



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 167/20

Verkündet am:
6. Mai 2021
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein
BGHR: ja

Vorsicht Falle

UWG § 4 Nr. 1

Ein hinreichender Anlass für die Veröffentlichung eines gegen einen Mitbewerber erwirkten Urteils unter seiner namentlichen Nennung kann bestehen, wenn die angesprochenen Verkehrskreise ein schutzwürdiges Interesse an der Information über die untersagten unlauteren Geschäftsmethoden des Mitbewerbers haben und eine Aufklärung angezeigt ist, um sonst drohende Nachteile bei geschäftlichen Entscheidungen von ihnen abzuwenden.

BGH, Urteil vom 6. Mai 2021 - I ZR 167/20 - OLG Düsseldorf
LG Düsseldorf

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 6. Mai 2021 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Koch, die Richterinnen Dr. Schwonke, Dr. Schmaltz, den Richter Odörfer und die Richterin Wille für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 20. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 27. August 2020 wird auf Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

- 1 Die Klägerin ist ein Unternehmen, als dessen Geschäftsgegenstand im Handelsregister des Amtsgerichts Bochum die Anzeigenvermittlung für Präventions-Medien eingetragen ist. Der Beklagte, der Verlag D. , befasst sich mit der Gewinnung von Anzeigenkunden für seine Publikationen.
- 2 Der Beklagte erwirkte am 11. September 2013 ein Urteil des Landgerichts Bochum, mit dem die Klägerin unter Androhung von Ordnungsmitteln verurteilt wurde, verschiedene geschäftliche Handlungen zu unterlassen, und zwar die unaufgeforderte Telefonwerbung für Anzeigenaufträge, den Auftritt unter der Firma "POLIZEI-aktuell" in Werbeanrufen, die Werbung für Anzeigenaufträge unter der Bezeichnung "Redaktion POLIZEI-aktuell", die unzutreffende Behauptung eines früher erteilten Anzeigenauftrags in Werbeanrufen, die Versendung von Auftrags-

bestätigungen im Anschluss an eine Telefonwerbung mit nicht besprochenen Angaben über die Dauer des Auftrags und die Verbreitung der Anzeige oder die Versendung von Anzeigenrechnungen ohne Auftragserteilung.

- 3 Im Jahr 2018 warnte der Beklagte auf seiner Internetseite "www.
.de" unter dem Menüpunkt "Vorsicht Falle" und der dortigen Rubrik "Anzeigenvermittlung" vor unlauteren Methoden von unseriösen Verlagen bei der Anzeigenwerbung. In einem Textbeitrag unter der Überschrift "Vorsicht Falle" verwies er darauf, dass jeder Privatverlag in seinem Namen den nicht wirksam geschützten Begriff "Polizei" führen dürfe, auch wenn er keine Verbindung zur Polizei habe. Außerdem führte er an, unseriöse Verlage verwendeten in der Anzeigenwerbung unlautere Werbemethoden wie die - näher beschriebene - Telefon- und Faxmasche, Kopiermasche oder Kündigungsmasche. Der Beklagte bat die Leser um Mitteilung, falls sie einer der beschriebenen Werbemethoden zum Opfer gefallen seien, um gegen die Werbeverstöße von Konkurrenten gerichtlich vorgehen zu können. Abschließend wies er darauf hin, dass er gegen die Werbung der folgenden Unternehmen bereits vorgegangen sei und bei einem weiteren Verstoß in der Regel ein Ordnungsgeld beantragen könne. Im Anschluss führte er - wie nachfolgend wiedergegeben - die Klägerin und das gegen sie erwirkte rechtskräftige Urteil des Landgerichts Bochum unter Wiedergabe des strafbewehrten Unterlassungstenors an und bat um Mitteilung bekannt gewordener Verstöße; zudem verwies er auf ein vom Landgericht Bochum in diesem Verfahren am 17. Juni 2015 festgesetztes Ordnungsgeld über 2.500 €:

Sitz:	
Objekt/Publication:	POLIZEI-aktuell
Maßnahmen des VDP:	<p>Urteil LG Bochum vom 11.09.2013, rechtskräftig</p> <p>Die Anzeigenvermittlung für Präventions-Medien Adam UG (haftungsbeschränkt) – Beklagte - wurde unter Androhung von Ordnungsmittel verurteilt, es zu unterlassen, zu geschäftlichen Zwecken,</p> <p>a) Personen in Unternehmen anzurufen, um diese für Anzeigenaufträge zu werben, wenn zuvor kein geschäftlicher Kontakt zu dem Unternehmen bestanden hat und auch sonst nicht erkennbar ist, dass die angerufene Person mit dem Werbeanruf einverstanden ist,</p> <p>b) in Werbeanrufen nicht unter dem Firmennamen, sondern unter „POLIZEI-aktuell“ aufzutreten;</p> <p>c) im Anschluss an eine Telefonwerbung, Auftragsbestätigungen zu versenden, die Angaben über die Dauer des Auftrages und die Verbreitung der Anzeige enthalten, welche nicht in dem vorangegangenen Telefongespräch besprochen worden sind;</p> <p>d) in Werbeanrufen wahrheitswidrig zu behaupten, dass der Beklagten bereits früher von dem Kunden ein Anzeigenauftrag erteilt worden ist;</p> <p>e) für Anzeigenaufträge unter der Bezeichnung „Redaktion POLIZEI-aktuell“ zu werben;</p> <p>f) an Kunden Anzeigenrechnungen zu versenden, obwohl diese der Beklagten keinen Anzeigenauftrag erteilt haben.</p> <p>Außerdem ist die Beklagte hinsichtlich dieser Verstöße zur Auskunftserteilung verurteilt worden. Besucher unserer Website bitten wir, uns begangene Verstöße, die ihnen bekannt geworden sind, unter Bezeichnung des Verstoßes und Angabe des Datums mitzuteilen.</p> <p>Teilanerkennnisurteil LG Lüneburg vom 7. Mai 2015, Ordnungsgeldfestsetzung i.H. von 2.500 € durch das LG Bochum vom 17.06.2015</p>

4 Die Klägerin sieht in ihrer namentlichen Nennung im Zusammenhang mit der Wiedergabe des Urteilstenors eine unlautere Herabsetzung.

5 Sie hat beantragt,

den Beklagten unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr den Namen der Klägerin, also den Namen "Anzeigenvermittlung für Präventions-Medien Adam UG (haftungsbeschränkt)", im Internet im Zusammenhang mit dem Urteil des Landgerichts Bochum, Aktenzeichen , vom 11. September 2013 zu veröffentlichen, wie auf der eingeblendeten Internetseite <https://www.> geschehen.

6 Das Landgericht hat den Beklagten antragsgemäß verurteilt. Auf die Berufung des Beklagten hat das Berufungsgericht die Klage abgewiesen. Mit ihrer vom Berufungsgericht zugelassenen Revision begehrt die Klägerin die Wiederherstellung des landgerichtlichen Urteils. Der Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

7 A. Das Berufungsgericht hat die Klage als zulässig, aber unbegründet erachtet. Dazu hat es ausgeführt:

8 Die Klage sei auch insoweit zulässig, als sie auf einen Abwehranspruch wegen wettbewerbswidriger Herabsetzung gestützt werde. Selbst wenn die Klägerin den Anzeigenvertrieb vorübergehend auf die P. übertragen haben sollte, sei sie zumindest als potentielle Mitbewerberin klagebefugt.

9 Eine unlautere Herabsetzung der Klägerin liege nicht vor. Die Veröffentlichung des Inhalts des Urteils sei zwar zur Verringerung der Wertschätzung der Klägerin geeignet. Es liege jedoch ein hinreichendes Informationsinteresse der Allgemeinheit vor, das eine Warnung vor den Geschäftspraktiken der Klägerin und die mit ihrer namentlichen Nennung einhergehende Vereinfachung der Rechtsverfolgung auch noch mehrere Jahre nach Erlass des Urteils verhältnismäßig erscheinen lasse. Der Beklagte habe den veröffentlichten Urteilsinhalt wahrheitsgemäß wiedergegeben. Bei den der Klägerin gerichtlich untersagten

zur Prozessführung befugt. Die Mitbewerbereignschaft stellt daher keine Voraussetzung der Zulässigkeit, sondern der Begründetheit der Klage dar (BGH, Urteil vom 28. November 2019 - I ZR 23/19, GRUR 2020, 303 Rn. 14 = WRP 2020, 320 - Pflichten des Batterieherstellers).

13 II. Das Berufungsgericht hat mit Recht angenommen, dass der von der Klägerin geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1 Satz 1, Abs. 3 Nr. 1 UWG nicht unter dem Gesichtspunkt einer unlauteren Herabsetzung im Sinne von § 4 Nr. 1 UWG begründet ist.

14 1. Das Berufungsgericht hat angenommen, die Klägerin sei Mitbewerberin im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 1, § 2 Abs. 1 Nr. 3, § 4 Nr. 1 UWG. Das gelte nicht nur, wenn die Klägerin - wie von ihr behauptet - nach wie vor selbst Anzeigenkunden werbe, sondern auch, wenn der Vortrag des Beklagten zutrefte, dass die Klägerin den Anzeigenvertrieb zwischenzeitlich auf die P.

überführt habe. In diesem Fall sei nach Ansicht des Beklagten wegen der von ihm auch gegen die P. erstrittenen Titel mit der Rückübertragung des Anzeigengeschäfts auf die Klägerin zu rechnen. Dann aber diene die als unlautere Handlung im Sinne von § 4 Nr. 1 UWG beanstandete Veröffentlichung auf der Internetseite des Beklagten dazu, der Klägerin den Wiedereintritt in den Markt zu erschweren. In einem solchen Fall genüge eine potentielle Mitbewerbereignschaft. Mit dieser Begründung kann eine Berechtigung der Klägerin nach § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG, einen wettbewerbsrechtlichen Abwehranspruch wegen unlauterer Herabsetzung im Sinne von § 4 Nr. 1 UWG geltend zu machen, nicht bejaht werden.

15 a) Eine Anspruchsberechtigung des Mitbewerbers im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG besteht nicht mehr, wenn er die unternehmerische Tätigkeit, die seine Anspruchsberechtigung im Zeitpunkt der Verletzungshandlung begründet hatte, im Zeitpunkt der letzten mündlichen Verhandlung aufgegeben hat (BGH, Urteil vom 10. März 2016 - I ZR 183/14, GRUR 2016, 1187 Rn. 16 = WRP 2016, 1351

- Stirnlampen; BGH, GRUR 2020, 303 Rn. 42 - Pflichten des Batterieherstellers; BGH, Urteil vom 21. Januar 2021 - I ZR 17/18, GRUR 2021, 752 Rn. 35 = WRP 2021, 746 - Berechtigte Gegenabmahnung). Zur Vermeidung einer uferlosen Ausweitung der in § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG geregelten Anspruchsberechtigung reicht es für ein konkretes Wettbewerbsverhältnis nicht aus, dass der (frühere) Mitbewerber in einem solchen Fall immerhin noch als mindestens potentieller Wettbewerber auf dem Markt anzusehen ist (BGH, GRUR 2020, 303 Rn. 42 - Pflichten des Batterieherstellers).

16 b) Der vom Berufungsgericht angeführte Umstand, die Veröffentlichung auf der Internetseite des Beklagten sei geeignet, der Klägerin den zu erwartenden Wiedereintritt in den Markt zu erschweren, gibt keinen Anlass zu einer abweichenden Beurteilung. Die Klägerin wird aufgrund der Veröffentlichung nicht darin behindert, auf dem Markt künftig Anzeigenaufträge anzubieten und zu bewerben. Soweit sie sich durch ihre namentliche Nennung im Zusammenhang mit dem wiedergegebenen Unterlassungstenor in der Gewinnung von Anzeigenkunden beeinträchtigt sieht, bleibt es ihr unbenommen, sich nach einem etwaigen erneuten Marktzutritt dagegen zur Wehr zu setzen. Mit Blick darauf ist im Streitfall eine Vorverlagerung des wettbewerbsrechtlichen Schutzes nicht geboten. Es bedarf daher keiner Entscheidung, ob bei unlauteren Handlungen im Sinne von § 4 UWG, die den Marktzutritt des künftigen Mitbewerbers verhindern oder erschweren sollen, die Anspruchsberechtigung nach § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG unter anderen Umständen auf ein potentielles Wettbewerbsverhältnis zu erweitern sein kann (so Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 39. Aufl., § 2 Rn. 104).

17 c) Das Berufungsgericht hat - von seinem Standpunkt aus folgerichtig - keine Feststellungen dazu getroffen, ob die Klägerin weiterhin Anzeigenaufträge akquiriert. Zugunsten der Revision ist daher für die weitere Prüfung zu unterstellen, dass die Klägerin wegen ihrer fortdauernden Tätigkeit im Anzeigengeschäft Mitbewerberin im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG ist.

- 18 2. Das Berufungsgericht hat die angegriffene Veröffentlichung als geschäftliche Handlung im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG angesehen. Es hat angenommen, der Beklagte habe dadurch die Gewinnung eigener Anzeigenaufträge gefördert. Indem er auf seiner Internetseite vor der Erteilung von Anzeigenaufträgen an unlauter agierende Verlage gewarnt und dazu aufgerufen habe, eine Auftragserteilung an solche Anbieter kritisch zu hinterfragen, habe er sich als seriöses Unternehmen dargestellt, dem man bedenkenlos Aufträge erteilen könne. Zugleich habe er darauf hingewirkt zu verhindern, Kunden an solche unseriösen Unternehmen zu verlieren. Diese Beurteilung begegnet auch aus Sicht der Revision keinen Bedenken.
- 19 3. Das Berufungsgericht ist mit Recht davon ausgegangen, dass die Vorschrift des § 4 Nr. 1 UWG im Streitfall nicht durch die Unionsrecht umsetzende und daher in ihrem Anwendungsbereich vorrangig anzuwendende Bestimmung des § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG ausgeschlossen wird. Es hat eine vergleichende Werbung im Sinne von § 6 Abs. 1 UWG zutreffend verneint, weil der Beklagte durch seine Kritik an den Geschäftsmethoden anderer Verlage - namentlich der Klägerin - nicht auf seine eigenen Dienstleistungen oder geschäftlichen Verhältnisse Bezug genommen hat. Die Voraussetzungen für einen Werbevergleich sind grundsätzlich noch nicht erfüllt, wenn eine Werbeaussage so allgemein gehalten ist, dass sich den angesprochenen Verkehrskreisen keine Bezugnahme auf die Leistungen des Werbenden aufdrängt, sondern sich ein solcher Bezug nur reflexartig daraus ergibt, dass mit jeder Kritik an Werbemethoden eines Mitbewerbers in der Regel unausgesprochen zum Ausdruck gebracht wird, dass diese Kritik den Werbenden selbst nicht trifft (BGH, Urteil vom 21. Juni 2001 - I ZR 69/99, GRUR 2002, 75, 76 [juris Rn. 60] = WRP 2001, 1291 - "SOOOO... BILLIG!"; Urteil vom 19. Mai 2011 - I ZR 147/09, GRUR 2012, 74 Rn. 19 = WRP 2012, 77 - Coaching-Newsletter; Urteil vom 17. Dezember 2015 - I ZR 219/13, GRUR-RR 2016, 410 Rn. 18 - Dr. Estrich; Urteil vom 31. März 2016

- I ZR 160/14, GRUR 2016, 710 Rn. 37 = WRP 2016, 843 - Im Immobiliensumpf).
So liegt der Fall auch hier.

20 4. Die Annahme des Berufungsgerichts, der Beklagte habe die geschäftlichen Verhältnisse der Klägerin durch die Wiedergabe des Unterlassungstenors des Urteils des Landgerichts Bochum unter namentlicher Nennung der Klägerin nicht im Sinne von § 4 Nr. 1 UWG herabgesetzt, hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung stand.

21 a) Nach § 4 Nr. 1 UWG handelt unlauter, wer die Kennzeichen, Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft.

22 "Herabsetzung" im Sinne von § 4 Nr. 1 UWG ist die sachlich nicht gerechtfertigte Verringerung der Wertschätzung des Mitbewerbers durch ein abträgliches Werturteil oder eine abträgliche wahre oder unwahre Tatsachenbehauptung; "Verunglimpfung" ist eine gesteigerte Form der Herabsetzung, die darin besteht, den Mitbewerber ohne sachliche Grundlage verächtlich zu machen (BGH, GRUR-RR 2016, 410 Rn. 19 - Dr. Estrich; GRUR 2016, 710 Rn. 38 - Im Immobiliensumpf; BGH, Urteil vom 1. März 2018 - I ZR 264/16, GRUR 2018, 622 Rn. 15 = WRP 2018, 682 - Verkürzter Versorgungsweg II).

23 Die Beurteilung der Frage, ob eine Werbeaussage eines Wettbewerbers einen Mitbewerber herabsetzt, erfordert eine Gesamtwürdigung, die die Umstände des Einzelfalls wie insbesondere den Inhalt und die Form der Äußerung, ihren Anlass, den Zusammenhang, in dem sie erfolgt ist, sowie die Verständnismöglichkeit des angesprochenen Verkehrs berücksichtigt. Dabei kommt es maßgeblich auf die Sicht des durchschnittlich informierten und verständigen Adressaten der Werbung an. Für die Bewertung maßgeblich ist daher der Sinngehalt der Äußerung, wie sie vom angesprochenen Verkehr verstanden wird (BGH, GRUR 2012, 74 Rn. 22 - Coaching-Newsletter; GRUR-RR 2016, 410 Rn. 19

- Dr. Estrich; BGH, Urteil vom 7. März 2019 - I ZR 254/16, GRUR 2019, 644 Rn. 23 = WRP 2019, 743 - Knochenzement III).

24 Bei der gebotenen Gesamtabwägung sind die Interessen der Parteien und der Allgemeinheit unter Einbeziehung der betroffenen Grundrechtspositionen und unter Beachtung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit gegeneinander abzuwägen (BGH, GRUR 2016, 710 Rn. 38 - Im Immobiliensumpf; GRUR 2018, 622 Rn. 35 - Verkürzter Versorgungsweg II; GRUR 2019, 644 Rn. 23 - Knochenzement III). Die Behauptung wahrer Tatsachen fällt in den Schutzbereich von Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG, soweit sie Voraussetzung für die Meinungsbildung ist (BVerfGE 85, 1, 15 [juris Rn. 45]; BGH, GRUR 2012, 74 Rn. 27 - Coaching-Newsletter; GRUR-RR 2016, 410 Rn. 25 - Dr. Estrich; GRUR 2016, 710 Rn. 44 - Im Immobiliensumpf). In einem solchen Fall bedarf es der Abwägung mit dem durch Art. 12 Abs. 1 GG und Art. 2 Abs. 1 GG geschützten geschäftlichen Ruf des Betroffenen unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände des Einzelfalls (BGH, GRUR 2012, 74 Rn. 31 - Coaching-Newsletter; GRUR-RR 2016, 410 Rn. 31 - Dr. Estrich; GRUR 2016, 710 Rn. 46 - Im Immobiliensumpf; GRUR 2018, 622 Rn. 31 - Verkürzter Versorgungsweg II).

25 Eine beeinträchtigende wahre Tatsachenbehauptung kann umso eher zulässig sein, je nützlicher die Information für die Adressaten ist oder je mehr aus anderen Gründen ein berechtigtes Informationsinteresse oder hinreichender Anlass für die Kritik besteht und je sachlicher die Kritik präsentiert wird (vgl. BGH, GRUR 2012, 74 Rn. 33 - Coaching-Newsletter; GRUR 2016, 710 Rn. 51 - Im Immobiliensumpf; GRUR 2018, 622 Rn. 35 - Verkürzter Versorgungsweg II). Dabei sind wahre Tatsachenbehauptungen, bei denen das Informationsinteresse der Öffentlichkeit zugleich zu eigennützigen wettbewerblichen Zwecken eingesetzt wird, mit Blick auf das Interesse der Allgemeinheit an einem unverfälschten Wettbewerb allerdings strenger zu bewerten als Äußerungen, die nicht den lauterkeitsrechtlichen Verhaltensanforderungen, sondern lediglich dem allgemeinen

Deliktsrecht unterliegen (vgl. BGH, GRUR 2012, 74 Rn. 33 - Coaching-Newsletter; GRUR 2016, 710 Rn. 56 - Im Immobiliensumpf; GRUR-RR 2016, 410 Rn. 35 - Dr. Estrich; GRUR 2018, 622 Rn. 35 - Verkürzter Versorgungsweg II).

26 b) Das Berufungsgericht hat angenommen, die Veröffentlichung des Urteils sei der Wertschätzung der Klägerin abträglich. Der wiedergegebene Unterlassungstenor enthalte wahrheitsgemäße Angaben über die Klägerin, mit denen ihr für die Vergangenheit ein unlauteres Verhalten bescheinigt werde. Dieser Umstand führe dazu, dass die Klägerin in der Öffentlichkeit an Ansehen verliere.

27 Diese Beurteilung lässt keinen Rechtsfehler erkennen. Die Revision zieht nicht in Zweifel, dass es sich bei der Angabe, die Klägerin habe die im Tenor angeführten Geschäftsmethoden bei der Gewinnung von Anzeigenaufträgen angewandt und diese Geschäftspraktiken seien von einem Gericht als unzulässig beurteilt und der Klägerin untersagt worden, um wahre Tatsachen handelt. Dass die Klägerin hierdurch in ein negatives Licht gerückt wird, wird auch von der Revisionserwiderung nicht angezweifelt.

28 c) Die Güter- und Interessenabwägung ergibt, dass die mit der Veröffentlichung des Urteilstenors unter namentlicher Nennung der Klägerin einhergehende Verringerung der Wertschätzung der Klägerin sachlich gerechtfertigt und daher nicht unlauter ist.

29 aa) Das Berufungsgericht hat angenommen, es liege ein hinreichendes, das Interesse der Klägerin an der Wahrung ihres geschäftlichen Ansehens überwiegendes Informationsinteresse der angesprochenen Verkehrskreise vor. Eine Warnung vor den Geschäftspraktiken der Klägerin und die damit verbundene Vereinfachung der Rechtsverfolgung durch die namentliche Nennung erscheine auch noch mehrere Jahre nach Erlass des Urteils verhältnismäßig. Der angesprochene Verkehrskreis bestehe aus schützenswerten klein- bis mittelgroßen Unternehmen. Die gegen sie ausgeführten und abgeurteilten Geschäftspraktiken

seien von allgemeinem Interesse, weil das Maß der Irreführung aufgrund des betrügerischen Charakters der untersagten Handlungen besonders schwer wiege. Das besondere Interesse an der namentlichen Nennung der Klägerin folge daraus, dass die Nennung zusammen mit der Wiedergabe des Tenors geeignet sei, die Klägerin von einer Wiederaufnahme der unlauteren und verbotenen Geschäftspraktiken abzuhalten. Hierdurch werde das Risiko erhöht, dass ein Betroffener dem Beklagten einen Verstoß melde und dieser aus dem Titel vollstrecke. Diese Beurteilung hält der rechtlichen Nachprüfung stand.

30 bb) Die Revision macht erfolglos geltend, die Veröffentlichung des Urteils stelle schon deshalb eine unlautere Herabsetzung der Klägerin dar, weil ein gerichtlicher Titel grundsätzlich nicht dazu bestimmt sei, die Öffentlichkeit über unlautere Geschäftspraktiken zu informieren.

31 (1) Entgegen der Ansicht der Revision folgt aus der Bestimmung des § 12 Abs. 2 UWG (bis zum 1. Dezember 2020 § 12 Abs. 3 UWG) nicht die gesetzliche Wertung, dass grundsätzlich kein berechtigtes Interesse der Allgemeinheit an der Veröffentlichung eines von einem Unternehmer gegen einen Mitbewerber erwirkten Urteils besteht.

32 Nach § 12 Abs. 2 UWG kann das Gericht der mit einer wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsklage obsiegenden Partei die Befugnis zusprechen, das Urteil auf Kosten der unterliegenden Partei öffentlich bekannt zu machen, wenn sie ein berechtigtes Interesse dertut (Satz 1), wobei Art und Umfang der Bekanntmachung im Urteil bestimmt werden (Satz 2) und die Befugnis erlischt, wenn von ihr nicht innerhalb von drei Monaten nach Eintritt der Rechtskraft Gebrauch gemacht worden ist (Satz 3).

33 Die Bestimmung des § 12 Abs. 2 UWG stellt eine prozessuale Ausgestaltung des materiellen Anspruchs auf Störungsbeseitigung dar und bringt zum Ausdruck, dass die Veröffentlichungsbefugnis ein geeignetes und angemessenes

Mittel zur Beseitigung einer noch andauernden Störung sein kann (Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO § 12 Rn. 3.17; Büscher in Fezer/Büscher/Obergfell, UWG, 3. Aufl., § 12 Rn. 187). Als solche schließt sie die materielle Berechtigung des Mitbewerbers zur Veröffentlichung einer Entscheidung außerhalb des Verfahrens nach § 12 Abs. 2 UWG nicht aus (vgl. BGH, Urteil vom 25. November 1986 - VI ZR 57/86, BGHZ 99, 133, 136 [juris Rn. 12]; Urteil vom 12. März 1992 - I ZR 58/90, GRUR 1992, 527, 529 [juris Rn. 38 und 40] = WRP 1992, 474 - Plagiatsvorwurf II; BGH, GRUR 2019, 644 Rn. 28 - Knochenzement III). Der Verletzte ist daher durch § 12 Abs. 2 UWG nicht daran gehindert, ein für ihn günstiges Urteil ohne gerichtliche Befugnis zu veröffentlichen (Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO § 12 Rn. 3.20). Das gilt nicht nur, wenn er die Beseitigung eines andauernden Störungszustands erstrebt, sondern erst recht, wenn er mit der Veröffentlichung ein anderes, von § 12 Abs. 2 UWG nicht erfasstes Ziel - wie vorliegend die Verhinderung erneuter Störungen - verfolgt (MünchKomm.UWG/Schlinghoff, 2. Aufl., § 12 Rn. 578 f.).

34 (2) Anders als die Revision meint, kann die Veröffentlichung eines in einem Wettbewerbsprozess ergangenen Urteils geeignet sein, ein sachliches Informationsinteresse anderer Marktteilnehmer zu befriedigen. Eine wettbewerbliche Auseinandersetzung zwischen Mitbewerbern dient zwar der Verfolgung eigener wettbewerblicher Ziele und der Durchsetzung individueller wettbewerblicher Interessen. Die angegriffene geschäftliche Handlung kann jedoch zugleich Belange anderer Marktteilnehmer betreffen, die daher ein Interesse daran haben können, von dem beanstandeten geschäftlichen Verhalten des beklagten Mitbewerbers in Kenntnis gesetzt zu werden. In einem solchen Fall kann sich der Wettbewerber berechtigterweise dazu veranlasst sehen, einen gegen einen Mitbewerber geführten Rechtsstreit in die Öffentlichkeit zu tragen (vgl. BGH, GRUR 2019, 644 Rn. 29 - Knochenzement III; OLG Hamm, Urteil vom 7. Februar 2008 - 4 U 154/07, juris Rn. 36 [insoweit nicht abgedruckt in MMR 2008, 750]; OLG Hamburg, WRP 2020, 915, 919 [juris Rn. 58]). Ein hinreichender Anlass für die

Veröffentlichung eines gegen einen Mitbewerber erwirkten Urteils kann bestehen, wenn die angesprochenen Verkehrskreise ein schutzwürdiges Interesse an der Information über die untersagten unlauteren Geschäftsmethoden des Mitbewerbers haben und eine Aufklärung angezeigt ist, um sonst drohende Nachteile bei geschäftlichen Entscheidungen von ihnen abzuwenden (vgl. BGH, Urteil vom 10. Januar 1968 - Ib ZR 43/66, BGHZ 50, 1, 7 [juris Rn. 34] - Pelzversand; BGH, GRUR 2012, 74 Rn. 37 - Coaching-Newsletter; OLG Hamm, Urteil vom 7. Februar 2008 - 4 U 154/07, juris Rn. 36 [insoweit nicht abgedruckt in MMR 2008, 750]; Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO § 4 Rn. 1.16).

35 (3) Von diesen Grundsätzen ist auch das Berufungsgericht ausgegangen und hat ein Aufklärungsinteresse anderer Marktteilnehmer, das zur Rechtfertigung der Veröffentlichung des gegen die Klägerin ergangenen Urteilstenors geeignet ist, rechtsfehlerfrei bejaht. Es hat ein sachliches Informationsinteresse der angesprochenen Verkehrskreise darin gesehen, vor den betrügerischen Geschäftspraktiken der Klägerin gewarnt zu werden und durch die Meldung von Verstößen an den Beklagten dazu beizutragen, dass die Klägerin wegen des erhöhten Risikos einer Vollstreckung aus dem Titel von der Wiederaufnahme der unlauteren Geschäftspraktiken absieht. Danach dient die Wiedergabe der der Klägerin gerichtlich untersagten Geschäftsmethoden nicht allein dem wettbewerblichen Interesse des Beklagten, Anzeigenkunden anstelle der Klägerin zu gewinnen, sondern zugleich der Vermeidung, dass Unternehmen erneut Opfer der verbotenen unlauteren Geschäftsmethoden der Klägerin zur Erschleichung von Anzeigenaufträgen werden.

36 cc) Die Revision wendet sich erfolglos gegen die Annahme des Berufungsgerichts, das Informationsinteresse der Marktteilnehmer an der Veröffentlichung des Urteilstenors unter namentlicher Nennung der Klägerin überwiege das Interesse der Klägerin an der Wahrung ihres geschäftlichen Ansehens.

37 (1) Das Berufungsgericht hat das Informationsinteresse der angesprochenen Verkehrskreise wegen des schwerwiegenden Maßes der Irreführung der abgeurteilten Geschäftspraktiken der Klägerin erkennbar als gewichtig eingestuft. Diese Beurteilung ist nicht zu beanstanden. Die in Rede stehenden Geschäftsmethoden sind weitgehend auf eine Täuschung potentieller Anzeigenkunden angelegt, indem sie ein Näheverhältnis der Klägerin zur Polizei oder die Erteilung oder einen bestimmten Inhalt eines vermeintlichen Anzeigenauftrags suggerieren. Die angesprochenen Verkehrskreise haben daher ein erhebliches Bedürfnis, über die von der Klägerin in der Vergangenheit praktizierten und ihr gerichtlich untersagten unlauteren Geschäftspraktiken aufgeklärt zu werden, um vor einer künftigen erfolgreichen Anwendung dieser Methoden seitens der Klägerin wirksam geschützt zu werden und vor einer fehlinformierten geschäftlichen Entscheidung bewahrt zu bleiben.

38 (2) Die Revision macht geltend, das Berufungsgericht sei zu Unrecht von einem hinreichenden Informationsinteresse der angesprochenen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Veröffentlichung ausgegangen, indem es unterstellt habe, dass ohne die beanstandete Veröffentlichung mit einer Wiederholung der unlauteren Geschäftspraktiken der Klägerin zu rechnen sei. Die Klägerin habe sich seit Erlass des Urteils im Jahr 2013 weder über das vom Beklagten erstrittene Urteil hinweggesetzt, noch habe sie durch ihr Verhalten Anlass zu der Annahme gegeben, sie werde sich künftig nicht an den gerichtlichen Titel halten. Es fehle daher an tatsächlichen Anhaltspunkten, dass der Beklagte genötigt sein könnte, aus dem Urteil wegen Wiederaufnahme der unlauteren Geschäftspraktiken der Klägerin zu vollstrecken, und deswegen der Mithilfe der Öffentlichkeit bedürfe. Damit hat die Revision keinen Erfolg.

39 Das öffentliche Informationsinteresse kann mit zunehmendem zeitlichen Abstand zu dem Ereignis abnehmen, über das berichtet wird, und deshalb im Zeitpunkt der Veröffentlichung eine Berichterstattung gegebenenfalls nicht mehr

rechtfertigen. Eine zeitliche Grenze lässt sich allerdings nicht allgemein im Sinne einer nach Monaten und Jahren für alle Fälle fest umrissenen Frist fixieren (vgl. BVerfGE 152, 152 Rn. 98 und 100; BGH, Urteil vom 27. Juli 2020 - VI ZR 405/18, BGHZ 226, 285 Rn. 49). Ein Informationsinteresse der Allgemeinheit an der Veröffentlichung eines Urteils kann zu verneinen sein, wenn die der Entscheidung zugrundeliegenden Vorgänge wegen der seitdem vergangenen Zeit für die Allgemeinheit nicht mehr von Bedeutung sind (vgl. OLG Hamburg, AfP 2008, 303 [juris Rn. 4 f.]).

40 Das Berufungsgericht hat zu Recht angenommen, dass auch noch mehrere Jahre nach der Verurteilung der Klägerin das Interesse des angesprochenen Verkehrs anhielt, wegen seiner besonderen Schutzwürdigkeit über die von der Klägerin in der Vergangenheit praktizierten betrügerischen Geschäftsmethoden informiert zu werden. Das Berufungsgericht hat einen aktuellen Bezug zum Geschäftsgegenstand der Klägerin bejaht, weil diese sich auch künftig mit der Vermittlung von Anzeigenkunden befasst oder befassen kann. Mit Blick darauf hat das Berufungsgericht es auch noch im Zeitpunkt der Berufungsverhandlung vom 21. Juli 2020 für möglich gehalten, dass die Klägerin sich bei der Gewinnung von Aufträgen über den gerichtlichen Unterlassungstitel hinwegsetzen und erneut der untersagten Geschäftsmethoden bedienen werde. Dabei hat es das Risiko eines Ordnungsmittelverfahrens ohne die Aufklärung und Mithilfe der Anzeigenkunden als eher gering eingeschätzt, weil der Beklagte sonst nur durch Zufall von einem Verstoß der Klägerin erführe. Diese Beurteilung lässt keinen Rechtsfehler erkennen. Bestand aber noch im Juli 2020 die nicht nur theoretische Gefahr einer Zuwiderhandlung der Klägerin gegen den gerichtlichen Titel, so war das Interesse der angesprochenen Verkehrskreise, über die der Klägerin untersagten und auf Täuschung angelegten Geschäftsmethoden informiert zu werden, nach wie vor als gewichtig anzusehen.

41 Entgegen der Ansicht der Revision folgt aus der Entscheidung "Pelzversand" des Bundesgerichtshofs nicht, dass ein hinreichendes Informationsinteresse der Allgemeinheit an der Veröffentlichung eines Urteils nur besteht, wenn feststeht, dass der Mitbewerber den gerichtlichen Titel nicht befolgt hat. Der Bundesgerichtshof hat ein die Herabsetzung eines Mitbewerbers ausschließendes Informationsinteresse der Allgemeinheit bejaht, wenn beispielsweise ein gerichtliches Vorgehen gegen den eine schwindelhafte Werbung treibenden Mitbewerber erfolglos geblieben ist, weil dieser sich über gerichtliche Verbote hinweggesetzt hat (BGHZ 50, 1, 6 [juris Rn. 33] - Pelzversand). Daraus folgt nicht, dass ein die Veröffentlichung eines Urteils rechtfertigendes Informationsinteresse ohne vorherigen Verstoß gegen den gerichtlichen Titel ausgeschlossen ist. Es kommt deshalb nicht darauf an, ob gegen die Klägerin - wie der Beklagte auf seiner Internetseite angeführt hat - am 17. Juni 2015 wegen einer Zuwiderhandlung gegen den Unterlassungstitel ein Ordnungsgeld festgesetzt worden ist. Ebenso wenig ist es von Bedeutung, ob, wie die Revisionserwiderung geltend macht, die Klägerin nach Erlass des Urteils ihre unlauteren Geschäftsmethoden unter Einschaltung der P. fortgesetzt hat.

42 Den von der Revision weiter angeführten Entscheidungen (BGH, Urteil vom 8. Mai 2002 - I ZR 98/00, BGHZ 151, 15, 23 [juris Rn. 42] - Stadtbahnfahrzeug; OLG Düsseldorf, Urteil vom 13. Juni 2019 - 2 U 40/18, juris Rn. 152 und 154) lässt sich nicht entnehmen, dass ein überwiegendes berechtigtes Informationsinteresse der Öffentlichkeit stets zu verneinen ist, wenn der Wettbewerbsverstoß bereits länger zurückliegt. Sie betreffen die Frage, ob eine die Urteilsveröffentlichung rechtfertigende Störung noch nach mehreren Jahren fortwirkt, und nicht die vorliegend relevante Frage, ob die Urteilsveröffentlichung zur Verhinderung der künftigen Wiederholung eines mehrere Jahre zurückliegenden Wettbewerbsverstoßes gerechtfertigt ist.

43 (3) Die Revision wendet ein, zur Unterbindung künftiger unlauterer Geschäftspraktiken der Klägerin sei es nicht erforderlich, die angesprochenen Verkehrskreise über ihre Unternehmensbezeichnung zu informieren. Bei einer Veröffentlichung des Urteils in anonymisierter Form könnten Betroffene anhand der im Tenor ausgewiesenen Geschäftspraktiken ein unlauteres Geschäftsgebaren erkennen und an den Beklagten melden. Die namentliche Nennung der Klägerin als verurteiltes Unternehmen sei nicht mit einem zusätzlichen Erkenntnisgewinn für die Öffentlichkeit verbunden und erhöhe nicht die Wahrscheinlichkeit, dass der Beklagte von einem Verstoß erfahre. Sie stelle daher eine unzulässige Anprangerung der Klägerin dar. Damit dringt die Revision nicht durch.

44 Die Angabe, gegen welchen Mitbewerber ein Urteil erwirkt worden ist, kann zulässig sein, wenn diese Information für die angesprochenen Verkehrskreise erforderlich oder nützlich ist, um eine sachgerechte, informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen; andernfalls besteht die Gefahr einer unsachlichen und damit den Wettbewerb verfälschenden Beeinflussung der Kunden (vgl. BGH, Urteil vom 6. Oktober 1965 - Ib ZR 4/64, GRUR 1966, 92, 94 = WRP 1966, 24 - Bleistiftabsätze; Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO § 4 Rn. 1.16). In diesem Zusammenhang ist es von Bedeutung, ob einem Informationsinteresse der Allgemeinheit durch eine anonymisierte Urteilsveröffentlichung ohne namentliche Nennung des Mitbewerbers gleichermaßen Genüge getan werden kann (OLG Hamm, Urteil vom 7. Februar 2008 - 4 U 154/07, juris Rn. 35 [insoweit nicht abgedruckt in MMR 2008, 750]).

45 Das Berufungsgericht hat seiner Beurteilung rechtsfehlerfrei zugrunde gelegt, dass die Nennung der Klägerin als Titelschuldnerin für eine Warnung vor den ihr gerichtlich untersagten Geschäftspraktiken nützlich ist. Die Mitteilung, welches Unternehmen die verbotenen Geschäftsmethoden praktiziert hat, erleichtert es potentiellen Anzeigenkunden, sich davor zu schützen, durch ein er-

neutes unlauteres Vorgehen dieses Unternehmens zu einer geschäftlichen Fehlentscheidung verleitet zu werden, indem sie seinen geschäftlichen Handlungen mit einer erhöhten Aufmerksamkeit begegnen. Das gilt vorliegend insbesondere für die Werbung mit der Angabe "POLIZEI-aktuell". Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, dass aufgrund der namentlichen Nennung der Klägerin potentielle Anzeigenkunden sicher beurteilen können, dass die Klägerin - anders als andere möglicherweise mit der Polizei zusammenarbeitende Unternehmen - zur Verwendung der Bezeichnung "POLIZEI-aktuell" nicht berechtigt ist.

46 Das Berufungsgericht hat ferner angenommen, die namentliche Nennung der Klägerin als Titelschuldnerin erhöhe das Risiko, dass sich bei Wiederaufnahme ihrer unlauteren Geschäftspraktiken ein dadurch Geschädigter an den Beklagten wende, weil er beurteilen könne, ob es sinnvoll sei, den von der Klägerin begangenen Verstoß an den Beklagten zu melden. Diese Einschätzung ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Die Revision rügt vergeblich, dem Berufungsgericht sei ein Denkfehler unterlaufen, indem es angenommen habe, dass es für die Meldung der im Unterlassungstenor beschriebenen unlauteren Geschäftspraktiken durch Anzeigenkunden von Belang sei, wer solche Wettbewerbsverstöße bereits begangen habe. Die Beurteilung des Berufungsgerichts ist ersichtlich von der Annahme getragen, dass ein von den angeführten Geschäftsmethoden betroffener Anzeigenkunde eher geneigt sein wird, sich an den Beklagten zu wenden, wenn ihm nicht nur die Unlauterkeit des Vorgehens, sondern auch das deswegen bereits verurteilte Unternehmen bekannt ist und er deshalb davon ausgeht, das gerichtlich untersagte Fehlverhalten sei auf einfachem und schnellem Weg zu sanktionieren. Diese Bewertung stellt sich weder als erfahrungswidrig dar, noch lässt sie sonst einen Rechtsfehler erkennen.

47 Entgegen der Ansicht der Revision führt die namentliche Nennung der Klägerin im Zusammenhang mit den gerichtlich untersagten Wettbewerbshandlungen

gen nicht zu einer unzulässigen Anprangerung. Etwaige Bedenken der potentiellen Anzeigenkunden hinsichtlich der geschäftlichen Seriosität der Klägerin beruhen auf den von ihr in der Vergangenheit angewandten und im Unterlassungstenor angeführten unlauteren Geschäftspraktiken. Für den gewerblichen Anzeigenkunden ist es auch von Interesse, ob der Anbieter seine Marktstellung durch ein unseriöses Geschäftsgebaren in der Vergangenheit erreicht hat (vgl. BGH, GRUR 2019, 644 Rn. 20 und 36 - Knochenzement III).

48 dd) Das Berufungsgericht ist mit Recht davon ausgegangen, dass die Art und Weise der Urteilsveröffentlichung auf der Internetseite des Beklagten in ihrem Gesamtzusammenhang nicht zu einer unlauteren Herabsetzung der Klägerin führt.

49 (1) Die öffentlich an einem Mitbewerber geäußerte Kritik muss sich nach Art und Ausmaß im Rahmen des Erforderlichen und sachlich Gebotenen halten (BGH, GRUR 2012, 74 Rn. 37 - Coaching-Newsletter; GRUR-RR 2016, 410 Rn. 36 - Dr. Estrich).

50 (2) Das Berufungsgericht hat angenommen, an einem die Beeinträchtigung der Wertschätzung der Klägerin rechtfertigenden Informationsinteresse der angesprochenen Verkehrskreise ändere sich nichts dadurch, dass der unter dem Menüpunkt "Vorsicht Falle" zu findende und über der Veröffentlichung des Urteilstenors platzierte Beitrag sachlich gehaltene generelle Warnungen ohne Namensnennungen zu unlauteren Geschäftspraktiken enthalte. Der Verkehr erkenne anhand der Auflistung im Urteilstenor, welche konkreten unlauteren Handlungen die Klägerin begangen habe, und beziehe daher nicht sämtliche im Textbeitrag als unlauter angeführte Werbemethoden auf diese. Diese Beurteilung begegnet keinen rechtlichen Bedenken.

51 (3) Die Revision macht erfolglos geltend, durch die namentliche Nennung der Klägerin werde sie in Zusammenhang mit weiteren im Textbeitrag angeführten Wettbewerbsverstößen gebracht, die sie nicht zu verantworten habe. Insofern ersetzt sie die tatgerichtliche Würdigung in revisionsrechtlich unzulässiger Weise durch ihre eigene Bewertung, ohne einen Rechtsfehler des Berufungsgerichts aufzuzeigen. Ebenso vergeblich rügt die Revision, die namentliche Nennung allein der Klägerin ohne Benennung der Unternehmen, denen die weiteren unlauteren Geschäftshandlungen vorgeworfen würden, zeige, dass der Beklagte nicht zu Informationszwecken gehandelt, sondern eine Schädigung der Klägerin beabsichtigt habe. Das Berufungsgericht hat nicht festgestellt, dass der Beklagte im Zeitpunkt der beanstandeten Veröffentlichung gegen ein weiteres ihm namentlich bekanntes Unternehmen wegen unlauterer Werbemethoden bei der Gewinnung von Anzeigenaufträgen gerichtlich vorgegangen war und ein rechtskräftiges Urteil erwirkt hatte. Die Revision zeigt nicht auf, dass eine der Parteien entsprechenden Vortrag gehalten hat.

52 III. Der geltend gemachte Unterlassungsanspruch ist auch nicht aus § 1004 Abs. 1 Satz 2 analog, § 823 Abs. 1 BGB wegen Verstoßes gegen das Unternehmenspersönlichkeitsrecht der Klägerin (Art. 2 Abs. 1, Art. 19 Abs. 3 GG) begründet. Das Berufungsgericht hat zu Recht angenommen, dass die beanstandete Veröffentlichung des vom Beklagten erwirkten Unterlassungstenors unter namentlicher Nennung der Klägerin das Unternehmenspersönlichkeitsrecht der Klägerin nicht verletzt.

53 1. Ein Unterlassungsanspruch aus § 1004 Abs. 1 Satz 2 analog, § 823 Abs. 1 BGB wegen Verletzung des Unternehmenspersönlichkeitsrechts kann unabhängig davon gegeben sein, ob ein konkretes Wettbewerbsverhältnis vorliegt (vgl. BeckOK.UWG/Weiler, 12. Edition [Stand 1. Mai 2021], § 4 Nr. 1 Rn. 32 f.; Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen aaO § 4 Rn. 1.8). Das Unternehmenspersönlichkeitsrecht schützt als Ausprägung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts

den durch Art. 2 Abs. 1 in Verbindung mit Art. 19 Abs. 3 GG gewährleisteten sozialen Geltungsanspruch von Kapitalgesellschaften als Wirtschaftsunternehmen (BGH, Urteil vom 28. Juli 2015 - VI ZR 340/14, BGHZ 206, 289 Rn. 27; Urteil vom 26. Januar 2017 - I ZR 217/15, GRUR 2017, 918 Rn. 36 = WRP 2017, 1085 - Wettbewerbsbezug). Ob ein Eingriff in das Persönlichkeitsrecht rechtswidrig ist, muss wegen seiner Eigenart als ein Rahmenrecht durch eine Abwägung der widerstreitenden grundrechtlich geschützten Belange bestimmt werden, bei der die besonderen Umstände des Einzelfalls sowie die betroffenen Grundrechte zu berücksichtigen sind. Der Eingriff in das Persönlichkeitsrecht ist nur dann rechtswidrig, wenn das Schutzinteresse des betroffenen Unternehmens die schutzwürdigen Belange der anderen Seite überwiegt (BGH, Urteil vom 30. September 2014 - VI ZR 490/12, GRUR 2015, 92 Rn. 19; BGH, GRUR 2017, 918 Rn. 36 - Wettbewerbsbezug).

54

2. Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, dass die Klägerin die Beeinträchtigung ihres wirtschaftlichen Ansehens hinzunehmen hat, weil bei Abwägung der sich gegenüberstehenden Belange das durch Art. 2 Abs. 1, Art. 19 Abs. 3 GG geschützte Interesse der Klägerin an der Wahrung ihres Ansehens als Wirtschaftsunternehmen hinter dem durch Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG geschützten Recht des Beklagten auf Meinungsfreiheit zurücktritt. Die Veröffentlichung des gegen die Klägerin ergangenen Urteils hat wahre Tatsachen zum Gegenstand. Wahre Tatsachenbehauptungen müssen in der Regel hingenommen werden, auch wenn sie für den Betroffenen nachteilig sind (BVerfG, NJW 2012, 1643 Rn. 33; BGH, Urteil vom 6. Februar 2014 - I ZR 75/13, GRUR 2014, 904 Rn. 23 = WRP 2014, 1067 - Aufruf zur Kontokündigung; BGHZ 206, 289 Rn. 31; BGH, Urteil vom 18. Juni 2019 - VI ZR 80/18, BGHZ 222, 196 Rn. 21). Zugunsten des Beklagten ist außerdem zu berücksichtigen, dass die beanstandete Veröffentlichung zwar der Gewinnung eigener Kunden dient, aber - wie ausgeführt - zugleich ein anhaltendes Informationsinteresse der gewerblichen Anzei-

genkunden befriedigt, über die von der Klägerin mehrere Jahre zuvor praktizierten und jederzeit wieder aufnehmbaren unlauteren Geschäftspraktiken zum eigenen Schutz aufgeklärt zu werden (vgl. BGH, Urteil vom 16. Dezember 2014 - VI ZR 39/14, GRUR 2015, 289 Rn. 23; BGH, GRUR 2017, 918 Rn. 45 - Wettbewerbsbezug).

55 C. Danach ist die Revision der Klägerin mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Koch

Schwonke

Schmaltz

Odörfer

Wille

Vorinstanzen:

LG Düsseldorf, Entscheidung vom 05.06.2019 - 12 O 210/18 -

OLG Düsseldorf, Entscheidung vom 27.08.2020 - I-20 U 58/19 -