



# BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

## URTEIL

I ZR 114/98

Verkündet am:  
6. April 2000  
Walz  
Justizamtsinspektor  
als Urkundsbeamter  
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja

**BGHZ:** nein

**BGHR:** \_\_\_\_ja

Neu in Bielefeld II

### **UWG § 13 Abs. 5**

Nutzt der Gläubiger eines wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs die Möglichkeiten nicht, die Kosten der Rechtsverfolgung durch Streitgenossenschaften auf der Aktiv- oder Passivseite niedrig zu halten oder erhebt er

Hauptsacheklage, ohne abzuwarten, ob die inhaltsgleiche einstweilige Verfügung als endgültige Regelung anerkannt wird, deutet dies auf eine mißbräuchliche Geltendmachung des Anspruchs hin.

### **UWG § 7 Abs. 1**

In der Werbung für eine Geschäftseröffnung, bei der Computer und Computierzubehör zu Sonderpreisen "direkt ab Lkw" verkauft werden, liegt die Ankündigung einer unzulässigen Sonderveranstaltung.

### **UWG § 3**

Zur Frage einer irreführenden Werbung, wenn besonders herausgestellten Preisen durchgestrichene "Normalpreise" gegenübergestellt werden.

BGH, Urteil vom 6. April 2000 – I ZR 114/98 – OLG Hamm

LG Bielefeld

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 6. April 2000 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Erdmann und die Richter Starck, Prof. Dr. Bornkamm, Dr. Büscher und Raebel

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 19. März 1998 unter Zurückweisung des weitergehenden Rechtsmittels im Kostenpunkt und im Umfang der nachfolgenden Abänderung aufgehoben.

Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil der II. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bielefeld vom 6. Januar 1998 unter Zurückweisung der weitergehenden Berufung abgeändert und insgesamt wie folgt neu gefaßt:

Es wird festgestellt, daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der ihr durch die Ankündigung des Verkaufs von Computerartikeln "direkt ab LKW" – entsprechend der nachstehend im Tatbestand dieses Urteils abgebildeten Werbung – und/oder durch die ankündigungsgemäße Durchführung entstanden ist oder noch entsteht.

Die Beklagte wird verurteilt, der Klägerin Auskunft zu erteilen, wo, wann und wie oft sie seit dem 17. August 1997 in der bezeichneten Weise geworben hat, wobei die Auskunft nach Werbeträgern, Auflage der Werbeträger und Erscheinungsdatum aufzuschlüsseln ist.

Die Beklagte wird weiter verurteilt, der Klägerin Auskunft über die im Rahmen der beschriebenen Verkaufsveranstaltung getätigten Verkäufe zu erteilen, aufgeschlüsselt nach Verkaufstag und Artikel.

Im übrigen wird die Klage – hinsichtlich des Unterlassungsantrags als unzulässig – abgewiesen.

Von den Kosten des Rechtsstreits hat die Klägerin 9/10, die Beklagte 1/10 zu tragen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin ist ein der Media-Markt/Saturn-Gruppe angehörendes Einzelhandelsunternehmen. Beide Parteien vertreiben in Bielefeld Computer und Computerzubehör an Endverbraucher.

Am 17. August 1997 verteilte die Beklagte im Zusammenhang mit ihrem Einzug in ein neu errichtetes Geschäftshaus Handzettel an Bielefelder Haushalte, auf denen sie unter der Überschrift

"Neu in Bielefeld"

mit dem Hinweis

"Verkauf direkt ab LKW – Stück für Stück!"

für Computer und Zubehör warb. Einem Teil ihrer sogenannten "pc. Spezialist Preise" stellte sie einen durchgestrichenen "Normalpreis" gegenüber. Der fragliche Handzettel ist nachstehend (verkleinert) wiedergegeben:

# NEU IN BIELEFELD!

Neueröffnung

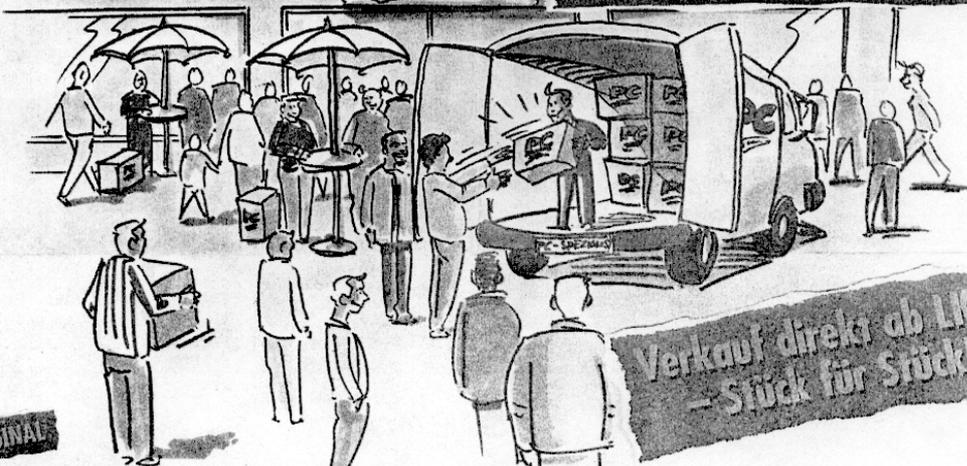
ab 21.8.



mehr als 1000 m<sup>2</sup>!



noch größer, noch mehr Service!



Verkauf direkt ab LKW - Stück für Stück!

ORIGINAL

## Sicos-Flachbettscanner Color - 4800 dpi

Marken-Flachbettscanner von Sicos, 4800 dpi Interpolliert, 16,7 Mio. Farben



Abbildung ähnlich

pc-Spezialist Preis!

Normalpreis ~~349,-~~  
**199,-**

## Stereo-Soundkarte

inkl. 80 Watt Lautsprechern

16 BIT Stereo-Soundkarte für vollen Spaß am PC inklusive 80 Watt Lautsprechern, magnetisch abgeschirmt, Soundblasterkompatibel

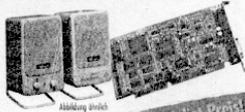


Abbildung ähnlich

pc-Spezialist Preis!

Normalpreis ~~99,-~~  
**50,-**

ORIGINAL

## 5 x Data Becker Software Goldene Serie

Software satt für 10 Mark. Wählen Sie aus fünf Data-Becker-Paketentire Favoriten!



Symbolfotos

pc-Spezialist Preis!

Normalpreis ~~149,-~~  
**10,-**

Eröffnung am 21.8.97 um 10.00 Uhr E XXXXXXXXXX Str. 2-4

Die Klägerin hat diese Werbung als wettbewerbswidrig beanstandet und die Beklagte auf Unterlassung und Auskunftserteilung in Anspruch genommen sowie die Feststellung der Verpflichtung zur Leistung von Schadensersatz begehrt. Sie hat beantragt,

- I. die Beklagte unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen,  
im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Verkäufe von Computerartikeln "direkt ab Lkw" anzukündigen und/oder ankündigungsgemäß durchzuführen und/oder dem Eigenpreis einen gestrichenen Normalpreis gegenüberzustellen, wie dies in der (vorstehend wiedergegebenen) Eröffnungswerbung erfolgt ist,
- II. festzustellen, daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der dieser durch die unter Ziffer I genannten Handlungen entstanden ist und noch entsteht,
- III. die Beklagte zu verurteilen, der Klägerin Auskunft zu erteilen, wo, wann und wie oft sie seit dem 17. August 1997 in der unter Ziffer I beanstandeten Weise geworben hat, wobei die Auskunft nach Werbemedium, Werbeträgern, Auflage der Werbeträger bzw. Hörerreichweite des Werbemediums und Erscheinungs- bzw. Sendedatum aufzuschlüsseln ist, sowie der Klägerin Auskunft über die im Rahmen der Verkaufsveranstaltung gemäß Ziffer I getätigten Verkäufe zu erteilen, aufgeschlüsselt nach Verkaufstag, Verkaufspreis und Artikel.

Die Beklagte ist dem entgegengetreten. Sie hat die Auffassung vertreten, die Klage sei wegen Mißbrauchs der Klagebefugnis unzulässig, weil bereits die zum selben Konzern wie die Klägerin gehörende Saturn Elektro-Handelsgesellschaft mbH Bielefeld sie wegen derselben Handlung gerichtlich auf Unterlassung in Anspruch genommen habe. Im übrigen sei die angegriffene Werbung wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt. Die Berufung der Beklagten hatte keinen Erfolg.

Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter. Die Klägerin beantragt, die Revision zurückzuweisen.

#### Entscheidungsgründe:

Die Revision hat überwiegend Erfolg. Sie führt hinsichtlich des Unterlassungsantrags zur Abweisung der Klage. Soweit sich Feststellung und Auskunftserteilung auf die beanstandete Preisgegenüberstellung beziehen, ist die Klage ebenfalls abzuweisen. Soweit es um die Ankündigung des Verkaufs "direkt ab Lkw" geht, hat die Revision dagegen nur hinsichtlich des Umfangs der zu erteilenden Auskunft Erfolg.

##### I. Zum Unterlassungsantrag:

Die Klage ist mit dem Unterlassungsantrag als unzulässig abzuweisen, weil der Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs der Einwand der mißbräuchlichen Rechtsverfolgung entgegensteht (§ 13 Abs. 5 UWG).

1. Das Berufungsgericht hat das Vorliegen eines Mißbrauchs der Klagebefugnis verneint, weil es sich bei den die Beklagte angreifenden Unternehmen um rechtlich selbständige Gesellschaften am Ort handele, die durch die beanstandete Werbemaßnahme jeweils selbst betroffen seien, und nicht ersichtlich sei, daß gerade die konzernmäßige Verbundenheit zu einem parallelen Vorgehen gegen die Beklagte geführt habe, ohne daß die beiden angreifenden Unterlas-

sungsgläubiger jeweils eigene wettbewerbliche Interessen hätten verfolgen wollen. Dieser Beurteilung kann nicht beigetreten werden.

2. Die Klägerin ist unabhängig davon, ob sie ihren Anspruch auf § 13 Abs. 2 Nr. 1, § 3 UWG oder als betroffene Mitbewerberin unmittelbar auf § 3 UWG stützt, Adressatin der Mißbrauchsregelung in § 13 Abs. 5 UWG. Nach dieser Bestimmung kann ein Unterlassungsanspruch nicht gerichtlich durchgesetzt werden, wenn die Geltendmachung unter Berücksichtigung der gesamten Umstände mißbräuchlich wäre. Zwar stand bei der Einführung dieser Norm im Jahre 1986 die Bekämpfung der Mißbräuche sogenannter Abmahnvereine im Vordergrund. Die in das Gesetz aufgenommene Mißbrauchsregelung beschränkt sich aber nicht auf diese Mißbrauchsfälle, sondern verwehrt jedem Unterlassungsgläubiger im Falle des Mißbrauchs die Geltendmachung seines Anspruchs (vgl. Senatsurteil vom selben Tag – I ZR 76/98, Umdruck S. 6 ff. – Mißbräuchliche Mehrfachverfolgung, zum Abdruck in BGHZ bestimmt).

3. Gemäß § 13 Abs. 5 UWG ist die Verfolgung eines Unterlassungsanspruchs unzulässig, wenn die Geltendmachung unter Berücksichtigung der gesamten Umstände mißbräuchlich ist, insbesondere wenn sie vorwiegend dazu dient, gegen den Zuwiderhandelnden einen Anspruch auf Ersatz von Aufwendungen oder Kosten der Rechtsverfolgung entstehen zu lassen. Danach setzt die Annahme eines Rechtsmißbrauchs – entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts – nicht voraus, daß die Rechtsverfolgung ohne jedwede wettbewerbsrechtlichen Interessen betrieben werde. Zur Bejahung des Mißbrauchstatbestandes ist vielmehr erforderlich, aber auch ausreichend, daß überwiegend sachfremde Ziele – wie das Interesse, Gebühren zu erzielen oder den Gegner mit erheblichen Gebühren zu belasten oder generell zu schädigen – das die Verfahrenseinleitung beherrschende Motiv bilden (vgl. Hefermehl, WRP 1987, 281, 284 f.; Scholz,

WRP 1987, 433, 436). Ein Fehlen oder vollständiges Zurücktreten wettbewerbsrechtlicher Absichten hinter den vom Gesetzgeber mißbilligten Zielen ist demgegenüber nicht zu verlangen (vgl. Teplitzky, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche, 7. Aufl., Kap. 13 Rdn. 56; Borck, GRUR 1990, 249, 251).

4. Allerdings ist die Verfolgung desselben Wettbewerbsverstoßes durch mehrere Unterlassungsgläubiger für sich genommen nicht zu beanstanden. Mit der weiten Fassung der Anspruchsberechtigung nimmt es das Gesetz hin, daß ein Wettbewerbsverstoß von mehreren Gläubigern klageweise verfolgt werden kann. Das prozessuale Vorgehen des einen schließt das des anderen grundsätzlich nicht aus (vgl. BGHZ 115, 105, 115 f. – Anwaltswerbung; BGH, Urt. v. 16.12.1993 – I ZR 277/91, GRUR 1994, 307, 308 = WRP 1994, 256 – Mozzarella I; OLG Hamburg GRUR 1995, 822; Großkomm.UWG/Erdmann, § 13 Rdn. 25, 138). Für die Annahme eines Rechtsmißbrauchs bedarf es daher des Hinzutretens besonderer Umstände.

Wie der Senat in der Entscheidung "Mißbräuchliche Mehrfachverfolgung" (Urt. v. 6.4.2000 – I ZR 76/98, Umdruck S. 8 ff.) im einzelnen dargelegt hat, erfordert die Annahme eines Rechtsmißbrauchs nach § 13 Abs. 5 UWG eine sorgfältige Prüfung und Abwägung der maßgeblichen Einzelumstände. Danach kann sich eine Mehrfachverfolgung desselben Wettbewerbsverstoßes insbesondere dann als mißbräuchlich erweisen, wenn sie auf einem abgestimmten Vorgehen der Unterlassungsgläubiger beruht und wenn – ohne daß hierfür ein vernünftiger Grund ersichtlich wäre – die Vervielfachung des mit der Rechtsverteidigung verbundenen Kostenrisikos sowie die Bindung personeller und finanzieller Kräfte eine unangemessene Belastung des Anspruchsgegners zur Folge hat. Anhaltspunkte für ein solches mißbräuchliches Verhalten können grundsätzlich verschiedene prozessuale Situationen bieten: So kann es sich als mißbräuchlich erwei-

sen, daß der Unterlassungsgläubiger, ohne hierzu – etwa mit Blick auf den drohenden, auf andere Weise nicht zu verhindernden Eintritt der Verjährung – genötigt zu sein, neben dem Verfahren der einstweiligen Verfügung gleichzeitig ein Hauptsacheverfahren anstrengt, ohne abzuwarten, ob die beantragte Verfügung erlassen wird und der Schuldner dies in einer Abschlußerklärung als endgültige Regelung akzeptiert. Ferner kann ein Mißbrauch naheliegen, wenn konzernmäßig verbundene Unternehmen, die von demselben Rechtsanwalt – sei es als Prozeßbevollmächtigtem oder als Verkehrsanwalt – vertreten werden, nicht gemeinsam als Streitgenossen klagen, sondern getrennte Verfügungs- oder Klageverfahren anstrengen oder wenn mehrere Unterlassungsschuldner nicht in einem Verfahren, sondern jeweils gesondert in Anspruch genommen werden, obwohl eine subjektive Klagehäufung auf der Aktiv- oder Passivseite für den Kläger oder Antragsteller mit keinerlei Nachteilen – etwa bei der Wahl des Gerichtsstandes – verbunden wäre. Schließlich ist in Fällen, in denen das prozessuale Vorgehen verschiedener Konzernunternehmen gegen Wettbewerbsverstöße zentral gesteuert wird, zu fragen, ob es nicht ausgereicht hätte, daß eines der Konzernunternehmen einen Titel erstritten hätte, aus dem bei Zuwiderhandlungen bundesweit auch im Interesse anderer zum Konzern gehörender Unterlassungsgläubiger vollstreckt werden könnte, oder ob – wenn schon für jedes Konzernunternehmen ein eigener Titel für notwendig gehalten wurde – nicht ein streitgenössisches Vorgehen zumutbar gewesen wäre.

In den beschriebenen Fällen kann das prozessuale Vorgehen – je nach den Umständen des Einzelfalls – den Schluß rechtfertigen, daß der klagende Gläubiger neben dem Interesse an einer Untersagung des Wettbewerbsverstößes die Absicht verfolgt, den Schuldner durch eine – der Sache nach unnötige – Belastung mit Kosten und Gebühren zu schädigen und ihn dadurch im Wettbewerb zu behindern.

5. Im Hinblick auf diese Grundsätze besteht im Streitfall an der Mißbräuchlichkeit des Vorgehens der Klägerin kein Zweifel.

Die Klägerin sowie die zum selben Konzern gehörende und vom selben (Verkehrs-)Anwalt vertretene Saturn Elektro-Handelsgesellschaft mbH Bielefeld haben jeweils getrennt, aber innerhalb von wenigen Tagen gegen die Beklagte und gegen ihre Franchisegeberin (Parallelverfahren I ZR 67/98) Verfügungs- und Hauptsacheverfahren eingeleitet, wobei mit der Geltendmachung des Unterlassungsantrags im Hauptsacheverfahren eine mögliche Abschlußerklärung nicht abgewartet wurde. Statt auf diese Weise sieben (GA 43) oder acht (GA 123) Verfahren anzustrengen, wäre es der Klägerin und ihrer Schwestergesellschaft ohne Verkürzung der eigenen Rechte möglich gewesen, gemeinsam sowohl gegen die Beklagte des vorliegenden Verfahrens als auch gegen die im Parallelverfahren (I ZR 67/98) beklagte Franchisegeberin vorzugehen, und zwar zunächst im Wege der einstweiligen Verfügung, um die Hauptsacheklage erst dann zu erheben, wenn sich herausgestellt hätte, daß die erlassene Verfügung nicht als endgültige Regelung akzeptiert wird. Durch eine Streitgenossenschaft auf der Aktiv- wie auf der Passivseite hätte die Klägerin dasselbe Rechtsschutzziel mit einem oder allenfalls – wenn sich eine Hauptsacheklage als notwendig erwiesen hätte – zwei Verfahren erreichen können. Demgegenüber erscheint das beschriebene Vorgehen ungewöhnlich rücksichtslos. Die Klägerin hat auch keine überzeugenden Gründe zu nennen vermocht, weswegen sie und ihr Schwesterunternehmen gegen die Beklagte und ihre Franchisegeberin auf eine derart kosten-trächtige, schonungslose Weise vorgegangen sind. Damit sind die Voraussetzungen eines mißbräuchlichen Vorgehens nach § 13 Abs. 5 UWG gegeben.

II. Zu den Auskunfts- und Schadensersatzanträgen hinsichtlich der Werbung für den Verkauf "direkt ab Lkw":

1. Mit Recht hat das Berufungsgericht angenommen, in der beanstandeten Werbung liege ein Verstoß gegen das Verbot der Ankündigung von Sonderveranstaltungen (§ 7 Abs. 1 UWG).

a) Das Berufungsgericht hat hierzu ausgeführt, nach dem gesamten Erscheinungsbild erwecke die Werbung beim Publikum den Eindruck einer außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs liegenden Verkaufsaktion. Die Handzettel vermittelten dem angesprochenen Verkehr die Vorstellung, daß der angekündigte Verkauf ab Lkw sämtliche im Prospekt aufgeführten – preislich besonders attraktiven – Waren erfasse. Es werde gewissermaßen eine Jahrmarktstimmung erzeugt, die für den regelmäßigen Geschäftsverkehr, besonders in der Computerbranche, nicht als typisch angesehen werden könne.

b) Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg.

Mit Recht ist das Berufungsgericht davon ausgegangen, die Werbeanündigung erwecke nach ihrem gesamten Erscheinungsbild beim Publikum den Eindruck einer Verkaufsaktion außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs der – eher beratungsintensiven – Computerbranche. Es hat rechtsfehlerfrei festgestellt, die Werbung für einen Verkauf von Computerartikeln "direkt ab Lkw" schaffe einen besonderen Kaufanreiz, weil sie die Vorstellung einer einmaligen und zeitlich begrenzten – jahrmarktähnlichen – Gelegenheit zur Beschaffung preislich besonders attraktiver Waren vermittele (vgl. BGH, Urt. v. 20.10.1978 – I ZR 5/77, GRUR 1979, 402, 404 = WRP 1979, 357 – Direkt ab LKW). Entgegen

der Auffassung der Revision läßt sich eine Sonderveranstaltung gemäß § 7 Abs. 1 UWG auch nicht mit der Erwägung verneinen, es handele sich um eine Eröffnungswerbung, bei der das Publikum nicht eine Herabsetzung des gesamten Sortiments, sondern nur einzelne Sonderangebote (§ 7 Abs. 2 UWG) erwarte. Die Grenze zur verbotenen Sonderveranstaltung wird – ebenso wie bei der Werbung mit dem Firmenjubiläum (vgl. BGH, Urt. v. 14.11.1996 – I ZR 164/94, GRUR 1997, 476, 477 = WRP 1997, 439 – Geburtstagswerbung II; Urt. v. 10.7.1997 – I ZR 62/95, GRUR 1998, 483 = WRP 1998, 296 – Der M.-Markt packt aus; Urt. v. 25.6.1998

– I ZR 75/96, GRUR 1998, 1046 = WRP 1998, 982 – Geburtstagswerbung III) – dann überschritten, wenn der Eindruck entsteht, die Herabsetzung der Preise erfolge aufgrund des besonderen Anlasses – hier der Geschäftseröffnung. Von einer solchen Verknüpfung von besonderem Anlaß und herabgesetzten Preisen ist das Berufungsgericht im Streitfall zu Recht ausgegangen. Die in der Werbung angegebene Größe der Verkaufsfläche von 1.000 qm sowie die zeichnerisch dargestellte Vielzahl von Menschen, die sich lebhaft an der Verkaufsaktion ab Lkw beteiligen, bekräftigen nur den Eindruck einer außergewöhnlichen, nicht regelmäßig wiederkehrenden und große Teile des Sortiments erfassenden Verkaufsveranstaltung aus Anlaß der Geschäftseröffnung.

2. Keine rechtlichen Bedenken bestehen gegen die Bejahung des Verschuldens der Beklagten sowie gegen die Annahme des Berufungsgerichts, aufgrund der starken Anlockwirkung und mit Blick auf das zwischen den Parteien bestehende konkrete Wettbewerbsverhältnis sei es hinreichend wahrscheinlich, daß die beanstandete Werbung bei der Klägerin zu einem Schaden geführt habe. Zwar reicht für die Feststellung einer Schadensersatzpflicht die bloße Möglichkeit des Schadenseintritts nicht aus (BGHZ 130, 205, 220 f. – Feuer, Eis & Dynamit I; Teplitzky aaO Kap. 52, Rdn. 29 m.w.N.). Doch ist es im Streitfall nicht zu bean-

standen, daß das Berufungsgericht die erforderliche Wahrscheinlichkeit des Schadenseintritts bejaht hat. Denn die Ankündigung einer unzulässigen Sonderveranstaltung zieht üblicherweise einen nicht unerheblichen Teil der vorhandenen Kaufkraft auf sich und ist daher für die Wettbewerber im allgemeinen spürbar, so daß das Berufungsgericht auch ohne weiteren Vortrag der Klägerin davon ausgehen konnte, daß die beanstandete Ankündigung den Warenabsatz im Geschäft der Klägerin negativ beeinflußt hat.

3. Dagegen kann die Verurteilung zur Auskunftserteilung nicht in vollem Umfang bestätigt werden. Denn im Rahmen des wettbewerbsrechtlichen Auskunftsanspruchs besteht grundsätzlich keine Verpflichtung zur Angabe der für die Bezifferung des Schadensersatzanspruchs nicht erforderlichen Verkaufspreise (vgl. BGH, Urt. v. 7.12.1979 – I ZR 157/77, GRUR 1980, 227, 233 – Monumenta Germaniae Historica). Aus dem Vortrag der Klägerin lassen sich keine konkreten Anhaltspunkte dafür gewinnen, daß im Streitfall ausnahmsweise die Mitteilung der Verkaufspreise für die Ermittlung der Höhe eines der Klägerin entstandenen Schadens erforderlich oder jedenfalls zur Kontrolle der sonstigen Informationen sinnvoll und nützlich wäre (vgl. BGH, Urt. v. 13.2.1976 – I ZR 1/75, GRUR 1978, 52, 53 = WRP 1976, 306 – Fernschreibverzeichnisse; Teplitzky aaO Kap. 38 Rdn. 19). Ferner steht der Klägerin auch kein Auskunftsanspruch in bezug auf andere Werbemedien sowie – im Zusammenhang damit – in bezug auf "Hörerreichweiten" und "Sendedaten" zu. Denn das Berufungsgericht hat keine Feststellungen dazu getroffen, daß die angegriffene Werbung in anderen als in Printmedien verbreitet worden wäre. Auch dem Vortrag der Klägerin läßt sich insoweit nichts entnehmen.

III. Zu den Auskunfts- und Schadensersatzanträgen hinsichtlich der beanstandeten Preisgegenüberstellung:

Mit Erfolg wendet sich die Revision schließlich gegen die Feststellung einer Schadensersatzpflicht und gegen die Verurteilung zur Auskunftserteilung hinsichtlich der Werbung mit einem "pc. Spezialist Preis", dem ein durchgestrichener, aber weiterhin leserlicher "Normalpreis" gegenübergestellt wird.

1. Das Berufungsgericht hat die in Rede stehende Preisgegenüberstellung als irreführend i.S. von § 3 UWG angesehen. Für den Verbraucher sei nicht ersichtlich, daß mit "Normalpreis" der frühere Preis gemeint sei, den die Beklagte in ihrem ehemaligen Ladenlokal verlangt habe. Vielmehr deute der Begriff des Normalpreises auf einen allgemein gültigen Marktpreis hin oder auf den Preis, den der Werbende nach Beendigung der Eröffnungsphase verlangen werde. Diese möglichen Preisvorstellungen des Verbrauchers würden durch die angegriffene Preisgegenüberstellung enttäuscht.

2. Diese Beurteilung hält der rechtlichen Prüfung nicht stand. Mit Recht rügt die Revision die Annahme des Berufungsgerichts als erfahrungswidrig, der Verkehr verstehe unter dem in der Werbung angeführten Normalpreis einen "allgemein gültigen Marktpreis". Die Erwägung, daß der Verkehr in der durch starken Preiswettbewerb gekennzeichneten Computerbranche einen Vergleich mit "allgemein gültigen Marktpreisen" für möglich hält, erscheint fernliegend. Die naheliegende Annahme ist vielmehr, daß der durchgestrichene Preis derjenige ist, den die Beklagte sonst, also vor oder nach der besonderen Verkaufsveranstaltung aus Anlaß der Neueröffnung, verlangt. In diesem (zutreffenden) Sinne hat das Berufungsgericht selbst den Ausdruck "Normalpreis" in einer Hilfserwägung verstan-

den. Dann fehlt es aber an einer Irreführung; denn es ist nicht dargetan, daß eine so verstandene Angabe unzutreffend wäre.

IV. Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 1, § 97 Abs. 1 ZPO.

Erdmann

Starck

Bornkamm

Büscher

Raebel