

59. 1. Bedarf es zur Annahme der Sittenwidrigkeit einer zu Wettbewerbszwecken geschehenen bewußten Verleitung zum Vertragsbruch noch der Erlangung eines geschäftlichen Vorsprungs vor den vertragstreuen Mitbewerbern?

2. Ist die reberzmäßige Vertriebsbindung durch Verbot der Weiterveräußerung von Parfüm-Markenartikeln an Wiederverkäufer sittenwidrig?

3. Umfaßt die Verpflichtung zur Auskunfterteilung des wegen Verleitung zum Vertragsbruch im gewerblichen Wettbewerb zum Schadenersatz Verurteilten auch die Pflicht zur Nennung des Namens des vertragsbrüchigen Wiederverkäufers?

UnWG. § 1. BGB. § 249.

II. Zivilsenat. Ur. v. 11. Oktober 1935 i. S. S. (Wekl.) iv. Eau de Cologne & Parf.-Fabr. M. (Kl.). II 198/35.

I. Landgericht Köln, Kammer für Handelsachen.

II. Oberlandesgericht daselbst.

Die Klägerin ist die Herstellerin der bekannten 4711-Erzeugnisse. Sie vertreibt diese unter Ausschaltung von Großhändlern nur durch Belieferung von Einzelhändlern, von denen die Waren an den Verbraucher gelangen. Diese von ihr belieferten Einzelhändler, ihre „Stammkunden“, haben einen Verpflichtungsschein zu unterschreiben, wonach sie die Waren der Klägerin nur zu den ihnen von dieser vorgeschriebenen Verkaufspreisen und nur unmittelbar an Verbraucher weiterverkaufen dürfen. Die Abgabe an andere Händler überhaupt wie auch an Verbraucher zu geringeren als den vorgeschriebenen Verkaufspreisen ist unzulässig und wird mit einer Vertragsstrafe bedroht.

Der Beklagte, der Inhaber einer Parfümerie- und Seifen-großhandlung in Berlin ist, wird von der Klägerin nicht beliefert. Doch ist ihm das von dieser für ihre Waren eingeführte System der Preis- und Vertriebsbindung bekannt. Er hat Waren der Klägerin durch Vermittlung einer Privatperson in Hamburg von einem von der Klägerin belieferten Kunden in Hamburg bezogen, und zwar in großem Umfange; so betrug der Wert einer einzelnen Lieferung im Dezember 1934 rund 4500 RM. Der Beklagte vertreibt die Waren der Klägerin zu den von ihr ihren Abnehmern vorgeschriebenen Preisen im Einzelhandel an die Verbraucher. Die Klägerin hat, nachdem sie ihn vergeblich zur Unterlassung aufgefordert hat, die vorliegende Klage erhoben, die gerichtet ist auf Verurteilung des Beklagten zur Unterlassung, sich zum Zwecke des Wiederverkaufs 4711-Erzeugnisse zu beschaffen und feilzuhalten, sowie zur Auskunfterteilung, durch wen, wann und in welchen Mengen er sich solche Erzeugnisse zum Zwecke des Wiederverkaufs beschafft hat. Ferner beantragt die Klägerin Feststellung der Verpflichtung des Beklagten zum Ersatz alles Schadens, der ihr durch seine Eingriffe in ihr Vertriebssystem entstanden ist.

Die Klägerin erblickt in dem Verhalten des Beklagten einen Verstoß sowohl wider das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb als auch gegen die §§ 823, 826 BGB., und zwar vor allem deshalb, weil der Beklagte die Grundsätze des lautereren Wettbewerbs dadurch verlege, daß er sich die durch die Vertriebsbeschränkung gebundenen Erzeugnisse der Klägerin von einem Hamburger Abnehmer verschaffe, den er mit Hilfe einer Mittelsperson zum Vertragsbruch gegenüber der Klägerin verleitet habe. Zur Begründung des Klage-

ausspruchs auf Feststellung der Schadensersatzpflicht des Beklagten behauptet die Klägerin, sie habe durch sein Verhalten einen Schaden erlitten. Dieser bestche einmal in der Vergrößerung ihrer Kredit- und Vertriebsgefahr, die durch die Schmälerung des Umsatzes und daher auch des Gewinns ihrer Stammkundschaft infolge des unzulässigen Vertriebs der Waren seitens des Beklagten herbeigeführt werde, ferner in der Durchlöcherung ihres Reverssystems. Sie könne den Schaden erst beziffern, wenn der Beklagte den Namen seines Lieferers genannt und die Mengen der bezogenen Waren sowie den Zeitpunkt der Lieferungen an ihn angegeben habe. Zu diesem Zweck verlangt sie weitere Auskunftserteilung und Feststellung der Schadensersatzpflicht. Beide Vorinstanzen haben den Klageanträgen in vollem Umfange stattgegeben. Auch die Revision des Beklagten hatte keinen Erfolg.

Gründe:

Das Berufungsgericht steht in erster Linie auf dem Standpunkt, daß es keines Eingehens auf das vom Beklagten erst in der Berufungsinstanz erklärte Bestreiten der von der Klägerin behaupteten Lüdenlosigkeit ihres Vertriebssystems bedürfe, weil er zugestanden habe, bewußt und planmäßig, wenn auch durch einen Mittelsmann, den Vertragsbruch eines vertraglich gebundenen Abnehmers der Klägerin zu seinem eigenen Vorteil ausgenutzt zu haben. Ein derartiges Verhalten verstößt nach der Auffassung des Berufungsgerichts ohne weiteres gegen die Regeln des lautereren Wettbewerbs im Sinne des § 1 UnlWb. Demgegenüber müsse die Treupflicht der übrigen anständigen Kaufleute geschützt werden, ohne daß es auf die Lüdenlosigkeit des Systems noch ankomme. Das Berufungsgericht fügt dieser Begründung den Hinweis bei auf das Urteil des erkennenden Senats vom 5. April 1932 II 192/31 in RGZ. Bd. 136 S. 65 betr. Preisshleudern mit dem preisgebundenen Markenartikel „Effa“-Margarine, und zwar auf die Ausführungen S. 73 unter Nr. 3. Aber der dortige Fall lag tatsächlich und rechtlich anders: der Beklagte, dem von der Klägerin, der Erzeugerin der „Effa“-Margarine, die Lieferung ihrer Ware gesperrt worden war, weil er die von ihr rewersmäßig vorgeschriebenen Kleinverkaufspreise nicht beachtet hatte (a. a. O. S. 67 Abs. 2), hatte sich durch einen von ihm beauftragten Mittelsmann, dem die von der Klägerin gegen ihn verhängte Liefersperre bekannt war, mit Hilfe bewußt unwahrer An-

gaben von der Klägerin Ware erschlichen, um sie sofort zu verschleudern, wie von ihm und seinem Mittelsmann von vornherein beabsichtigt war. Das Berufungsgericht stellt dort (a. a. O. S. 74) mit Rücksicht hierauf „ein gemeinsam verübtes unlauteres Verhalten“ fest. Um einen solchen Warenbezug von der Erzeugerin „auf unlauteren sittenwidrigen Schleichwegen“, der gemäß § 1 UnlWG. den Anspruch auf Unterlassung der Preisunterbietung nach der a. a. O. S. 73 ausgesprochenen Ansicht „an und für sich auch dann trägt, wenn das Preisbindungssystem der Erzeugerin nicht lückenlos ist“, handelt es sich hier nicht, ganz abgesehen davon, daß hier ein Verstoß gegen die Preisbindung überhaupt nicht in Frage steht, der Beklagte vielmehr nach der Feststellung des Berufungsgerichts unstreitig die von der Klägerin vorgeschriebenen Wiederverkaufspreise genau innegehalten hat. Vielmehr steht zur Beurteilung die Teilnahme an fremdem Vertragsbruch eines Abnehmers der Klägerin und die Ausnutzung dieses Vertragsbruchs. Dabei handelte der Beklagte, wie er zugestanden hat, bewußt und planmäßig. Weiter steht für die Revisionsinstanz die vom Berufungsgericht angenommene Lückenlosigkeit des Vertriebssystems der Klägerin fest, da nach der ausdrücklichen Erklärung des Prozeßbevollmächtigten des Beklagten in der mündlichen Verhandlung vor dem Revisionsgericht diese Annahme des Berufungsgerichts von ihm nicht beanstandet wird.

Nun hat sich der erkennende Senat in den grundsätzlichen Ausführungen seiner Urteile vom 6. Oktober 1931 II 76/31 in RGZ. Bd. 133 S. 330 (S. 335/336), betr. Verletzung des Preisbindungssystems durch Preiserschleudern in bezug auf die Markenware „Abach Uralt“, und vom 10. Mai 1932 II 342/31 in MuW. 1932 S. 334 (S. 337), betr. Verletzung des Preisbindungssystems der dort klagenden vier Zigarettenfabriken, auf den Standpunkt gestellt, daß nicht schon das Preisunterbieten als solches, nicht der eigene Vertragsbruch oder die Teilnahme an fremdem Vertragsbruch und dessen Ausnutzung an sich schon unlauter im Sinne des § 1 UnlWG. seien, sondern daß erst der Gesamttatbestand der Auswertung des auf diese Weise gegenüber vertrags- und gesetzestreuem Mitbewerbern erlangten geschäftlichen Vorsprungs ein Unterbieten bei preisgebundenen Markenartikeln zu einem unlauteren Verhalten im Sinne des § 1 UnlWG. mache, vorausgesetzt, daß die Preis- oder sonstigen Bindungen selbst vor dem Gesetz und den guten Sitten Bestand hätten

(a. a. O. S. 335/336). Das Tatbestandsersfordernis, welches das Schleudern mit preisgebundenen Markenartikeln im Falle der — hier vorliegenden — Teilnahme an fremdem Vertragsbruch und dessen Ausnutzung sittenwidrig macht, ist hiernach die auf Anlockung von Kundschaft (unter Täuschung des Publikums über die eigene geschäftliche Leistungsfähigkeit, welche die billigere Preissetzung ermöglichte) gerichtete Absicht unter vorsätzlicher Benachteiligung der Mitbewerber, auf deren Vertragstreue der Täter spekuliert und spekulieren kann und auf deren Kosten er durch den auf die angegebene Weise erlangten geschäftlichen Vorsprung seinen eigenen Wettbewerber fördert. Aber gerade daran fehlt es hier, wo der Beklagte die Ware unter genauer Einhaltung der von der Klägerin ihren Abnehmern vorgeschriebenen Wiederverkaufspreise weiter veräußert. Bei der völligen Gleichheit der Verkaufspreise des Beklagten und seiner Mitbewerber für die Waren der Klägerin ist kein Raum für einen geschäftlichen Vorsprung, den der Beklagte gegenüber vertrags- und gesetzstreuen Mitbewerbern durch sein dargelegtes Verhalten erlangt haben sollte. Dieses Erfordernis wäre auch nicht dadurch als gegeben oder als gleichwertig ersetzt anzusehen, daß der Beklagte durch seine Verleitung zum Vertragsbruch und dessen Ausnutzung den Kundenkreis der von der Klägerin belieferten Händler — theoretisch jedenfalls — verkleinert. Die Teilnahme an dem Vertragsbruch eines Abnehmers der Klägerin und seine Ausnutzung durch den Beklagten würden somit allein für sich nach den oben wiedergegebenen, in Fällen des Preis schleuderns bei Markenartikeln ausgesprochenen Grundsätzen der Rechtsprechung des erkennenden Senats nicht ausreichen, um das Geschäftsgebaren des Beklagten als unlauter im Sinne des § 1 UnlWG. anzusehen.

Über diese Beurteilung ließe sich nicht in Einklang bringen mit den vom erkennenden Senat in seiner Rechtsprechung immer stärker betonten strengen Anforderungen an die Lauterkeit und Anständigkeit im geschäftlichen Wettbewerb. Der Umstand, daß es sich dabei um Fälle gehandelt hat, die mit der Verletzung reverbmäßiger Bindung bei Markenartikeln nichts zu tun haben, ist rechtlich ohne Bedeutung. Die hier zu entscheidende Frage kann auf diesem besonderen Gebiete des Wettbewerbs nicht anders beantwortet werden als sonst bei Verfolgung von Wettbewerbszwecken. Es handelt sich um den Fall, daß sich ein Kaufmann eine Bezugsquelle für seine Waren

erschließt durch Verleitung seines zur Nichtlieferung an ihn vertraglich gegenüber dem Erzeuger der Waren gebundenen Lieferers zum Vertragsbruch. Auf Grund der für die Revisionsinstanz außer Streit stehenden Sündenlosigkeit des Vertriebssystems der Klägerin steht fest, daß der Beklagte die Waren ohne den Vertragsbruch seines Lieferers nicht erhalten hätte. Daß zu Wettbewerbszwecken geschähene bewußte Hintwirken eines Dritten darauf, daß jemand vertragsbrüchig wird, d. h. die Verleitung eines anderen zum Wortbruch behufs Förderung des eigenen oder eines fremden Wettbewerbs, verstößt aber schon allein für sich betrachtet gegen die Grundsätze des lautereren Wettbewerbs im Sinne des § 1 UnWb. Nach den Anschauungen des anständigen Durchschnitts Kaufmanns kann ein solches Mittel zur Beschaffung von Ware, um sich, wie es hier der Fall war, auf diese Weise die Möglichkeit des Wettbewerbs durch den Handel mit ihr zu verschaffen, nicht mehr der Wahrung berechtigter Belange des von dem betreffenden Gewerbetreibenden geführten oder eines anderen Unternehmens dienen, ist vielmehr wettbewerbsfremd. An sich bedarf es für die Annahme der Sittenwidrigkeit der Verleitung zum Vertragsbruch zu Wettbewerbszwecken auch nicht des vom Berufungsgericht weiter festgestellten planmäßigen Handelns des Beklagten. Es genügt, daß er — wie das auch sonst nach der Rechtsprechung des erkennenden Senats für die Annahme sittenwidrigen Handelns zu Wettbewerbszwecken geboten ist — die Kenntnis aller derjenigen Umstände besessen hat, die das Handeln sittenwidrig machen. Auf diesem Standpunkt in der Beurteilung der Verleitung zum Vertragsbruch zu Wettbewerbszwecken stehen bereits die Urteile des erkennenden Senats in RGZ. Bd. 81 S. 86 (91) sowie vom 9. Oktober und 6. November 1934 II 107/34 und II 200/34 in MuW. 1934 S. 464 und 1935 S. 63 wie auch die Rechtslehre.

Daß auch die hier weiter vorliegende Ausnutzung des durch eigene Anstiftung bewirkten fremden Vertragsbruchs zu Zwecken des Wettbewerbs gegen die Vorschrift des § 1 UnWb. verstößt, ergibt sich ohne weiteres aus den obigen Ausführungen zur Frage der rechtlichen Beurteilung der Verleitung zum Vertragsbruch zu Wettbewerbszwecken. Das Erfordernis, daß der Beklagte zu Wettbewerbszwecken gehandelt hat, ist, wie das Berufungsgericht mit Recht angenommen hat, gegeben, unabhängig davon,

daß er die Waren, die er sich auf dem angegebenen Wege beschafft hat, unstreitig genau zu den von der Klägerin für ihre Abnehmer vertraglich festgelegten Wiederverkaufspreisen verkauft hat. Dabei bedarf es nicht der Entscheidung, ob der Beklagte — wie an sich nahe liegt — die Waren von dem vertragsbrüchigen Kunden der Klägerin zu niedrigeren Preisen geliefert erhalten hat. Denn zum mindesten war für ihn die Möglichkeit der Förderung seines Wettbewerbs dadurch gegeben, daß er — entsprechend seiner eigenen Angabe zur Begründung seines Verhaltens — sein Warenlager durch Aufnahme der gut eingeführten Erzeugnisse der Klägerin ergänzte und auf diese Weise, selbst wenn er bei ihrem Absatz keinen unmittelbaren Gewinn erzielt haben sollte, sich die für ihn günstige Lage verschaffte, einerseits die zahlreichen Abnehmer der neu aufgenommenen Erzeugnisse der Klägerin als Kunden auch für seine, wahrscheinlich einen größeren unmittelbaren Verdienst für ihn abwerfenden anderen Waren zu gewinnen, andererseits zu verhüten, daß Kunden auch seine anderen Waren nicht mehr von ihm beziehen würden, sofern sie nicht auch die Erzeugnisse der Klägerin bei ihm erhalten konnten.

Aus den vorstehenden Ausführungen ergibt sich, daß es abweichend von der von dem erkennenden Senat insbesondere in RGZ. Bd. 133 S. 330 (S. 335 a. E. und S. 336 Abs. 1) vertretenen Auffassung zur Annahme eines unlauteren Verhaltens des Beklagten im Sinne des § 1 UnWG. nicht mehr bedarf des Hinzutretens eines weiteren Umstandes zu der vom Beklagten verübten Verleitung des Hamburger Kunden der Klägerin zum Vertragsbruch zu Wettbewerbszwecken, nämlich der Erlangung eines „geschäftlichen Vorsprungs“ seitens des Beklagten durch sein Verhalten vor seinen (vertrags- und) gesetzestreuen Mitbewerbern. An diesem weiteren Umstande würde es nach den obigen Darlegungen hier fehlen in Anbetracht der unstreitigen genauen Einhaltung der von der Klägerin ihren Abnehmern vertraglich auferlegten Wiederverkaufspreise durch den Beklagten. Der erkennende Senat sieht sich daher nicht in der Lage, den von der hier vertretenen Auffassung abweichenden Standpunkt in der vorstehend genannten Entscheidung und in der in MuW. 1932 S. 334 (337) abgedruckten vom 10. Mai 1932 II 342/31 aufrechtzuerhalten.

Die Annahme, daß die vom Beklagten begangene Verleitung

zum Vertragsbruch zu Zwecken des Wettbewerbs und seine Ausnutzung durch ihn gegen die Grundsätze des lautereren Wettbewerbs im Sinne des § 1 UnlWG. verstößt, ist jedoch davon abhängig, daß das Vertriebssystem der Klägerin, zu dessen Einhaltung sich ihr Abnehmer in Hamburg vertraglich verpflichtet hat, rechtlich nicht zu beanstanden ist. Der Beklagte hat bereits in den Vorinstanzen die Rechtsungültigkeit dieses Systems wegen der seiner Ansicht nach rechtlich unzulässigen Beschränkungen geltend gemacht, welche die Klägerin durch dieses System dem Handel mit ihren Erzeugnissen auferlegt hat. Auch die Revision vertritt diesen Standpunkt, jedoch mit Unrecht. Nach der Feststellung des Berufungsgerichts beschränkt die Klägerin lediglich innerhalb des Handelsstandes die Belieferung mit ihren Erzeugnissen auf den Kleinhandel unter Ausschluß des Großhandels und des Straßen- und Markthandels. Außerdem verpflichtet sie reverbasmäßig unter Auferlegung einer Vertragsstrafe für jede Verletzung die von ihr belieferten Einzelhändler, die Waren der Klägerin — abgesehen von der hier nicht in Betracht kommenden Preisbindung — nicht an andere Händler, sondern nur unmittelbar an Verbraucher weiter zu verkaufen. Das Berufungsgericht geht rechtlich zutreffend grundsächlich davon aus, daß es dem Ermessen des Herstellers einer Ware überlassen bleiben müsse, seinen Abnehmerkreis einschränkend festzulegen, soweit dadurch nicht die Belange der Allgemeinheit und der Grundsatz der Volksgemeinschaft verletzt würden. Daß dies hier etwa der Fall sei, verneint das Berufungsgericht mit Rücksicht darauf, daß es sich bei den Erzeugnissen der Klägerin im wesentlichen um kosmetische Artikel und daher im allgemeinen um Luxuswaren handle, nicht dagegen um Waren, die zur Befriedigung lebenswichtiger Bedürfnisse dienen. Deshalb sieht das Berufungsgericht auch die Ausschließung des Betriebs ihrer Erzeugnisse durch die Klägerin aus dem Markt- und Straßenhandel als nicht zu beanstanden an, indem es die Berücksichtigung der Einstellung der für diese verhältnismäßig kostspieligen Markenartikel in Betracht kommenden Käuferkreise, diese Waren aus dem Markt- und Straßenhandel fern zu halten und ihnen dadurch ihren besonderen Wert zu erhalten, durch die von der Klägerin getroffene entsprechende Regelung für zulässig betrachtet.

Diese Ausführungen des Berufungsgerichts lassen nirgends einen Rechtsirrtum erkennen. Die Revision versucht vergebens, einen

solchen darzulegen. Dabei beschränkt sie sich in erster Linie auf die Behauptung, daß die Klägerin gegen den Grundsatz „Gemeinnutz geht vor Eigennutz“ verstoße, indem sie den von ihr nicht belieferten Händlern durch die Nichtbelieferung die größten Schwierigkeiten in den Weg lege, weil diese, wenn sie nicht in der Lage seien, ihren Kunden auf Verlangen Erzeugnisse der Klägerin abzugeben, ihre Kundschaft, die sie sich durch ihren Gewerbfleiß und ihre Tüchtigkeit erworben hätten, in ganz unberechtigter Weise an die von der Klägerin belieferten Händler verlören. Die Revision meint, wenn unter diesen Umständen der nicht belieferte Händler (Beklagter) unter Verzicht auf den in diesem Handelszweig sonst üblichen Gewinn Waren der Klägerin zu den vorgeschriebenen Preisen umsetze, nur um den eigenen, mit Mühe und Aufwendungen erworbenen Kundenkreis nicht zu verlieren, sich also in einer Abwehrstellung befinde, so könne das kein unzulässiger Eingriff in die Rechte der Klägerin sein.

Diese Ausführungen der Revision müssen jedoch scheitern an der vom Berufungsgericht vor allem auch mit Rücksicht auf den besonderen Charakter der Erzeugnisse der Klägerin vertretenen Auffassung, daß diese in der Auswahl ihrer Wiederverkäufer frei sei, da keine Belange der Allgemeinheit beständen, die durch eine solche Unbeschränktheit in der Ausübung dieses Rechts durch die Klägerin berührt werden könnten. Diese Auffassung des Berufungsgerichts geht von rechtlich zutreffender Ansicht aus und beruht im übrigen auf tatsächlicher Würdigung der Sachlage. Deshalb fehlt es hier auch an den Voraussetzungen für eine von der Revision weiter geltend gemachte sittenwidrige Ausnutzung einer „tatsächlichen Monopolstellung“ zum Schaden des von ihr nicht belieferten Großhandels, ferner des Markt- und Straßenhandels und vieler Mitglieder des Einzelhandels auf dem fraglichen Gebiet durch die Klägerin. Selbst wenn man hier trotz des Vorhandenseins zahlreicher anderer ebenfalls hochwertiger und in weiten Kreisen des Publikums gut eingeführter Parfüm-Erzeugnisse deutschen Ursprungs überhaupt von einer tatsächlichen Monopolstellung der Klägerin sprechen könnte, so ergäbe doch die bloße Tatsache des Vorhandenseins eines tatsächlichen Monopols noch keine Pflicht zur Eingehung geschäftlicher Beziehungen, es sei denn, daß durch die von dem Inhaber der Monopolstellung veranlaßte Verhinderung des uneingeschränkten Betriebes

feiner Erzeugnisse die Belange der Allgemeinheit oder — insbesondere dann, wenn es sich um die Befriedigung notwendiger Lebensbedürfnisse handeln würde — auch nur des einzelnen verletzt oder gefährdet werden würden. Daß diese Fälle hier nicht gegeben sind, hat das Berufungsgericht nach den obigen Ausführungen unter Würdigung der tatsächlichen Verhältnisse rechtlich unanfechtbar festgestellt.

Auch die Wiederholungsgefahr ist vom Berufungsgericht rechtlich bedenkenfrei angenommen; von der Revision ist diese Annahme auch nicht besonders beanstandet worden.

Danach ist, wie auch das Berufungsgericht entschieden hat, der in erster Linie erhobene Klagenanspruch auf Unterlassung begründet. Dem Beklagten wird dadurch verboten, sich zum Zweck des Wiederverkaufs 4711-Erzeugnisse zu beschaffen und feilzuhalten.

Weiter ist der Klagenanspruch auf Feststellung der Verpflichtung des Beklagten zum Ersatz des durch sein gegen § 1 UrWG. verstoßendes Verhalten der Klägerin zugefügten Schadens gegeben . . . (Das wird auf Grund der vom Berufungsgericht getroffenen, auf tatsächlichem Gebiet liegenden Feststellungen ausgeführt. Die Revision hat gegen diesen Teil der Begründung des Berufungsgerichts auch keine besonderen Angriffe erhoben.)

Endlich ist aber auch der Klagenanspruch auf Verurteilung des Beklagten zur Auskunfterteilung darüber, durch wen, wann und in welchen Mengen er sich 4711-Erzeugnisse zum Zwecke des Wiederverkaufs verschafft habe, ebenfalls in Übereinstimmung mit beiden Vorinstanzen in vollem Umfang als begründet anzusehen. Soweit es sich um die Auskunft darüber handelt, zu welchen Zeiten und in welchem Umfang sich der Beklagte durch Verleitung zum Vertragsbruch zu Wettbewerbszwecken die fraglichen Waren verschafft habe, ist der Anspruch ohne weiteres gegeben, wie im Anschluß an die grundsätzlichen Ausführungen des erkennenden Senats in RGZ. Bd. 108 S. 7 und in zahlreichen späteren Entscheidungen (vgl. die eingehenden Ausführungen mit Nachweisen in dem Urteil des erkennenden Senats vom 28. September 1934 II 72/34 in MW. 1934 S. 465 [468]) anzunehmen ist und von der Revision auch nicht besonders beanstandet wird. Zweifelhaft erschien zunächst nur die Frage, ob die Klägerin auch, wie die Revision bestreitet, ein Recht auf Angabe des Namens ihres vertragsbrüchigen Wiederverkäufers

in Hamburg hat, von dem der Beklagte mit Hilfe seines Mittelsmanns die Erzeugnisse der Klägerin geliefert erhalten hat. Nach der Auffassung des Berufungsgerichts gehört die Nennung des Namens des Hamburger Kunden der Klägerin zur Wiedergutmachung des ihr vom Beklagten durch sein gegen § 1 UrWGB. verstoßendes Verhalten zugefügten Schadens gemäß § 249 BGB. Denn solange der Beklagte diesen Namen nicht nenne, sei es für die Klägerin unmöglich, ihren Anspruch gegen ihren vertragsbrüchigen Wiederverkäufer auf Unterlassung und auf Schadensersatz, gegebenenfalls auf Vertragsauflösung durchzusetzen und auf diese Weise den weiteren unzulässigen Verkauf ihrer Waren durch ihn zu unterbinden. Danach sieht das Berufungsgericht die Pflicht zur Namensnennung nicht aus dem nach der Rechtsprechung des erkennenden Senats bisher nur behandelten Gesichtspunkt als gegeben an, daß die Auskunft nur die Schätzung des Schadens erleichtern und auf diese Weise erst eine verständige Anwendung des § 287 ZPO. ermöglichen soll (vgl. die Urteile in JW. 1928 S. 1211 Nr. 10 und S. 2093 Nr. 18 sowie das oben genannte in MuW. 1934 S. 465 [469]). Diese Auffassung des Berufungsgerichts ist zutreffend.

Aus dem Gesichtspunkt der Vorbereitung der Erhebung eines auf Zahlung gerichteten Schadensersatzanspruchs der Klägerin gegen den Beklagten läßt sich eine Verpflichtung für diesen zur Namensnennung seines Lieferanten nicht rechtfertigen. Dagegen ist eine dahin gehende Verpflichtung als Teil des vom Beklagten zu leistenden Schadensersatzes gemäß § 249 BGB. in Übereinstimmung mit dem Berufungsgericht als gegeben zu erachten. Der Beklagte ist verpflichtet, der Klägerin den Schaden zu ersetzen, der ihr durch sein unzulässiges Verhalten entstanden ist. Für die Klägerin bedeutet die Tatsache, daß die von ihr erzeugten Markenartikel von einem Geschäftsinhaber vertrieben werden, den sie nicht unmittelbar beliefert und der in Anbetracht ihres vertraglich mit jedem ihrer Wiederverkäufer festgelegten Vertriebssystems von diesen nicht zum Zwecke des Weiterverkaufs beliefert werden durfte, eine Erschütterung ihres reibersmäßig gesicherten Vertriebssystems. Damit ist für die Klägerin — jedenfalls in gewissem Umfang — eine Einbuße des Wertes ihres Systems zum Schutz ihrer Markenwaren und daher auch eine Einbuße in der Aufrechterhaltung der Eigenschaft dieser Waren als Markenartikel überhaupt geschaffen. In der Erhaltung

dieses Charakters der Waren und des für sie bestehenden Schutzsystems der Klägerin aber liegt in erheblichem Maße die Möglichkeit der Aufrechterhaltung der von ihr festgesetzten nicht unbedeutenden Verkaufspreise für sie. Unerheblich für die jetzt nur zu entscheidende Frage, ob die Pflicht des Beklagten zur Nennung des Namens seines Lieferanten als Teil seiner Schadensersatzpflicht anzusehen sei, ist der Umfang der durch das unzulässige Verhalten des Beklagten dem Vertriebssystem der Klägerin zugefügten Erschütterung mit den angegebenen weiteren Folgen. Die Klägerin kann gemäß § 249 BGB. verlangen, daß der Beklagte alles tut, was in seinen Kräften steht, um diese Erschütterung zu beseitigen durch Wiederherstellung des früheren Zustandes, wie er vor seiner schadenstiftenden Handlung bestanden hatte. Ein Teil dieser ihm obliegenden Verpflichtung ist, daß er den Namen des Hamburger Abnehmers der Klägerin nennt, durch dessen Vertragsbruch, zu dem er ihn verleitet hat, er die vertriebsgebundenen Waren als Wiederverkäufer unzulässigerweise erhalten und so neben jenem die Erschütterung des Vertriebssystems herbeigeführt hat. Dem dieser Zustand der Erschütterung des Systems der Klägerin, soweit er durch das Verhalten des Beklagten geschaffen ist, dauert so lange an, bis dieser durch die Nennung seines Lieferanten der Klägerin die Möglichkeit bietet, gegen diesen vertragsbrüchigen Kunden vorzugehen und durch geeignete Maßnahmen gegen ihn zum mindesten eine Fortsetzung seines vertragsbrüchigen Verhaltens zu verhindern und so dem Zustande der Erschütterung des Schutzsystems der fraglichen Waren ein Ende zu machen, nach Möglichkeit auch diesen Zustand, soweit er bereits eingetreten ist, und seine nachteiligen Wirkungen zu beseitigen oder doch zu mildern.

Danach ist der Beklagte zur Auskunft über seinen oder seine Lieferanten durch Nennung seines oder ihrer Namen verpflichtet als einer Teilhandlung des von ihm zu leistenden Schadensersatzes.