



# BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

## URTEIL

I ZR 120/00

Verkündet am:  
20. November 2003  
Walz  
Justizamtsinspektor  
als Urkundsbeamter  
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 20. November 2003 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Ullmann und die Richter Prof. Starck, Prof. Dr. Bornkamm, Dr. Büscher und Dr. Schaffert

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Karlsruhe – 4. Zivilsenat in Freiburg – vom 18. Mai 2000 wird auf Kosten der Klägerin mit der Maßgabe zurückgewiesen, daß die Klage auch mit dem geänderten Antrag abgewiesen wird.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin verlegt die Sonntagszeitungen „Bild am Sonntag“ und „Welt am Sonntag“. Die Insolvenzschuldnerin (im folgenden: die Beklagte) gab ab November 1997 eine Sonntagszeitung mit dem Titel „Zeitung zum Sonntag“ heraus, die sich ausschließlich durch Anzeigen finanzierte und mit einer Auflage von 120.000, später 155.000 Exemplaren kostenlos im Raum Freiburg und Umgebung verteilt wurde. Dem äußeren Erscheinungsbild nach handelte es sich um eine Leserzeitung. Sie umfaßte in der Regel 40 Seiten mit redaktionellen Beiträgen zu regionalen und überregionalen Themen, eine umfangreiche Sportberichterstattung sowie einen ausführlichen Veranstaltungskalender.

Die Klägerin hat den kostenlosen Vertrieb der „Zeitung zum Sonntag“ als wettbewerbswidrig beanstandet. Sie hat die Beklagte auf Unterlassung und auf Feststellung der Schadensersatzverpflichtung in Anspruch genommen. Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die Berufung der Klägerin hatte keinen Erfolg (OLG Karlsruhe ZUM-RD 2000, 430 = K&R 2000, 401).

Hiergegen richtet sich die Revision der Klägerin.

Während des Revisionsverfahrens ist das Insolvenzverfahren über das Vermögen der Beklagten eröffnet worden. Nachdem der Insolvenzverwalter mitgeteilt hatte, daß der Geschäftsbetrieb eingestellt sei und sämtliche Mitarbeiter gekündigt seien, hat die Klägerin den Unterlassungsantrag in der Hauptsache für erledigt erklärt. Der beklagte Insolvenzverwalter hat das Verfahren aufgenommen. Er tritt der Erledigungserklärung entgegen.

#### Entscheidungsgründe:

Die Revision ist unbegründet. Sie ist mit der Maßgabe zurückzuweisen, daß die Klage auch mit dem geänderten Antrag abzuweisen ist.

I. In der einseitig gebliebenen Erledigungserklärung der Klägerin liegt eine in der Revisionsinstanz zulässige Klageänderung. Im Revisionsverfahren kann die Erledigung der Hauptsache einseitig erklärt werden, wenn das Ereignis, durch das sich die Hauptsache erledigt haben soll (hier: Einstellung des Geschäftsbetriebs der Beklagten, über deren Vermögen das Insolvenzverfahren eröffnet worden ist),

als solches außer Streit steht (vgl. BGHZ 106, 359, 368 m.w.N.). Der geänderte Klageantrag ist auf die Feststellung gerichtet, daß die Klage ursprünglich zulässig und begründet war und daß sich der Rechtsstreit in der Hauptsache erledigt hat. Dieser Antrag ist unbegründet, weil der Klägerin der geltend gemachte Anspruch nicht zustand. Mit Recht hat das Berufungsgericht in dem beanstandeten Verhalten der Beklagten keinen Wettbewerbsverstoß gesehen.

II. Zur Begründung hat das Berufungsgericht ausgeführt:

Der Vertrieb der „Zeitung zum Sonntag“ begegne nicht schon deswegen rechtlichen Bedenken, weil diese Zeitung ausschließlich durch Anzeigen finanziert sei. Der Umstand, daß die Zeitung unentgeltlich abgegeben werde, sei allenfalls dann wettbewerbsrechtlich zu beanstanden, wenn es der Beklagten allein darum ginge, ihre Zeitung im Markt zu etablieren, um sie dann gegen Entgelt zu vertreiben. Der Umstand, daß die Beklagte ihr Blatt bereits seit 2 ½ Jahren unentgeltlich abgebe, spreche für die Absicht, die Zeitung auf Dauer auf diese Weise zu vertreiben. Der unentgeltliche Vertrieb sei auch unter dem Gesichtspunkt der Wertreklame nicht zu beanstanden. Denn es gehe nicht darum, die Leser zu einem anderen Geschäftsabschluß zu bewegen. Die Beklagte verfolge mit ihrer „Zeitung zum Sonntag“ auch nicht das Ziel, die Klägerin mit ihren Sonntagszeitungen vom Markt zu verdrängen.

Auch unter dem Gesichtspunkt einer allgemeinen Marktbehinderung könne das Verhalten der Beklagten nicht als wettbewerbswidrig angesehen werden. Denn von dem Blatt der Beklagten gehe keine Existenzgefährdung für die bundesweit vertriebenen Sonntagszeitungen der Klägerin aus. Da die Klägerin ihre Zeitungen bundesweit verbreite, führe ein durch die „Zeitung zum Sonntag“ möglicherweise verursachter Absatzrückgang nur zu einem geringfügigen Rückgang ihrer Erlöse. Allerdings sei der Klägerin zuzugeben, daß von dem Vertriebskonzept

der Beklagten eine nicht unerhebliche Nachahmungsgefahr ausgehe; diese ändere jedoch nichts an der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung. Die mitunter angeführten Qualitätseinbußen bei kostenlos verteilten Zeitungen seien nicht zu beobachten. Auch eine besondere Gefahr der Beeinflussung des redaktionellen Teils durch Anzeigenkunden bestehe nicht. Dem Einwand der Klägerin, die Abhängigkeit des Verlegers von der Kaufentscheidung des Lesers gehöre zu den maßgeblichen Strukturprinzipien der durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG verbürgten freien Presse, sei entgegenzuhalten, daß die verfassungsrechtlich gesicherte Pressefreiheit der unentgeltlich vertriebenen Zeitung ebenso zugute komme. Dies gelte jedenfalls so lange, als Presseerzeugnisse überall erhältlich seien und damit die Grundversorgung der Öffentlichkeit gewährleistet sei. Dieses Ziel könne bei einer flächendeckenden Verteilung von Gratiszeitungen sogar noch eher verwirklicht sein als durch Kauf- oder Abonnementzeitungen.

III. Diese Beurteilung hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung stand. Der auf Feststellung der Erledigung der Hauptsache gerichtete Antrag der Klägerin ist daher unbegründet.

1. Zutreffend hat das Berufungsgericht angenommen, daß im Streitfall die Voraussetzungen einer wettbewerbswidrigen Wertreklame im Sinne einer unlauteren Kundenbeeinflussung nach § 1 UWG nicht vorliegen.

a) Der Begriff der Wertreklame besagt, daß ein Kaufmann nicht mit Worten, sondern mit Werten Werbung treibt, daß er also etwas verschenkt, sei es eine ungekoppelte Werbegabe, sei es eine Zugabe oder sei es die Ware selbst, für deren entgeltlichen Absatz er damit zugleich wirbt. Eine solche Wertreklame ist nicht stets wettbewerbswidrig, sie kann aber im Einzelfall – etwa unter dem Gesichtspunkt einer Preisverschleierung, eines übertriebenen Anlockens oder eines psychischen Kaufzwangs – ausnahmsweise gegen die Regeln lauterer Wettbewerbs

verstoßen (BGH, Urt. v. 18.9.1997 – I ZR 119/95, GRUR 1998, 475, 476 = WRP 1998, 162 – Erstcoloration; Urt. v. 26.3.1998 – I ZR 231/95, GRUR 1998, 1037, 1038 = WRP 1998, 727 – Schmuck-Set; Urt. v. 28.1.1999 – I ZR 192/96, GRUR 1999, 755, 756 = WRP 1999, 828 – Altkleider-Wertgutscheine; BGHZ 151, 84, 88 ff. – Kopplungsangebot I; BGH, Urt. v. 13.6.2002 – I ZR 71/01, GRUR 2002, 979, 980 ff. = WRP 2002, 1259 – Kopplungsangebot II; Urt. v. 22.5.2003 – I ZR 185/00, GRUR 2003, 804 f. = WRP 2003, 1101 – Foto-Aktion; Urt. v. 22.5.2003 – I ZR 8/01, GRUR 2003, 1057 = WRP 2003, 1428 – Einkaufsgutschein I, jeweils m.w.N.).

b) Im Streitfall kommt eine wettbewerbswidrige Wertreklame von vornherein nicht in Betracht, weil bei einem Zeitungsvertrieb, der auf Dauer darauf eingerichtet ist, die Zeitung ohne Entgelt abzugeben, eine auf den Erwerb einer entgeltlichen Leistung gerichtete unsachliche Beeinflussung des Empfängers ausscheidet (vgl. BGHZ 81, 291, 294 f. – Bäckerfachzeitschrift; OLG Karlsruhe WRP 1996, 118, 119). Ein Zeitungsverleger setzt seine Ware oder Leistung auf zwei verschiedenen Märkten ab, auf dem Lesermarkt und auf dem Anzeigenmarkt. Entscheidet er sich dafür, nur auf dem einen der beiden Märkte ein Entgelt zu verlangen, verursacht das unentgeltliche Angebot auf dem anderen Markt keine unsachliche Beeinflussung der Marktgegenseite, weil diese von vornherein nicht für ein Umsatzgeschäft gewonnen werden soll. Der Vorwurf, er verschenke eine geldwerte journalistische Leistung, kann dem Verleger, der seine Zeitung unentgeltlich abgibt, nicht gemacht werden, solange sie sich – wenn auch nicht in der Anlaufphase, so doch auf längere Sicht – ausschließlich durch Anzeigen finanzieren soll. Denn er läßt sich seine Leistung in diesem Fall bezahlen, wenn auch nicht vom Leser, so doch vom Anzeigenkunden (vgl. Hefermehl in der Anmerkung zur Senatsentscheidung „Bliestal-Spiegel“ GRUR 1985, 881, 883; OLG Karlsruhe WRP 1996, 118, 119 f.). Derartige Finanzierungsmodelle sind auch sonst gang und gäbe, et-

wa bei Internet-Diensten oder beim privaten Rundfunk, ohne daß hierin ein wettbewerbswidriges Verhalten gesehen wird.

2. Mit Recht hat das Berufungsgericht auch einen Wettbewerbsverstoß der Beklagten unter dem Gesichtspunkt einer allgemeinen Marktbehinderung nach § 1 UWG verneint.

a) Das Verschenken von Ware kann auch dann wettbewerbswidrig sein, wenn es eine allgemeine Marktbehinderung oder Marktstörung zur Folge hat. Ein solcher Fall ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs dann gegeben, wenn das Wettbewerbsverhalten allein oder in Verbindung mit zu erwartenden gleichartigen Maßnahmen von Mitbewerbern die ernstliche Gefahr begründet, der auf der unternehmerischen Leistung beruhende Wettbewerb werde in erheblichem Maße eingeschränkt (vgl. BGHZ 114, 82, 84 – Motorboot-Fachzeitschrift; BGH, Urt. v. 29.6.2000 – I ZR 128/98, GRUR 2001, 80, 81 = WRP 2000, 1394 – ad-hoc-Meldung; Urt. v. 14.12.2000 – I ZR 147/98, GRUR 2001, 752, 753 = WRP 2001, 688 – Eröffnungswerbung). Damit soll im Interesse der betroffenen Wettbewerber, in dem sich das Interesse der Allgemeinheit am Bestand des Wettbewerbs widerspiegelt, auch in Fällen, in denen eine gezielte Verdrängungsabsicht nicht vorliegt, verhindert werden, daß durch ein systematisches Verschenken von Waren oder durch einen Verkauf unter Einstandspreis der Wettbewerbsbestand gefährdet wird (vgl. BGH, Urt. v. 27.10.1988 – I ZR 29/87, GRUR 1990, 371, 372 = WRP 1989, 468 – Preiskampf).

Eine Marktverhaltenskontrolle läuft in diesem Fall – ähnlich wie bei den die Kontrolle von Marktmacht betreffenden Bestimmungen der §§ 19 und 20 GWB, die den Wettbewerb als Institution zu schützen bestimmt sind – gleichzeitig auf eine Marktstrukturkontrolle hinaus. Dieser Umstand und die damit verbundene parallele Anwendung der Bestimmungen des UWG und des GWB führen dazu, daß auch

bei der lauterkeitsrechtlichen Beurteilung stets die Zielsetzung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen berücksichtigt werden muß. Insbesondere ist zu beachten, daß dem lauterkeitsrechtlichen Verbot nicht die Wirkung zukommt, ohnehin bestehende Marktzutrittsschranken zu erhöhen und damit zu einer Marktabschottung beizutragen.

b) Die Revision verweist darauf, daß die Möglichkeiten der massenweisen unentgeltlichen Abgabe von Originalware zum Zwecke der Markterprobung und -einführung von der Rechtsprechung eingeschränkt worden seien (BGHZ 23, 365 – SUWA; 43, 278 – Kleenex). Diesen Entscheidungen sei zu entnehmen, daß der auf Dauer angelegte unentgeltliche Vertrieb von Originalprodukten jedenfalls wegen der dadurch bewirkten Marktstörung unzulässig sei. Dabei berücksichtigt die Revision jedoch nicht hinreichend, daß von einem Verschenken geldwerter Leistungen im Streitfall – wie dargelegt – nicht ausgegangen werden kann, weil sich die Sonntagszeitung der Beklagten allein aus Anzeigen finanzieren sollte.

c) Der Bundesgerichtshof hat entschieden, daß die Gratisverteilung von Anzeigenblättern, die über einen redaktionellen Teil verfügen, unter besonderen Umständen gegen § 1 UWG verstoßen kann (vgl. BGHZ 19, 392, 397 f. – Freiburger Wochenbericht; 51, 236, 238 – Stuttgarter Wochenblatt I; BGH, Urt. v. 22.11.1984 – I ZR 98/82, GRUR 1985, 881, 882 = WRP 1985, 330 – Bliestal-Spiegel). Ein solcher Verstoß soll insbesondere dann vorliegen, wenn der redaktionelle Teil des Anzeigenblattes geeignet sei, für einen nicht unerheblichen Teil des Publikums eine Tageszeitung zu ersetzen, und wenn die ernstliche Gefahr bestehe, daß deshalb die Tagespresse als Institution in ihrem verfassungsrechtlich garantierten Bestand bedroht sei (BGH GRUR 1985, 881, 882 – Bliestal-Spiegel, m.w.N.). Dabei hat der Senat jedoch klargestellt, daß auch die ständige Gratisverteilung von Anzeigenblättern und Fachzeitschriften mit einem gewissen Eigenwert des redaktionellen Teils nicht ohne weiteres, sondern nur unter besonderen



Umständen gegen § 1 UWG verstößt (BGHZ 81, 291, 294 – Bäckerfachzeitschrift; BGH GRUR 1985, 881, 882 – Bliestal-Spiegel). Außerdem hat der Senat betont, daß im Geschäftsleben niemand Anspruch auf eine unveränderte Erhaltung seines Kundenkreises hat und daß auch neuartige und vielleicht besonders wirksame Wettbewerbsmaßnahmen nicht schon deshalb als unlauter zu mißbilligen sind, weil sie sich für Mitbewerber wegen ihres Erfolges nachteilig auswirken (BGHZ 51, 236, 242 – Stuttgarter Wochenblatt I; BGH, Urt. v. 12.10.1989 – I ZR 155/87, GRUR 1990, 44, 45 = WRP 1990, 266 – Annoncen-Avis; BGHZ 114, 82, 84 – Motorboot-Fachzeitschrift).

d) Die Klägerin kann nicht beanspruchen, daß der Bestand ihrer Sonntagszeitungen schon aus verfassungsrechtlichen Gründen vor dem Wettbewerb durch die unentgeltlich vertriebene Sonntagszeitung der Beklagten geschützt wird.

aa) Die Garantie der Pressefreiheit in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG unterscheidet nicht danach, ob sich eine Zeitung mit redaktionellem Textteil allein durch Anzeigen oder daneben auch dadurch finanziert, daß der Leser für den Erwerb ein Entgelt zahlen muß (vgl. BGHZ 51, 236, 246 f. – Stuttgarter Wochenblatt I). Bei der institutionellen Garantie der Presse durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG geht es nicht darum, den Bestand eines Presseorgans gegen den Wettbewerb durch ein anderes Presseorgan zu schützen. Nur wenn der Bestand eines meinungsbildenden Blattes – also einer Zeitung, die „sich redaktionell vor allem mit allgemein interessierenden politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Gegenständen“ befaßt und dabei „informierend und kommentierend an der Bildung der öffentlichen Meinung“ mitwirkt (BGH GRUR 1985, 881, 882 – Bliestal-Spiegel) – durch ein Konkurrenzprodukt gefährdet würde, das diese Funktionen nicht wahrnehmen könnte, käme ein Rückgriff auf Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG in Betracht (vgl. OLG Karlsruhe WRP 1996, 118, 120; vgl. auch Hefermehl in der Anmerkung zur Senatsentscheidung „Stuttgarter Wochenblatt II“ GRUR 1971, 477, 479).

bb) Im Streitfall ist nicht ersichtlich, weshalb den von der Klägerin verlegten Sonntagszeitungen gegenüber der Zeitung der Beklagten von Verfassungs wegen eine Vorrangstellung zukommen sollte. Die Bedenken, die die Revision in diesem Zusammenhang generell gegenüber anzeigenfinanzierten Zeitungen äußert, können nicht dazu führen, die eine Form der Zeitung gegenüber der anderen auch im Rahmen der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung auf eine höhere Stufe zu stellen. Die Revision meint, bei der gratis verteilten Zeitung sei auch die gesamte redaktionelle Arbeit anzeigenfinanziert, so daß die Gefahr der Einflußnahme der Werbetreibenden auf die Arbeit, Ausrichtung und personelle Besetzung der Redaktion bestehe. Diese Erwägung liegt nicht außerhalb jeder Lebenserfahrung (vgl. BGHZ 114, 82, 86 – Motorboot-Fachzeitschrift; ferner Teplitzky, GRUR 1999, 108, 111). Daraus folgt aber nicht, daß der über die Leserschaft (mit-)finanzierten Zeitung von vornherein ein höherer Schutz vor einer Marktstörung zugebilligt werden müßte. Ohne die ebenfalls nicht fernliegende Abhängigkeit der mischfinanzierten Presse von wirtschaftlich bedingten meinungsbildenden Faktoren zu gewichten, schlägt das verfassungsrechtliche Gebot, bei der Wertung redaktioneller Berichterstattung Neutralität zu wahren, auch bei der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung durch. Entgegen der Ansicht der Revision kann der Klägerin deshalb auch kein präventiver Schutz zugesprochen und das unentgeltliche Verteilen von (Sonntags-)Zeitungen unabhängig vom Vorliegen einer konkreten Gefährdung des Bestands als wettbewerbswidrig angesehen werden. Eine dahingehende Äußerung kann der Senatsentscheidung „Stumme Verkäufer“ (Urt. v. 15.2.1996 – I ZR 1/94, GRUR 1996, 778, 780 = WRP 1996, 889) nicht entnommen werden. In keinem Fall reicht eine abstrakte Gefährdung aus, um das beanstandete Marktverhalten zu verbieten. Im übrigen gelten für die einen wie für die anderen Zeitungen dieselben presse- und lauterkeitsrechtlichen Regeln, mit denen beispielsweise eine redaktionell getarnte Werbung verhindert werden kann.

cc) Nicht weiterführend ist die Parallele, die die Revision zur Rundfunkordnung ziehen möchte. Sie verweist darauf, daß das mit einer ausschließlichen Werbefinanzierung verbundene Gefährdungspotential für den Rundfunk schon seit längerem bekannt sei; dies habe zur Folge, daß das Bundesverfassungsgericht die ausschließliche Werbefinanzierung als unvereinbar mit der grundgesetzlich geschützten Informationsfreiheit und der Institution eines freien Rundfunks angesehen habe. Die Revision verkennt hierbei, daß in der dualen Rundfunkordnung neben den öffentlichrechtlichen Anstalten auch die ausschließlich werbefinanzierten privaten Rundfunkunternehmen ihren festen Platz haben. Im übrigen kann auch das mit den Abonnementzeitungen am ehesten vergleichbare sogenannte Bezahlfernsehen, das sich durch Abonnenten finanziert, nicht beanspruchen, daß ihm durch werbefinanzierte Fernsehsender kein Wettbewerb erwächst.

e) Auch die weiteren Umstände des Streitfalls, die sämtlich zur Prüfung heranzuziehen sind (vgl. BGHZ 81, 291, 294 – Bäckerfachzeitschrift; Hefermehl, GRUR 1985, 883), rechtfertigen es nicht, der Beklagten den Betrieb einer rein anzeigenfinanzierten Zeitung mit Hilfe des Wettbewerbsrechts zu untersagen.

aa) Der vorgetragene Absatzrückgang bei den Zeitungen der Klägerin deutet entgegen der Ansicht der Revision nicht darauf hin, daß das Verhalten der Beklagten wettbewerbsrechtlich zu beanstanden wäre. Mit dem Absatzrückgang läßt sich die Unlauterkeit des Verhaltens der Beklagten nicht begründen. Es ist nicht Aufgabe des Wettbewerbsrechts, den Bestand bestehender wettbewerblischer Strukturen zu bewahren und wirtschaftlichen Entwicklungen entgegenzusteuern, in denen die bisherigen Marktteilnehmer mit Recht eine Bedrohung ihres Kundstammes erblicken. Denn es ist gerade Sinn der Wettbewerbsrechtsordnung, dem freien Spiel der Kräfte des Marktes im Rahmen der gesetzten Rechtsordnung Raum zu gewähren (BGH GRUR 1990, 44, 45 – Annoncen-Avis; BGHZ 114, 82, 84 – Motorboot-Fachzeitschrift). Die Klägerin kann daher keine Sicherung ihres

Bestandes – schon gar nicht auf dem vor Eintritt des Wettbewerbers gehaltenen Niveau – beanspruchen.

bb) Eine Berücksichtigung der Interessen der Allgemeinheit an einem unverfälschten Wettbewerb führt zu keiner anderen Sichtweise. Die Revision stellt in diesem Zusammenhang weniger darauf ab, daß der Bestand der Sonntagszeitungen der Klägerin durch die unentgeltlich vertriebene Zeitung der Beklagten gefährdet werde. Sie verweist vielmehr darauf, daß eine kostenlose Sonntagszeitung den Marktzutritt für weitere Anbieter von Kaufzeitungen versperre. Diese Erwägungen werden indessen den Verhältnissen auf dem Markt(-segment) der Sonntagszeitungen nicht gerecht. Die Revisionserwiderung verweist mit Recht darauf, daß es kaum andere Sonntagszeitungen als die der Klägerin gibt. Es liegt auf der Hand, daß die Marktzutrittsschranken für weitere Kauf- oder Abonnementzeitungen sehr hoch sind. Am Sonntag stehen nur wenige Verkaufsstellen für Zeitungen zur Verfügung, und es begegnet erheblichen Schwierigkeiten, potentielle Leser dazu zu bewegen, am Sonntagmorgen eine solche Verkaufsstelle, etwa einen Zeitungskiosk im Bahnhof, aufzusuchen, um eine neue, bislang noch nicht eingeführte Sonntagszeitung zu erwerben. Abonnenten werden allenfalls die Anbieter eingeführter Tageszeitungen mit einigem Erfolg akquirieren können; darüber hinaus wird ein Wettbewerber, der nicht bereits über die bestehende Vertriebsstruktur für eine Tageszeitung verfügt, kaum in der Lage sein, einen flächendeckenden sonntäglichen Zustelldienst einzurichten. Diese Schwierigkeiten bestehen verstärkt für den Verleger einer lokalen oder regionalen Sonntagszeitung, der mit einer Kauf- oder Abonnementzeitung kaum jemals eine auskömmliche Auflagenhöhe erreichen könnte. Bestünde für ihn nicht die Möglichkeit, die Sonntagszeitung ausschließlich über Anzeigen zu finanzieren und den Lesern unentgeltlich zur Verfügung zu stellen, wäre ihm der Marktzutritt mit einiger Wahrscheinlichkeit vollständig verschlossen (vgl. Berst, AfP 1999, 425, 429). Diesen aufkeimenden

Wettbewerb mit Hilfe des Lauterkeitsrechts zu verbieten und sich zur Rechtfertigung auf den Schutz des Wettbewerbs zu berufen, hieße, die Dinge auf den Kopf zu stellen.

IV. Danach ist die Revision der Klägerin mit der Maßgabe zurückzuweisen, daß die Klage auch mit dem geänderten Feststellungsantrag abzuweisen ist. Die Kostenentscheidung ergibt sich aus § 97 Abs. 1 ZPO.

Ullmann

RiBGH Prof. Starck ist altersbedingt aus dem richterlichen Dienst ausgeschieden und daher an der Unterschriftsleistung verhindert.

Bornkamm

Ullmann

Büscher

Schaffert