

2. 1. Unter welchen Umständen liegt ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs vor, wenn in einer Fachzeitschrift zu einer zwei Gewerbezweige berührenden Streitfrage von einer dem einen Gewerbezweige nahestehenden Person zugunsten dieses Gewerbezweiges Stellung genommen wird?

2. Zur Frage der persönlichen und vergleichenden Werbung.

UnWbG. § 1.

II. Zivilsenat. Ur. v. 16. Januar 1941 i. S. O. u. a. (Bekl.) v. Reichsverband Deutscher Fahrrad- und Fahrradteile-Großisten e. V. u. a. (Kl.). II 51/40.

I. Landgericht Berlin.

II. Kammergericht daselbst.

Der Erstbeklagte ist der Schriftleiter, die Zweitbeklagte die Verlegerin der Zeitschrift „Radmarkt und Reichsmechaniker“, die sich als Fachblatt für den Fahrradhandel, Handwerk und Industrie bezeichnet und Fachorgan der Reichsfachgruppe Fahrräder-Motorfahrräder im Reichsinnungsverbände des Mechanikerhandwerks ist. Der Drittbeklagte ist Direktor der D.-Fahradwerke und Vorsitzender des Vereins der Fahrradindustriellen (VDI). In den Nummern 2485 und 2490 der genannten Zeitschrift vom 7. Januar und 11. Februar 1939 sind unter den Überschriften „Zur Markenradfrage“ und „Nochmals zur Markenradfrage“ vom Drittbeklagten verfaßte Aufsätze erschienen, in denen erörtert wird, ob Großhändler Fahrräder, die sie aus Bestandteilen fremder Herkunft zusammenstellen, als Markenräder bezeichnen dürfen. In der zuletzt genannten Nummer der Zeitschrift findet sich weiter ein Bild, auf dem ein Kapitän drei lächelnden Eskimos offenbar ein Fahrrad zum Kauf anbietet. Daneben steht unter der Überschrift „Das Spezialrad“ der als Antwort der Eskimos anzusehende Satz: „Nee, Käpt'n, wir haben den „Radmarkt“ gelesen, wir kaufen lieber Markenräder“.

Die Kläger, und zwar die Kläger zu 2 und 3 als Fahrradgroßhändler, die selbst Fahrräder aus von dritter Seite bezogenen Einzelteilen zusammenstellen und als „Spezialräder“ in den Handel bringen, beanstanden den Inhalt der Veröffentlichungen in den in ihren Klageanträgen hervorgehobenen Punkten als unrichtig und wettbewerbswidrig. Sie machen geltend, die Beklagten zu 1 und 2 seien für den Inhalt der Veröffentlichungen mitverantwortlich und ebenso wie der Drittbeklagte den Klägern zu 2 und 3 Schadensersatzpflichtig. Der Erstkläger sei als Verein zur Förderung gewerblicher Befange im Rahmen des § 13 UnlWG klageberechtigt. Die Kläger haben beantragt:

1. den Drittbeklagten bei Strafanandrohung zur Unterlassung der Behauptung, insbesondere bei Veröffentlichungen in Zeitschriften, zu verurteilen,

a) das Spezialrad des Großhandels sei gegenüber dem Spezialrade der Fabriken und besonders der sog. Markenfabriken von minderer Güte,

b) der Großhandel dürfe auch mit seinen stofflich guten Rädern die Bezeichnung „Markenrad“ nicht in Anspruch nehmen, weil er die für die Anwendung des Begriffs „Markenrad“ notwendigen Voraussetzungen und Verpflichtungen, nämlich gleichbleibende gute Beschaffenheit bei Selbstherstellung der wichtigsten Teile, feste Kleinhandelspreise, soziale Einrichtungen und Fürsorge in den Betrieben, opferbereite Beteiligung an den Gemeinschaftsaufgaben, wie technische Entwicklung, Normung, Radsport, Radwegebau, Repräsentationsausstellungen und vieles andere, nicht gewährleisten und auch nicht erfüllen könne,

c) die Markenradindustrie dürfe sich — im Gegensatz zum Großhandel — als der volkswirtschaftlich und sozialpolitisch wertvollere Teil fühlen;

2. den Beklagten zu 1 und 2 bei Strafanordnung zu untersagen, in der Zeitschrift „Radmarkt und Reichsmechaniker“ Aufsätze zu veröffentlichen und zu verbreiten, die nach Nr. 1 unzulässig sind;

3. den Beklagten zu 1 und 2 bei Strafanordnung zu verbieten, durch Veröffentlichung und Verbreitung von Bildern der in der Nummer 2490 der Zeitschrift „Radmarkt und Reichsmechaniker“ vom 11. Februar 1939 wiedergegebenen Art den Eindruck zu erwecken, als ob es sich bei dem vom Fahrrad- und Fahrradteile-Großhandel hergestellten sog. „Spezialrad“ um ein mindervertiges Erzeugnis handele, dessen Ankauf der Verbraucher lieber ablehnen sollte;

4. festzustellen, daß die drei Beklagten als Gesamtschuldner verpflichtet seien, den Klägern zu 2 und 3 den Schaden zu ersetzen, der ihnen durch die Veröffentlichung und Verbreitung der beiden Aufsätze entstanden sei und noch entstehe, und daß die Beklagten zu 1 und 2 außerdem als Gesamtschuldner verpflichtet seien, den Klägern zu 2 und 3 den Schaden zu ersetzen, der ihnen durch die Veröffentlichung und Verbreitung des Bildes in der Nr. 2490 der genannten Zeitschrift entstanden sei und noch entstehe;

5. den Klägern die Befugnis zur Veröffentlichung der Formel des Urteils in drei im Antrage näher bezeichneten Zeitungen zuzuerkennen.

Die Kläger haben hierzu bemerkt, daß die Anträge 1, 2 und 3 namens des Erstklägers, der Antrag 4 namens der Kläger zu 2 und 3 und der Antrag 5 im Namen sämtlicher Kläger gestellt würden.

Die Beklagten haben um Klageabweisung gebeten und entgegnet: Der „Radmarkt“ habe seit Jahren seine Aufgabe darin gesehen, den Gütegedanken in der deutschen Fahrradwirtschaft zu fördern und den Vertrieb minderwertiger und deshalb teurer Ware zu bekämpfen. Er habe damit die Belange sämtlicher Unternehmungen der in Betracht kommenden Wirtschaftskreise wahrgenommen und sich keineswegs in den Dienst einzelner Unternehmen gestellt. Unter dem Gesichtspunkt einer Betonung des Gütegedankens habe er auch seit einer Reihe von Jahren wiederholt die Frage des Markenradbegriffs behandelt, und im Rahmen dieser rein sachlichen Stellungnahme sei es zu den von den Klägern beanstandeten Auffäßen des Drittbeklagten gekommen. Anlaß hierzu habe ein Urteil der Strafkammer in B. gegeben, das sich mit jenem Begriffe zu befassen gehabt habe. Nachdem in einer früheren Nummer des „Radmarktes“ auf dieses Urteil kurz hingewiesen und eine ausführlichere Äußerung dazu in Aussicht gestellt worden sei, habe sich der Erstbeklagte an verschiedene Fachleute, darunter auch an den Drittbeklagten, mit der Bitte gewandt, ihm aufklärende Auffäße zur Verfügung zu stellen. Die auf diese Weise zustande gekommene Äußerung des Drittbeklagten stelle eine rein fachwissenschaftliche Veröffentlichung dar, mit welcher der „Radmarkt“ lediglich einer ihm als Fachzeitschrift obliegenden Aufgabe nachgekommen sei und gegen die schon deshalb aus wettbewerblichen Gesichtspunkten nicht vorgegangen werden könne. Unter den aus Teilen fremder Herkunft zusammengestellten Spezialrädern befänden sich sehr viele minderwertige Räder. Der Kampf der beteiligten Kreise gelte vor allem der Unterdrückung solcher Schundware. Die Kläger zu 2 und 3 hätten in Anspruch genommen, ihre ebenfalls aus fremden Teilen zusammengestellten „konfektionierten“ Räder als Markenräder, also unter derselben Bezeichnung vertreiben zu dürfen, wie sie den Rädern der Fahrradfabriken bisher allein zugekommen sei. Die Beklagten hätten lediglich in Wahrung berechtigter Interessen gehandelt, wenn sie sich hiergegen zur Wehr gesetzt hätten. Soweit die beanstandeten Auffäße Werturteile enthielten, wie es insbesondere der Fall sei, wenn es darin heiße, die Markenradfabriken dürften sich im Gegensatz zum Großhandel als der volkswirtschaftlich und sozial-

politisch wertvollere Teil fühlen, könne dagegen mit einer Klage der vorliegenden Art überhaupt nicht angegangen werden. Außerdem handele es sich um einen Vergleich zweier Systeme, der zulässig sei, wenn er sich frei von persönlichen, ehrverletzenden Angriffen und von bewußt oder grob fahrlässig aufgestellten wahrheitswidrigen Behauptungen halte. Solche Behauptungen seien in den beanstandeten Aufsätzen nicht enthalten. Auch das mit dem Klageantrag angegriffene Bild sei aus diesem Grunde nicht zu beanstanden. Es besage nichts über irgendwelche schlechten Eigenschaften der Spezialräder und habe lediglich den Zweck, für das Markentab zu werben.

Das Landgericht hat die Beklagten im wesentlichen antragsgemäß verurteilt, das Kammergericht ihre Berufung hiergegen — unter Streichung der Worte „im Gegensatz zum Großhandel“ im Urteilsauspruch zu 10 — zurückgewiesen. Die Revision der Beklagten führte zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Abweisung der Klage wegen des Unterlassungsanspruchs gegen den Drittbeklagten unter Nr. 1a des Klageantrags und in einem dementsprechenden Umfang auch wegen des Unterlassungsanspruchs gegen die Beklagten zu 1 und 2 unter Nr. 2, des Feststellungsanspruchs unter Nr. 4 sowie des Anspruchs auf Zuerkennung der Veröffentlichungsbefugnis unter Nr. 5. Im übrigen blieb sie erfolglos.

Gründe:

1. Das Berufungsgericht würdigt das mit der Klage beanstandete Verhalten der Beklagten ausschließlich unter dem Gesichtspunkt eines Verstoßes gegen § 1 UnlWG. und prüft deshalb in erster Reihe, ob die Beklagten zu Zwecken des Wettbewerbs gehandelt haben. Es bejaht dies für den Drittbeklagten mit der Erwägung, dieser könne sich nicht darauf berufen, daß die von ihm verfaßten und der Öffentlichkeit unterbreiteten Aufsätze lediglich als sachliche oder fachwissenschaftliche Arbeiten anzusehen seien, durch die zum Wohle der Allgemeinheit der Gütegedanke im Fahrradfache habe gefördert werden sollen. Der Drittbeklagte sei kein freier, außerhalb des Wirtschaftslebens stehender Forscher, dessen Meinungsäußerung einer wettbewerbliehen Bedeutung entbehre. Er stehe vielmehr als Direktor einer bedeutenden Fahrradfabrik und Vorsitzender des Vereins der Fahrradindustriellen in dem Wettbewerbsstreite zwischen

Großhandel und Fahrradindustrie, wenn auch sicherlich aus Überzeugung, völlig auf Seiten der Industrie und teile ihre Auffassung über den Begriff „Markenrad“. Wende er sich mit Aufsätzen hierüber an die Öffentlichkeit, so werde er selbstverständlich die Belange der Partei wahrnehmen, deren Anschauungen er vertrete, und versuchen, den Leser von dem Rechte dieser Partei zu überzeugen. Damit greife er aber selbst in den Wettbewerbskampf der ihm nahestehenden Partei ein und handele zu Zwecken des Wettbewerbs. Hieran ändere nichts, daß der erste seiner beiden Aufsätze in die Form einer geschichtlichen Darstellung gekleidet sei. Auch wenn es dem Drittbeklagten in erster Reihe darum zu tun gewesen sein sollte, den Leser rein sachlich über die geschichtliche Entwicklung des Begriffes „Markenrad“ aufzuklären und damit zum Wohle der Allgemeinheit dem Gedanken der Gütersteigerung zu dienen, lasse der Inhalt der Aufsätze auf jeden Fall eine starke Parteinarbeit zugunsten der Fahrradindustrie selbst erkennen. Er ergebe, daß sich der Beklagte nicht nur als Verteidiger des Markenradbegriffes, sondern besonders auch der Markenradfabriken fühle, und daß für ihn die Absicht, deren Absatz zu fördern, also ein Wettbewerbszweck, mindestens mitbestimmend gewesen sei, als er die beanstandeten Aufsätze veröffentlicht habe.

Auch bei dem Erstbeklagten erachtet das Berufungsgericht ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs für gegeben. Ihm sei, so führt es aus, der zwischen dem Großhandel und der Markenradindustrie entbrannte schwere Kampf um den Begriff des Markenrades unstrittig bekannt gewesen. Wenn er in dieser Kampfzeit in der von ihm geleiteten Zeitschrift Aufsätze gebracht habe, die der Reinheit des Markenradbegriffes dienen sollten, so habe er sich an dem Wettbewerbskampf, und zwar auf Seiten der Markenradindustrie, beteiligt. Seine Ansicht, der Standpunkt der Industrie sei der richtige, und eine Durchsetzung des Markenradbegriffes in ihrem Sinne diene der Gütersteigerung und damit dem Wohle der Allgemeinheit, hindere nicht, daß er durch die Veröffentlichung der Aufsätze in erster Reihe bemüht die Belange der Markenradindustrie gefördert habe. Einen Rückschluß auf diese seine Einstellung lasse insbesondere auch das von ihm ohne Zutun des Drittbeklagten oder der Markenradindustrie veröffentlichte Bild in der Nr. 2490 der Zeitschrift zu. Dieses habe, da in dieser Nummer ebenso wie in früheren mehrfach von dem Gegenstände zwischen den Spezialrädern des Großhandels und den

Markenrädern der Industrie die Rede gewesen sei, vom Beschauer nur dahin aufgefaßt werden können, daß unter den Spezialrädern, die durch das Bild eindeutig als minderwertig gekennzeichnet seien, die Spezialräder des Großhandels zu verstehen seien. Das Bild sei also erkennbar gegen diese gerichtet gewesen. Seine Veröffentlichung beweise die Absicht des Erstbeklagten, die Markenräder der Industrie gegenüber den Spezialrädern des Großhandels als überlegen hinzustellen.

Die Revision bekämpft diese Auffassung des Berufungsgerichts mit sachlichrechtlichen Angriffen und mit Verfahrensrügen aus §§ 139, 286 ZPO. Sie macht geltend, der erste, hauptsächlich ins Gewicht fallende Aufsatz des Drittbeklagten sei als eine von drei dieselbe Frage nach ihren verschiedenen Seiten behandelnden Arbeiten nicht in einer Zeitschrift erschienen, die einer der im Streit liegenden Parteien — Markenradindustrie und Großhandel — angehört habe oder dienstbar gewesen sei, sondern in einem von beiden völlig unabhängigen Fachorgan einer Fachgruppe des deutschen Handwerks, nämlich des Reichsinnungsverbandes des Mechanikerhandwerks (RMW.). Er sei — wie die beiden anderen — nicht auf Verlangen des Drittbeklagten, sondern auf den wiederholten dringenden Wunsch des Schriftleiters dieses Fachorgans, des Erstbeklagten, veröffentlicht worden, der aus einem bestimmten Anlaß, dem Ver. Urteil, dem über den Streit um die Bezeichnung „Markenrad“ bereits laufend unterrichteten Fach-Verserkreise eine gründliche, zusammenfassende Aufklärung über die Entwicklung und den Stand dieses Streites aus der Feder berufener Fachmänner habe geben wollen. Der Drittbeklagte habe sich erst nach Überwindung eines anfänglichen Widerstandes seiner Fachgruppe, des Vereins der Fahrradindustriellen, bereit gefunden, seinen Aufsatz dem „Radmarkte“ zur Verfügung zu stellen. Hiernach sei der Zweck auch der Veröffentlichung des Drittbeklagten überhaupt nicht aus dessen Person, sondern jedenfalls in erster Reihe aus den Zielen der Zeitschrift selbst abzuleiten, wie sie deren Schriftleiter in seinem Vorpruch zu den drei von ihm veranlaßten Aufsätzen ausdrücklich klargestellt habe, einem Zwecke, der mit dem Wettbewerb der beiden beteiligten Erwerbsgruppen nichts zu tun gehabt habe. Der „Radmarkt“ und damit der Erstbeklagte hätten auch nicht für eigene Zwecke, sondern lediglich als Organ und im Auftrage des RMW. gehandelt. Der Erstbeklagte habe sich bei Beginn seiner Tätigkeit

von diesem über die besondere Ausrichtung des Fahrradfaches und insbesondere über die vom RDM. betriebene Erziehung zur Förderung des handwerklichen Gütebegriffs unterrichten lassen und die Weisung erhalten, in der Zeitschrift in diesem Sinne zu wirken. Er habe sich deshalb auch, als ihm eine Besprechung des B. er Urteils erforderlich erschienen sei, mit dem RDM. in Verbindung gesetzt und sich mit ihm über die Art der Veröffentlichung, insbesondere über die Mitwirkung seines Justitiars, und die Mitveröffentlichung eines von dritter Seite stammenden Aufsatzes über die geschichtliche Entwicklung des Markentadbegriffs verständigt. Nachdem man sich zunächst zu einer Zurückstellung der für November 1938 geplanten Veröffentlichung entschlossen hätte, habe der RDM. im Dezember von sich aus eine alsbaldige Veröffentlichung gewünscht. Die Schriftleitung habe daraufhin die Nummer gemäß den im November getroffenen Abreden weiter vorbereitet. Die Revision will aus dem bestimmenden Einfluß, den der RDM. hiernach auf die Veröffentlichung genommen habe, folgern, daß diese nicht zum Zwecke des Wettbewerbs geschehen sein könne, sondern lediglich der Förderung der besonderen Aufgaben gedient habe, zu deren Erfüllung der RDM. berufen sei. Wie dieser aus dem gleichen Grunde durch seinen Strafantrag das B. er Urteil herbeigeführt und sich im Strafverfahren als Nebenkläger betätigt habe, habe auch die von ihm betriebene Erörterung und Auswertung des Urteils durch erschöpfende Unterrichtung der Innungsmitglieder mit Hilfe des Verbandsorgans diesem Zwecke dienen sollen. Dabei habe die ihm obliegende Verpflichtung, die wirtschaftlichen Belange seiner Mitglieder zu fördern, naturgemäß auch eine Förderung des Wettbewerbs des von ihm vertretenen Wirtschaftszweigs zur Folge haben müssen, soweit dieser mit Angehörigen anderer Wirtschaftszweige im Wettbewerb stehe. Das bedeute jedoch nicht, daß deshalb seiner Betätigung und insbesondere seinem Streben nach Verbreitung hochwertiger Ware ein Wettbewerbszweck unterstellt werden könne.

Hierüber hinaus leitet die Revision aus dem von ihr behaupteten bestimmenden Einflusse des RDM. auf Zeitpunkt und Inhalt der Veröffentlichung auch Bedenken gegen die Zulässigkeit des Rechtsweges her, soweit die Beklagten auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Sie ist mit dem Hinweis auf den öffentlichrechtlichen Aufgabenbereich der Organisationen der gewerblichen Wirtschaft der Meinung, die Art und Weise, in der sich eine solche Organisation der

Erfüllung ihrer Pflichten widme, unterliege allein ihrer Entschließung und der ihr vorgesetzten Stellen, letzten Endes des Reichswirtschaftsministers, entziehe sich aber jeder Einwirkung durch das Gericht. Dieses könne ihr weder die Unterlassung bestimmter Maßnahmen vorschreiben, noch die Vornahme bestimmter Handlungen gebieten. Dieser insbesondere vom erkennenden Senat in RGZ. Bd. 158 S. 257 und Bd. 162 S. 182 ausgesprochene Grundsatz gelte nach der zuletzt erwähnten Entscheidung auch für Reichsinnungsverbände. Soweit ein solcher die ihm kraft öffentlichen Rechts übertragenen Aufgaben wahrnehme, sei eine Nachprüfung seiner Maßnahmen im Rechtsweg ausgeschlossen. Wenn dies in dem der damaligen Entscheidung zugrunde liegenden Falle für die Absendung eines Rundschreibens ausgesprochen worden sei, mit dem die Bezirksgruppe eines Reichsinnungsverbandes vor einer Fachfirma gewarnt habe, sei der jetzt in Rede stehende Sachverhalt, bei dem sich ein Reichsinnungsverband zur Unterrichtung seiner Mitglieder eines zu ihm in besonderen Beziehungen stehenden Fachorgans bedient habe, ebenso zu beurteilen. Die nach seinen Wünschen gestaltete und schließlich auf sein Drängen vorgenommene Veröffentlichung habe eine Fortsetzung und Ergänzung des Vorgehens gebildet, mit dem er das Ver. Urteil erwirkt habe, und diese Maßnahme zum Nutzen der Innungsmitglieder weiter ausgewertet. Dabei seien die Beklagten zu 1 und 2 von vornherein kraft vertraglicher Verpflichtung gegenüber dem R.M. tätig geworden, um die Aufgaben zu erfüllen, die sich dieser zur Erziehung seiner Mitglieder und zur Förderung des handwerklichen Gütebegriffs gesetzt habe. Ihre Tätigkeit auf diesem öffentlichrechtlichen Gebiet unterliege deshalb ebenfalls nur den Weisungen der öffentlichrechtlichen Organisation, aber nicht der Beurteilung durch die ordentlichen Gerichte. Das gleiche gelte für den Drittbeklagten. Mit der an ihn wiederholt ergangenen dringenden Bitte des Erstbeklagten um Abfassung des Aufsatzes sei auch seine Tätigkeit der Erfüllung der öffentlichrechtlichen Aufgaben dienstbar gemacht worden, um die es sich bei der ganzen Veröffentlichung des „Radmarktes“ gehandelt habe. Habe der Erstbeklagte selbst den Aufsatz verfaßt, ihn, wozu er jederzeit befugt gewesen sei, ohne Nennung des Verfassers veröffentlichen oder, wie geschehen, den Verfasser angeben können, so sei dies alles ohne Bedeutung für die Würdigung der Tatsache, daß die Veröffentlichung vom Willen des

RDW. getragen gewesen sei und eine Maßnahme des RDW. zur Betreuung seiner Mitglieder im Rahmen seines öffentlichrechtlichen Aufgabengebietes dargestellt habe.

Die Bedenken der Revision gegen die Zulässigkeit des Rechtsweges sind nicht begründet. In den von ihr erwähnten Entscheidungen hat der erkennende Senat allerdings ausgesprochen, daß der Aufgabekreis der Gliederungen des staatlich organisierten Wirtschaftsaufbaus im wesentlichen auf öffentlichrechtlichem Gebiete liege, soweit er die sachliche Betreuung ihrer Mitglieder umfaßt, und daß deshalb Maßnahmen, die solche Gliederungen zur Erfüllung ihrer öffentlichrechtlichen Aufgaben ergreifen, einer Nachprüfung durch die ordentlichen Gerichte im Zuge von Ansprüchen auf Unterlassung, Widerruf, Berichtigung u. dgl. entzogen sind. Das gilt jedoch nur für eine Betätigung, die erkennbar von den genannten Wirtschaftsorganisationen selbst ausgeht und in den Bereich der ihnen verliehenen öffentlichrechtlichen Machtbefugnis fällt. Die auf der Übertragung hoheitlicher Rechte beruhende Unangreifbarkeit ihrer Entschlüsse durch Richterpruch erstreckt sich nicht auf Kundgebungen Dritter, mögen diese auch sachlich geeignet sein, die Organisation in der Erfüllung ihrer Aufgaben zu unterstützen, oder auf einer von ihr ausgehenden Anregung beruhen. Insofern fehlt es an der auf staatlichem Auftrag beruhenden pflichtmäßigen Wahrnehmung obrigkeitlicher Gewalt, die es allein rechtfertigt, den gegen ihre Betätigung gerichteten Ansprüchen den ordentlichen Rechtsweg zu verschließen. Die Beklagten können daher nicht in Anspruch nehmen, schon deshalb vor einer richterlichen Nachprüfung ihres Verhaltens bewahrt zu bleiben, weil die Zeitschrift, in der die beanstandeten Aufsätze erschienen sind, Verbandsorgan des RDW. ist und dieser aus Anlaß des von ihm herbeigeführten Ver. Urteils eine Stellungnahme zu der Frage des Markentadbegriffes wünschte. Die Beklagten behaupten nicht, daß der RDW. über das bloße Verlangen hinaus, diese Frage in einer besonderen Nummer der Zeitschrift zu behandeln, den Inhalt der Aufsätze vorgeschrieben oder von ihm auch nur vorher Kenntnis genommen, ihm insbesondere in den jetzt beanstandeten Teilen gebilligt habe. Aber selbst wenn dies der Fall gewesen wäre, könnte keine Rede davon sein, daß schon deshalb die Veröffentlichung eine Maßnahme des RDW. darstelle, die sich wegen ihrer öffentlichrechtlichen Natur einer richterlichen Nachprüfung entziehe. Daß der „Radmarki“

Fachorgan der Reichsfachgruppe Fahrräder, Motorfahrräder im Reichsinnungsverbande des Mechanikerhandwerks ist, besagt nicht, daß sein Inhalt im ganzen als amtliche Kundgebung jener Gruppe anzusehen wäre. Diese bedient sich des Blattes zur Veröffentlichung der von ihr ausgehenden Verlautbarungen in der Weise, daß sie diese an besonderer Stelle als „Verbands-Mitteilungen“ einrücken läßt. Bei den beanstandeten Aufsätzen tritt in keiner Weise in die Erscheinung, daß die Fachgruppe sie veranlaßt habe oder sich ihren Inhalt zu eigen mache und hinter ihm stehe. Wie aus dem Vorwort in Nr. 2485 hervorgeht, handelt es sich um private Veröffentlichungen, mit denen die Schriftleitung ihre Leser über die geschichtliche und rechtliche Bedeutung des den Gegenstand des Ver. Strafverfahrens bildenden Begriffs des Markentabes und die für die Zukunft anzustrebende Ordnung auf diesem Gebiet unterrichten wollte. Soweit sie sich hierbei — sei es auf Grund ausdrücklicher Anweisung, sei es aus allgemeinen, durch die Beziehungen der Zeitschrift zur Gruppe begründeten Erwägungen — durch Rücksichten leiten ließ, die sich aus deren besonderem Aufgabenkreis ergaben, ändert dies nichts daran, daß sie nicht namens der Gruppe, sondern in Ausübung eigener beruflicher Tätigkeit gehandelt hat, die nicht nach den für jede geltenden Grundsätzen zu werten ist. Dann sich sonach der Erstbeklagte gegen eine richterliche Nachprüfung seines Verhaltens nicht schon deshalb verwahren, weil es den Wünschen des RDM. entsprochen und im Bereiche der von diesem zu erfüllenden öffentlichrechtlichen Aufgaben gelegen habe, so gilt dies erst recht für den Drittbeklagten, der sich hierfür mangels eigener unmittelbarer Beeinflussung durch den RDM. lediglich darauf berufen könnte, daß er vom Erstbeklagten um die Abfassung und Einreichung des Aufsatzes gebeten worden sei. Das Berufungsgericht hatte bei dieser Sachlage keine Veranlassung, dem Vorbringen der Beklagten über die Beteiligung des RDM. an der Veröffentlichung der Aufsätze weiter nachzugehen und auf eine Ergänzung ihres Vortrags hinzuwirken. Die von der Revision in diesem Zusammenhang erhobene Klage aus § 139 B.P.O. ist unbegründet.

Der Revision kann auch nicht beigetreten werden, wenn sie glaubt, durch die von ihr behauptete Einflußnahme des RDM. auf die beanstandeten Veröffentlichungen sei ausgeschlossen, daß diesen ein Wettbewerbszweck zugrunde liege. Die Aufsätze dienten Wett-

bewerbszwecken, wenn sie sachlich geeignet waren, die geschäftliche Entwicklung der Markenradindustrie auf Kosten des Großhandels zu fördern, und wenn ihre Veröffentlichung in der Absicht solcher Förderung geschah. Dabei war nicht erforderlich, daß diese Absicht den alleinigen Beweggrund für die Veröffentlichung bildete. Es genügte nach der ständigen Rechtsprechung des Senats, daß sich die Beklagten auch nur nebenher von dem Wunsche leiten ließen, durch ihr Vorgehen der Verbreitung des Markenrades gegenüber den Spezialrädern des Großhandels zu dienen, der Gedanke geschäftlicher Förderung der Markenradindustrie also nicht gänzlich außerhalb der Ziele lag, deren Verwirklichung sie erstrebten. Das Berufungsgericht nimmt dies bei dem Drittbeklagten schon um deswillen an, weil er infolge seiner engen beruflichen Verbundenheit mit der Markenradindustrie — als Leiter einer bedeutenden Fahrradfabrik und Vorsitzender des Vereins der Fahrradindustriellen — naturgemäß deren Auffassung über den Begriff des Markenrades teile und in dem Streit hierüber auf Seiten der Fahrradindustrie stehe. Dadurch allein wäre freilich, wie es nicht verkennet, noch nicht ausgeschlossen, daß er sich, wenn er sich in für die Öffentlichkeit bestimmten Aufsätzen über die Bedeutung jenes Begriffs äußerte, auf eine sachliche Erörterung beschränkte und jede Stellungnahme vermied, die als Empfehlung des Markenrades selbst vor dem diese Bezeichnung nicht verdienenden Spezialrade des Großhandels hätte gedeutet werden können. Das Berufungsgericht gelangt aber zu dem Ergebnis, daß der Drittbeklagte in seinen Aufsätzen diese Grenze nicht eingehalten habe, vielmehr in einer Weise auch für die Markenradindustrie selbst eingetreten sei, daß die Absicht, ihren Absatz gegenüber dem des Großhandels zu fördern, nicht bezweifelt werden könne. Es verweist auf Stellen in den Aufsätzen des Drittbeklagten, in denen er die Markenradindustrie selbst nach ihrer Leistung und wirtschaftlichen und sozialen Bedeutung als dem Großhandel überlegen hinstelle, diesem also eine wettbewerblich mindere Rolle zuweise. Dieser im wesentlichen auf tatsächlicher Feststellung beruhenden Ansicht des Berufungsgerichts kann aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden. Die Aufsätze des Drittbeklagten ergeben in der Tat, daß mit ihnen in den Kampf der beteiligten Gewerbezweige um den Begriff des Markenrades eingegriffen und der Standpunkt der Markenradfabriken verteidigt werden sollte. Der Streit um jenen Begriff ist aber mit den wirtschaftlichen Belangen der be-

teiligten Fahrradhersteller so eng verknüpft, daß die Meinungsäußerung eines Vertreters der einen Interessentengruppe von der Bedeutung des Drittbeklagten gar nicht anders gewertet werden kann als ein Mittel, der Auffassung dieser Gruppe weitere Anerkennung zu verschaffen und damit dem Absatz ihrer Erzeugnisse die Wege zu ebnen. Das gilt insbesondere, wenn sich, wie hier, die Äußerung an die Leser einer Zeitschrift richtet, die auf den Absatz von Fahrrädern angewiesen sind und in deren Belieben es steht, ob sie den Rädern der Markenradindustrie oder denen des Großhandels den Vorzug geben wollen. Die Erörterung des Begriffes Markenrad muß hiernach, wenn sie sich auf die betriebswirtschaftlichen Verhältnisse der beteiligten Gewerbezweige erstreckt und die des einen, der Markenradindustrie, als besser bezeichnet, notwendig dazu führen, die Leser einer stärkeren Berücksichtigung der von dieser stammenden Erzeugnisse geneigt zu machen und damit den anderen Teil geschäftlich zu beeinträchtigen. Der Drittbeklagte ist sich dessen offenbar auch bewußt gewesen. Denn wenn er am Schlusse seines ersten Aufsatzes erklärt, er habe dem Großhandel bittere Wahrheiten sagen müssen, es sei dessen Sache, wie er seine wirtschaftliche Aufgabe künftig gestalte, dauerhaft und erfolgreich könne diese Zukunft aber nur sein, wenn er sich auf die alte Wahrheit einstelle: Leben und leben lassen, so ergibt sich hieraus mit aller Deutlichkeit, daß er die Bedeutung seiner Ausführungen für den Großhandel keineswegs verkannt, vielmehr damit gerechnet hat, dieser werde, wenn die in dem Aufsatz vertretene Auffassung durchbringe, seine bisherige Stellung im Wettbewerb nicht aufrechterhalten können.

Auch hier ist das Vorbringen der Revision, der Zweck der Veröffentlichung sei in erster Reihe aus den Zielen der Zeitschrift selbst abzuleiten und durch deren Stellung zum RDM. bestimmt gewesen, nicht geeignet, die Aufsätze des Drittbeklagten ihrer wettbewerbslichen Bedeutung zu entkleiden. Dieser mag, wie die Revision geltend macht, nicht von sich aus den Plan gefaßt und verfolgt haben, sich an die Öffentlichkeit zu wenden, sondern hierzu erst durch die Aufforderung des Erstbeklagten veranlaßt worden sein. Er mag auch mit den Aufsätzen zugleich das Ziel verfolgt haben, den Gütegedanken im Fahrradfache zu fördern und damit der Allgemeinheit zu nützen. Das alles vermag jedoch nichts daran zu ändern, daß er sich bei seiner Stellungnahme unverkennbar auch von Erwägungen hat leiten

lassen, die seiner engen Verbundenheit mit der Fahrradindustrie entsprangen und ihn betrogen, durch Hervorhebung ihrer Überlegenheit gegenüber dem Großhandel ihre wettbewerbliche Stellung zu stärken. Die von der Revision hervorgehobenen besonderen Umstände des Falles — die Einflußnahme des RDM. auf die Veröffentlichung der Aufsätze in Fortsetzung der von ihm bereits im B.er Strafverfahren ergriffenen Maßnahmen, die Aufforderung des Erstbeklagten zur Abfassung der Aufsätze und deren Erscheinen im Fachorgan des RDM. — genügt, wie der Inhalt der Aufsätze ergibt, nicht, um den Drittbeklagten von einer seiner einseitigen Einstellung entsprechenden Behandlung der Streitfrage und ihrer Beantwortung unter Voranstellung der Belange der Fahrradindustrie abzuhalten. Er hat die sich ihm bietende, wenn auch von ihm nicht herbeigeführte Gelegenheit ergriffen, um sich für die ihm nahestehende Industrie einzusetzen. Da dies gegenüber Kreisen geschah, die vor allem als Abnehmer von Fahrrädern in Betracht kamen, konnte der Zweck seines Vorgehens, zum mindesten nebenher, nicht anderer als wettbewerblicher Art sein. Dazu bedurfte es entgegen der Ansicht der Revision auch keines ausdrücklichen Hinweises auf seine Stellung im Vorstände der D.-Werke und des BDFB. Abgesehen davon, daß im drittlezten Absätze des ersten Aufsatzes auf die Beziehungen des Verfassers zu einem Werke der Fahrradindustrie hingewiesen, die Kenntnis eines großen Teils der Leser davon, um welches Werk es sich dabei handele, wohl auch ohne weiteres vorausgesetzt wird, ergab sich die wettbewerbliche Bedeutung der Ausführungen schon aus ihrem Inhalt. Dieser hätte selbst dann eindeutig zugunsten der Fahrradindustrie gesprochen, wenn die Aufsätze ohne den Namen des Verfassers veröffentlicht worden wären. Daß der Drittbeklagte wettbewerbliche Zwecke wenigstens mitverfolgt hat, kann endlich auch nicht durch den Hinweis der Revision darauf widerlegt werden, das B.er Urteil sei auch in anderen Zeitschriften, so in der F&F., dem Organ des Erstklägers, und der Zeitschrift „Der deutsche Radfahrer“, in einem mit der Auffassung des Drittbeklagten übereinstimmenden Sinne besprochen worden. Hieraus kann gegen die Annahme, der Drittbeklagte habe zu Wettbewerbszwecken gehandelt, schon deshalb nichts hergeleitet werden, weil eine von anderer Seite ausgehende Stellungnahme zu dem Streit über den Markenradbegriff die Umstände, die dem Verhalten des Drittbeklagten wettbewerbliche Bedeutung verliehen,

nämlich seine engen Beziehungen zur Markenradindustrie und sein klares Eintreten für diese, in keiner Weise berührte. Das Berufungsgericht brauchte hierauf nicht noch besonders einzugehen.

Auch beim Erstbeklagten hat das Berufungsgericht eine Verfolgung wettbewerblicher Zwecke mit Recht bejaht. War dieser, wie es feststellt und wie es nach Lage der Sache nicht anders sein kann, darüber unterrichtet, daß zwischen Fahrradindustrie und Großhandel tiefgehende Meinungsverschiedenheiten über den Begriff des Markenrades bestanden, die nicht nur theoretischer Natur waren, sondern erhebliche wirtschaftliche Bedeutung für die beteiligten Gewerbezweige besaßen, so konnte ihm nicht entgehen, daß die Ausführungen des Drittbeklagten mit ihrem entschiedenen Eintreten für die Auffassung und Belange der Fahrradindustrie geeignet und bestimmt waren, diese im Wettbewerbe gegenüber dem Großhandel in Vorteil zu setzen. Brachte er die Aufsätze gleichwohl zum Abdruck, so machte er sich die Absichten des Drittbeklagten zu eigen und betätigte sich damit selbst in einer Weise, die der Fahrradindustrie wettbewerblich zustatten kam. Es ist rechtlich nicht zu beanstanden, wenn das Berufungsgericht schon hieraus folgert, daß auch er durch die Veröffentlichung bewußt den Belangen der Fahrradfabriken habe dienen wollen. Auch der Erstbeklagte kann sich nicht darauf berufen, daß er sich lebiglich für den Gedanken einer Gütesteigerung im Fahrradfach habe einsetzen und zum Nutzen der Allgemeinheit im Sinne der vom RDM. vertretenen Ziele habe wirken wollen, überdies durch die ausdrücklichen Wünsche des RDM. gebunden gewesen sei. Derartige Erwägungen und Rücksichten mögen bei ihm wesentlich mitgesprochen haben und — entsprechend der Stellung seiner Zeitschrift zum RDM. — für sein Handeln in stärkerem Maße bestimmend gewesen sein, als es beim Drittbeklagten der Fall war. Sie konnten jedoch angesichts des Inhalts der Aufsätze nicht so weit gehen, daß er sich ihrer wettbewerblichen Bedeutung für die Fahrradindustrie nicht hätte bewußt werden müssen. Er wäre in der Lage gewesen, die Aufsätze wegen ihrer einseitigen Stellungnahme für die Markenradindustrie zurückzuweisen oder auf eine Beseitigung oder Milderung der darin enthaltenen Betonung ihrer Überlegenheit über den Großhandel hinzuwirken. Sah er hiervon ab, so brachte er zum Ausdruck, daß er die Meinung des Drittbeklagten teile und sein Vorgehen billige. Damit bekannte auch er sich zu dem wettbewerblichen Zwecke, den

dieser nachging. Soweit noch Zweifel hierüber bestehen könnten, verweist das Berufungsgericht mit Recht auf die Abbildung in Nr. 2490 der Zeitschrift, die der Erstbeklagte, wie es feststellt, unabhängig vom Drittbeklagten oder der Markenradindustrie veröffentlicht hat. Wenn es aus der darin klar zutage tretenden Absicht, die Markenräder der Fahrradindustrie als den Spezialrädern des Großhandels überlegen hinzustellen, einen Schluß auf die Einstellung des Erstbeklagten gegenüber letzterem zieht und seine Annahme, der Erstbeklagte habe auch bei der Wiedergabe der Aufsätze des Drittbeklagten wettbewerbliche Zwecke verfolgt, bestätigt findet, so vermag die Revision gegen diese im wesentlichen auf tatsächlichem Gebiete liegende Ermägung nichts Stichthaltiges vorzubringen. Das Bild mit dem ihm beigefügten Text kann schon für sich allein nur dahin verstanden werden, daß selbst in den entlegensten und kulturfernsten Gegenden dem Markenrade der Vorzug vor einem Spezialrade gegeben werde. Es besagt nicht, daß hiermit nur ein Spezialrad minderer Güte gemeint sei, sondern trifft die Spezialräder ohne Ausnahme. Auch der Hinweis auf den Inhalt des „Radmarktes“, auf dem jene Auffassung beruhe, ist nicht geeignet, den verallgemeinernden Sinn des Bildes einzuengen. Gerade wenn, wie die Revision hervorhebt, in früheren Nummern des „Radmarktes“ ausgeführt worden war, daß die Fahrradindustrie die von ihr früher gleichfalls geübte Herstellung von Spezialrädern inzwischen wieder aufgegeben habe und nur noch Markenräder baue, mußte der Beschauer des Bildes, der dies gelesen hatte, die dem Bilde beigefügte Bemerkung auf die allein noch in den Verkehr gelangenden Spezialräder des Großhandels, und zwar auf diese ganz allgemein, beziehen. Das Berufungsgericht konnte deshalb aus der in der Veröffentlichung des Bildes zutage tretenden Absicht des Erstbeklagten, die Spezialräder des Großhandels gegenüber den angeblich wertvolleren Markenrädern der Fahrradindustrie herabzusetzen, einen Wettbewerbszweck auch für die von ihm veranlaßte Veröffentlichung der beanstandeten Aufsätze folgern.

Der Erstbeklagte kann endlich auch nicht in Anspruch nehmen, daß er schon deswegen nicht zu Zwecken des Wettbewerbs gehandelt haben könne, weil die Bedeutung seiner Veröffentlichungen durch ihr Erscheinen in einem Fachblatte, das sich pflichtgemäß für die gesetzlich begründeten Belange seiner Fachgruppe einsetze und damit das Wohl der Allgemeinheit wahrnehme, eindeutig bestimmt sei. Wie das

Berufungsgericht mit Recht ausführt, nimmt auch ein Fachblatt lediglich wegen dieser seiner Eigenschaft keine Sonderstellung im wettbewerblichen Verkehr ein. Es kann wie jeder andere fremden Wettbewerb fördern, wenn es in seinen Veröffentlichungen für einen bestimmten Gewerbezweig zum Nachteil der Mitbewerber Partei ergreift. Daß sich der Erstbeklagte hiervon nicht schon um bezwillen für entlastet halten kann, weil er geglaubt und beabsichtigt hat, mit seinem Vorgehen in Übereinstimmung mit den Wünschen der Fachgruppe gemeinnützigen Zielen zu dienen, ist oben ausgeführt worden. Das Berufungsgericht geht mit Recht davon aus, daß er sich zum mindesten neben diesen Zwecken, ebenso wie der Drittbeklagte, bewußt auch für die Belange eines bestimmten Industriezweigs, der Fahrradfabriken, hat einsetzen und ihnen zu einem geschäftlichen Vorprung gegenüber dem Großhandel hat verhelfen wollen. Was die Revision hiergegen vorbringt, vermag diese Annahme nicht zu entkräften.

2. Das Berufungsgericht hält ebenso wie das Landgericht die vom Erstkläger in den Klageanträgen la bis c geltend gemachten Unterlassungsansprüche unter dem Gesichtspunkt einer persönlichen und vergleichenden Werbung im Sinne des § 1 UnWG. für begründet. Es geht von dem in der Rechtsprechung anerkannten Grundsatz aus, daß die Heranziehung persönlicher Eigenschaften und Verhältnisse eines Mitbewerbers zur Förderung des eigenen Absatzes oder eine Vergleichung der eigenen Ware oder Leistung mit der des Wettbewerbers zum Zwecke der Untpreisung der ersten auf Kosten der als minderwertig hingestellten fremden Ware oder Leistung den Anschauungen des anständigen Geschäftsverkehrs zuwiderläuft. Eine solche Werbung bedient sich wettbewerbsfremder Mittel, indem sie dem Urteil, das sich die Allgemeinheit auf Grund eigener Prüfung und Erfahrung über die Güte des Angebots bilden soll, dadurch vorgreift, daß sie durch absprechende Bewertung des Mitbewerbers oder seiner Leistung die einseitige Auffassung des Werbenden als maßgeblich hinstellt und so den Unvorbenen in seiner Entschließung zum Nachteil des Mitbewerbers beeinflusst. Dabei kommt es nicht auf die Wahrheit der aufgestellten Behauptungen an. Die Gründe, die eine persönliche oder vergleichende Werbung als unzulässig und sittenwidrig im Sinne des § 1 UnWG. erscheinen lassen, entfallen auch dann nicht, wenn sich der Werbende auf die Richtigkeit seiner Angaben berufen kann. Das Berufungsgericht läßt deshalb dahingestellt, ob die Behauptungen

der Beklagten, durch die sich die Kläger beeinträchtigt fühlen, zu treffen.

a) Das mit dem Klageantrag 1a geforderte Verbot der Behauptung, das Spezialrad des Großhandels sei gegenüber dem Spezialrade der Markenfabriken von minderer Güte, leitet der Erstkläger aus dem vorletzten Satze des Abs. 5 des beanstandeten Aufsatzes in Nr. 2485 des „Radmarktes“ her. Er ist also der Meinung, dort werde ein Vergleich zwischen den Spezialrädern des Großhandels und denen der Markenradfabriken in der Weise gezogen, daß die ersten ganz allgemein als gegenüber den zweiten von geringerer Güte hingestellt würden. Denn nur wenn dies der Sinn des erwähnten Satzes wäre, wäre ein Verbot des verlangten Inhalts begründet. Es wäre nicht gerechtfertigt, wenn der angeführten Stelle des Aufsatzes oder seinem sonstigen Inhalte nur eine absprechende Beurteilung der Spezialräder des Großhandels in anderer Hinsicht, so im allgemeinen oder gegenüber den Markenrädern der Fahrradindustrie, zu entziehen wäre. Der Revision ist zuzugeben, daß die Ausführungen des Berufungsgerichts eine klare Feststellung, inwiefern in dem Aufsatz ein Vergleich des behaupteten Inhalts gezogen werde, vermissen lassen. Das Berufungsgericht verweist auf verschiedene Stellen des Aufsatzes, in denen von der Beschaffenheit der Spezialräder des Großhandels die Rede sei, und ist der Meinung, diese würden damit dem Sinne nach als minderwertig bezeichnet. Das trifft aber nicht das, worauf sich das Unterlassungsbegehren richtet. Es fehlt an der Feststellung, daß die Minderwertigkeit im Verhältnis zu den Spezialrädern der Fahrradindustrie behauptet werde. Das Unterlassungsbegehren kann nicht dahin ausgelegt werden, daß der Erstkläger damit jede abfällige Beurteilung der Spezialräder des Großhandels bekämpfen wolle. Er wendet sich lediglich gegen ihre Vergleichung mit den Spezialrädern der Fahrradindustrie, und es steht völlig dahin, ob er einem Vergleich auch dann entgegengetreten würde oder entgegengetreten wäre, wenn er sich etwa auf deren Markenräder bezöge. Einem solchen Verlangen könnte jedenfalls nicht in der Weise stattgegeben werden, daß den Beklagten eine Behauptung des mit dem Klageantrag 1a beanstandeten Inhalts untersagt würde. Der vom Erstkläger zur Begründung seines Unterlassungsbegehrens angeführte Satz ergibt nichts dafür, daß damit den Spezialrädern der Fahrradindustrie schlechthin eine in der Güte liegende Überlegenheit über die

Spezialräder des Großhandels beigelegt werden sollte. Der Sinn des Satzes ergibt sich aus dem Zusammenhang. Im Rahmen der Darstellung, welche die geschichtliche Entwicklung des Markenradbegriffs schildert, wird ausgeführt, daß mancher Einzelhändler, besonders in der Zeit des wirtschaftlichen Niederganges, dazu übergegangen sei, die billigeren Spezialräder des Großhandels zu bevorzugen, weil er durch ihren Absatz auch bei minderer Güte einen höheren Gewinn habe erzielen können als beim Verkaufe der teureren Spezialräder der Fabriken, die auch bei diesen auf Güte halten müssen, je mehr sie als ihre Hersteller im Verbraucherkreise schließlich doch bekannt geworden seien. Damit wird behauptet, der Einzelhandel sei der besseren Gewinnmöglichkeiten wegen aus der Zahl der nach Preis und damit selbstverständlich auch nach Güte abgestuften Spezialräder mehr und mehr auf billigere und damit minderwertigere Erzeugnisse des Großhandels zugekommen und habe die teureren und besseren Spezialräder der Fahrradindustrie hintangesezt. Darin liegt keineswegs eine abfällige Beurteilung der Spezialräder des Großhandels in dem Sinne, daß sie den Spezialrädern der Fahrradfabriken an Güte schlechthin nachstünden, wie es der Fall sein müßte, wenn der Klageantrag 1a begründet sein sollte. Es wird kein Vergleich in diesem Sinne zwischen den Spezialrädern des Großhandels und denen der Fahrradindustrie gezogen, sondern lediglich an die von den Parteien nicht bezweifelte, wohl auch kaum bestreitbare Tatsache angeknüpft, daß es dem durch derartige Rücksichten nicht gebundenen Großhandel möglich gewesen sei, billigere und darum minderwertigere Spezialräder herzustellen als die Fahrradfabriken, die zur Wahrung des Rufes ihrer Markenräder auch insoweit eine bestimmte Gütegrenze nicht hätten unterschreiten können. Das bedeutet etwas völlig anderes, als was der Erstkläger dem behandelten Satz entnimmt. Auch aus dem übrigen Inhalt des Aufsatzes kann nicht gefolgert werden, daß ein Vergleich der behaupteten Art gezogen werde. Soweit darin von einer minderen Güte der Spezialräder des Großhandels die Rede ist, bezieht sich das immer nur auf das Verhältnis zu den Markenrädern der Fahrradindustrie, deren Überlegenheit betont wird. Für eine andere Auffassung bliebe auch schon deshalb kein Raum, weil an anderer Stelle des Aufsatzes darauf hingewiesen wird, daß, sofern eine Fahrradfabrik auch Spezialräder hergestellt habe, sie hiervon immer sehr bald wieder abgegangen sei,

weil sie den Herstellungs- und Einkaufsmaßregeln des Großhandels nicht habe folgen können oder wollen. Schon danach kann der Leser kaum auf den Gedanken kommen, der Hinweis auf die mindere Güte der Spezialräder des Großhandels gelte gegenüber den nach der weiteren Darstellung des Aufsatzes nicht mehr im Handel befindlichen und deshalb für den Verkehr bedeutungslosen Spezialrädern der Fahrradfabriken. Zieht man weiter in Betracht, daß sich die Ausführungen des Aufsatzes an Fachkreise richten, denen die Verhältnisse im Fahrradgewerbe und der zwischen Industrie und Großhandel bestehende Wettbewerbskampf nicht fremd sind, so entfällt vollends die Möglichkeit, daß die Veröffentlichung von einem überhaupt noch beachtlichen Teile derer, an die sie sich richtete, in dem vom Erstkläger behaupteten Sinne hätte verstanden werden können.

Daraus ergibt sich, daß der Vorwurf, der Drittbeklagte habe in der mit dem Klageantrag 1a beanstandeten Weise gegen die Grundsätze des lauteren Wettbewerbs verstoßen, in den hierfür angeführten Unterlagen keine Stütze findet. Das hat, ohne daß es eines Eingehens auf das weitere Vorbringen der Revision hierzu bedarf, zur Folge, daß seine insoweit ausgesprochene Verurteilung zur Unterlassung nicht aufrechterhalten werden kann. Das Revisionsgericht ist, da der Sachverhalt keiner weiteren Klärung bedarf, in der Lage, gemäß § 565 Abs. 3 Nr. 1 ZPO. in der Sache selbst zu entscheiden. Die Klage war deshalb in diesem Umfang abzuweisen. Die Abweisung hatte sich zugleich auf die Ansprüche unter 2, 4 und 5 des Klageantrags zu erstrecken, soweit sie auf dem mit dem Klageantrag 1a beanstandeten Sachverhalt beruhen.

b) Die Tatbestände, die den Gegenstand der Klageanträge 1b und 1c bilden, sind, wie das Berufungsgericht zutreffend feststellt, in den Absätzen 8 und 9 des ersten der beiden Aufsätze verwirklicht. Dort heißt es, der Großhandel sei nicht in der Lage, die mit dem Begriffe „Markenrad“ nun einmal überlieferungsgemäß in Verbindung stehenden Verpflichtungen zu erfüllen: gleichbleibende gute Beschaffenheit bei Selbstherstellung der wichtigsten Teile, feste Verkaufspreise, soziale Einrichtungen und Fürsorge in den Betrieben, opferbereite Beteiligung an den Gemeinschaftsaufgaben, wie technische Entwicklung, Normung, Radspport, Radwegebau, Repräsentations-Ausstellungen und vieles andere, und es wird weiter gesagt, die Markenradindustrie fühle sich auch volkswirtschaftlich und sozial-

politisch als der wertvollere Teil (nämlich, wie aus dem Zusammenhange hervorgeht, gegenüber den Spezialräder herstellenden Betrieben). Das Berufungsgericht erblickt auch hierin ohne Rücksicht darauf, ob die aufgestellten Behauptungen wahr seien, eine unzulässige vergleichende Werbung. Es verjagt den Beklagten die Befugnis, sich zur Rechtfertigung ihres Verhaltens auf das Vorliegen eines statthaften Systemvergleichs oder den Gesichtspunkt gebotener Abwehr zu berufen.

Die Revision macht demgegenüber geltend, das Berufungsgericht verkenne die rechtliche Bedeutung der Grundsätze, nach denen eine persönliche oder vergleichende Werbung jedenfalls dann erlaubt sei, wenn sie im Rahmen eines Systemvergleichs oder zur Abwehr eines rechtswidrigen Angriffs stattfinde. Dem Drittbeklagten habe, so führt sie aus, nicht verwehrt werden können, sich gegen den vom Großhandel geübten Gebrauch der Bezeichnung „Markenrad“ für die von ihm zusammengebauten Spezialräder zu wenden, da bei diesen die Voraussetzungen, deren es nach der Auffassung des Verkehrs für den Begriff des Markenrades bedürfe, nicht erfüllt seien. Dem Mißbrauch habe nicht anders entgegengetreten werden können als durch den Hinweis darauf, daß der Großhandel die Anforderungen technischer, wirtschaftlicher und sozialer Art, deren Vorhandensein allein die Bezeichnung Markenrad rechtfertige, weder gewährleiste noch gewährleisten könne. Darin liege kein Vergleich der Spezialräder des Großhandels mit den Markenrädern der Industrie, sondern lediglich eine Prüfung, inwieweit ein Spezialrad an Hand der Merkmale des Begriffes „Markenrad“ diesem Begriff untergeordnet werden könne, insbesondere nach der Richtung, daß der Großhandel, der die wichtigsten Teile der von ihm zusammengebauten Fahrräder nicht selbst herstelle, sondern zusammenkaufe und über keine Einrichtungen für physikalische Werkstoffprüfungen verfüge, nicht, wie die Industrie, für eine stets gleichbleibende gute Beschaffenheit einstehen könne, was nach der Verkehrsauffassung für Markenräder erforderlich sei. Wenn der Drittbeklagte weiter dargelegt habe, daß die Markenradindustrie nach ihrem System der Preisbildung des Kleinhandels für die Einhaltung gerechter und fester Preise gesorgt habe und Sorge, was vom Großhandel nicht sichergestellt werde, so handele es sich dabei, wenn überhaupt um einen Vergleich und nicht nur um die Unterstellung eines Tatbestands unter einen Verkehrsbegriff, höchstens

um einen Systemvergleich, den das Berufungsgericht zu Unrecht ablehnte. Zu diesem Vorbringen der Revision ist folgendes zu bemerken:

Soweit in der Rechtsprechung ein an sich wettbewerbsfremder Hinweis auf die Person oder Leistung eines Mitbewerbers zugelassen worden ist, wenn er geeignet und bestimmt ist, einen von diesem ausgehenden Angriff abzuwehren, sind einem hierauf gegründeten Einwand insofern enge Grenzen gesetzt, als die als Abwehrmaßnahme bezeichnete Handlung auf jeden Fall notwendig gewesen sein muß, um vom Angreifer hingenommen werden zu müssen. Stehen dem Angegriffenen Mittel und Wege zur Verfügung, um sich auf andere Weise in einem seinen berechtigten Belangen entsprechenden Maße gegen Beeinträchtigungen zu schützen, so ist der Einwand der Abwehr nicht begründet. Er versagt deshalb, wenn der Verletzte imstande ist, die Hilfe des Gerichts oder anderer Stellen in Anspruch zu nehmen, bei denen er sein Recht suchen kann. Ebenso wenig greift er durch, soweit die Abwehrhandlung über das Maß des sachlich Notwendigen hinausgeht und offensichtlich eine durch den Verteidigungszweck nicht gebotene wettbewerbswidrige Beeinträchtigung des Angreifers zur Folge hat. Geht man hiervon aus, so ist dem Berufungsgericht beizutreten, wenn es dem Abwehreinwande des Drittbeklagten schon deshalb kein Gehör schenkt, weil, wie es feststellt, der Streit um den Markenradbegriff bereits durch das B. er Urteil zugunsten der Markenradindustrie geklärt war und hiergegen gerichtete Äußerungen der Gegenseite, die einer Zurückweisung oder Widerlegung bedurft hätten, seither nicht ergangen waren. Hielten es die Beklagten für erforderlich, das Ergebnis des B. er Strafverfahrens den Lesern des „Radmarktes“ noch besonders zur Kenntnis zu bringen, so hätte es genügt, die Gründe wiederzugeben, auf denen jene Entscheidung beruhte, und darzulegen, daß und weshalb man sie für zutreffend halte. Es war aber nicht nötig, darüber hinaus zu behaupten, der Großhandel sei außerstande, die für den Begriff des Markenrades wesentlichen Voraussetzungen zu erfüllen, und erfülle sie auch nicht. Hierin lag eine wettbewerbliche Herabsetzung des Großhandels, zu der nach dem Erlaß des B. er Urteils kein Anlaß mehr bestand. Wenn die Revision meint, dieses Urteil habe die Markenradfrage noch keineswegs abschließend geklärt, wie sich schon daraus ergebe, daß ein anderer bereits anhängiger, dieselbe Frage betreffender Rechtsstreit habe weitergeführt werden

müssen, so ist dem entgegenzuhalten, daß hier keine neue Angriffsmaßnahme des Großhandels in Betracht kam, die eine alsbaldige Zurückweisung erfordert hätte, und daß überdies die in diesem bereits anhängigen Rechtsstreit zu erwartende Entscheidung für die Fahrradindustrie ebenfalls eine Lösung des Streites erwarten ließ, die eine besondere Erörterung der Frage in der Öffentlichkeit entbehrlich machte. Da der Drittbeklagte diese andere Klage als Vorsitzender des VDFV selbst erhoben und damit seiner Pflicht zur Wahrung der Belange der Fahrradindustrie bereits Genüge getan hatte, läßt sich die Notwendigkeit seines Vorgehens entgegen der Ansicht der Revision auch nicht mit dem Hinweise darauf begründen, daß er hierzu besonders persönlich berufen gewesen sei.

Dazu kommt, daß die Veröffentlichung in den mit den Klageanträgen 1b und c beanstandeten Stellen auch der Sache nach die Grenzen überschritt, die mit einer zulässigen Abwehr vereinbar waren. Wenn darin dem Großhandel die Fähigkeit abgesprochen wurde, in seinen sozialen Einrichtungen, der Fürsorge in den Betrieben und an opferbereiter Beteiligung an den Gemeinschaftsaufgaben den Verpflichtungen zu genügen, die mit dem Begriffe „Markenrad“ in Verbindung ständen, und wenn für die Markentradingindustrie deshalb in Anspruch genommen wurde, sich wirtschaftlich und sozialpolitisch als der wertvollere Teil fühlen zu dürfen, so wurden damit Gesichtspunkte herangezogen, die, selbst wenn sie im einzelnen Falle zuträfen, mit einer sachlichen Verteidigung gegen eine mißbräuchliche Verwendung der Bezeichnung Markenrad durch den Großhandel nichts zu tun hatten. Sie entsprachen weder den Vorstellungen, die der Verkehr üblicherweise mit dem Begriffe des Markenrades verbindet, so daß sie zur Aufklärung und Richtigstellung nicht erwähnt zu werden brauchten, noch boten sie die Möglichkeit, sie auf ihre Richtigkeit, zum mindesten in der behaupteten Verallgemeinerung, nachzuprüfen. Soweit sie ein bloßes Werturteil enthielten, waren sie ohnehin nicht geeignet, die Unrechtmäßigkeit der Verwendung der Bezeichnung Markenrad durch den Großhandel darzutun. Wenn diesem fehlende soziale Fürsorge, Mangel an Opferbereitschaft bei der Erfüllung der Gemeinschaftsaufgaben sowie wirtschaftliche und sozialpolitische Minderwertigkeit gegenüber der Fahrradindustrie nachgesagt wurde, so bedeutete dies, wie das Berufungsgericht mit Recht hervorhebt, in der Tat eine unsachliche, auf persönliche Verunglimpfung des Gegners

hinauslaufende Kampfestweise, die mit dem Einwande gebotener Abwehr nicht gerechtfertigt werden kann.

Am Mangel der Sachlichkeit scheitert auch die Berufung der Beklagten auf die Zulässigkeit eines Systemvergleichs. Es mag dahinstehen, ob sich mit diesem Gesichtspunkt die Zulässigkeit einer persönlichen oder vergleichenden Werbung überhaupt in dem von der Revision angenommenen Umfange rechtfertigen läßt, wenn es sich, wie hier, nicht um eine rein wissenschaftliche, sondern zugleich um eine wettbewerbliche Behandlung von Fragen handelt, die, obschon keinen bestimmten Mitbewerber, so doch einen im Wettbewerbe stehenden Gewerbebezweig und seine Erzeugnisse berühren, oder ob es in Fällen solcher Art für die Zulässigkeit eines Vergleichs nicht vielmehr lediglich darauf ankommt, ob es der vergleichenden Heranziehung bedurfte, um einen sonst nicht darstellbaren Vorzug der eigenen Ware oder Leistung in einer durch den Werbezweck gebotenen Weise anschaulich zu machen (vgl. MuW. 1940 S. 132, 152). Soweit die Beklagten mit ihren Ausführungen die Unterschiede zwischen den nach ihrer Meinung für die Betriebs- und Absatzverhältnisse der Markenradindustrie wesentlichen Voraussetzungen und den die Bezeichnung Markenrad ausschließenden Verhältnissen des Großhandels darlegen wollten, wäre ein Vergleich jedenfalls nur dann erlaubt gewesen, wenn sie sich auf eine Hervorhebung der Merkmale beschränkt hätten, ohne die sich die Verschiedenheit jener Verhältnisse nicht verdeutlichen ließ. Das ist nach dem vorher Ausgeführten nicht der Fall. Die herabsetzenden und zum Teil eines tatsächlichen, auf seine Richtigkeit nachprüfbaren Inhalts überhaupt ermangelnden Behauptungen waren für die Veranschaulichung dessen, was nach der Auffassung der Fahrradindustrie im Gegensatz zu der des Großhandels den Begriff des Markenrades ausmache, entbehrlich und deshalb unzulässig.

Die Revision macht gegenüber der hiernach zu Recht ausgesprochenen Beurteilung des Drittbeklagten zur Unterlassung der mit den Klageanträgen 1b und c beanstandeten Behauptungen noch geltend, ein Verbot des dem Antrag 1b entsprechenden Inhalts könne, wenn es nach dem Wortlaute der Urteilsformel veröffentlicht werde, nur dahin verstanden werden, daß dem Beklagten eine unrichtige Behauptung untersagt werde; der Leser des „Radmarktes“ müsse also irrtümlich annehmen, der Großhandel habe bewiesen, daß er alle Voraussetzungen für einen rechtmäßigen Gebrauch der Bezeichnung

Markenrad erfülle, und dürfe deshalb seine Spezialräder so nennen. Das Berufungsgericht habe deshalb mindestens zum Ausdruck bringen müssen, daß sich das Verbot auf eine Äußerung des angegebenten Inhalts im Rahmen einer unzulässigen Vergleichung der Spezialräder des Großhandels mit den Markenrädern der Markentrabindustrie beschränke. Die Revision läßt hierbei außer acht: Schon die in der Urteilsformel enthaltene Hervorhebung, daß den Beklagten die Aufstellung der Behauptung zu Wettbewerbszwecken unterlagt werde, kann keinen Zweifel darüber aufkommen lassen, daß der Grund des Verbots nicht in der Unrichtigkeit der Behauptung, sondern in ihrer Wettbewerbswidrigkeit liegt, die auch gegeben sein kann, wenn die Behauptung zutrifft. Die Bedenken der Revision sind deshalb nicht begründet.

3. Daß auch der Erstbeklagte den durch die Aufsätze verwirklichten Wettbewerbsverstoß ebenso wie der Drittbeklagte zu vertreten habe, folgert das Berufungsgericht daraus, daß er, wie es feststellt, die wettbewerbliche Bedeutung der Aufsätze erkannt und durch ihre Veröffentlichung zu Zwecken des Wettbewerbs in den Kampf zwischen Markentrabindustrie und Großhandel zugunsten der ersten eingegriffen habe. Es erachtet damit die Erfordernisse einer haftungsbegründenden Mittäterschaft für gegeben. Wenn die Revision dem entgegenhält, daß Berufungsgericht lasse es an einer ausreichenden Begründung hierfür fehlen und begnüge sich mit einer von ihm selbst abgelehnten rein sachlichen Beurteilung der Mittäterschaft, so folgt schon aus den Ausführungen oben unter 1, daß dieser Vorwurf unbegründet ist. War auch für den Erstbeklagten die Verfolgung wettbewerblicher Ziele zum mindesten mitbestimmend für die Veröffentlichung der Aufsätze, so ergibt sich daraus ohne weiteres, daß ihn die Verantwortung für deren Inhalt in demselben Maße trifft wie den Drittbeklagten. Was die Revision hierzu vorbringt, ist bereits oben beschrieben worden. Dort ist auch ausgeführt, welche Bedeutung dem in der Nummer 2490 des „Radmarktes“ veröffentlichten Bilde zukommt. Es stellt unzweifelhaft eine nach § 1 UnlWB. unzulässige wettbewerbliche Herabsetzung der Spezialräder des Großhandels dar. Auch insoweit begegnet das gegen den Erstbeklagten ausgesprochene Unterlassungsgebot keinen Bedenken. Im Rahmen der diesen treffenden Unterlassungspflicht haftet, wie das Berufungsgericht unter Verweisung auf § 13 Abs. 3 UnlWB. mit Recht ausführt, auch die Zweitbeklagte.

4. Der Feststellung des Berufungsgerichts, daß die Beklagten verpflichtet sind, den Klägern zu 2 und 3 den durch ihr wettbewerbswidriges Verhalten entstandenen und noch entstehenden Schaden zu ersetzen, hält die Revision entgegen, für einen Schaden der Kläger, der auch nach der Ansicht des Berufungsgerichts nur in den Aufwendungen bestehen könne, deren es bedürfe, um im Publikum den durch die beanstandeten Handlungen hervorgerufenen Eindruck der Minderwertigkeit ihrer Spezialräder zu beseitigen, bleibe kein Raum, wenn, wie es der Fall sei, ihr guter Ruf schon durch die Veröffentlichung des Urteils wiederhergestellt werde. Die Revision verkennt hierbei — und auch dem Berufungsgericht kann insoweit nicht gefolgt werden —, daß nach der Lebenserfahrung jede wettbewerbliche Beeinträchtigung durch unzulässige persönliche oder vergleichende Werbung die Entstehung eines Schadens durch Minderung des Umsatzes ohne weiteres wahrscheinlich macht, mag der Betroffene auch in der Regel außerstande sein, ihn ziffernmäßig nachzuweisen. Diese Beweischwierigkeit, zu deren Überwindung § 287 B.P.D. eine brauchbare Handhabe bietet, kann nicht dazu führen, dem Verletzten von vornherein einen Anspruch auf Feststellung zu versagen. Die dazu erforderliche Wahrscheinlichkeit ist schon durch die allgemeine, in dem Zweck und der erfahrungsgemäßen Wirkung jeder Werbung begründete Lage gegeben. Deshalb kann dahingestellt bleiben, ob das Vorbringen der Revision geeignet sein könnte, die Ansicht des Berufungsgerichts zu widerlegen, daß der zu ersetzende Schaden nur in Aufwendungen zur Wiederherstellung des guten Rufes des Verletzten bestehen könne.

Eine Schadenshaftung auch der Zweitebklagten leitet das Berufungsgericht daraus her, daß nach ihrem eigenen Vortrage die Leitung des Verlags stets einen Gesamtüberblick über die Haltung und Absichten der Schriftleiter besitze und daß die Zeitschrift regelmäßig durch den Direktionssekretär im Auftrage der Direktion durchgesehen werde. Das Berufungsgericht schließt hieraus, der Verlagsleitung könne nicht entgangen sein, daß die Schriftleitung in den zwischen dem Großhandel und den Markentrabfabriken entbrannten Kampf um den Begriff „Markenrad“ eingegriffen und zugunsten der Fabriken Stellung genommen habe. Da sie dagegen nichts unternommen habe, sei davon auszugehen, daß der Verlag mit der Haltung und Einstellung seines Schriftleiters einverstanden

gewesen sei. Das Berufungsgericht stellt damit in rechtsirrtumsfreier, tatrichterlicher Würdigung fest, daß die Zweitbeklagte von dem beanstandeten Inhalte der beiden Hefte vor ihrem Erscheinen Kenntnis erlangt und ihn gebilligt habe. Die Revision zieht dies ohne Grund in Zweifel.

Gegen die Anerkennung der Veröffentlichungsbefugnis ist rechtlich nichts einzuwenden. Die Revision erhebt insoweit auch keine Angriffe.