



## OBERLANDESGERICHT NAUMBURG

### IM NAMEN DES VOLKES

### URTEIL

Aktenzeichen: 10 U 15/06

Entscheidung vom 14. Juli 2006

In dem Rechtsstreit

...  
gegen  
...

wegen Unterlassung

hat der 10. Zivilsenat des OLG Naumburg auf die mündliche Verhandlung vom 26. 6. 2006 unter Mitwirkung des Präsidenten des OLG ..., der Richterin am OLG ... und der Richterin am AG ...

für Recht erkannt:

Die Berufung des Verfügungsklägers gegen das am 20. 1. 2006 verkündete Urteil der 3. Zivilkammer ? Kammer für Handelssachen ? des LG Dessau wird zurückgewiesen.

Die Kosten der Berufung trägt der Verfügungskläger.

Der Streitwert für den Berufungsrechtszug wird auf 8.000,00 Euro festgesetzt.

Gründe:

I.  
Der Verfügungskläger, ein rechtsfähiger Verband zur Förderung gewerblicher Interessen, macht gegen den Verfügungsbeklagten die Unterlassung einer Werbemaßnahme geltend, die im Zusammenhang mit dem von dem Verfügungsbeklagten in seiner Apotheke angebotenen Tausch alter Blutzuckermessgeräte gegen neue Geräte steht.

Der Verfügungsbeklagte warb mit einer Anzeige in der 1. Sonntagszeitung im Kreis B. am 9. 10. 2005 damit, dass in der Zeit vom 10. bis zum 15. 10. in seiner Apotheke kostenlos ein altes gegen ein neues Blutzuckermessgerät getauscht werden könne. Die Buchstaben der Werbung haben eine Größe von 8 bzw. 6 mm. In der oberen Hälfte befindet sich ein mit einem Sternchen versehener Hinweis, mit dem Wortlaut: ?Eine Spende von 50 Cent wird erbeten.? Die Buchstaben haben eine Größe von maximal zwei Millimeter. Der genannte Satz ist von links unten nach rechts oben geschrieben. Wegen des Originals der Anzeige wird auf die im Anlagenband befindliche Zeitung Bezug genommen.

Von der streitgegenständlichen Werbung erhielt der Verfügungskläger am 28. 10. 2005 Kenntnis. Er mahnte den Verfügungsbeklagten mit Schreiben vom 4. 11. 2005 an und forderte diesen auf, eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben.

Der Verfügungskläger hat die Auffassung vertreten,

der Verfügungsbeklagte verstoße mit seiner Aktion gegen Wettbewerbsrecht, weil die blickfangmäßig hervorgehobene Anpreisung eines kostenlosen Austauschs der Geräte beim Leser den unzutreffenden Eindruck erwecke, dass der Austausch mit keinerlei Leistung seinerseits verknüpft sei. Der Sternchenhinweis reiche zur Berichtigung der Werbeaussage nicht aus. Die Werbung mit einer wohltätigen Spendenaktion verstoße gegen Wettbewerbsrecht, weil die Verkehrskreise der Werbung nicht entnehmen könnten, was bzw. wer mit der Spende unterstützt werde.

Der Verfügungskläger hat beantragt,

eine einstweilige Verfügung zu erlassen und es der Verfügungsbeklagten zu verbieten, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs einen kostenlosen Tausch alter Blutzuckergeräte gegen neue zu bewerben, wenn

a. in der Anzeige in einem \*?Hinweis darauf hingewiesen wird, dass für diesen Tausch eine Spende von 0,50 Euro erbeten und der \*?Hinweis am Rande der Anzeige in einer Schriftgröße abgedruckt ist, die lediglich 1 bis 2 mm groß, zudem senkrecht von links unten nach rechts oben geschrieben ist

und/oder

b. für diesen Tausch eine Spende erbeten wird, ohne zugleich darzulegen, wer der Begünstigte dieser Spende ist und in welcher Höhe er diese Spende erhält wie dies aus der nachfolgend abgebildeten Werbung ersichtlich ist:

(Die Abbildung fehlt aus Anonymisierungsgründen)

und

dem Verfügungsbeklagten für jeden Fall der Zuwiderhandlung ein Ordnungsgeld in Höhe von 250.000,00 Euro, ersatzweise für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, Ordnungshaft bis zu sechs Monaten anzudrohen, wobei das Ordnungsgeld insgesamt zwei Jahre nicht übersteigen darf.

Der Verfügungsbeklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Der Verfügungsbeklagte hat die Auffassung vertreten,

der Sternchenhinweis in der streitgegenständlichen Anzeige sei gut lesbar und für den Verbraucher identifizierbar. Es sei klar ersichtlich, dass es sich um die freiwillige Abgabe einer Spende handele. Auch liege kein Verstoß gegen die Berufsordnung für Apotheker vor, da die Abgabe von Hilfsmitteln nur verboten sei, wenn mit diesen beispielsweise eine vorliegend in Betracht kommende Blutzuckermessung vorgenommen werde.

Die 3. Zivilkammer ? Kammer für Handelssachen ? des LG Dessau hat den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung mit dem am 27. 1. 2006 verkündeten Urteil abgewiesen.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, der gem. § 8 III Nr. 2 UWG klagebefugte Verfügungskläger habe keinen Unterlassungsanspruch. Seine Werbung sei nicht wettbewerbswidrig und verstoße insbesondere nicht gegen

das Transparenzgebot gem. § 4 Nr. 4 UWG, denn die für die beworbene Aktion wesentlichen Aussagen für deren Inanspruchnahme der beworbenen Leistung sei mit der erforderlichen Deutlichkeit und Klarheit enthalten. Auch der Sternchenhinweis ändere an dieser Bewertung nichts, denn das im Rahmen der Hauptaussage vorhandene und vor den beiden Ausrufezeichen stehende Sternchen sei eindeutig identifizierbar und unter Berücksichtigung der unterschiedlichen farblichen Gestaltung lasse sich im Original der Anzeige der erklärende Hinweis klar entnehmen.

Auch nach den Grundsätzen der Blickfangwerbung sei die Werbung nicht zu beanstanden, weil der Verfügungsbeklagte glaubhaft gemacht habe, dass er auch bei Nichtabgabe einer Spende kostenlos die Geräte umgetauscht habe; die Werbeaussage sei also gerade nicht irreführend.

Auch sei die Werbung nicht wegen der Umgehung der Berufsordnung für Apotheken, § 10 III Nr. 3, wettbewerbswidrig. Demnach sei die kostenlose Abgabe von Arzneimitteln oder die kostenlose Durchführung von Untersuchungen, z.B. Blutdruckmessungen, verboten. Bei den Blutzuckermessgeräten handele es aber nur um Hilfsmittel, nicht um Arzneimittel.

Gegen dieses Urteil wendet sich der Verfügungskläger mit der Berufung und rügt, das LG habe im Tatbestand zwar den Verbotsantrag unter Ziffer 1. b. dargestellt, diesen jedoch in seinen Entscheidungsgründen nicht mehr erwähnt. Bereits deshalb sei das angefochtene Urteil aufzuheben.

Ferner habe das LG den Sachverhalt nicht zutreffend gewürdigt. Bei richtiger Würdigung hätte es auf der Grundlage von § 4 Nr. 4 UWG zu der Annahme eines Unterlassungsanspruchs gelangen müssen. Die blickfangmäßig auf die Mitte der Werbung konzentrierte und in Fettdruck hervorgehobene Ankündigung einer kostenlosen Austauschaktion alter Blutzuckermessgeräte gegen neue Geräte erwecke bei den mit der Werbung angesprochenen Verkehrskreisen den unzutreffenden Eindruck, dass der Verfügungsbeklagte für diese Leistung von ihnen keine Gegenleistung oder Handlung erwarte. Dieser unzutreffende Eindruck werde von dem Verfügungsbeklagten nicht rechtzeitig ausgeräumt, denn der Sternchenhinweis sei so gestaltet, dass der Leser ihn übersehen könne.

Auch werde der Verbraucher in der Werbeanzeige nicht darüber aufgeklärt, zu welchem Zweck und in welcher Höhe die erbetene Spende von dem Verfügungsbeklagten eingesetzt werde. Gefühlsbetonte, soziale Werbeaktionen unterlägen jedoch dem Transparenzgebot des § 4 Nr. 4 UWG. Er habe bereits erstinstanzlich ausführlich dargelegt, dass das Sternchen in der Werbeaussage nicht hinreichend klar und eindeutig zu erkennen sei. Während das LG in der mündlichen Verhandlung vom 21. 12. 2005 noch ausgeführt habe, eine Verbraucherumfrage im eigenen Haus habe ergeben, dass keiner der Befragten das Sternchen in der mittig und in Fettdruck abgebildeten Ankündigung der Tauschaktion gesehen habe, habe es im angefochtenen Urteil lediglich floskelhaft ausgeführt, das Sternchen sei klar erkennbar. Bedingungen i.S. von § 4 Nr. 4 UWG dürfe der Verbraucher aber nicht erst im Moment der Inanspruchnahme klar und unmissverständlich erkennen können, sondern vielmehr müssten die Informationen schon bei der Werbung zum Ausdruck kommen. Die Erwägung des LG, dass der Austausch der Geräte nicht von einer Spende abhängig gewesen sei, sei nicht zutreffend. Wie die Tauschaktion tatsächlich durchgeführt worden sei, sei für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung der Werbung ohne Belang. Auch die Ausführungen des LG zu den Grundsätzen der Blickfangwerbung überzeugten nicht. Der Verbraucher werde die Apotheke des Verfügungsbeklagten mit der Fehlvorstellung, kostenlos ein Austauschgerät zu erhalten, betreten. Erkenne er, dass von ihm eine Spende erbeten werde, werde er überrascht und mit einem neuen Umstand konfrontiert, der ihn ? überrascht ? dazu veranlassen könnte, die Spende zu leisten.

Auch die Ausführungen des LG zu § 10 III Nr. 3 der Berufsordnung für Apotheken des Landes Sachsen-Anhalt überzeugten nicht, denn ihnen lasse sich eine rechtliche Bewertung nicht entnehmen.

Der Verfügungskläger beantragt,

das am 27. 1. 2006 verkündete Urteil der 3. Zivilkammer ? Kammer für Handelssachen ? des LG Dessau abzuändern und die im ersten Rechtszug beantragte einstweilige Verfügung zu erlassen.

Der Verfügungsbeklagte beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Der Verfügungsbeklagte verteidigt das angefochtene Urteil.

Wegen des weiteren Parteivorbringens wird auf die vorbereitenden Schriftsätze sowie auf das angefochtene Urteil Bezug genommen.

II.

Die zulässige Berufung ist in der Sache nicht begründet.

Der Verfügungskläger hat die tatsächlichen Voraussetzungen eines im Wege der einstweiligen Verfügung sicherungsfähigen Abwehranspruchs aus § 8 I UWG nicht schlüssig darzulegen und nach Maßgabe der §§ 936, 920 II, 294 ZPO glaubhaft zu machen vermocht.

Das LG Dessau hat zu Recht und mit zutreffender Begründung einen Unterlassungsanspruch des Verfügungsklägers wegen der beanstandeten Zeitungswerbung der Verfügungsbeklagten verneint. Das Berufungsvorbringen des Verfügungsklägers rechtfertigt keine abweichende Beurteilung.

Dem Verfügungskläger steht hinsichtlich der angegriffenen Werbeaussage unter keinem wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkt ein Unterlassungsanspruch gegen den Verfügungsbeklagten aus §§ 8 I, 3 UWG zu.

1.

Die angegriffene Werbung des Verfügungsbeklagten stellt sich insbesondere nicht als wettbewerbswidrig i.S. der §§ 3, 4 Nr. 4 UWG dar.

Nach der genannten Bestimmung handelt unlauter, wer bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen, Zugaben oder Geschenken die Bedingungen für die Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angibt. Diese Voraussetzungen sind vorliegend nicht erfüllt.

Es kann dahinstehen, ob ? so das LG ? die streitgegenständliche Werbemaßnahme eindeutig auf die Bitte um eine Spende von 0,50 Euro hinweist, oder ob ? so der Verfügungskläger ? die Bitte von den Mitgliedern der mit der Werbung angesprochenen Verkehrskreise übersehen wird. Vorliegend ist nämlich der Tatbestand von § 4 Nr. 4 UWG nicht erfüllt, denn die erbetene Spende stellt nach ihrem eindeutigen Wortlaut keine ?Bedingung? für die kostenlose Umtauschmöglichkeit der Verbraucher dar, sondern diese kann nur als freiwillige Leistung des betreffenden Verbrauchers, der einen Umtausch in der Apotheke des Verfügungsbeklagten vornimmt, angesehen werden.

Insofern gehen die Ausführungen des Verfügungsklägers zu den Anforderungen, die die Rechtsprechung an Bedingungen eines Anbieters für die Inanspruchnahme seiner Leistungen und Waren stellt, ins Leere. Das von der Rechtsprechung entwickelte Transparenzgebot besagt, dass Bedingungen gem. § 4 Nr. 4 UWG bereits in der Werbung vollständig und gut wahrnehmbar anzugeben sind, da bereits die Werbung den angesprochenen Verbraucher veranlasst, sich mit dem Angebot zu beschäftigen (Hefermehl//Köhler/Bornkamm, UWG-Kommentar, 24. Auflage, § 4 Rn. 4.14). Unter den Bedingungen der Inanspruchnahme sind die Voraussetzungen zu verstehen, die erfüllt sein müssen, damit der Kunde die Vergünstigung erlangen kann. Der Begriff ist weit zu verstehen und bezieht sich nicht nur auf die Berechtigung zur Inanspruchnahme, sondern auch auf ihre Modalitäten.

Auch bei einer weiten Auslegung ist indes vorliegend eine Bedingung i.S. der genannten Bestimmung nicht anzunehmen, da der Bekl. den Austausch eines Blutzuckermessgerätes gerade nicht von der Spende abhängig gemacht hat, sondern in der Werbung versprochen hat, diesen kostenlos ? ohne Gegenleistung, bedingungslos ? durchzuführen. Denn die von der hLit. angeregte ?weite Auslegung? bedeutet nicht, dass

die Grundstruktur einer Bedingung (?condicio sine qua non?, oder Synallagma von verschiedenen Parametern) aufgegeben wird, sondern auch Modalitäten der Bedingung wie z.B. Zeitraum, begrenzte Menge, Koppelungsangebote u. ä. angegeben werden müssen. Eine freiwillige Zuwendung (= Spende) ist aber schon von der inneren Struktur einer Bedingung nicht gleichzusetzen.

Nach alledem kann ein Verstoß gegen § 4 Nr. 4 UWG auch nicht nach den Grundsätzen, die die höchstrichterliche Rechtsprechung zur Blickfangwerbung aufgestellt hat, hergeleitet werden. Die kostenlose Umtauschaktion ist zwar von dem Verfügungsbeklagten blickfangmäßig in den Vordergrund der streitgegenständlichen Anzeige gestellt worden; dies ist aber nicht zu beanstanden, weil die Werbung inhaltlich richtig war ? der Verfügungsbeklagte hat das beworbene Angebot in seiner Apotheke auch umgesetzt. Es liegt auch keine sog. halbe Wahrheit vor, die durch deutliche Zeichen den Blickfang korrigieren müsste. Der vorliegende Fall einer freiwilligen Zuwendung kann mit Koppelungsgeschäften (z.B. Mobilfunkgeräte mit/ohne Vertrag) nicht verglichen werden.

2.

Die beanstandete Werbeaussage verstößt auch nicht gegen das wettbewerbsrechtliche Verbot des § 5 II Nr. 2 UWG, das allerdings bislang nicht Gegenstand des Rechtsstreits war, aber der Vollständigkeit halber Erwähnung finden sollte.

Die Werbung ist für die angesprochenen Verkehrskreise nicht irreführend, da die Preisbemessung des Verfügungsbeklagten nicht den Grundsätzen der Preiswahrheit und Preisklarheit widerspricht.

Der Preisangabe des Werbenden kommt zweifellos eine hohe wettbewerbliche Relevanz zu. Denn der Preis einer Ware oder Dienstleistung ist für die Entscheidung des Verbrauchers zum Bezug der angebotenen Ware von herausragender Bedeutung und damit zugleich ein wichtiger Aktionsparameter des Wettbewerbs. Im Zusammenhang mit der Feststellung der Unlauterkeit einer Preisgestaltung ist allerdings zu beachten, dass der Unternehmer in seiner Preisgestaltung grundsätzlich frei ist. Den Preis einer Ware oder Dienstleistung darf er nach seinem eigenen freien Ermessen bilden und seine allgemein angekündigten Preise zu jedem ihm sinnvoll erscheinenden Zeitpunkt nach Belieben erhöhen oder senken, sofern nicht zwingende Preisvorschriften entgegen stehen (Grundsatz der Preisgestaltungsfreiheit). Dabei spielt es auch keine Rolle, ob der jeweils geforderte Preis einem objektiven Marktwert entspricht (vgl. BGH GRUR 2003, 626, 627/628; Bornkamm in Baumbach/Hefermehl, 23. Aufl., § 5 UWG Rdnr. 7.12;). Demnach steht es einem Anbieter grundsätzlich frei, eine Leistung oder einen Gegenstand kostenlos anzubieten. Die Preisgestaltungsfreiheit schließt auch die Freiheit des Werbenden ein, den Marktpreis oder den Preis einzelner Mitbewerber zu unterbieten. Es ist nicht Ziel des Wettbewerbsrechts, den Anbietern einen ?angemessenen? Preis zu gewährleisten, bei dem alle ihr Auskommen haben (vgl. Köhler in Baumbach/Hefermehl, 23. Aufl., § 4 UWG Rdnr. 10.186). Auch ein Verkauf unter den Selbstkosten, bestehend aus dem Einstandspreis zuzüglich der Gemeinkosten, ist insofern grundsätzlich gestattet und lauterkeitsrechtlich allenfalls bei Hinzutreten besonderer Begleitumstände zu beanstanden (vgl. Köhler in Baumbach/Hefermehl, UWG, 23. Aufl., § 4 UWG Rdnr. 10.187).

Die Ankündigung muss allerdings inhaltlich zutreffend und damit wahr sein. Die angebotene Ware oder Dienstleistung muss also in einem nennenswerten Umfang vorgehalten werden (Baumbach/Hefermehl/Bornkamm, 24. Auflage, § 5 UWG Rn. 8.1). Die Werbung mit Preisuntergrenzen ist irreführend, wenn sie nur als Scheinangebot mit dem Ziel inseriert wird, Kunden anzulocken. Diesbezüglich trägt der Verfügungskläger die Darlegungs- und Beweislast, der er indes nicht nachgekommen ist (zur Beweislast: Baumbach/Hefermehl/Bornkamm, a.a.O., § 5 UWG Rn. 3.27).

Der Verfügungskläger hat hier nicht in der nach §§ 936, 920 II, 294 ZPO gebotenen Form glaubhaft zu machen vermocht, dass die angegriffene Werbemaßnahme nicht den Tatsachen entspricht und der Verfügungsbeklagte ? entgegen seiner Werbeanzeige und den vorgelegten eidesstattlichen Versicherungen seiner Mitarbeiterinnen ? tatsächlich nicht einen kostenlosen Austausch von Blutzuckermessgeräten vorgenommen hat.

3.

Ferner kann ein Unterlassungsanspruch des Verfügungsklägers auch nicht damit begründet werden, dass der Verfügungsbeklagte gegen § 10 III Nr. 3 der Berufsordnung der Apotheker des Landes Sachsen-Anhalt verstoßen hat.

Es kann dahinstehen, ob die genannte Vorschrift gem. § 4 Nr. 10 UWG dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, jedenfalls ist für einen Verstoß des Verfügungsbeklagten nichts ersichtlich oder von dem Verfügungskläger dargelegt worden. Die genannte Bestimmung untersagt die kostenlose Abgabe von Arzneimitteln oder die kostenlose Durchführung von Untersuchungen. Der Verfügungsbeklagte hat indes nicht Arzneimittel, sondern ein technisches Hilfsmittel kostenlos abgegeben; Untersuchungen hat er nicht durchgeführt. Der Hintergrund für die Aussage des Verfügungsbeklagten in der Erwidierungsschrift, wonach die Berufsordnung Grund für den Sternchenhinweis gewesen sei, kann der erkennende Senat nicht nachvollziehen. Dies ist aber unerheblich, da die Voraussetzungen der in Rede stehenden Verbotsnorm vorliegend unzweifelhaft nicht erfüllt sind.

4.

Entgegen der Auffassung des Verfügungsklägers ist das angefochtene Urteil auch nicht bereits deshalb aufzuheben oder abzuändern, weil sich das LG mit der Frage der unterbliebenen Angabe zum Verwendungszweck der Spende nicht befasst hat. Ein Fehler in der Anwendung des Rechts ist für sich betrachtet nicht geeignet, ein Urteil zu Gunsten der unterlegenen Partei abzuändern. Vielmehr bedarf es der Prüfung, ob das angefochtene Urteil bei richtiger Anwendung des Rechts zu ihren Gunsten ausgefallen wäre.

Dies ist indes vorliegend nicht der Fall. Auch im Hinblick auf den Antrag zu Ziffer 1 b der Antragschrift ist nämlich ein Unterlassungsanspruch nicht ersichtlich. Die Voraussetzungen der einzig in Betracht kommenden Auffangklausel des § 3 UWG, wonach eine unlautere Wettbewerbsmaßnahme verboten ist, sind nicht erfüllt. Allein die von dem Bekl. geäußerte Bitte an potentielle Kunden, bei Erhalt eines kostenlosen Blutzuckermessgerätes eine Spende an eine nicht benannte Institution oder Person zu leisten, ist nach der Auffassung des Senats wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden.

Der Begriff der Spende besagt nicht ohne weitere Anhaltspunkte, dass diese einer gemeinnützigen Organisation zukommen soll. Vielmehr wird ein Teil der angesprochenen Verkehrskreise durchaus der Auffassung sein, dass der Betrag von 0,50 Euro dem Verfügungsbeklagten quasi als Aufwandsersatz für seine Bemühungen, seinen Kunden eine ansonsten kostenlose Leistung zu erbringen, anzusehen ist. Ungeachtet dessen hat vorliegend der Verfügungsbeklagte dargelegt, dass die erbetene Spende für das Deutsche Rote Kreuz vorgesehen war. Dem gegenüber hat der Verfügungskläger nicht glaubhaft gemacht, dass der Verfügungsbeklagte die erbetene Spende entgegen der Vorstellung einiger Verbraucher nicht an eine gemeinnützige Einrichtung weitergeleitet hat.

Letztlich kann jedoch dahinstehen, welchen Empfänger die maßgeblichen Verbraucher mit dem Begriff der Spende verbunden haben.

Die Annahme des Vorliegens einer unlauteren Wettbewerbshandlung gem. § 3 UWG scheitert nämlich an der dort normierten Erheblichkeitsschwelle. Der Vergleich mit § 4 Nr. 1 UWG zeigt, dass unlautere Wettbewerbshandlungen die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher durch unangemessenen und unsachlichen Einfluss beeinträchtigen. Der Verfügungskläger hat nicht dargelegt, was der Preis eines Blutzuckermessgeräts ist. Nach der mündlichen Verhandlung vor dem erkennenden Senat beläuft sich dieser auf 10,00 bis 20,00 Euro. Auch ist gerichtsbekannt, dass es seit geraumer Zeit üblich ist, dass diese Geräte von behandelnden Ärzten an ihre Patienten kostenlos verteilt werden. Die angesprochenen Verkehrskreise, also Diabetiker, dürfte mithin das Angebot des kostenlosen Umtausches nicht sonderlich in Erstaunen versetzen. Dass Diabetiker jedenfalls von der Umtauschaktion emotional so beeindruckt sein könnten, dass sie jegliche rationale Überlegung betreffend der Freiwilligkeit der erbetenen Spende vergessen, kann nicht angenommen werden.

Überdies ist zu bedenken, dass der darlegungs- und glaubhaftmachungsbelastete Verfügungskläger den Vortrag des Bekl., er habe auf seiner Theke eine Spendenbüchse des DRK stehen, das die Spenden erhalten hätte, nicht widerlegt hat. Dafür, dass dies bereits in der Anzeige hätte offenbart werden müssen, bestehen ? schon wegen der Freiwilligkeit einer Spende ? keinerlei Anhaltspunkte.

5.  
Sonstige Gründe, welche der Berufung des Verfügungsklägers zum Erfolg verhelfen könnten, sind nicht ersichtlich.

6.  
Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 I ZPO.

7.  
Eine Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit des Urteils ist nicht veranlasst, da gegen Urteile, durch die über einen Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung entschieden worden ist, die Revision nicht statthaft ist (§ 542 II ZPO).

Die Wertfestsetzung folgt aus §§ 2, 3 ZPO.

(Unterschriften)