungswidrig nach außen dringen ließen, also ins Internet stellten oder bei Verkaufsbemühungen einsetzten. 37

a) Die Beklagte durfte die Duftvergleichsliste mit der Weisung, sie nur intern zu nutzen, an ihre Berater verteilen. Dabei handelte sie auch im geschäftlichen Verkehr. Das Merkmal soll allein von einem privaten Handeln abgrenzen, dass bei dieser 38

Geschäftstätigkeit der Beklagten nicht in Betracht kommt. 39

b) Die Beklagte handelte aber insoweit nicht zu Zwecken des Wettbewerbs. Sie wollte zwar den Absatz ihrer Produkte mit der Herstellung und Verteilung der Duftvergleichsliste fördern. Eine solche Absicht ist für sich allein aber nicht das entscheidende Kriterium. Sie ist zum Beispiel auch dann gegeben, wenn ein Mitarbeiter angewiesen wird, schneller oder gründlicher zu arbeiten. Es kommt vielmehr entscheidend darauf an, ob mit der Verkaufshilfe zur Förderung des Absatzes unmittelbar auf die Wettbewerbslage eingewirkt wird. Das war vorliegend nicht der Fall, weil es sich um interne, nämlich sich innerhalb der Vertriebsorganisation der Beklagten abspielende Maßnahmen handelte. 40

aa) Bei solchen betriebsinternen Vorgängen liegt kein Handeln zu Wettbewerbszwecken vor, weil eine Relation zwischen dem Anwendungsbereich des § 1 UWG und dem des § 13 Abs. 4 UWG besteht. Dies erschließt sich aus der Entscheidung "Branchenverzeichnis" des BGH (GRUR 1971, 119, 120). Danach ist sogar die Anweisung an den Handelsvertreter, eine gegen § 1 UWG verstoßende Werbebehauptung aufzustellen, ein interner Vorgang, der die 41

Wettbewerbslage (noch) nicht unmittelbar berührt. Der anweisende Betriebsinhaber haftet nach § 13 Abs. 4 UWG, wenn der Handelsvertreter weisungsgemäß handelt. Er haftet aber nicht für die Anweisung selbst nach § 1 UWG, weil es an einer Einwirkung auf den Wettbewerb vor der Umsetzung der Weisung noch fehlt. Erst recht macht allein die Möglichkeit oder Gefahr, dass intern zur Verfügung gestellte Aussagen durch Mitarbeiter wettbewerbswidrig nach außen getragen werden, das Zurverfügungstellen noch nicht zu einem Handeln zu Wettbewerbszwecken (vgl. OLG Hamburg WRP 1985, 651, 652).

bb) Dieser Wertung des Senats steht auch nicht entgegen, dass die Berater auch Parfums für sich kaufen. Ein solcher Eigenverkauf ist unschädlich. Die Vergleichsliste ist dafür gedacht, den Beratern den Verkauf der Parfums zu erleichtern. Soweit diese durch die Liste auch veranlasst werden könnten, ein Parfum für sich selbst zu erwerben, handelt es sich um einen bloßen Reflex, der noch keine unmittelbare Einwirkung auf den Wettbewerb bewirkt (vgl. OLG Hamburg a.a.O.S.653). 42

c) Die Beklagte hat aber mit der Herstellung und Verteilung der Vergleichsliste zu Wettbewerbszwecken eine Gefahrenquelle geschaffen. Dies musste sie dazu anhalten, Vorkehrungen zu treffen, damit sich die drohende Gefahr nicht verwirklichen konnte. Sie traf damit aus ihrem vorausgegangenen Tun die Pflicht, sicher zu stellen, dass sich die Berater an die Weisung hielten und die Vergleichsliste nicht zur Verkaufsförderung im geschäftlichen Verkehr gegenüber Kunden gebrauchten. Dieser Pflicht ist die Beklagte jedenfalls nicht in ausreichendem Maße nachgekommen. 43

aa) Es reichte nicht aus, dass sich die Beklagte durch schriftliche Hinweise bemühte, einen Missbrauch der Vergleichsliste zu vermeiden. Die in Ziffer 11 der AGB und auf Seite 15 des Handbuchs erteilten Hinweise sind zu allgemein gehalten und nicht gezielt auf ein Verbot der Nutzung der Liste im externen Bereich gerichtet. 44 45

bb) Auch die behaupteten Ermahnungen an die Adresse des Herrn E dahin, dass die Liste nicht im Internet präsentiert werden dürfe, reichen nicht aus. Nachdem der Beklagten durch den Probelauf ersichtlich war, dass sich Herr E wegen fehlender Einsicht nicht an die auch rechtlichen Hinweise halten wollte, hätte sie dem mit der endgültigen Einrichtung der Internetseite drohenden Verstoß massiv entgegenwirken müssen. Erforderlich gewesen wäre insoweit eine klare Sanktionsandrohung in Form einer Vertragsstrafe oder der Kündigung der Vertragsbeziehung aus diesem speziellen Anlass. Diesem Erfordernis genügte das moderat gehaltene Anwaltsschreiben vom 5. April 2000 nicht, zumal Herr E während der folgenden Monate alle Einflussmöglichkeiten belassen und ihm sogar aktualisierte Listen zur Verfügung gestellt wurden. Dadurch wirkte die schriftliche Untersagung wie ein pflichtgemäßer Protest und wurde von Herrn E nach seiner eigenen Erklärung auch so aufgefasst. Auch die behaupteten Kontrollen konnten nicht verhindern, dass die Liste im Internet präsentiert wurde und dort trotz frühzeitigen Beanstandens durch die Beklagte jedenfalls mehr als drei Wochen verblieb. 46

d) Die Beklagte hat ihre Pflicht, erfolgversprechende Sicherungsmaßnahmen zu ergreifen, fahrlässig verletzt. Sie hätten angesichts der auch von ihr erkannten Brisanz der Vergleichsliste angemessen handeln müssen. 47

e) Die Beklagte muss deshalb für den durch diese Pflichtverletzung entstandenen Schaden der Klägerin gegenüber einstehen. Im Rahmen der haftungsausfüllenden Kausalität ist der Ersatzanspruch dem Grunde nach begrenzt auf den Schaden, der der Klägerin aus der Verwendung der Duftvergleichsliste in Beratungsgesprächen, Verkaufsverhandlungen, und 48

im Internet entstanden ist und noch entstehen wird.

3) Die Klägerin kann die zur Ermittlung der Höhe des Schadens benötigten Auskünfte nach § 242 BGB nur teilweise, nämlich im tenorierten Umfang verlangen. 49

a) Die Auskunft ist zunächst auf die Zeit nach der der Klägerin erstmals bekannten Zuwiderhandlung, nämlich dem Internetauftritt des Herrn E unter Verwendung der Liste am 20. November 2000, zu begrenzen. Eine Ausforschung von davor liegenden Verletzungshandlungen im Wege der Auskunft ist unzulässig (BGH GRUR 1988, 307, 308 –Gaby). 50

b) Die Auskunft zur Vorbereitung und Durchsetzung des Schadenersatzanspruches ist darauf zu begrenzen, dass die Beklagte sowohl die Zahl der Berater nennt, denen sie die gefährlichen Vergleichslisten überlassen hat, als auch die Zahl der Berater, die die Listen eingesetzt haben. Das reicht aus, um den denkbaren Marktverwirrungsschaden beziffern zu können. Die Klägerin bedarf insbesondere insoweit nicht der Namen und Anschriften sämtlicher Berater. 51

c) Die Auskunft kann sich entsprechend dem Umfang der Schadenersatzpflicht auch nur auf die Umsätze erstrecken, die durch eine wettbewerbswidrige Verwendung der in Bezug genommenen Duftvergleichsliste durch die Berater nach außen erzielt wurden. Über den gesamten und damit auch den korrekt erzielten Umsatz bedarf es keiner Auskunft, weil die Klägerin die diesbezügliche Kenntnis zur Bezifferung ihres Anspruchs nicht benötigt. In Bezug auf Umsätze auf der Grundlage der Verwendung anderer Listen oder von mündlichen Vergleichen besteht auch keine Auskunftspflicht. Insoweit würde es sich um eine reine Ausforschung möglicher weiterer Verletzungshandlungen handeln. Ein Anspruch auf Auskunftserteilung darüber, ob der Verletzer für ähnliche Handlungen verantwortlich ist, die neue Schadenersatzansprüche rechtfertigen könnten, besteht nicht (BGH GRUR 2000, 907, 910 –Filialleiterfehler). Die Beklagte muss nicht angesichts des einen feststehenden Verstoßes Rechenschaft über ihr Wettbewerbsverhalten insgesamt geben (Pastor/Ahrens, Der Wettbewerbsprozeß, 4. Auflage, Kap.#1 Rdn.47). 52

d) Die Auskunft über den Umsatz ist auf die Abgabe einer bestimmten Erklärung, 53
nicht auch auf die Vorlage von Verzeichnissen und Unterlagen gerichtet, denn die Beklagte 54
ist nicht zur Rechnungslegung verpflichtet. Auch wegen des denkbaren
Marktverwirrungsschadens muss nicht der Umfang der Werbung für die Verkäufe offen gelegt
werden. Eine solche Angabe benötigt die Klägerin zur Schadensberechnung nicht.

4) Eine Auskunft über dritte Personen wie hier die Namen und Anschriften der Berater kann 55
die Klägerin auch nicht im Rahmen eines eigenständigen Störungsbeseitigungsanspruchs
verlangen. Ein solcher Anspruch auf Drittauskunft kann zwar in Betracht kommen, wenn
diese aufgrund der beiderseitigen Interessen geboten ist, um künftige wettbewerbliche
Störungen zu unterbinden (BGH GRUR 1995, 427, 429 –Schwarze Liste; GRUR 1994, 635,
636 –Pulloverbeschriftung). Im vorliegenden Fall spricht aber die erforderliche
Interessenabwägung gegen eine solche Auskunftspflicht der Beklagten.

a) Bei der Interessenabwägung ist auf der einen Seite zu berücksichtigen, in welchem 56
Ausmaß die Verletzung die wettbewerbliche Stellung des Verletzten berührt und weiterhin
bedroht. Auf der anderen Seite ist zu beachten, dass der Verletzer ein legitimes Interesse
daran hat, seinen Vertriebsweg nicht offenbaren zu müssen. Wenn keine Anhaltspunkte dafür
ersichtlich sind, dass der verletzte Mitbewerber in seinen wettbewerblichen Interessen durch

künftige entsprechende Verletzungshandlungen nachhaltig gestört wird, besteht kein Bedürfnis, den Verletzer zu einer Auskunft zu verurteilen, die weiter reicht, als es zur Behebung des Störungszustandes erforderlich ist (BGH a.a.O. –Pulloverbeschriftung S.637).

b) Bei Anwendung dieser Grundsätze scheidet hier ein weitergehender Anspruch aus. Anders als in der Entscheidung des OLG Köln, auf die sich die Klägerin berufen hat, ist es hier nicht so, dass die Berater noch die Listen in Händen haben, ohne dass ihnen die externe Nutzung verboten wäre. Es kommen zwar weitere Missbrauchsfälle in Betracht, die aber angesichts der Tatsache, dass bislang trotz der großen Zahl der Berater nur ein konkreter Verletzungsfall feststeht, nicht nachhaltig drohen. Eine solche Reststörung kann einen so weitgehenden, das Geheimhaltungsinteresse der Beklagten erheblich berührenden weiteren Auskunftsanspruch nicht rechtfertigen. Es ist der Beklagten unzumutbar, der Klägerin zur Disziplinierung ihrer Berater ihr gesamtes Vertriebssystem zu offenbaren. Das gilt umso mehr, als die Beklagte selbst im eigenen Interesse weitere Verletzungshandlungen ihrer Berater verhindern muss, um dafür nicht haftbar gemacht zu werden. 57

Die in § 543 Abs.2 ZPO genannten Voraussetzungen für die Zulassung der Revision sind nicht gegeben. 58

Die Kostenentscheidung folgt aus §§ 92 Abs.1, 97 Abs. 1 ZPO. 59

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus §§ 708 Nr.10, 60

711 ZPO. 61