
Datum: 08.11.1996
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 30/95
ECLI: ECLI:DE:OLGK:1996:1108.6U30.95.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 31 O 137/94
Schlagworte: Glücks-Ratgeber
Normen: UWG §§ 13 II 2; 1; ZPO § 253
Leitsätze:

1. Umfang und Inhalt eines Unterlassungsgebotes sind hinreichend bestimmt, wenn Unterlassung zahlreicher angeblicher Wettbewerbsverstöße durch Veröffentlichung in einer Zeitschrift in der Weise gefordert wird, daß die gesamte Publikation als konkrete Verletzungsform in den Antrag aufgenommen wird, obwohl sich darin auch eine Vielzahl wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstandender (redaktioneller) Beiträge befindet. 2. Die Klageberechtigung eines Verbandes i.S. von § 13 II Nr. 2 UWG erfordert zumindest ein abstraktes Wettbewerbsverhältnis zwischen dem angeblichen Verletzer und den in dem Verband (in erheblicher Anzahl) organisierten Gewerbetreibenden, deren Interessen er wahrnimmt. In einem solchen (abstrakten) Wettbewerbsverhältnis steht der Anbieter einer periodisch erscheinenden Publikation, in der von Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen veranstaltete Gewinnspiele und Preisausschreiben im einzelnen erläutert und die Lösungen aufgezeigt („verraten“) werden, lediglich mit anderen Presse- und Verlagsunternehmen. Durch die Veröffentlichung wird insbesondere auch kein „ad hoc“ Wettbewerbsverhältnis zu Veranstaltern von Gewinnspielen und Preisausschreiben anderer Branchen begründet; deren evtl. Behinderung durch die Veröffentlichung reicht hierzu nicht aus. 3. Zur Frage der „wesentlichen“ Beeinträchtigung i.S. von § 13 II Nr. 3 UWG.

Rechtskraft: nicht rechtskräftig

Tenor:

Auf die Berufung der Beklagten wird das am 10. Januar 1995 verkündete Urteil der 31. Zivilkammer des Landgerichts Köln - 31 O 137/94 - wie folgt abgeändert: Die Klage wird abgewiesen. Die Kosten des Rechtsstreits in beiden Instanzen werden der Klägerin auferlegt. Die Klägerin darf die Zwangsvollstreckung gegen Sicherheitsleistung in Höhe von DM 10.000,00 abwenden, wenn nicht die Beklagte zuvor Sicherheit in derselben Höhe leistet. Der Beklagten wird nachgelassen, diese Sicherheit in Form der unbedingten, unbefristeten, unwiderruflichen, selbstschuldnerischen schriftlichen Bürgschaft einer deutschen Großbank oder öffentlich-rechtlichen Sparkasse zu erbringen. Der Wert der mit diesem Urteil für die Klägerin verbundenen Beschwer wird auf DM 65.000,00 festgesetzt.

Tatbestand

- 1
- 2 Die Beklagte gibt seit 1990 unter dem Titel "V.'s Glücks-Ratgeber" eine bundesweit vertriebene Broschüre heraus, in der unter einer Rubrik "Aktuelle Gewinnchancen" von diversen Unternehmen Veranstaltete Gewinnspiele und Preisausschreiben dargestellt und die dazu jeweils passenden Lösungen bzw. Lösungsvorschläge aufgeführt sind. Diese laut Titelunterzeile als "Aktueller Gewinnspielservice" bzw. "Aktueller Informationsdienst" bezeichnete Broschüre wird monatlich zu einem jeweiligen Bezugspreis von DM 16,45 (DM 14,95 zuzüglich DM 1,50 Porto) an 20.000 Abonnenten versandt. Hinsichtlich der Art und Gestaltung der erwähnten Broschüre im einzelnen wird auf die Originalausgabe des Heftes Nr. 9/93 vom 10. September 1993 (Hülle Bl. 394 d.A.) Bezug genommen.
- 3 Die klagende Zentrale beanstandet die anhand des Heftes Nr. 9/93 beispielhaft vorgestellte Auflistung der zu den jeweiligen Gewinnspielen benannten Lösungen bzw. Lösungsvorschläge als wettbewerbswidrig, weil die Beklagte auf diese Weise den Wettbewerb beeinträchtigt, den die auslobenden Veranstalter mit den Gewinnspielen und Preisausschreiben beabsichtigten. Da ihnen die Lösungen zu den Gewinnspielen ohne weiteres verraten bzw. sie mit den passenden Lösungsvorschlägen ausgestattet würden, müßten sich die von V.'s Glücks-Ratgeber angesprochenen potentiellen Gewinnspielteilnehmer nicht mehr näher zunächst mit den jeweiligen Produkten oder der Werbung hierfür auseinandersetzen; damit werde aber gerade die Werbewirkung verwässert, die generell Zweck und Ziel der Durchführung von Gewinnspielen und Preisrätselgewinnauslobungen sei.
- 4 Unter dem Datum des 27. Oktober 1993 hat die Klägerin im Beschlußweg eine einstweilige Verfügung erwirkt (31 O 665/93 - LG Köln), mit welcher es der Beklagten untersagt wurde, wie in dem vollständig in den Tenor aufgenommenen Heft 9/93 entgeltlich Teilnahmebedingungen an Gewinnspielen, die durch Dritte veranstaltet werden, zu veröffentlichen. Auf den Widerspruch der Beklagten hin haben die Parteien sich sodann im Rahmen eines zu dem genannten einstweiligen Verfügungsverfahren geschlossenen Vergleichs u.a. dahin geeinigt, daß die Klägerin auf die Rechte aus der Beschlußverfügung verzichtet und Hauptsacheklage erhebt.
- 5 Bei dem vorliegenden Verfahren handelt es sich um diese Hauptsacheklage. Über das in nunmehr modifizierter Antragsfassung weiterverfolgte Unterlassungsbegehren hinaus

verlangt die Klägerin damit außerdem Ersatz der durch eine vorprozessuale Abmahnung der Beklagten angefallenen Kosten in Höhe von DM 267,50 nebst Zinsen.

Nach Ansicht der Klägerin verhält sich die Beklagte wettbewerbswidrig im Sinne von § 1 UWG. Mit der Wiedergabe von Gewinnspielen und deren Lösungen - so hat die Klägerin geltend gemacht - schmarotze die Beklagte an der fremden Leistung der jeweiligen Veranstalter der Gewinnspiele. Sie beute auf diese Weise die Leistung und den erheblichen finanziellen Aufwand, der infolge der Durchführung eines derartigen Gewinnspiels bzw. Preisausschreibens bei dem veranstaltenden Unternehmen entstehe, zur eigenen Geschäftemacherei aus. Darüber hinaus behindere die beanstandete Darstellung in V.'s Glücks-Ratgeber vor allem aber auch die Werbung der veranstaltenden Unternehmen, die mittels der Gewinnspiele die Werbung für ein bestimmtes Produkt beginnen oder intensivieren wollten. Sinn und Zweck der Gewinnspiele sei es, ein Produkt der breiten Öffentlichkeit vorzustellen und es entweder überhaupt erst in den Markt einzuführen bzw. dort bekannt zu machen oder aber das Interesse für ein bereits auf dem Markt befindliches Produkt zu verstärken. Eben diesen Effekt verhindere der "Glücks-Ratgeber" der Beklagten, indem er die Teilnahme an den Gewinnspielen auch ohne Befassung mit dem beworbenen Produkt oder der Werbung hierfür ermögliche und provoziere.

Bezüglich der Einzelheiten im erstinstanzlichen Vorbringen der Klägerin wird auf ihre Ausführungen in der Klageschrift - dort S. 20 f. (Bl. 20 f. d.A.) - und in den Schriftsatz vom 10. Oktober 1994 - dort S. 1 - 4 (Bl. 185 - 188 d.A.) - verwiesen.

Die Klägerin hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen,

I.

es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zur Höhe von DM 500.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zur Dauer von 6 Monaten zu unterlassen,

wie nachstehend wiedergegeben entgeltlich Teilnahmebedingungen an Gewinnspielen, die durch Dritte V.nstaltet werden, zu veröffentlichen, wobei die aufgeführten Kalenderdaten nur beispielhaft wiedergegeben sind:

pp.

II.

an sie, die Klägerin, DM 267,50 nebst 4 % Zinsen hieraus seit dem 28. Juni 1994 zu zahlen.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte hat die Auffassung vertreten, daß - da sie mit der Darstellung der Gewinnspiele und der Bekanntgabe hierzu passender Lösungen und Lösungsvorschläge einem Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit diene - ihrerseits kein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs vorliege. Die Beklagte hat behauptet, daß sie nicht lediglich die von dritten Unternehmen veranstalteten Gewinnspiele und Teilnahmebedingungen hieran wiedergebe.

Unabhängig davon, daß sie, die Beklagte, in ihrer Broschüre auch eigene selbständige redaktionelle Beiträge zu diversen, von Allgemeininteressen getragene und bestimmte Themen - in Heft 9/93 beispielsweise zur Problematik der Spielsucht - veröffentliche, stelle sie jedenfalls auch zu den unter der Rubrik "Aktuelle Gewinnchancen" vorgestellten Gewinnspielen und Preisausschreiben zunächst eigene Recherchen an. Sie wähle aus der Summe der ihr von eigens dafür engagierten Mitarbeitern zugetragenen Gewinnspiele und Preisausschreiben nur eine bestimmte Anzahl als geeignet aus. Die genannten Gewinnspiele fänden dann erst nach vorheriger textlicher Bearbeitung und vorherigem Entwurf von Lösungsvorschlägen, die nicht immer bereits durch das V.nstaltende Unternehmen vorgegeben seien, Eingang in "V.'s Glücks-Ratgeber". Insgesamt stelle sich die Broschüre daher als auf einer eigenen selbständigen journalistischen Eigenleistung beruhender Informationsdienst - mithin als ein Presseerzeugnis - dar, der für sich die grundsätzlich geschützte und schützenswerte Freiheit der Berichterstattung der Presse in Anspruch nehmen könne. Aus diesem Grund könne ihr - der Beklagten - auch nicht die "finale" Ausnutzung einer fremden Leistung zum Zwecke der Förderung des eigenen Geschäfts unterstellt werden; vielmehr erfülle sie Aufgaben im Interesse der Allgemeinheit, deren Bedürfnis nach Information über Gewinnspiele und Preisausschreiben mit "V.'s Glücks-Ratgeber" erfüllt werde.

Jedenfalls aber könne ihr, der Beklagten, keine unlautere, gegen die guten Sitten des Wettbewerbs verstößende Vorgehensweise angelastet werden. Denn ihr Glücks-Ratgeber stelle sich als das Ergebnis einer unter Verwertung gemeinfreier Informationen erbrachten eigenständigen journalistischen Leistung dar, dem seinerseits wettbewerbliche Eigenart zukomme und das sich weder in der schmarotzenden Übernahme einer fremden Leistung, noch in der Nachahmung eines schützenswerten fremden Leistungsergebnisses erschöpfe. Es finde auch keine Beeinträchtigung der Werbewirkung der Gewinnspiele bzw. eine Behinderung der diese Werbemaßnahmen V.nstaltenden Unternehmen statt. Die Werbewirkung werde vielmehr im Gegenteil sogar noch verstärkt. "V.'s Glücks-Ratgeber" stelle oftmals erst eine größere Öffentlichkeit für die Gewinnspiele her und wirke solcherart sogar als Multiplikator des Werbeeffekts. Zu berücksichtigen sei nämlich, daß die Gewinnspieler, die die Lösungssätze und Lösungswörter einschließlich der Produktnamen bei Verwendung ihres "Glücks-Ratgebers" selbst mit der Hand schreiben müßten, statt - wie dies häufig bei der Verwendung von Originalteilnahmekarten der Veranstalter der Fall sei - lediglich vorgegebene Antwortmöglichkeiten anzukreuzen und die außerdem für die Teilnahme an dem Gewinnspiel bei Erwerb des "Glücks-Ratgebers" ein Entgelt gezahlt hätten, sich dabei regelmäßig das Produkt, den Produktnamen oder die Marke des Veranstalters besonders intensiv einprägten. Die damit sogar bewirkte Unterstützung der Werbewirkung der Gewinnspiele dokumentiere sich in zahlreichen Zuschriften bzw. Erklärungen der V.nstaltenden Unternehmen, wonach diese die Darstellung ihrer Gewinnspiele in "V.'s Glücks-Ratgeber" ausdrücklich begrüßten und guthießen.

19

Jedenfalls aber verstoße ein Verbot der unter der Rubrik "Aktuelle Gewinnchancen" aufgelisteten Gewinnspiele nebst Lösungsvorschlägen gegen geltendes Verfassungsrecht. Es stelle sich als nicht hinnehmbare Behinderung der Presse dar und verletze die ihr - der Beklagten - als Presseorgan in Art. 5 Abs. 1 GG institutionell garantierte Freiheit der Meinungsäußerung. Darüber hinaus hätte das Verbot die Vernichtung ihrer - der Beklagten - wirtschaftlichen Existenz zur Folge und verstoße daher gegen die Art. 12, 14 GG.

20

Bezüglich der Einzelheiten im erstinstanzlichen Vortrag der Beklagten wird verwiesen auf ihre Ausführungen in der Klageerwiderung - dort S. 2 - 29 (Bl. 34 - 61 d.A.) - nebst Anlagen sowie im Schriftsatz vom 29. November 1994 - dort S. 6 - 10 (Bl. 196 - 200 d.A.) -.

21

Mit Urteil vom 10. Januar 1995, auf welches zur näheren Sachdarstellung Bezug genommen wird, hat das Landgericht der Klage in vollem Umfang stattgegeben. Zur Begründung hat das Landgericht, das dabei im wesentlichen der Argumentation der klagenden Zentrale gefolgt ist, ausgeführt, daß sich die Beklagte wegen der als wettbewerbswidrig einzustufenden, mit der beanstandeten Veröffentlichung der Gewinnspiele verbundenen Behinderung der Werbung treibenden Wirtschaft unlauter im Sinne von § 1 UWG verhalte. Die Beklagte könne sich dabei auch nicht auf die Wahrnehmung eines Informationsinteresses der Leserschaft an der Veröffentlichung von Gewinnspielen bzw. den Teilnahmebedingungen hieran berufen. Dieser publizistische Anlaß der Berichterstattung werde jedenfalls in den Fällen überdehnt, in denen die Beschreibung und Wiedergabe der Teilnahmebedingungen mit der Bekanntgabe des Lösungswortes oder Lösungssatzes verbunden sei und auf diese Weise der Wettbewerb des betreffenden Gewinnspiels ausgehöhlt werde. Die potentiellen Gewinnspieler würden so von der Befassung mit der Werbung oder dem beworbenen Produkt des Veranstaltenden Unternehmens weggeleitet. Gerade die Gestaltung der Anzeigen und Teilnahmebedingungen, mit denen das jeweilige Preisausschreiben dem interessierten Publikum bekannt gemacht werde, habe wesentlichen Einfluß auf den mit der Veranstaltung des Gewinnspiels verbundenen Werbeeffect. Dieser Effect werde aber konterkariert, wenn die Gewinnspieler sich - um an dem Preisausschreiben teilnehmen zu können - nicht mehr mit den von den veranstaltenden Unternehmen herausgebrachten Anzeigen und Teilnahmebedingungen befassen müßten, sondern lediglich die von der Beklagten in "V.'s Glücks-Ratgeber" vorgegebenen und angeregten Lösungen auf eine neutrale Postkarte übertragen. Diese sich regelmäßig in einer reinen mechanischen Schreibarbeit erschöpfende Tätigkeit der sich beteiligenden Gewinnspieler schließe in aller Regel eine nähere Befassung mit der Werbung oder auch nur mit dem Inhalt und dem Bezug der abgeschriebenen Lösung aus, zumal die von der Beklagten vorangestellten knappen Hinweise, die ohnehin nicht die selbe werbliche Wirkung wie ihre Präsentation in der entsprechenden Anzeige der Veranstalter hätten, von einem nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Leser schlicht übergangen würden. Die Beklagte könne sich bei alledem auch nicht auf das durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG geschützte Recht der Pressefreiheit berufen, das nur in den Schranken der allgemeinen Gesetze, zu denen die Vorschrift des § 1 UWG gehöre, gelte. Das ausgesprochene Verbot berühre den Kern der grundsätzlich zu wahrenen Presse- und Informationsfreiheit nicht, weil damit nicht eine unzulässige Zensur der Broschüre der Beklagten und auch kein generelles Verbot der Veröffentlichung von Gewinnspielen verbunden sei. Unterbunden werde lediglich die Aushöhlung des Wettbewerbtes fremder Gewinnspiele durch Mitteilung des Lösungswortes oder Lösungsspruchs, ein Vorgehen also, das seinerseits in die durch Art. 14 GG geschützte Rechtsposition der jeweils betroffenen Veranstalter eingreife.

22

Gegen dieses ihr am 3. Februar 1995 zugestellte Urteil richtet sich die am 2. März 1995 eingelegte und mittels eines am 2. Juni 1995 - nach entsprechender Fristverlängerung - fristgerecht eingegangenen Schriftsatzes begründete Berufung der Beklagten.

23

Die Beklagte, die im übrigen ihr erstinstanzliches Vorbringen wiederholt, hält bereits den mit der Klage geltend gemachten Unterlassungsantrag sowie den darauf beruhenden Unterlassungstenor des angefochtenen Urteils der ersten Instanz für unbestimmt. Zum einen gelte das deshalb, weil nach dem beispielhaft in den Tenor aufgenommenen Heft Nr. 9/93 nicht hinreichend deutlich werde, was konkret zu unterlassen sei. Denn jede Ausgabe von "V.'s Glücks-Ratgeber" sei unterschiedlich. Darüber hinaus bleibe zum anderen unklar, ob und inwiefern eine Zustimmung oder Genehmigung der die Gewinnspiele veranstaltenden Unternehmen ebenfalls dem von dem Unterlassungstenor erfaßten Verbotsbereich unterfalle oder aber von diesem ausgeklammert sei. Schließlich habe das Landgericht auch übersehen,

24

daß nicht alle in V.'s Glücks-Ratgeber - Heft 9/93 - aufgeführten Gewinnspiele einen Lösungsvorschlag enthielten. Gleichwohl werde in dem Urteil der Eindruck erweckt, als versehe sie - die Beklagte - jedes Gewinnspiel mit einem eigenen "Lösungsvorschlag".

Nach Auffassung der Beklagten sei der Klägerin außerdem die Prozeßführungsbefugnis abzusprechen, jedenfalls habe diese die Voraussetzungen der Prozeßführungsbefugnis im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG nicht hinreichend dargelegt. Dem Vortrag der Klägerin lasse sich nicht entnehmen, welche Verlage - außerhalb deren "Zwangszugehörigkeit" zu den jeweiligen Industrie- und Handelskammern - ihr als Mitglieder angehörten. Im übrigen sei nicht festgestellt, im Ergebnis aber auch zu verneinen, daß die beanstandete Veröffentlichung der Gewinne nebst Lösungsvorschlägen geeignet sei, eine wesentliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs auf dem hier relevanten Markt zu bewirken. 25

Jedenfalls aber, so wendet die Beklagte weiter ein, liege materiell kein Verstoß gegen § 1 UWG vor. Zum einen fehle auf ihrer Seite bereits ein für den Unterlassungstatbestand des § 1 UWG aber vorauszusetzendes Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs. Denn sie, die Beklagte, stehe objektiv nicht in Wettbewerb mit den Veranstaltern der Gewinnspiele. Beide Unternehmen seien auf völlig unterschiedlichen Märkten tätig. Sie handele auch nicht subjektiv zu Zwecken des Wettbewerbs. Es gehe ihr vielmehr darum, das Informationsbedürfnis ihrer Leser und Abonnenten zu befriedigen. Auch könne, so hält die Beklagte an ihrer bereits in erster Instanz vertretenen Auffassung fest, nicht von einer Behinderung der Werbeanstrengungen der Gewinnspiel-Veranstalter die Rede sein, weil der Wettbewerb der Gewinnspiele weder beeinträchtigt noch aufgehoben werde, soweit sie - die Beklagte - Lösungsvorschläge angebe. 26

Bezüglich der näheren Einzelheiten im Berufungsvorbringen der Beklagten wird auf ihre Darlegungen in der Berufungsbegründung nebst Anlagen (Bl. 296 - 316, 322 - 333 d.A.) sowie im Schriftsatz vom 16.10.1995 (Bl. 356 - 362 d.A.) verwiesen. 27

Die Beklagte beantragt, 28

das am 10. Januar 1995 verkündete Urteil der 31. Zivilkammer des Landgerichts Köln - 31 O 137/95 - abzuändern und die Klage abzuweisen. 29

Die Klägerin beantragt, 30

die Berufung mit der Maßgabe zurückzuweisen, daß der Unterlassungstenor des erstinstanzlichen Urteils folgende Fassung erhält: 31

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zur Höhe von DM 500.000,00, ersatzweise von Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zur Dauer von 6 Monaten zu unterlassen, 32

wie nachstehend wiedergegeben entgeltlich Teilnahmebedingungen an Gewinnspielen, die durch Dritte veranstaltet werden, zu veröffentlichen, soweit ein Lösungswort bzw. Lösungssatz mitgeteilt wird und zu deren Ermittlung eine Befassung mit dem Produkt und/oder der Werbung seitens des Veranstalters verbunden ist, es sei denn, der Veranstalter des Preisausschreibens hat hierzu seine Zustimmung erteilt: 33

Auch die Klägerin wiederholt und vertieft ihren erstinstanzlichen Vortrag. Ergänzend führt sie aus, daß sowohl aus der Klagebegründung als auch aus den Entscheidungsgründen des 34

angefochtenen Urteils hinreichend deutlich werde, daß das begehrte und ausgesprochene Verbot nur die entgeltliche Veröffentlichung von Gewinnspielen erfassen solle, mit der die betroffenen Veranstalter nicht einverstanden seien und daß sich das Verbot weiter nicht darauf richte, die Veröffentlichung von eigenen Gewinnspielen und redaktionellen Eigenbeiträgen der Beklagten ohne Hinweis auf konkrete Gewinnspiele zu untersagen.

Die klagende Zentrale hält sich weiter auch für prozeßführungsbefugt, da ihr - wie unstreitig ist - sämtliche Industrie- und Handelskammern als Mitglieder angehörten, denen aber ihrerseits gemäß § 13 Abs. 2 Nr. 4 UWG die Befugnis zur Verfolgung von Wettbewerbsverstößen eingeräumt worden sei. Auf Seiten der Beklagten liege ferner auch das für den Unterlassungstatbestand des § 1 UWG erforderliche Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs vor. Für die dafür wiederum maßgebliche Frage, ob das Verhalten der Beklagten objektiv geeignet ist, den Absatz einer Person zum Nachteil einer anderen zu begünstigen komme es nicht darauf an, daß die Beklagte und die Veranstalter von Gewinnspielen teilweise unterschiedlichen Branchen angehörten. Die Beklagte habe weiter auch in der Absicht gehandelt, ihre eigene wettbewerbliche Position zu fördern, weil sie durch die Gestaltung ihres Glücks-Ratgebers jedenfalls auch eine möglichst weite Verbreitung ihrer eigenen Broschüre habe erreichen wollen. Daß im übrigen auch eine wettbewerbswidrige Behinderung der Gewinnspielveranstalter stattfinde, werde angesichts des Umstandes deutlich, daß die Beklagte von der Werbeaktivität dieser Veranstalter ablenke. Da es der Beklagten unbenommen bleibe, entweder in anderer Weise über Gewinnspiele und Preisausschreiben zu informieren oder aber sich die Zustimmung zu der Veröffentlichung der Gewinnspiele nebst Lösungen und Lösungsvorschlägen von den Veranstaltern zu besorgen, liege weder eine unzulässige Beschränkung der Pressefreiheit, noch ein Eingriff in die durch Art. 12, 14 GG geschützten Rechtspositionen der Beklagten vor. 35

Hinsichtlich der näheren Einzelheiten im Berufungsvorbringen der Klägerin wird auf ihre schriftsätzlichen Darlegungen in der Berufungserwiderung - dort S. 4 - 14 (Bl. 339 - 349 d.A.) - sowie im Schriftsatz vom 06.03.1996 (Bl. 381 - 386 d.A.) verwiesen. 36

E n t s c h e i d u n g s g r ü n d e 37

Die Berufung der Beklagten ist nicht nur zulässig, sondern auch in der Sache erfolgreich. 38

Sie führt zu der aus der Urteilsformel ersichtlichen Abänderung des angefochtenen landgerichtlichen Urteils, weil der klagenden Zentrale der mit der Klage verfolgte Unterlassungsanspruch nicht zusteht und sie daher auch keinen Ersatz für den im Hinblick auf das vorprozessuale Abmahnschreiben vom 5. Oktober 1993 (Bl. 23 - 27 der einstweiligen Verfügungsakte 31 O 665/93 Landgericht Köln) geltend gemachten Kostenaufwand in Höhe von DM 267,50 verlangen kann. 39

I. 40

Allerdings scheitert die Klage nicht schon wegen ihr etwa anhaftender Zulässigkeitsmängel. Die Klage ist vielmehr zulässig. 41

1. 42

Die von der Beklagten gegenüber der Bestimmtheit des Unterlassungsantrags (§ 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO) und des hierauf fußenden Unterlassungstenors vorgebrachten Einwände greifen nicht durch. Unabhängig davon, daß die Klägerin ihren Unterlassungsantrag im Interesse einer Klarstellung nunmehr ausdrücklich auf die allein als wettbewerbswidrig angegriffene 43

Verletzungshandlung zugeschnitten hat, konnte der Einwand der Beklagten, Umfang und Inhalt des Verbots seien nicht hinreichend deutlich festgelegt, von vornherein nicht überzeugen. Sowohl den Darlegungen der Klägerin in der Klageschrift, als auch den Ausführungen in den Entscheidungsgründen des erstinstanzlichen Urteils läßt sich unmißverständlich entnehmen, daß das erstrebte und ausgesprochene Verbot sich nur auf die Veröffentlichung der Teilnahmebedingungen an Gewinnspielen und Preisausschreiben unter gleichzeitiger Angabe der Lösungen und von Lösungsvorschlägen ohne das Einverständnis der Veranstalter bezieht. Gerade hierin hat das Landgericht in dem angefochtenen Urteil in Übereinstimmung mit der Argumentation der Klägerin den Wettbewerbsverstoß, nämlich die Werbebehinderung der die Gewinnspiele veranstaltenden Unternehmen, erblickt und folglich insoweit den geltend gemachten Unterlassungsanspruch zuerkannt. Keinen Zweifeln kann es dabei weiter unterliegen, daß das vollständig in den Tenor aufgenommene Heft 9/93 der Broschüre "V.'s Glücks-Ratgeber" lediglich die konkrete Verletzungsform, in welcher die Beklagte die ihr nach dem erstinstanzlichen Urteil verbotene Handlung verwirklicht hat, präzisieren und daher Inhalt und Umfang des Verbots - auch im Interesse einer künftigen Vollstreckung aus dem Urteil - beispielhaft festlegen sollte. Daß die übrigen redaktionellen Beiträge in der Broschüre nicht dem in den Entscheidungsgründen des Urteils ausgeführten und anhand eines konkreten Beispiels illustrierten Behinderungsverbot unterfallen, sondern von vornherein aus dem Unterlassungsantrag sowie dem tenorierten Unterlassungsgebot ausgeklammert waren, lag ebenso deutlich auf der Hand wie der Umstand, daß - sofern das Einverständnis der die Gewinnspiele und Preisausschreiben veranstaltenden Unternehmen mit der Veröffentlichung der Teilnahmebedingungen nebst Lösungen und Lösungsvorschlägen hierzu vorliegt - das Verbot nicht eingreifen sollte.

2. 44

Entgegen den noch in dem Hinweisbeschluß des Senats vom 9. Februar 1996 zum Ausdruck gebrachten Bedenken ist weiter auch die Prozeßführungsbefugnis des klagenden Vereins gemäß § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG zu bejahen. 45

Zwar setzt die genannte Vorschrift nach ihrem seit Inkrafttreten des UWG-Änderungsgesetzes vom 25. Juli 1995 (Bundesgesetzblatt I, 1738) veränderten Wortlaut voraus, daß rechtsfähigen Verbänden zur Förderung gewerblicher Interessen - und um einen solchen Verband handelt es sich zweifellos bei der klagenden Zentrale - die Prozeßführungsbefugnis zur Verfolgung der dort im einzelnen aufgeführten Wettbewerbsverstöße nur dann zukommt, wenn ihnen eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden angehört, die Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben. Gegen das Vorliegen dieser, an die Prozeßführungsbefugnis der Gewerbetreibenden im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG anknüpfenden Voraussetzung bestehen allerdings aus den in dem vorbezeichneten Hinweisbeschluß des Senats dargelegten und nachfolgend (unter II.) noch näher auszuführenden Gründen in der Tat durchgreifende Bedenken. Nach dem mit der Einführung der vorstehenden, die Klagebefugnis der Verbände gegenüber der früheren Gesetzeslage beschränkenden Voraussetzung verfolgten gesetzgeberischen Zweck muß es für die Prozeßführungsbefugnis jedoch ausreichen, daß den in § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG aufgeführten Verbänden überhaupt (in erheblicher Anzahl) Mitglieder angehören, die ihrerseits selbst zur Verfolgung des jeweils in Rede stehenden Wettbewerbsverstoßes prozeßführungsbefugt sind bzw. wären. Denn Sinn der hier fraglichen Neuregelung ist es, die Berechtigung der in § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG genannten Verbände, insbesondere der Wettbewerbsvereine, auf die kollektive Wahrnehmung von Mitgliederinteressen zu begrenzen und daher die Verbände in den Fällen von der Befugnis zur Prozeßführung auszuschließen, in denen solche 46

Mitgliederinteressen nicht berührt sein können (vgl. Begründungen zum Entwurf eines UWG-Änderungsgesetzes in: WRP 1994, 369/378). Eben dieser Gesetzeszweck ist aber auch dann gewahrt, wenn dem Verband Mitglieder (in erheblicher Zahl) zugehörig sind, die ihrerseits befugt wären, die als Wettbewerbsverstoß gerügte Handlung zu verfolgen, es sich dabei aber nicht um Gewerbetreibende im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG handelt. So liegt der Fall hier. Denn dem Kläger gehören unstreitig sämtliche deutschen Industrie- und Handelskammern als Mitglieder an, die nach § 13 Abs. 2 Nr. 4 UWG aber selbst zur Verfolgung von Wettbewerbsverstößen prozeßführungsbefugt sind (vgl. Begründungen zum UWG-Änderungsgesetz, a.a.O., S. 378; BGH ZIP 1995, 152/153 = GRUR 1995, 122 - "Laienwerbung für Augenoptiker" -; Köhler/Piper, UWG, Rdnr. 18 zu § 13 UWG; Baumbach-Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 19. Aufl., Rdnr. 23 b zu § 13 UWG). Ist somit die klagende Zentrale allein schon wegen der ihr als Mitglieder zugehörigen, ihrerseits gemäß § 13 Abs. 2 Nr. 4 UWG klagebefugten Industrie- und Handelskammern prozeßführungsbefugt, kommt es daher nicht darauf an, ob ihr - unmittelbar oder wiederum über die Mitglieder der Industrie- und Handelskammern vermittelt - (auch) in erheblichem Umfang gemäß § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG prozeßführungsbefugte Gewerbetreibende angehören, die zumindest in einem abstrakten Wettbewerbsverhältnis mit der Beklagten stehen. Aus diesem Grunde bedarf es weiter auch nicht - wie die Beklagte dies aber fordert - der Offenlegung dieser Mitglieder (vgl. BGH WRP 1996, 197/198 f. - "Anonymisierte Mitgliederliste" -).

Daß die klagende Zentrale im übrigen auch in personeller, sachlicher und finanzieller Hinsicht ausreichend ausgestattet ist, um ihren satzungsgemäßen Zweck der Bekämpfung unlauterer Wettbewerbshandlungen tatsächlich wahrzunehmen, ist dem erkennenden Senat aus zahlreichen anderen Verfahren bekannt und wird von der Beklagten auch nicht in Abrede gestellt. 47

II. 48

Die damit insgesamt zulässige Klage ist jedoch unbegründet. Weder dem Vortrag der Klägerin, noch dem Sachverhalt im übrigen lassen sich die Voraussetzungen eines Wettbewerbsverstoßes im Sinne von § 1 UWG, zu deren Geltendmachung die Klägerin aktivlegitimiert wäre, entnehmen. 49

1. 50

Die in diesem Zusammenhang in erster Linie von der Klägerin gerügte Behinderung der die Werbung mittels Preisausschreiben und Gewinnspiele betreibenden Unternehmen sowie ferner die ebenfalls beanstandete angeblich schmarotzende Ausbeutung dieser fremden Werbemaßnahmen und die angebliche Irreführung (Bl. 326 d.A.) der Verbraucher, stellen sich zum ganz überwiegenden Teil bereits nicht als Wettbewerbshandlung der Beklagten dar. 51

Der Unlauterkeitstatbestand des § 1 UWG setzt bei allen von ihm erfaßten Sachverhalten ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs, mithin eine Wettbewerbshandlung des angeblichen Verletzers, voraus. Eben daran fehlt es aber, soweit eine Beeinträchtigung solcher Veranstalter von Preisausschreiben und Gewinnspielen in Rede steht, die keine Presse- und Verlagsunternehmen sind. 52

Ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs liegt vor, wenn das angegriffene Verhalten objektiv geeignet ist, den Absatz oder Bezug einer Person zum Nachteil einer anderen Person, die mit dieser in einem zumindest abstrakten Wettbewerbsverhältnis steht, zu begünstigen und wenn der Handelnde dabei in subjektiver Hinsicht mit der nicht völlig hinter andere Beweggründe zurücktretenden Absicht zur Wettbewerbsförderung tätig geworden ist 53

(vgl. für viele: Baumbach/Hefermehl, a.a.O., Rdnr. 215 f. und 232 Einleitung UWG).

54

Zwar kann hier jedenfalls in den Fällen von der objektiven Eignung zur Beeinträchtigung fremder Unternehmen ausgegangen werden, in denen die Beklagte neben der Darstellung der Preisausschreiben selbst sowie der Teilnahmebedingungen hieran zugleich Lösungen "verrät" oder vorschlägt, die sich den angesprochenen Verbrauchern andernfalls nur bei Erwerb des Produkts oder der anderweitigen Befassung damit - beispielsweise im Rahmen der Auseinandersetzung mit der Produktwerbung - erschließen. Denn in dem Umfang, in dem ausschließlich an der Teilnahme an Preisausschreiben interessierte Leser des von der Beklagten herausgegebenen "Glücks-Ratgebers" von der Befassung mit dem Produkt oder der Werbung hierfür weggeleitet werden, kann theoretisch eine Steigerung des Umsatzes, die der Veranstalter sich bei "herkömmlicher" Teilnahme an den Preisausschreiben aber verspricht, nicht eintreten. Allein diese Eignung zur Beeinträchtigung der Umsatzerwartungen der Veranstalter von Preisausschreiben und Gewinnspielen reicht indessen nicht aus, um in objektiver Hinsicht die Annahme einer Wettbewerbshandlung bejahen zu können. Letzteres setzt vielmehr voraus, daß die mit der angegriffenen Maßnahme verbundene, nicht nur theoretisch denkbare Beeinträchtigungsmöglichkeit sich entweder im Rahmen eines bereits bestehenden, zumindest abstrakten Wettbewerbsverhältnisses auswirken kann oder aber letzteres jedenfalls durch die konkret beanstandete Maßnahme erst "ad hoc" begründet wird. Das "verletzende" Unternehmen muß sich daher in eine Wechselbeziehung zum Marktverhalten eines nach gleichen wettbewerblichen Zielen strebenden anderen Unternehmens setzen (vgl. Köhler/Piper, a.a.O., Einführung Rdnr. 173). Maßgebliches Kriterium für die im Rahmen von § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG geltend gemachten Wettbewerbsverstöße ist dabei, ob die von den in Betracht zu ziehenden Unternehmen angebotenen Waren oder Leistungen nach der Verkehrsanschauung soviel Übereinstimmendes haben, daß sie ihrer Art nach einander im Absatz behindern können, wofür wiederum wesentlich ist, ob das, was die Unternehmen ihren Kunden anbieten, dem gleichen wirtschaftlichen Zweck dient und somit gleiche oder ähnliche Bedürfnisse des Verbrauchers befriedigt werden sollen (vgl. BGHZ 18, 175/182 - "Werbeidee"-; BGH GRUR 1990, 611/612 - "Werbung im Programm" -; BGH GRUR 1982, 431/433 - "Point" -; BGH GRUR 1983, 247/249 - "Rolls Royce" -; Köhler/Piper, a.a.O., Einführung Rdnr. 174; Baumbach-Hefermehl, a.a.O., Rdnr. 14 zu § 13 UWG). Soweit die von der Beklagten unter Angabe von Lösungen bzw. Lösungsvorschlägen veröffentlichten Gewinnspiele von Presse- und Verlagsunternehmen veranstaltet werden - wie dies beispielsweise bei dem unter Nr. 55 in dem Glücks-Ratgeber 9/93 dargestellten Gewinnspiel der Fall ist - ergibt sich ein derartiges Wettbewerbsverhältnis danach ohne weiteres: Denn ebenso wie die Beklagte vertreiben diese Unternehmer Presse- und Verlagserzeugnisse im weitesten Sinne, die ihrer Art nach soviel Übereinstimmung aufweisen, daß sie sich im Kampf um Abnehmer bzw. im Absatz behindern können. Denn die Verbraucher, die in erster Linie oder sogar ausschließlich an der Teilnahme an Preisausschreiben und Gewinnspielen interessiert sind, können durch die hier beanstandete Form der Darstellung fremder Gewinnspiele und Preisausschreiben veranlaßt werden, vom Erwerb der Verlags- und Presseerzeugnisse, in denen die Gewinnspiele und Preisausschreiben dargestellt sind, abzusehen und sich ohne diesen "Umweg" sogleich dem "Glücks-Ratgeber" der Beklagten zuzuwenden.

Anders liegt der Fall jedoch bei den Veranstaltern von Preisrätseln und Gewinnspielen, bei denen es sich nicht um Presse- und Verlagsunternehmen handelt. 55

Die von der Beklagten angebotenen Waren bzw. Leistungen - nämlich der Bericht über und die Darstellung von Gewinnspielen einschließlich der Bekanntgabe der Teilnahmebedingungen und Lösungen bzw. Lösungsvorschläge - unterscheidet sich in jeder 56

Hinsicht von denjenigen der hier fraglichen Gewinnspielveranstalter. Die in Rede stehenden Waren und Angebote dienen völlig verschiedenen wirtschaftlichen Zielen und Bedürfnissen der jeweils angesprochenen Verbraucher. Während auf Seiten der Abnehmer des Produkts der Beklagten das Informationsinteresse an Gewinnspielen und den Teilnahmebedingungen hieran sowie der Spieltrieb im weitesten Sinne befriedigt werden sollen, steht dem auf Seiten der die Gewinnspiele V.nstaltenden Unternehmen der "Markenartikelindustrie" (Bl. 385 d.A.) die Befriedigung des an diesen Konsumgütern bestehenden oder geweckten Bedarfs gegenüber. Es widerspricht aber jeglicher Lebenserfahrung, daß diese sich gegenüber stehenden Leistungen und Waren ihrer Art nach ein solches Maß an Übereinstimmung aufweisen, daß sie sich im Absatz behindern können. Auch unter Berücksichtigung des Umstandes, daß die für die Annahme eines abstrakten Wettbewerbsverhältnisses im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG vorauszusetzenden Erfordernisse im Interesse eines effektiven wettbewerbslichen Schutzes weit auszulegen sind (vgl. Baumbach/Hefermehl, a.a.O., Rdnr. 27 a und Rdnr. 14 zu § 13 UWG) kann daher nicht von einem derartigen "von Hause aus" bestehenden abstrakten Wettbewerbsverhältnis zwischen einerseits der Beklagten und andererseits den durch die beanstandete Darstellung der Preisrätsel nebst Lösungen angeblich verletzten Veranstaltern - soweit es sich dabei nicht um Presse- und Verlagsunternehmen handelt - ausgegangen werden.

Ein solches Wettbewerbsverhältnis wird im gegebenen Fall aber auch nicht "ad hoc" durch das konkret beanstandete Verhalten der Beklagten begründet. 57

Allerdings ist es richtig, daß trotz bestehender Branchenverschiedenheit und Ungleichartigkeit der an sich angebotenen Waren und Leistungen allein durch die konkret angegriffene Verletzungshandlung ein Wettbewerbsverhältnis begründet werden kann, wenn sich der Verletzer hierdurch in irgendeiner Weise in Wettbewerb zu dem Betroffenen stellt, was in der Rechtsprechung unter der Voraussetzung bejaht wurde, daß der Verletzer sich durch eine ausdrückliche oder bildliche Gleichstellungsbehauptung an den Ruf und das Ansehen einer fremden Ware anhängt oder einen wirtschaftlich für den Berechtigten - z.B. durch Lizenzvergabe - verwertbaren, in Verbindung mit einer bestimmten Ware gewonnenen Ruf eines Kennzeichens gebraucht, um dies für den Absatz seiner (von Hause aus ungleichartigen und nicht konkurrierenden) Waren oder Leistungen auszunutzen (vgl. BGH GRUR 1991, 465/466 - "Salomon" -; BGH GRUR 1987, 711/713 f. - "Camel-Tours" -; BGH GRUR 1985, 550/552 - "Dimpel" -; BGH GRUR 1983, 247/249 - "Rolls Royce" -; BGH GRUR 1972, 553 - "Statt Blumen Onko-Kaffee" -). 58

Ein derartiges "ad hoc" begründetes Wettbewerbsverhältnis konnte durch das hier angegriffene Verhalten der Beklagten nicht begründet werden. Die Beklagte hat ihre Broschüre weder als Substitut für die von den hier in Rede stehenden Veranstaltern der Preisrätsel und Gewinnspiele angebotenen und damit letztlich beworbenen Produkte ausgelobt, noch hat sie sich - soweit sie mit der Beschreibung der Gewinnspiele fremde Werbemaßnahmen verwertet - den guten Ruf oder das Ansehen dieser Unternehmen oder ihrer Waren und Leistungen oder der in Verbindung mit diesen verwendeten Kennzeichen ausgenutzt. Die Beklagte hat in ihrem "Glücks-Ratgeber" vielmehr die jeweiligen Gewinnspiele und Preisrätsel "neutral", d.h. unter Verzicht auf die Wiedergabe der damit jeweils beworbenen Produkte und/oder Marken in eigenen Worten beschrieben. Daß sie damit ihr eigenes Produkt, nämlich die Broschüre zur Information über diese Gewinnspiele nebst dem Angebot der von den Veranstaltern jeweils vorgegebenen oder von ihr, der Beklagten, zumindest für tauglich gehaltenen Lösungsvorschläge in einen wettbewerbslichen Bezug zu den Waren und/oder gewerblichen Leistungen oder Kennzeichen der jeweils betroffenen Veranstalter der Preisrätsel und Gewinnspiele gesetzt hat, ergibt sich daraus 59

nicht.

Entgegen der Ansicht der Beklagten erweist sich das Erfordernis eines abstrakten Wettbewerbsverhältnisses im gegebenen Fall auch nicht als verzichtbar. Denn die Klageberechtigung der Verbände im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG erstreckt sich nur und gerade auf die dort genannten wettbewerbsrechtlichen Unterlassungstatbestände, die aber sämtlich ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs, mithin u.a. das Vorliegen eines zumindest abstrakten Wettbewerbsverhältnisses zwischen einerseits dem angeblichen Verletzer und andererseits den in dem Verband (in erheblicher Anzahl) organisierten Gewerbetreibenden, deren Interessen er wahrnimmt, voraussetzt. Etwas anderes ergibt sich hier auch nicht im Hinblick darauf, daß vorliegend die Prozeßführungsbefugnis der Klägerin allein durch die ihr als Mitglieder angehörigen Industrie- und Handelskammern begründet wird, die ihrerseits selbst gemäß § 13 Abs. 2 Nr. 4 UWG prozeßführungsbefugt sind, aber nicht in einem Wettbewerbsverhältnis mit dem als Verletzer in Anspruch genommenen stehen oder stehen müssen. Da sich auch die aus § 13 Abs. 2 Nr. 4 UWG folgende Klagebefugnis der Industrie- und Handelskammern nur und gerade auf die in § 13 Abs. 2 UWG genannten wettbewerbsrechtlichen Unterlassungstatbestände erstreckt, die als materielle Voraussetzung aber sämtlich ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs voraussetzen, ist auch hier erforderlich, daß ein zumindest abstraktes Wettbewerbsverhältnis zwischen einerseits dem als Verletzer in Anspruch Genommenen sowie andererseits den der Industrie- und Handelskammer oder der ihr angeschlossenen Vereinigungen angehörenden, von dem angeblichen (Wettbewerbs-) Verstoß gegebenenfalls in ihren Interessen betroffenen Mitgliedern, deren Interessen die Industrie- und Handelskammern wahrnehmen, besteht.

Liegt nach alledem aber nur in bezug auf die Presse- und Verlagsunternehmen den objektiven Voraussetzungen nach eine Wettbewerbshandlung vor, erweist sich die Klage von vorneherein als unbegründet, soweit die Klägerin den Unterlassungsanspruch im übrigen auf einen gegenüber anderen Preisrätsel- und Gewinnspiel-Veranstaltern durch die konkret angegriffene Verletzungshandlung angeblich verwirklichten Verstoß gegen § 1 UWG stützt. Dabei bedarf es hier auch nicht des Eingehens auf die Frage, ob insoweit die Voraussetzungen eines Unterlassungsanspruchs gemäß §§ 1004, 823 Abs. 1 BGB unter dem Gesichtspunkt eines Eingriffs in das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb vorliegen. Denn so weit reicht die Klageberechtigung der Klägerin, die sich nur auf die in § 13 Abs. 2 UWG genannten Wettbewerbsverstöße erstreckt, nicht und bleibt es den ihr ggf. angehörigen, in diesem Recht etwa betroffenen Mitgliedern vorbehalten, unmittelbar selbst gegen die Beklagte vorzugehen.

2. 62

Der somit nur teilweise, nämlich im Verhältnis gegenüber den Presse- und Verlagsunternehmen als Veranstalter von Preisausschreiben und Gewinnspielen in Betracht kommende Wettbewerbsverstoß bzw. ein darauf gegebenenfalls fußender Unterlassungsanspruch scheitert jedoch ebenfalls. 63

a) 64

Zwar liegt insoweit insgesamt, also weiter auch in subjektiver Hinsicht, auf Seiten der Beklagten ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs vor. Denn die Beklagte hat, indem sie die von diesen Veranstaltern durchgeführten Preisrätsel darstellt und die dazu "passenden" Lösungen verrät oder Lösungsvorschläge unterbreitet, eindeutig in Wettbewerbsförderungsabsicht gehandelt. 65

Allerdings ist es richtig, daß sich die Beklagte, auch soweit sie in "V.'s Glücks-Ratgeber" nicht über Themen von allgemeiner Bedeutung wie z.B. Spielsucht (vgl. S. 10 des Glücks-Ratgebers 9/93) oder Erfahrungen ihrer Leser im Zusammenhang mit der Auswahl von und Teilnahme an Preisrätseln (vgl. S. 2 des genannten Hefts) berichtet, sondern die Gewinnspiele und Preisausschreiben selbst darstellt und Lösungsvorschläge hierzu unterbreitet, auf das Presseprivileg berufen kann. Danach besteht bei Presseäußerungen - und um ein Produkt der Presse im weitesten Sinne handelt es sich bei dem von der Beklagten herausgegebenen "Glücks-Ratgeber" - allein aufgrund der objektiven Eignung eines Beitrags zur Wettbewerbsförderung und des Bewußtseins des Verfassers, daß eine solche Wirkung eintreten könne, noch keine Vermutung für das Bestehen einer Wettbewerbsförderungsabsicht. Grund für die Äußerung kann auch dann, wenn ein Wettbewerbsverhältnis besteht, das besondere Anliegen der Presse sein, die Öffentlichkeit über Vorgänge von allgemeiner Bedeutung zu unterrichten und zur öffentlichen Meinungsbildung beizutragen. Es ist daher in diesen Fällen konkret festzustellen, ob in der nicht völlig hinter dem vorbezeichneten Beweggrund in den Hintergrund tretenden Absicht vorgegangen wurde, den eigenen oder auch fremden Wettbewerb zu fördern (vgl. BGH NJW 1987, 1082/1083 - "Gastro-kritiker" -; BGH GRUR 1986, 898/899 - "Frank der Tat" -; BGH GRUR 1983, 379/380 - "Geldmafiosi" - jeweils mit weiteren Nachweisen). Auch wenn daher die Preisrätsel bzw. deren Darstellung im gegebenen Fall dem redaktionell gestalteten und zu verantwortenden Bereich einer Zeitschrift im weitesten Sinne zuzuordnen sind und die Beklagte hierfür die Wahrnehmung pressespezifischer Aufgaben, insbesondere die Beteiligung an der öffentlichen Meinungsbildung für sich in Anspruch nehmen kann, liegt hier aber - jedenfalls soweit sie über die bloße Information betreffend die verschiedenen Preisrätsel und Gewinnspiele sowie die Darstellung von deren Teilnahmebedingungen hinaus auch die passenden Lösungswörter "verrät" und Lösungsvorschläge unterbreitet - eindeutig eine nicht vollständig von der vorstehenden pressespezifischen Motivation verdrängte, sondern die Publikation zumindest mitbestimmende Wettbewerbsabsicht vor. Denn gerade das Offenbaren der Lösungen und die Hilfe zur möglichst erfolgversprechenden Teilnahme an den "besprochenen" Preisrätseln und Gewinnspielen sind die Mittel, welche den besonderen Anreiz für den Kauf des von der Beklagten herausgegebenen "Glücks-Ratgebers" darstellen und darstellen sollen. Daß die dieser Form der Eigenwerbung zugrunde liegende Absicht, den eigenen Wettbewerb gegenüber anderen auf dem Markt befindlichen Presse- und Verlagsprodukten zu fördern, nicht vollständig von der vorstehenden "Pressemotivation" verdrängt wird, sondern mindestens gleichberechtigt neben diese tritt, liegt angesichts dieses Umstands auf der Hand.

- b) 67
- Obwohl damit in bezug auf Presse- und Verlagsunternehmen insgesamt auf Seiten der Beklagten ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs vorliegt, mithin überhaupt ein durch die Klägerin beanstandungsfähiger Wettbewerbsverstoß im Sinne von § 1 UWG in Betracht zu ziehen ist, erweist sich die Klage dennoch auch insoweit als unbegründet. 68
- Dabei kann es dahingestellt bleiben, ob die Klägerin überhaupt gegen einen derartigen, sich im Verhältnis gegenüber anderen Presse- und Verlagsunternehmen auswirkenden Wettbewerbsverstoß vorgehen will. Ebenfalls offen bleiben kann es, ob in der konkret beanstandeten Vorgehensweise der Beklagten tatsächlich ein Verstoß gegen die guten Sitten des Wettbewerbs, sei es in Form der schmarotzenden Ausbeutung fremder Werbemaßnahmen, sei es in Form der Behinderung fremder Werbung oder durch eine etwaige Irreführung über die bei Heranziehen von "V.'s Glücks-Ratgeber" bestehenden Gewinnchancen (vgl. Bl. 364 d.A.) liegt. Nur am Rande sei daher ausgeführt, daß jedenfalls 69

letzteres zu verneinen wäre: Falls den Lesern des von der Beklagten herausgegebenen Glücks-Ratgebers durch dessen konkrete Aufmachung tatsächlich eine Erhöhung der Gewinnchancen suggeriert werden sollte, erweist sich dies insofern als richtig und kann daher eine Irreführung nicht vorliegen, als sich bei Teilnahme an sämtlichen oder doch einer größeren Anzahl der in V.'s Glücks-Ratgeber präsentierten Preisausschreiben und Gewinnspiele rein rechnerisch gesehen in der Tat die Aussichten auf einen Gewinn erhöhen. Soweit die Klägerin aus der angeblich professionellen Aufmachung des von der Beklagten publizierten Glücks-Ratgebers eine Irreführung des Inhalts herleiten will, daß auch bei Teilnahme an nur einem einzigen Preisausschreiben unter Heranziehen des verfahrensbetroffenen Glücks-Ratgebers von vornherein bessere Gewinnchancen als bei "üblicher" Beteiligung an dem Preisausschreiben suggeriert werde, gilt entsprechendes: Zum einen ist auch hier zu berücksichtigen, daß die Annahme einer Erhöhung der Gewinnchancen bei Verwendung des in V.'s Glücks-Ratgeber angegebenen "richtigen" Lösungsworts gegenüber der grundsätzlich das Risiko der Angabe einer "falschen" Lösung bergenden herkömmlichen Beteiligung nahe liegt. Darüber hinaus läßt sich zum anderen weder dem Vortrag der Klägerin, noch dem Sachverhalt im übrigen entnehmen, daß - soweit in beiden Fällen, also sowohl nach Heranziehen von V.'s Glücks-Ratgeber als auch bei Beteiligung im "herkömmlichen" Sinn "richtige" Lösungen angegeben werden - ein nicht nur unbeachtlicher Teil des angesprochenen Verkehrs der jeglicher Lebenserfahrung widersprechenden Fehlvorstellung erliege, allein deswegen bessere Gewinnchancen zu haben, weil er die richtige Lösung "V.'s Glücks-Ratgeber" entnommen hat.

Im Ergebnis ist dies alles aber nicht von entscheidungserheblicher Bedeutung. Selbst unterstellt, in dem klägerseits angegriffenen Verhalten der Beklagten im Zusammenhang mit der Darstellung fremder Preisausschreiben und Gewinnspiele liege der geltend gemachte Wettbewerbsverstoß, ist die Klägerin nämlich jedenfalls zur Geltendmachung des dann hieraus folgenden Unterlassungsanspruchs nicht aktivlegitimiert. Denn die beanstandete Darstellung der Preisausschreiben nebst Lösungen ohne Einverständnis der Veranstalter ist nicht geeignet, den Wettbewerb auf dem hier einschlägigen Markt der Presse- und Verlagsunternehmen wesentlich zu beeinträchtigen (§ 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG).

70

Bei diesem, neben den sonstigen Voraussetzungen des Unterlassungstatbestands des § 1 UWG zu prüfenden materiell-rechtlichen Erfordernis ist maßgebend auf die den jeweiligen Einzelfall prägende, sowohl an subjektiven als auch an objektiven Momenten zu messende Art und Schwere des Verstoßes abzustellen, der ein gewisses Gewicht haben muß. Bei der Festlegung dieser "Spürbarkeitsgrenze" sind alle Umstände des Einzelfalls zu berücksichtigen, zu denen ein besonderes Interesse der Allgemeinheit einschließlich der Verbraucher, eine besondere Anreizwirkung der Werbung für den Umworbenen, die Größe eines erzielten Wettbewerbsvorsprungs, der Grad der Nachahmungsgefahr für Mitbewerber u.a. gehören können (BGH ZIP 1995, 152/155 - "Laienwerbung für Augenoptiker" -; BGH WRP 1995, 485/487 - "Super-Spar-Fahrkarten" -; vgl. auch KG NJW RR 1995, 309/310 = WRP 1995, 203/205 f.; OLG Frankfurt/Main GRUR 1995, 222 - "Wanderlager" -; OLG Hamm GRUR 1995, 221/222 - "Auto-telefon" -).

71

Dies alles würdigend wohnt dem hier in Betracht kommenden Wettbewerbsverstoß der Beklagten die Eignung zur wesentlichen Beeinträchtigung des Wettbewerbsgeschehens aber nicht inne. Die Interessen der hier allein noch - als mögliche Verletzte - berücksichtigungsfähigen Veranstalter von zum Zwecke der Eigenwerbung durchgeführten Preisausschreiben und Gewinnspielen werden durch die klägerseits angegriffene Maßnahme, nämlich dem "Verraten" von andernfalls nur bei Befassung mit dem Produkt oder der Produktwerbung ermittelbaren Lösungen ohne Einverständnis dieser Veranstalter nur

72

unerheblich tangiert. Denn die Preisausschreiben und Gewinnspiele laufen als Werbemaßnahmen im übrigen unabhängig von dem beklagtenseits herausgegebenen, bundesweit eine Anzahl von lediglich 20.000 Abonnenten/Leser erreichenden "Glücks-Ratgeber" bzw. den darin verbreiteten Lösungen und können im übrigen ihre Werbekraft entfalten. Die Produkte der Presse und Verlagsunternehmen - wie z.B. Tages- und Wochenzeitungen, Magazine, Anzeigenblätter u.ä. - werden darüber hinaus zu einem großen Teil auch unabhängig von der Veranstaltung von Preisrätseln und Gewinnspielen wegen der in ihnen enthaltenen sonstigen redaktionellen Teile ohnehin erworben, so daß die Leser, die dieses Produkt ausschließlich wegen der andernfalls nicht ermittelbaren Lösung des Preisausschreibens erwerben und sich nur aus diesem Grund mit der Produktwerbung befassen, demgegenüber nur einen verhältnismäßig kleinen Teil ausmachen und in aller Regel auch nur eine kurzfristige Umsatzsteigerung bewirken werden. Zugleich folgt daraus, daß der Vorsprung, den die Beklagte sich damit im Wettbewerb gegenüber anderen Verlags- und Presseunternehmen verschafft, nur als gering anzusehen ist, womit ebenfalls die Gefahr, diese Methode nachzuahmen, als nur gering einzuschätzen ist. All diese Umstände in ihrer Gesamtheit erwägend, werden daher die Interessen der Allgemeinheit, insbesondere diejenigen der Verbraucher nur marginal berührt und erreicht der hier fragliche Wettbewerbsverstoß nicht die für die Eignung zur "wesentlichen" Beeinträchtigung des Wettbewerbsgeschehens erforderliche Spürbarkeitsgrenze.

III.	73
Liegen somit nach alledem insgesamt die materiellen Voraussetzungen eines der Klageberechtigung der Klägerin unterfallenden Wettbewerbsverstoßes auf Seiten der Beklagten nicht vor, scheitert schließlich auch der weiter von der Klägerin geltend gemachte Anspruch auf Ersatz des durch die vorprozessuale Abmahnung angefallenen Kostenaufwands.	74
IV.	75
Die Kostenfolge ergibt sich aus § 91 Abs. 1 ZPO.	76
Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit hat ihre Rechtsgrundlage in den §§ 108, 708 Nr. 10, 711 ZPO.	77
Die gemäß § 546 Abs. 2 ZPO festzusetzende Beschwer orientiert sich am Wert des Unterliegens der Klägerin im vorliegenden Rechtsstreit.	78