

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

27

UWG § 1

Fundstellenangabe

Die Verwendung eines Testergebnisses der Stiftung Warentest für die beworbene Ware ohne Angabe der Fundstelle der Veröffentlichung des Tests ist wettbewerbswidrig im Sinne des § 1 UWG.

BGH, Urt. v. 21. März 1991 - I ZR 151/89 - OLG Düsseldorf
LG Düsseldorf

BUNDESGERICHTSHOF

27

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 151/89

URTEIL

Verkündet am:
21. März 1991
Florek
Justizsekretär
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Verband Wi [REDACTED] im We [REDACTED], Verein für Lauterkeit in
Handel und Industrie e.V., D [REDACTED], vertreten durch den
ersten Vorsitzenden Dipl.-Ing. Günter W [REDACTED], G [REDACTED]
Allee [REDACTED], D [REDACTED],

Kläger und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Prof. Dr. [REDACTED] und
v. [REDACTED] -

g e g e n

P [REDACTED] Möbel Handelsgesellschaft mbH & Co. KG, P [REDACTED]-Wes [REDACTED]
[REDACTED], vertreten durch die persönlich haftende Gesellschaf-
terin F [REDACTED] & Gä [REDACTED] GmbH, P [REDACTED]-Wes [REDACTED], vertreten
durch die Geschäftsführer Wilhelm F [REDACTED] und Hermann
Gä [REDACTED], B [REDACTED]weg [REDACTED], P [REDACTED]-Wes [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 21. März 1991 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Piper und die Richter Dr. Teplitzky, Dr. Mees, Dr. v. Ungern-Sternberg und Dr. Ullmann

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 18. Mai 1989 aufgehoben.

Auf die Berufung des Klägers wird das Urteil des Landgerichts Düsseldorf, 12. Zivilkammer, vom 27. Juli 1988 im Umfang der Berufung abgeändert.

Die Beklagte wird - hinsichtlich des nachfolgenden Unterlassungsanspruchs unter Androhung eines Ordnungsgeldes bis zu 500.000,-- DM, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu 6 Monaten - die Ordnungshaft zu vollziehen an dem jeweils verantwortlichen Geschäftsführer der persönlich haftenden Gesellschafterin der Beklagten - verurteilt,

1. es zu unterlassen, auf Werbeträgern zu Zwecken des Wettbewerbs Ergebnisse eines Tests der Stiftung Warentest zu veröffentlichen, ohne die Fundstelle anzugeben, es sei denn, der Test wird auf dem Werbeträger vollständig veröffentlicht,



2. an den Kläger 193,80 DM nebst 4 % Zinsen seit dem 5. Februar 1988 zu zahlen.

Von den Kosten des Rechtsstreits erster Instanz hat die Klägerin 1/4 und die Beklagte 3/4 zu tragen. Im übrigen trägt die Beklagte die Kosten des Rechtsstreits allein.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte, ein Möbelhandelsunternehmen, warb im Juli 1987 in einem Prospekt für Küchen. Die Abbildung einiger Küchen versah sie mit dem Hinweis:

"Stiftung Warentest
test
Qualitätsurteil.
gut".

Dies entsprach einer Beurteilung, die die Küchen in einem Test der Stiftung Warentest erhalten hatten, und der in der Zeitschrift "Test" Ausgabe 1/1987 veröffentlicht worden war. Diesem Test waren 21 Küchen unterzogen worden, von denen vier mit "sehr gut" und 17 mit "gut" beurteilt worden waren.

Der Kläger, zu dessen satzungsgemäßen Aufgaben es gehört, auf die Einhaltung der Regeln des lautereren Wettbewerbs im geschäftlichen Verkehr zu achten, hat die Werbung der Beklagten als wettbewerbswidrig beanstandet, weil die Fundstelle der Veröffentlichung des Tests nicht in ihr enthalten sei; dadurch werde dem Leser der Werbung die Möglichkeit genommen, sich über Einzelheiten des Testergebnisses näher zu unterrichten.

Der Kläger, der die Prospektwerbung der Beklagten ursprünglich auch in einem - für die Rechtsmittelzüge nicht mehr erheblichen - weiteren Punkt beanstandet hat, und der Ersatz der Abmahnkosten begehrt, hat zuletzt beantragt,

die Beklagte zu verurteilen,

1. es zu unterlassen, auf Werbeträgern zu Zwecken des Wettbewerbs - hilfsweise mit dem hier einzufügenden einschränkenden Zusatz: Küchen zu bewerben und dabei - Ergebnisse eines Warentests zu veröffentlichen, ohne die Fundstelle anzugeben, es sei denn, der Test wird auf dem Werbeträger vollständig veröffentlicht,
2. an den Kläger 193,80 DM nebst 4 % Zinsen seit dem 5. Februar 1988 zu zahlen.

Die Beklagte ist dem entgegengetreten und hat geltend gemacht, Kunden, die sich selbst ein Bild über den Gesamtinhalt des erst kurz zuvor durchgeführten und veröffentlichten Tests verschaffen wollten, könnten dessen Inhalt durch Nachfrage bei ihr oder der Stiftung Warentest erfahren.

Landgericht und Berufungsgericht haben die Klage abgewiesen.

Mit der - zugelassenen - Revision verfolgt der Kläger die Klageanträge weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat die Werbung der Beklagten als wettbewerbsrechtlich zulässig angesehen und dazu ausgeführt: Die Beklagte habe die angesprochenen Verbraucher durch die Werbung mit dem Testergebnis ohne Angabe der Fundstelle nicht irregeführt, da außer Streit stehe, daß die Prüfung der Stiftung Warentest zu dem in der Werbung angegebenen Qualitätsurteil "gut" geführt habe und auch nicht ersichtlich sei, daß bei Küchen als langlebigen Wirtschaftsgütern die im Januar 1987 veröffentlichten Testergebnisse im Sommer 1987 keine Gültigkeit mehr haben könnten. Die Werbung ohne Mitteilung der Fundstelle sei hier auch nicht sittenwidrig im Sinne des § 1 UWG. Das Fehlen einer solchen Angabe könne allerdings sittenwidrig sein, wenn der Interessierte vor erhebliche Schwierigkeiten gestellt sei, die Einzelheiten des in der Werbung mitgeteilten Warentests zu erfahren; dann könnten ungeprüfte oder unüberprüfbare Erwägungen bei dem angesprochenen Publikum gefördert werden. Dies könne aber offenbleiben, da bei der von dem Kläger angestrebten Angabe der Fundstelle sich die Sachlage für den Verbraucher nicht wesentlich anders darstelle, als dies ohne die Angabe der Fall sei. Er müsse sich in jedem Fall den vollständigen Test erst durch Nachfrage beschaffen. Daß er nicht bereits in der Werbung auf die Ausgabe der Zeitschrift verwiesen werde, sei für die Beschaffung der Fundstelle der Veröffentlichung ein so geringer Mehraufwand, daß von einer erheblichen Erschwerung der Information, die den Vorwurf eines sittenwidrigen Verhaltens begründe, nicht gesprochen werden könne.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision hat Erfolg. Sie führt zur Verurteilung der Beklagten, wobei zur Klarstellung zum Ausdruck zu bringen war, daß das Unterlassungsgebot sich nur auf die Verwendung von Testergebnissen der Stiftung Warentest bezieht, wie das auch dem Vorbringen des Klägers zur Begründung seines Begehrens entspricht.

1. Die Revision hält die Werbung der Beklagten für irreführend, weil bei der darin in Bezug genommenen Testaktion die Note "Gut" siebzehnmal und die Note "Sehr gut" viermal vergeben worden sei, erstere also allenfalls eine durchschnittliche Beurteilung darstelle. In einem solchen Fall sei der Werbende verpflichtet, die angesprochenen Verkehrskreise zur Vermeidung einer Irreführung darüber aufzuklären, daß es noch besser benotete Küchen gegeben habe (vgl. BGH, Urt. v. 11.3.1982 - I ZR 71/80, GRUR 1982, 437 = WRP 1982, 413 - Test gut). Damit kann die Revision keinen Erfolg haben.

Eine Verletzungshandlung des vorbezeichneten Inhalts hat der Kläger nicht zum Gegenstand eines selbständigen Unterlassungsantrags gemacht. Das Klagebegehren ist ausgehend vom Streitfall, daß der Test nicht vollständig veröffentlicht wird, allein auf das Verbot gerichtet, Testergebnisse ohne Angabe der Fundstelle werbend herauszustellen. Das Verbot der werbenden Verwendung von Testergebnissen ohne Erwähnung der Anzahl und der Qualifikation besser beurteilter Erzeugnisse ist entgegen der Annahme der Revision nicht Gegenstand des Klageantrags (§ 308 Abs. 1 ZPO).

2. Mit Erfolg wendet sich jedoch die Revision gegen die Ansicht des Berufungsgerichts, daß die Werbung der Beklagten mit einem Testergebnis der Stiftung Warentest ohne Angabe der Fundstelle mit den guten kaufmännischen Sitten vereinbar sei. Die dem zugrundeliegende Ansicht des Berufungsgerichts, daß es wettbewerbsrechtlich keinen wesentlichen Unterschied mache, ob in Fällen der vorliegenden Art die Fundstelle in der Werbung mitgeteilt werde oder nicht, vermag der Senat nicht zu teilen. Das Berufungsgericht hat dabei nicht genügend auf die Umstände abgestellt, die es dem am Test Interessierten nicht nur unerheblich erschweren, sich diesen Test zu beschaffen. In ihren Empfehlungen zur "Werbung mit Testergebnissen" stellt die Stiftung Warentest das Erfordernis auf, daß die Angaben über Testurteile leicht und eindeutig nachprüfbar sein müssen, und daß dazu gehört, daß in der Werbung Monat und Jahr der Erstveröffentlichung angegeben wird (vgl. Nr. 3 der Empfehlungen der Stiftung Warentest zur "Werbung mit Testergebnissen", abgedruckt bei Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 16. Aufl., § 1 UWG Rdn. 425). Die für diese Empfehlung maßgebenden Gründe hat das Berufungsgericht, wie die Revision zu Recht rügt, bei seiner wettbewerbsrechtlichen Beurteilung unberücksichtigt gelassen. Wird die Fundstelle in der Werbung mit angegeben, ist es für den Interessenten relativ einfach, sich das entsprechende Heft der Stiftung Warentest gezielt und ohne weitere Nachfrage zu beschaffen. Fehlt dagegen diese Angabe, ist dies ein Umstand, der geeignet ist, relevante Teile des Verkehrs von einer Beschaffung des Tests abzuhalten. Denn bei der Nichtangabe der Fundstelle steht der am Test interessierte Verbraucher vor der Notwendigkeit, die Bestellung des Test-Heftes schriftlich oder mündlich zu formulieren und da-

bei näher zu erläutern. Solche Schwierigkeiten werden aber erfahrungsgemäß häufig gescheut. Darüber hinaus ist in Betracht zu ziehen, daß ein nicht unerheblicher Teil der Verbraucher nicht weiß, daß es Testveröffentlichungen in einer Zeitschrift der Stiftung Warentest gibt, was zu weiteren Erschwerungen bei der Bestellung des Test-Heftes führen kann. Umstände dieser Art, die den Verbraucher nicht nur unerheblich in der Absicht behindern, von dem Inhalt des Tests Kenntnis zu nehmen, verbieten es daher dem Kaufmann, mit Testergebnissen der Stiftung Warentest ohne Angabe der Fundstelle zu werben. Darüber hinaus ist im Streitfall auch zu berücksichtigen, daß es sich bei den Tests der Stiftung Warentest um Untersuchungen handelt, die mit Blick auf Aufgabe und Arbeitsweise dieses Instituts (vgl. BGHZ 65, 325, 332) in weiten Kreisen der Bevölkerung auf Interesse und Akzeptanz stoßen und bei denen ein Bedürfnis, dem Verbraucher ein Aufsuchen des gesamten Testberichts durch Anführen der Fundstelle zu erleichtern, in besonderem Maße gegeben ist.

III. Liegt somit ein Wettbewerbsverstoß der Beklagten in der Veröffentlichung des Tests ohne Angabe der Fundstelle, waren dem Kläger, der die Beklagte vergeblich abgemahnt hat, auch die unter dem Gesichtspunkt der Geschäftsführung ohne Auftrag (§§ 683 Satz 1, 677, 670 BGB) geltend gemachten Kosten der Abmahnung, deren Höhe nicht bestritten worden ist, zuzusprechen (BGH, Urt. v. 22.9.1982 - I ZR 166/81, GRUR 1984, 129, 131 = WRP 1984, 134 - shop-in-the-shop I).

IV. Danach war auf die Revision des Klägers das angefochtene Urteil des Berufungsgerichts aufzuheben und unter

Abänderung des Urteils des Landgerichts insoweit die Beklagte nach den vom Kläger in den Rechtsmittelinstanzen noch verfolgten Anträgen zu verurteilen.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 92 Abs. 1 ZPO.

Piper

Teplitzky

Mees

v. Ungern-Sternberg

Ullmann