Mitteilung über Vertragspartnerwechsel

Eigener Leitsatz:

Wenn ein Marktteilnehmer eine Mitteilung über einen Besetzungswechsel im Presse- und Verlagsbereich macht, ist diese unter wettbewerblichen Gesichtspunkten nicht zu beanstanden, solange derartige Rundschreiben keine polemischen, überzogenen oder sonst unnötig herabsetzenden Äußerungen über den ehemaligen Vertragspartner enthalten und nur rein informatorischen Zwecken dienen.

LG Köln

Urteil vom 25.03.2008

Az.: 8 0 185/07

Tenor:

Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin 46.623,36 € nebst Zinsen in Höhe von

8 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 26.05.2007 zu zahlen.

Die Kosten des Rechtsstreits werden der Beklagten auferlegt.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrages.

Tatbestand

Die Klägerin ist Rechtsnachfolgerin der I GmbH, der 1993 mit der Beklagten einen „Bewirtschaftungsvertrag“ über die Zeitschrift „Q und H“ abgeschlossen hatte. Dieser Vertrag wurde im Jahr 2001 auf die Zeitschrift „QH“ erstreckt. Die

monatliche Pauschalvergütung, die die Beklagte zu zahlen hatte, belief sich im streitgegenständlichen Zeitraum auf 16.017,12 €; in § 14 des Erstvertrages ist als Gerichtsstand Köln vereinbart. Wegen des weiteren Inhalts der Verträge vom 28.05.1993 und 25./27.04.2001 wird auf Bl. 1-6 AH Bezug genommen.

Der Vertrag lief zum 31.12.2007 aus; die Vergütung für die Monate Februar bis April 2007 steht noch offen (48.051,36 €).

Die Berechtigung dieses Vergütungsanspruch steht zwischen den Parteien nicht im Streit; streitig ist allein, ob die Beklagte diesen Anspruch durch Aufrechnung erfüllt hat.

Nach der Kündigung der Beklagten, die zur Beendigung des Vertrags zum 31.12.2007 führte, hatte die Klägerin einen Nachfolger für die Bewirtschaftung gesucht und in der Firma L GmbH auch gefunden. Unmittelbar vor der vom 09. bis 13.02.2007 in Frankfurt stattfindenden Fachmesse „Ambiente“ versandte die Klägerin am 07. und 08.02.2007 Emailrundschreiben an die dortigen Aussteller, in welchen es auszugsweise heißt wie folgt:

„Seit 1993 bewirtschaftet der c für den Bundesverband die Fachzeitschrift „P+G“. Mit der Ausgabe 12/2007 endet dieser Vertrag. Für die Zeit ab 2008 hat der L-Verlag kein Angebot einer Bewirtschaftung abgegeben.

Der Bundesverband hat mit neun Verlagen gesprochen. Den Zuschlag hat die L GmbH, N, erhalten.

Ausschlaggebend waren

- * Ein überzeugendes Konzept
- * Eine Verzahnung mit der Händlerschaft (z.B. Händlerbeirat)
- * Ein ansprechendes Layout
- * Ein vielversprechendes Mitarbeiterkonzept

- * Ein persönlich engagierter Verleger
- * Eine hohe Kompetenz in benachbarten Branchen
- * Eine hervorragende Kombination aus Fachzeitschrift, Kundenzeitschrift und Web-Auftritt
- * Eine angemessene Bewirtschaftungspauschale und damit wichtige finanzielle Säule, die den Bundesverband auch weiterhin in die Lage versetzt, wichtige Initiativen aktiv in die Branche hineinzutragen.

Wir bitten Sie, dem neuen Verlag schon jetzt, in der Vorbereitung der Ausgaben des Jahres 2008, Ihr Vertrauen zu schenken und adäquat in Ihrer Mediaplanung 2008 zu berücksichtigen.

Herr L und zwei Mitarbeiter werden persönlich die Messe „Ambiente“ besuchen und stehen für erste Gespräche bereits zur Verfügung.“.

Wegen des weiteren Inhalts wird auf Bl. 28, 29 AH Bezug genommen.

Die Klägerin bringt von den offenen Vergütungen einen Gegenanspruch in Höhe von 1.428,00 € in Abzug und beantragt daher

wie erkannt.

Die Beklagte beantragt

die Klage abzuweisen.

Sie ist der Ansicht, das Rundschreiben der Klägerin sei wettbewerblich unzulässig und habe, so behauptet sie, Schäden verursacht, mit denen sie die Aufrechnung erklärt. Hierzu behauptet sie, aufgrund des unmittelbar vor der Messe versandten Rundschreibens hätten die sonst dort üblichen Acquisegespräche nahezu nicht stattfinden können. Vielmehr

hätten die Gespräche den Inhalt gehabt, über den Fortbestand der Zeitung aufklären zu müssen. Der Umsatz der sonst abgeschlossenen Anzeigengeschäfte sei wegen der Irritationen der Kunden in spe weggebrochen und habe – im Vergleich zum Vorjahr – einen Einbruch von 40.048,00 € mit sich gebracht; dies bestreitet die Klägerin mit Nichtwissen und verweist darauf, dass auch wegen schwankender Umsatzzahlen ein Einbruch denkbar sei.

Die Beklagte meint, das Schreiben überschreite die Grenzen zulässiger Information, da den angesprochenen Verkehrskreisen nahegelegt werde, von weiteren Anzeigen abzusehen und das Budget erst 2008 zu investieren. Jedenfalls die überschwängliche Darstellung der neuen Bewirtschafterin, die implizit die Beklagte herabsetze, und der Zeitpunkt der Versendung des Rundschreibens – 10 Monate vor Vertragsende und unmittelbar vor der „Ambiente“ – sei unlauter i.S.d. § 4 Nr. 7, 10 UWG.

Wegen des weiteren Sach- und Streitstandes wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage ist, worauf das Gericht in der mündlichen Verhandlung auch hingewiesen hatte, in vollem Umfang begründet.

Die Berechtigung des Klageanspruchs steht nicht im Streit. Anders als die Beklagte meint, ist dieser aber nicht durch die erklärte Aufrechnung erloschen, § 389 BGB. Es besteht nämlich keine aufrechenbare Gegenforderung.

Die Beklagte hat keinen Schadensersatzanspruch aus §§ 3, 4 Nr. 7, 10, 9 UWG, da die angegriffenen Rundschreiben der Klägerin unter wettbewerblichen Gesichtspunkten nicht zu beanstanden

sind. Hierbei kann dahinstehen, ob die Parteien – und nicht vielmehr nur die Beklagte und die L GmbH – überhaupt Mitbewerber i.S.d. § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG sind, woran Zweifel bestehen, weil die Klägerin sich nicht auf dem Markt der Beklagten bewegt, sondern sich gerade der Bewirtschafter bedient, um die Verlagsarbeit nicht selbst leisten zu müssen.

Zunächst liegt nämlich schon keine Behinderung i.S.d. § 4 Nr. 10 UWG vor.

Unter Behinderung ist die Beeinträchtigung der wettbewerblichen Entfaltungsmöglichkeiten eines Mitbewerbers zu verstehen (vgl. BGH GRUR 2001, 1061 (1062) – Mitwohnzentrale.de; BGH GRUR 2002, 902 (905) – Vanity-Nummer; BGH GRUR 2004, 877 (879) – Werbeblocker). Zu den Entfaltungsmöglichkeiten eines Mitbewerbers zählen alle Wettbewerbsparameter, also Absatz, Bezug, Werbung, Produktion, Forschung, Entwicklung, Planung, Finanzierung, Personaleinsatz usw (BGH GRUR 2004, 877 (879) – Werbeblocker).

Die bloße Beeinträchtigung der Entfaltungsmöglichkeiten eines Mitbewerbers reicht indes nicht aus, um die Unlauterkeit einer Maßnahme zu begründen. Denn der Wettbewerb ist darauf angelegt, auf Kosten der Mitbewerber einen Wettbewerbsvorsprung zu erzielen. Daher ist jede Wettbewerbshandlung ihrer Natur nach geeignet, Mitbewerber in ihrer wettbewerblichen Entfaltung zu beeinträchtigen.

Es müssen folglich zum Faktum der Beeinträchtigung des Mitbewerbers noch weitere, die Unlauterkeit begründende Umstände hinzutreten. Das setzt letztlich eine Würdigung der Umstände des Einzelfalls unter Berücksichtigung des Schutzzwecks des Wettbewerbsrechts (§ 1 UWG) voraus (vgl. BGH WRP 2007, 951 – Außendienstmitarbeiter).

Entscheidend ist, ob die Auswirkungen der Handlung auf das Wettbewerbsgeschehen bei objektiver Betrachtung so erheblich

sind, dass sie unter Berücksichtigung des Schutzzwecks des Gesetzes von den Marktteilnehmern nicht hingenommen werden müssen (BGH WRP 2007, 951 – Außendienstmitarbeiter). Das Gesetz umschreibt dieses Erfordernis (notgedrungen unvollkommen) dadurch, dass es eine gezielte Behinderung verlangt. Eine Änderung gegenüber der bisherigen Rechtslage ist damit nicht beabsichtigt, so dass sich die frühere Rechtsprechung und Literatur zur Erläuterung weiterhin heranziehen lässt (vgl. Hefermehl/Köhler/Bornkamm, 26. Aufl. (2008), § 4 UWG, Rn. 10.7)

Die Abgrenzung zwischen erlaubten und unlauteren Behinderungen erfordert eine Gesamtwürdigung der Umstände des Einzelfalls, bei der die sich gegenüberstehenden Interessen der beteiligten Mitbewerber, Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer sowie der Allgemeinheit gegeneinander abzuwägen sind (BGH GRUR 2001, 1061 (1062) – Mitwohnzentrale.de; BGH GRUR 2004, 877 (879) – Werbeblocker; OLG Köln GRUR-RR 2006, 19).

Als „gezielt“ ist eine Behinderung daher dann anzusehen, wenn bei objektiver Würdigung aller Umstände die Maßnahme in erster Linie nicht auf die Förderung der eigenen wettbewerblichen Entfaltung, sondern auf die Störung der fremden wettbewerblichen Entfaltung gerichtet ist (BGH WRP 2005, 881 (884) – The Colour of Elégance; BGH WRP 2007, 951 – Außendienstmitarbeiter). Das setzt nicht notwendig eine entsprechende Absicht voraus, ist aber dann anzunehmen, wenn die Maßnahme bei objektiver Betrachtung unmittelbar auf die Beeinträchtigung der wettbewerblichen Entfaltungsmöglichkeit eines Mitbewerbers gerichtet ist (vgl. Hefermehl/Köhler/Bornkamm, 26. Aufl. (2008), § 4 UWG, Rn. 10.10).

Bei Anwendung dieser Maßstäbe geht das Gericht nicht von einer Behinderung aus. Hierbei ist zunächst maßgebend, dass ein Informationsbedürfnis der Klägerin gegenüber den Anzeigenkunden nicht verneint werden kann. Die Klägerin hat

ein schützenswertes Interesse daran, bereits im Vorfeld eines Wechsels des Ansprechpartners für die Zeitschriftenwerbung die beteiligten Kundenkreise zu informieren.

So ist in der Rechtsprechung anerkannt, dass etwa über Besetzungswechsel im Presse- und Verlagsbereich mitgeteilt werden darf, solange solche Rundschreiben keine polemischen, überzogenen oder sonst unnötig herabsetzenden Äußerungen enthalten (vgl. OLG Hamburg, Urt. vom 23.07.1998 – 3 U 161/97 – ZUM 1998, 1038).

Dass mithin über einen Wechsel der Bewirtschaftung informiert wurde, ist wettbewerblich nicht angreifbar, wobei insbesondere auch nicht darauf abgestellt werden kann, dass die Klägerin nicht die genauen Umstände der Vertragsbeendigung mitgeteilt hat. Anders als die Beklagte meint, liegt es nicht im objektiven Informationsbedürfnis der Kunden, über die Vertragsinterna und die von Beklagtenseite – aus welchen Gründen auch immer – ausgesprochene Kündigung informiert zu werden. Im Gegenteil war es, gerade auch wegen der Gefahr widerstreitender Darstellungen zu dem Grunde der nicht stattgefundenen Vertragsverlängerung, geboten, neutral und zurückhaltend über die Vertragsbeendigung zu berichten. Dies hat die Klägerin vorliegend getan.

Auch in den sonstigen Formulierungen ist keine gezielte Behinderung zu sehen.

Soweit die Klägerin für 2008 anregt, den neuen Bewirtschafter in die Überlegungen einzubeziehen, ist auch dies von einem sachlichen Interesse – nämlich der Ansprache des „zuständigen“ Verlages für 2008 – getragen. Eine Behinderung scheidet damit auch deshalb aus, weil die Beklagte unstreitig für 2008 nicht mehr Bewirtschafter gewesen ist – so dass insoweit denknotwendig keine Behinderung bestehen kann – , für 2007 indes (noch) alleiniger Bewirtschafter war. Jeglicher an einer Anzeige für 2007 interessierte Kunde hätte sich also, auch und

gerade in Kenntnis des Rundschreibens, weiterhin (nur) an die Beklagte wenden können und müssen.

Zuletzt stellt auch der Zeitpunkt der Versendung keine Behinderung dar.

Hierbei ist der Beklagten zuzugeben, dass eine Irritation der Kundenkreise durch eine „Vertragswechselmitteilung“ sicherlich „Sand ins Getriebe“ der Kundengespräche gebracht haben mag. Ebenso ist zuzugeben – wenngleich, da nicht objektiv missverständlich formuliert, der Klägerin nicht zuzurechnen – dass das Schreiben auf flüchtige Durchsicht (Emailnachricht) den (unzutreffenden) Eindruck erwecken könnte, es gäbe über 2007 hinaus einen Wechsel, der auch den Bestand der Zeitschrift betreffe.

Die Klägerin hat indes in der Formulierung des Rundschreibens klar darauf hingewiesen, dass sich – abgesehen von der Person des Bewirtschafters – nichts an der Zeitschrift ändern würde. Es ist ihr auch ein Interesse zuzubilligen, gerade angesichts der Anwesenheit von Herrn L auf der „Ambiente“ die beteiligten Kundenkreise zu informieren, damit diese die Messe zur Kontaktaufnahme mit den „Nachfolger“ nutzen könnten. Da dieser – wie ausgeführt – jedoch nur für 2008 zuständig war, konnte hier kein Kunde der Beklagten (für 2007) abgeworben werden. Dass, was die Beklagte anklingen lässt, aufgrund des Anschreibens Kunden ihre werblichen Maßnahmen zu Lasten der Beklagten gänzlich von 2007 nach 2008 verlagern, liegt fern und ergibt sich nicht ansatzweise aus dem inkriminierten Rundschreiben.

Auch eine Herabsetzung oder Verunglimpfung der Beklagten i.S.d. § 4 Nr. 7 UWG liegt nicht vor.

Die Herabsetzung besteht in der sachlich nicht gerechtfertigten Verringerung der Wertschätzung des Mitbewerbers, seines Unternehmens und/oder seiner Leistungen

in den Augen der angesprochenen oder von der Mitteilung erreichten Verkehrskreise, soweit diese als Marktpartner des betroffenen Mitbewerbers in Betracht kommen. Sie kann sowohl durch wahre oder unwahre Tatsachenbehauptungen als auch durch Werturteile erfolgen.

Die Verunglimpfung ist eine gesteigerte Form der Herabsetzung und besteht in der Verächtlichmachung in Gestalt eines abträglichen Werturteils ohne sachliche Grundlage (Hefermehl/Köhler/Bornkamm, 26. Aufl. (2008), § 4 UWG, Rn. 7.12).

Ob eine Herabsetzung oder Verunglimpfung vorliegt, beurteilt sich nach dem Eindruck der angesprochenen Verkehrskreise (BGH WRP 1973, 270 (271) – Der sanfte Bitter; BGH WRP 1999, 414 (416) – Vergleichen Sie; KG WRP 1999, 339 (340)). Bei der Würdigung sind die Umstände des Einzelfalls, insbesondere Inhalt und Form der Äußerung, ihr Anlass und der gesamte Sachzusammenhang sowie die Verständnismöglichkeiten der angesprochenen Verkehrskreise zu berücksichtigen. Dabei kommt es auf die Sichtweise des durchschnittlich informierten, verständigen und aufmerksamen Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers an (vgl. BGH GRUR 2002, 982 (984) – DIE „STEINZEIT“ IST VORBEI!), nicht dagegen auf die Sichtweise des betroffenen Mitbewerbers.

Die Beklagte irrt, wenn sie aus der – zugebenermaßen – „werblichen Anpreisung“ des neuen Bewirtschafters auf eine Diskriminierung ihrer Bewirtschaftungsarbeit schließt. Dieser Schluss liegt dem verständigen Leser des angesprochenen Inserentenkundenkreises nicht nahe.

Das Rundschreiben beginnt mit der neutralen Feststellung, dass die Beklagte bereits seit langen Jahren die Bewirtschaftung innehat und – so legt es der der Beklagten freundlich formulierte Wortlaut nahe – allein aus Gründen einer Willensbildung der Beklagten (nicht etwa also: wegen Kündigung

durch die Klägerin oder „Zerstreitens“ der Parteien) diese Zusammenarbeit ende.

Dass der neue Bewirtschafter wegen der in den Spiegelstrichen genannten Qualifikationen gewählt wurde, stellt ihn ersichtlich nur gegenüber den Mitinteressenten eines neuen Bewirtschaftungsvertrags („Den Zuschlag hat die L GmbH, N, erhalten. Ausschlaggebend waren...“) hervor, nicht aber im Verhältnis zu der Beklagten. Zu deren Arbeit enthält das Rundschreiben keinerlei nachteilige Äußerung.

Es liegt – gerade angesichts dessen, dass nach der klaren Aussage des Rundschreibens wegen der Trennung von 2007 (Ansprechpartner = Beklagte) und 2008 (Ansprechpartner = L, ebenfalls auf der „Ambiente“ zugegen) gar kein „Wettbewerb“ der beiden Bewirtschafter entstehen kann – für den durchschnittlich informierten und verständigen Leser nicht nahe, die Vorteile der L GmbH darauf zu übertragen, dass der Beklagten ebendiese Vorteile fehlten. Dies gilt umso eher, als dass – wie ausgeführt – das Rundschreiben keinerlei Aussage dazu trifft, warum die Zusammenarbeit mit der Beklagten geendet hat, die Formulierung, diese habe „kein Angebot“ abgegeben, vielmehr nahe legt, die Klägerin selbst hätte gerne mit der seit Jahren bewährten Beklagten weitergearbeitet, diese aber hätte den Vertrag nicht fortführen wollen. Bei diesem Verständnis des Rundschreibens erscheint selbst die L GmbH zwar als bester der Nachfolger, gleichwohl aber als „second best“ gegenüber der – auf eigenen Wunsch aussteigenden – Beklagten.

Zuletzt geht auch der Hinweis der Beklagten auf die Entscheidung des OLG Köln vom 02.03.2007 – 6 U 190/06 – GRUR-RR 2007, 390 aus Rechtsgründen fehl. Die dort behandelte Konstellation eines Kundenrundschreibens betraf die Situation eines Lizenznehmers, der – unter Beibehaltung des Vertriebs seiner Waren – wegen Beendigung des Markenlizenzvertrages zum einen seine Kunden über den Wechsel der Marke informieren

musste, zum anderen aber weiterhin „seine“ Produkte unter neuem Markennamen anpreisen wollte. In dieser Situation kollidieren – anders als im vorliegenden Fall – bei der Benachrichtigung der Kundenkreise nicht nur wettbewerbliche Interessen, sondern es sind auch markenrechtliche Schutzansprüche des Lizenzgebers betroffen gewesen, die es bei der Formulierung des Rundschreibens (in dem naturgemäß das gleiche Produkt unter „neuer Marke“ beworben werden sollte) zu wahren galt. So liegt der Fall indes vorliegend nicht.

Auch Ansprüche aus § 280 Abs. 1, 241 Abs. 2 BGB i.V.m. § 3 des Vertrags vom 28.05.1993, wonach die Klägerin die Beklagte bei „der Werbung und Beziehung von Anzeigern in angemessener Form“ unterstützen soll, bestehen nicht. Wenngleich hieraus jedenfalls als vertragliche Nebenpflicht postuliert werden kann, die Acquire von Anzeigenkunden nicht zu behindern, so liegt nach dem Vorgesagten keine pflichtwidrige Behinderung vor, sondern lediglich ein dem Informationsinteresse der Klägerin Rechnung tragendes Anschreiben an die Kundenkreise.

Die Zinsentscheidung folgt aus § 288 BGB.

Die Nebenentscheidungen folgen aus §§ 91 Abs. 1, 709 ZPO.

Der nachgelassene Schriftsatz der Klägerseite vom 25.02.2008 rechtfertigt keine Wiedereröffnung der mündlichen Verhandlung.

Streitwert: 46.623,36 EUR.