

Herz-Kreislauf-Studie

UWG § 13 Abs. 2 Nr. 2, § 1

- a) Ein Wettbewerbsverband kann nicht nur Verstöße von Wettbewerbern seiner Mitglieder, sondern auch Verstöße von Dritten verfolgen, die – obwohl selbst in einem anderen Markt tätig – den (fremden) Wettbewerb eines mit den Verbandsmitgliedern konkurrierenden Unternehmens fördern. Darüber hinaus kann ein Verband einen Dritten in Anspruch nehmen, der sich als Störer an dem Wettbewerbsverstoß eines mit den Mitgliedern konkurrierenden Unternehmens beteiligt.
- b) Zur Pflicht eines Presseunternehmens, Werbeanzeigen vor ihrer Veröffentlichung darauf zu überprüfen, ob sie wettbewerbswidrig sind.

BGH, Urt. v. 9. November 2000 – I ZR 167/98 – OLG Hamm

LG Essen

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 9. November 2000 durch die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Prof. Dr. Bornkamm, Pokrant, Dr. Büscher und Dr. Schaffert

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 26. März 1998 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, der nach seiner Satzung die Aufgabe hat, "den Wettbewerb für Heilmittel und verwandte Produkte zu schützen und zu stärken", und dazu beitragen soll, "den lauterer Wettbewerb zu erhalten und unlauteren Wettbewerb gegebenenfalls im Zusammenwirken mit den Behörden und Gerichten zu bekämpfen". Ihm gehören 63 Mitglieder an, darunter eine Reihe namhafter Pharmaunternehmen sowie drei Fachverbände.

- 4 -

Die Beklagte führt für die Tageszeitungen der Zeitungsgruppe WAZ u.a. das Anzeigengeschäft. In den Zeitungen dieser Gruppe wurde am 19. November 1996 ebenso wie in anderen Tageszeitungen die ganzseitige, aus vier Artikeln medizinischen Inhalts bestehende Anzeige der L. Pharma GmbH abgedruckt. Die Anzeige ist nachstehend verkleinert wiedergegeben.



JLaw – Gesetze und Urteile
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
[\(mobile App\)](#)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Der Kläger hat die Beklagte auf Unterlassung in Anspruch genommen. Er hat die Anzeige aus mehreren Gründen als wettbewerbswidrig (§ 1 UWG) beanstandet: So stelle es einen Verstoß gegen das heilmittelwerberechtliche Verbot der Werbung mit Gutachten, Zeugnissen, wissenschaftlichen oder fachlichen Veröffentlichungen (§ 11 Nr. 1 HWG) dar, wenn in dem – redaktionell gestalteten – Artikel “Sensationelle Herz-Kreislauf-Studie” außerhalb der Fachkreise für das Knoblauchpräparat “K. ” der L. Pharma GmbH geworben und unter Erwähnung “namhafter Wissenschaftler” von dem wissenschaftlich fundierten Nachweis gesprochen werde, “daß Menschen, die Knoblauch-Dragees einnehmen (geprüft wurde K.), deutlich elastischere Arterien haben”. Der Artikel “Bakterien schlagen aufs Herz”, mit dem ebenfalls für K. geworben werde, sei geeignet, Angstgefühle hervorzurufen oder auszunutzen und verstoße daher gegen § 11 Nr. 7 HWG. Außerdem verstoße die Abbildung eines Forschers gegen das Verbot, mit bildlichen Darstellungen von Personen in Berufskleidung zu werben (§ 11 Nr. 4 HWG). Schließlich sei in dem Hinweis auf die Aussagen eines Expertenteams wiederum ein Verstoß gegen § 11 Nr. 1 HWG zu sehen. Hinzu komme, daß die beanstandete Werbung nicht hinreichend als Anzeige gekennzeichnet worden sei.

Mit der Begründung, bei der Anzeige handele es sich um einen eklatanten Verstoß, der sich bei einem flüchtigen Blick in das Heilmittelwerbe-gesetz feststellen lasse, hat der Kläger nicht nur die L. Pharma GmbH (sie hat eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben), sondern auch die Beklagte auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen,

1. Anzeigen zu veröffentlichen, in denen unter Hinweis auf eine Herz-/Kreislaufuntersuchung unter der Überschrift "Sensationelle Herz-Kreislauf-Studie" für Heilmittel geworben wird,
2. redaktionell aufgemachte Anzeigen zu veröffentlichen, in welchen behauptet wird, daß wissenschaftlich fundiert nachgewiesen wurde, daß Menschen, die Knoblauch-Dragees einnehmen, deutlich elastischere Arterien haben,
3. redaktionell gestaltete Anzeigen zu veröffentlichen, in welchen mit der blickfangmäßigen Überschrift "Bakterien schlagen aufs Herz" für Heilmittel geworben wird,
4. redaktionell gestaltete Anzeigen zu veröffentlichen, in denen mit der bildlichen Darstellung von Personen in Berufskleidung bei der Ausübung der Tätigkeit als Angehöriger eines Heilberufes geworben wird,
5. redaktionell gestaltete Anzeigen zu veröffentlichen, wenn diese nicht deutlich als Anzeige gekennzeichnet werden, wie die aus der Anlage K 9 ersichtlichen Anzeigen "Bakterien schlagen aufs Herz" und "Fibrinogen".

Im Berufungsverfahren hat der Kläger einen die Anträge zu 1 bis 4 betreffenden Hilfsantrag gestellt, der stärker auf die beanstandete Anzeige Bezug nimmt.

Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten. Sie hat sich darauf berufen, daß eine Zeitung, die Anzeigen veröffentliche, nur eine sehr eingeschränkte Prüfungspflicht treffe. Im übrigen sei die Wiederholungsgefahr durch die Unterwerfungserklärung der Inserentin (L. Pharma GmbH) entfallen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Auf die Berufung der Beklagten hat das Berufungsgericht die Klage abgewiesen.

Hiergegen richtet sich die Revision des Klägers, mit der er seine Unterlassungsanträge weiterverfolgt. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat bereits die Prozeßführungsbefugnis des Klägers verneint. Zwar gehörten ihm eine beachtliche Anzahl pharmazeutischer Unternehmen an. Diese Mitglieder vertrieben jedoch nicht Waren oder Leistungen der gleichen oder verwandten Art wie das Zeitungsunternehmen der Beklagten. Zwar sei es für das insofern zu fordernde abstrakte Wettbewerbsverhältnis ausreichend, daß eine nicht ganz unbedeutende Beeinträchtigung der Belange der Mitglieder des Klägers möglich erscheine. Vorliegend sei aber nur eine Beeinträchtigung auf dem Gebiet der Presseerzeugnisse denkbar, da es dem Kläger nach seinen Klageanträgen und seinem Vorbringen ausschließlich um die Klärung der Frage gehe, in welchem Umfang der Presse eine Prüfungspflicht bei der Veröffentlichung von Werbeanzeigen obliege. Damit sei allein die wettbewerbsrechtliche Verantwortung für die Veröffentlichung von Werbeanzeigen in Presseerzeugnissen angesprochen. Anders läge der Fall nur dann, wenn es dem Kläger darum ginge, die unzulässige Förderung fremden Wettbewerbs zu unterbinden, was jedoch ersichtlich nicht der Fall sei.

II. Diese Beurteilung hält den Angriffen der Revision nicht stand. Sie führen zur Aufhebung und Zurückverweisung.

1. Das Berufungsgericht hat zu Unrecht die Klagebefugnis des Klägers zur Geltendmachung des behaupteten Wettbewerbsverstoßes verneint.

a) Das Berufungsgericht hat verkannt, daß die Klage auf Untersagung eines Verhaltens der Beklagten gerichtet ist, durch das nicht deren eigener Wettbewerb, sondern der des inserierenden Pharmaunternehmens gefördert wird.

Gegen die Annahme des Berufungsgerichts, dem Kläger gehe es mit seiner Klage darum, das beanstandete Verhalten der Beklagten deshalb zu unterbinden, weil sie dadurch in wettbewerbswidriger Weise ihren eigenen Wettbewerb fördern, spricht bereits, daß sich – wie das Berufungsgericht festgestellt hat – unter den Mitgliedern des Klägers nicht in ausreichendem Maße Presseunternehmen befinden, die mit der Beklagten im Wettbewerb stehen. Für den Kläger steht vielmehr im Vordergrund, daß das angegriffene Verhalten den Wettbewerb des inserierenden Pharmaunternehmens fördert, das selbst bei ihm Mitglied ist und mit einer Vielzahl anderer Mitgliedsunternehmen im Wettbewerb steht.

Den Klageanträgen als solchen ist nichts anderes zu entnehmen. Sie betreffen jeweils ein Verhalten, das nach Ansicht des Klägers gegen heilmittelwerberechtliche Bestimmungen (§ 11 HWG) oder gegen das Verbot der redaktionellen Werbung verstößt. Damit dienen sie der Durchsetzung von Normen, deren Adressaten nicht nur die Presse, sondern auch die inserierenden Wirtschaftsunternehmen sind.

Schließlich kann auch dem sonstigen Klagevorbringen nichts entnommen werden, was darauf hindeutete, der Kläger wolle das Verhalten der Beklagten nur beanstanden, soweit diese damit ihren eigenen Wettbewerb rechtswidrig fördere. Nicht aussagekräftig ist in diesem Zusammenhang der Umstand, daß sich der

Kläger in seinem Vorbringen ausführlich mit den Fragen auseinandersetzt, inwieweit der Presse eine Prüfungspflicht bei der Veröffentlichung von Werbeanzeigen obliegt und wie deutlich eine Anzeige als solche gekennzeichnet sein muß, damit sie nicht den Eindruck eines redaktionellen Beitrags vermittelt. Der Kläger hat – wie sich den getroffenen Feststellungen entnehmen läßt – die Inserentin, die L. Pharma GmbH, in Anspruch genommen. Wenn der Kläger darüber hinaus auch gegen die Presseunternehmen vorgegangen ist, in deren Zeitungen die fragliche Werbung erschienen ist, so verfolgt er damit das Ziel, die Veröffentlichung von Anzeigen zu erschweren, die – aus seiner Sicht – eklatante Verstöße gegen das Heilmittelwerberecht und gegen § 1 UWG enthalten. Dem Verband stehen andere Möglichkeiten als die Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs nicht zu Gebot. Begnügte er sich in derartigen Fällen mit einer Unterwerfungserklärung des inserierenden Unternehmens, wäre für zukünftige Fälle im Hinblick darauf, daß die Unterlassungsverpflichtung nur in beschränktem Maße über die konkrete Verletzungsform hinausreichen kann, wenig gewonnen. Es liegt daher aus der Sicht des Klägers nahe, nicht nur das inserierende Unternehmen, sondern als weitere Beteiligte auch die die Anzeige veröffentlichenden Zeitungsunternehmen in Anspruch zu nehmen.

b) Der Kläger ist auch für die gegen die Beklagte erhobene wettbewerbsrechtliche Unterlassungsklage nach § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG klagebefugt. Bei einem Verband zur Förderung gewerblicher Interessen nach § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG sind allerdings die Grenzen seiner Klagebefugnis zu beachten: Durch das beanstandete Verhalten muß der Wettbewerb eines Unternehmens begünstigt werden, das Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreibt wie die Mitglieder des Verbandes. Das begünstigte Unternehmen muß daher zu den Verbandsmitgliedern in einem (abstrakten) Wettbewerbsverhältnis stehen (vgl. BGH, Urt. v. 10.10.1996 – I ZR 129/94, GRUR

1997, 313, 314 f. = WRP 1997, 325 – Architektenwettbewerb; Urt. v. 30.4.1997 – I ZR 154/95, GRUR 1997, 914, 915 = WRP 1997, 1051 – Die Besten II). Dies bedeutet indessen nicht, daß ein Verband wie der Kläger nur Verstöße von Unternehmen verfolgen könnte, die mit seinen Mitgliedern im Wettbewerb stehen. In Betracht kommen auch Verstöße von Dritten, die – obwohl sie selbst in einem anderen Markt tätig sind – den (fremden) Wettbewerb eines mit den Verbandsmitgliedern konkurrierenden Unternehmens fördern (vgl. BGH GRUR 1997, 914, 915 – Die Besten II). Darüber hinaus kann ein Verband einen Dritten in Anspruch nehmen, der sich als Störer an dem Verstoß eines mit den Mitgliedern konkurrierenden Unternehmens beteiligt (vgl. BGH GRUR 1997, 313, 314 f. – Architektenwettbewerb; OLG Karlsruhe GRUR 1995, 441, 442 = WRP 1995, 413).

2. Entgegen der Auffassung der Revisionserwiderung kann die Abweisung der Klage als unzulässig auch nicht mit der Erwägung bestätigt werden, die Klageanträge genügten nicht den Bestimmtheitsanforderungen des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO. Abgesehen davon, daß dem Kläger – bestünden in dieser Hinsicht durchgreifende Bedenken – Gelegenheit gegeben werden müßte, seine Anträge umzustellen, enthalten ohnehin nur die Anträge zu 2, 3, 4 und 5 den von der Revisionserwiderung als unbestimmt beanstandeten Begriff der redaktionell aufgemachten oder gestalteten Anzeige.

Die Anträge zu 2, 3 und 4 zielen jedoch nicht ab auf eine Untersagung des beanstandeten Verhaltens unter dem Gesichtspunkt einer redaktionellen Werbung; sie haben vielmehr Verstöße gegen die heilmittelwerberechtlichen Verbote des § 11 Nr. 1 HWG (Antrag zu 2), des § 11 Nr. 4 HWG (Antrag zu 4) und des § 11 Nr. 7 HWG (Antrag zu 3) zum Gegenstand. Da der Kläger den Vorwurf der redaktionellen Werbung zum Gegenstand des Antrags zu 5 gemacht hat, ist davon auszugehen, daß der als unbestimmt beanstandete Begriff der redaktionell

aufgemachten oder gestalteten Anzeige in den Anträgen zu 2, 3 und 4 lediglich der näheren Umschreibung der konkreten Verletzungsform dient.

Danach erweist sich die Verwendung des Begriffs der redaktionell gestalteten Anzeige nur im Antrag zu 5 als bedenklich. Denn die Parteien streiten gerade darüber, ob die in Rede stehende Anzeige redaktionell gestaltet ist oder ob der Vermerk "Anzeige" sie hinreichend deutlich als solche kennzeichnet (vgl. zur Frage der Bestimmtheit des Klageantrags in Fällen der redaktionellen Werbung BGH, Urt. v. 5.6.1997 – I ZR 69/95, GRUR 1998, 489, 491 f. = WRP 1998, 42 – Unbestimmter Unterlassungsantrag III). Gleichwohl greifen auch bei diesem Antrag die Bedenken hinsichtlich der Bestimmtheit letztlich nicht durch. Denn der Antrag nimmt auf die konkret beanstandete Anzeige Bezug und macht damit hinreichend deutlich, daß es dem Kläger bei diesem Unterlassungsantrag um eine Anzeigengestaltung geht, bei der unklar ist, ob sich der in der Kopfzeile zu findende Hinweis "Anzeige" trotz der räumlichen Trennung auch auf die unten auf der Seite angeordneten Texte bezieht.

Aus einer entsprechenden Erwägung begegnet auch der Umstand, daß der Antrag zu 4 sich seinem Wortlaut nach weitgehend darin erschöpft, den Gesetzeswortlaut des § 11 Nr. 4 HWG zu wiederholen, keinen durchgreifenden Bedenken. Denn der Kläger hat – auch hier durch die Antragsfassung, die auf die redaktionelle Gestaltung der Werbung abstellt – deutlich gemacht, daß er nicht ein Verbot im Umfang des Gesetzeswortlauts beansprucht, sondern sich mit seinem Unterlassungsbegehren an der konkreten Verletzungshandlung orientiert. Insoweit unterscheidet sich der Streitfall von dem der Entscheidung "Gesetzeswiederholende Unterlassungsanträge" (BGH, Urt. v. 24.11.1999 – I ZR 189/97, GRUR 2000, 438, 441 = WRP 2000, 389) zugrundeliegenden Fall.

3. Das Berufungsurteil ist danach aufzuheben. Eine Entscheidung in der Sache ist dem Senat verwehrt, da das Berufungsgericht – aus seiner Sicht folgerichtig – noch keine tatsächlichen Feststellungen zur Frage einer Irreführung über den Werbecharakter der Anzeige sowie dazu getroffen hat, ob es der Beklagten zuzumuten ist, eine Anzeige wie die hier in Rede stehende vor ihrer Veröffentlichung auf etwaige Wettbewerbsverstöße hin zu überprüfen.

Hinsichtlich der Frage der Prüfungspflichten des Presseunternehmens wird das Berufungsgericht von den in der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen ausgehen können. Danach bestehen – um die tägliche Arbeit von Presseunternehmen nicht über Gebühr zu erschweren und die Verantwortlichen nicht zu überfordern – keine umfassenden Prüfungspflichten; vielmehr haftet das Presseunternehmen für die Veröffentlichung wettbewerbswidriger Anzeigen nur im Falle grober, unschwer zu erkennender Verstöße (vgl. BGH, Urt. v. 30.6.1972 – I ZR 1/71, GRUR 1973, 203, 204 = WRP 1973, 19 – Badische Rundschau; Urt. v. 10.11.1994 – I ZR 147/92, GRUR 1995, 751, 752 = WRP 1995, 302 – Schlußverkaufswerbung II, m.w.N.). Dabei wird das Berufungsgericht zu berücksichtigen haben, daß der an der Zumutbarkeit orientierte Umfang der Prüfungspflicht des Presseunternehmens je nachdem verschieden sein kann, ob es sich lediglich um eine Kleinanzeige oder – wie im Streitfall – um ein ganzseitiges, entsprechend teures Inserat handelt. War mit Blick auf die redaktionelle Gestaltung der einzelnen im Inserat wiedergegebenen Artikel ohnehin eine eingehendere Prüfung angezeigt, wird sich die Beklagte nicht ohne weiteres darauf berufen können, daß es sich bei den Verboten des Heilmittelwerbegesetzes um inhaltlich im einzelnen wenig bekannte Detailregelungen handelt (vgl. BGH GRUR 1995, 751, 752 – Schlußverkaufswerbung II).

v. Ungern-Sternberg

Bornkamm

Pokrant

Büscher

Schaffert