

Nachschlagewerk: ja

BGHZ : nein

Produkt-Interview

UWG § 1

Zur wettbewerbsrechtlichen (Mit-)Verantwortlichkeit eines Vertriebsunternehmens, das einem Zeitschriftenherausgeber ein Interview gibt, das von diesem in einem redaktionellen Beitrag abgedruckt wird, der - außerhalb des Textes des Interviews - eine unzulässige redaktionelle Werbung für dieses Produkt (hier ein Vitaminpräparat) enthält, die nicht auf Informationen des Herstellers beruht.

BGH, Urt. v. 23. Januar 1997 - I ZR 238/93 - Kammergericht
LG Berlin

BUNDESGERICHTSHOF
IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 238/93

Verkündet am:
23. Januar 1997
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

G [REDACTED] P [REDACTED] V [REDACTED]gesellschaft mbH, vertreten durch
den Geschäftsführer Rolf G [REDACTED], R [REDACTED]-D [REDACTED]-Straße [REDACTED],
G [REDACTED]

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

Verband Sozialer Wettbewerb e.V., vertreten durch den
1. Vorsitzenden, den Kaufmann Louis P [REDACTED], K [REDACTED]straße [REDACTED],
B [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagter,

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

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 23. Januar 1997 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Erdmann und die Richter Prof. Dr. Mees, Dr. v. Ungern-Sternberg, Starck und Dr. Bornkamm

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 25. Zivilsenats des Kammergerichts vom 23. September 1993 aufgehoben.

Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil der Kammer für Handelssachen 94 des Landgerichts Berlin vom 15. Januar 1993 abgeändert.

Die Klage wird abgewiesen.

Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

Von Rechts wegen



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Die Beklagte vertreibt das Vitaminpräparat "Basis 7". In der Zeitschrift "die aktuelle", Heft 19 vom 4. Mai 1992, war ein Beitrag unter dem Titel "Was Vitamine für Sie tun können" wie nachstehend wiedergegeben abgedruckt:



Was Vitamine für Sie tun können

Wie fühlen Sie sich? Schlapp, müde, lustlos? Dann wird es höchste Zeit, etwas dagegen zu tun. Ohne großen Aufwand, mit einem Blitzprogramm, das Sie schnell wieder auf die Beine bringt.

Frische Luft gehört natürlich dazu. Also raus, auch wenn's regnet. Viel Schlaf brauchen Sie dafür auch. Keine langen Fernsehabende, heiße Diskussionen auf laue Sommerabende verlegen. Und das Wichtigste: viele, viele Vitamine

Vitamin A fordert die Sehkraft, stabilisiert Haare, Haut und Zähne. Vitamin E ist der reinste Jungbrunnen, schützt außerdem die Haut vor Umweltgiften und zu intensiver Sonne. Vitamin B1 ist pure Nervennahrung (Vorsicht: Zucker zerstört es) und ist gut gegen Müdigkeit. B2 schützt die Haut, unterstützt die Heilung und hilft manchmal bei Migräne. Niacin (in Vollkornprodukten) hält jung, macht raue Haut glatt und verschleucht depressive Stimmung. Vitamin B6 sorgt für Energie,

und B12 hilft wunderbar gegen Konzentrationsstörung und Nervosität. Vitamin C schützt vor Schnupfen und „beschützt“ die anderen Vitamine.

Eine vernünftige Ernährung ist also wichtig. Obst und Salat sollten darum selbstverständlich sein. Prüfen Sie mal, wie es in dieser Hinsicht um Sie steht (Kasten). Wenn Sie etwas ändern müssen, langen Sie gleich an. Damit Sie aber erstmal genügend Schwung für diese großen Taten bekommen, machen Sie am besten

eine Art „Heimkur“. Etliche Nahrungsergänzungspräparate bieten eine reiche Palette vieler Nährstoffe an. Vitamin-A-C-E-Kombinationen werden meist in Tablettenform angeboten. Wer's lieber flüssig mag, kann zum Beispiel Basis 7 (Apotheken) wählen. Was an Nahrungsergänzungsprodukten wirklich dran ist, wollten wir von Rolf Gräslar, Chef der Gräslarpharma, wissen.

☐ Herr Gräslar, Sie stellen so ein Nahrungsergänzungsmittel her. Braucht der Mensch so etwas überhaupt?

Gräslar: Heutzutage leider ja. Ungesunde Lebensweise, Umweltgifte, Stress – das alles fordert den menschlichen Körper mehr als je zuvor. Außerdem besitzen viele Nahrungsmittel nicht mehr ihren ursprünglichen Nährwert.

☐ Und was können diese Nahrungsergänzungsmittel

te dagegen setzen, bzw. wie wirken sie?

Gräslar: Die meisten bieten dem Organismus eine breite Palette von „Lebens-Kern-Substanzen“ – Vitamine, Mineralstoffe, Spurenelemente und andere wichtige Zellbaustoffe aus der Natur, die der Mensch braucht, um aktiv, schön und gesund zu bleiben. Substanzen, die die Natur eben oft nicht mehr ausreichend bietet.

☐ Muß man diese Produkte denn ständig nehmen, um optimal versorgt zu sein?

Gräslar: Nein. Es reichen in der Regel vier Kuren im Jahr. Hauptsächlich im Frühjahr und Herbst. In dieser Zeit braucht der Körper eine Unterstützung besonders.

☐ Wie lange sollte eine Kur dauern?

Gräslar: Vier Wochen sind gut. Es kommt aber auf den Bedarf des einzelnen an. ☐

Was essen Sie?

Ernährungsgewohnheiten	stimmt	X	stimmt nicht	X
Ich esse mindestens einmal in der Woche Fleisch	●		◆	●
Ich esse hauptsächlich Vollkornbrot und Vollkornprodukte	●		◆	■
Ich esse regelmäßig Kuchen	▲	◆	■	●
Ich esse fast täglich fettarme Milch und Milchprodukte	●		◆	■
Ich esse häufig fetten Käse	▲	■	●	
Ich bevorzuge fettarme, magerer Lebensmittel	●		▲	■
Ich esse regelmäßig Gemüse und Salat	●		◆	■
Ich esse regelmäßig Obst	●		◆	■
Ich esse viele Süßigkeiten	▲	◆	■	●
Ich nehme täglich mindestens 1½ bis 2 Liter Flüssigkeit zu mir	●		■	
Ich esse täglich Fleisch oder Wurstwaren	▲	■	●	
Ich trinke häufig Alkohol	■	◆	●	

Symbole addieren, bei der Höchstzahl nachschauen!

12 ● : Sie essen gesund und ausgeglichen. Weiter so! 6-12 ● : Nicht schlecht. Trotzdem noch konsequenter sein. Werten Sie die übrigen Zeichen aus, dann wissen Sie, wo es hapert. Bis 5 ● : Überprüfen Sie Ihren Speiseplan! Die anderen Zeichen verraten Ihnen, wo es hapert!

▲ Fett
Zuviel! Wenn schon Fett, dann Pflanzenfett, z.B. mit Linolsäure

■ Kalorien
Zu viele. Woran liegt's am Essen ohne Hunger, an zu Fetteln oder Süßem?
◆ Vitamine, Mineralstoffe, Obst und Salate essen!
● Eiweiß
Immer zuviel. Wenn schon, dann aus Gemüse, Fisch, Pute oder Huhn.
■ Ballaststoffe
Mehr Vollkornprodukte, Obst, Gemüse!
■ Flüssigkeit
Sie trinken zu wenig. Notig sind 2 l pro Tag!

Der klagende Wettbewerbsverein erblickt in dieser Veröffentlichung eine gegen den Grundsatz der Trennung von Werbung und redaktionellem Teil verstoßende unzulässige redaktionelle Werbung, für die auch die Beklagte verantwortlich sei.

Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte unter Androhung der gesetzlich vorgesehenen Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr für Nahrungsergänzungsmittel, insbesondere das Mittel "Basis 7", an der Veröffentlichung redaktionell aufgemachter Beiträge werbenden Charakters mitzuwirken, wenn dies geschieht durch die Mitwirkung an der Veröffentlichung des Beitrags "Was Vitamine für Sie tun können" (gemäß "die aktuelle", Heft 19/92 S. 24) oder durch Mitwirkung an inhaltlich identischen Beiträgen.

Die Beklagte ist dem entgegengetreten. Sie hat einen werbenden Charakter des Beitrags in Abrede gestellt. Sie hat vorgetragen, ihr Geschäftsführer, der bei dem Interview das Präparat nicht erwähnt, sondern nur allgemein über die Wirkungsweise von Vitaminen gesprochen habe, habe nicht gewußt, daß dieses in dem Vorspann genannt werden würde.

Das Landgericht hat die Beklagte nach dem Klageantrag verurteilt. Die Berufung der Beklagten ist ohne Erfolg geblieben.

Mit der Revision verfolgt die Beklagte den Klageabweisungsantrag weiter. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat in der angegriffenen Veröffentlichung eine getarnte Werbung in Form eines redaktionell gestalteten Beitrags erblickt, für die die Beklagte eine wettbewerbsrechtliche (Mit-)Verantwortung treffe. Es hat dazu ausgeführt: Da in dem Interview nur ein einziges aus einer Vielzahl von auf dem Markt angebotenen Erzeugnissen erwähnt worden sei, nämlich das Vitaminpräparat "Basis 7" der Beklagten, enthalte der redaktionell gestaltete Beitrag einen werblichen Überhang zugunsten dieses Produkts. Auch habe der Kläger die Beklagte zu Recht als Störer in Anspruch genommen. Eine adäquat-kausale Mitwirkung an der Wettbewerbsverletzung sei nicht nur bei sachlich unrichtigen Informationen, sondern auch dann anzunehmen, wenn der Informant dem Presseunternehmen die Information gezielt zur Veröffentlichung oder in einer Weise zukommen lasse, die die Annahme nahelege, über das Produkt werde in einem redaktionellen Beitrag berichtet, der wettbewerbsrechtlich zu beanstanden sei. Die Beklagte habe aus früheren Veröffentlichungen wissen müssen, daß über ihre Erzeugnisse in der Presse unsachgemäß wettbewerbswidrig berichtet worden sei. Wenn es in der Vergangenheit aufgrund ihrer Informationen fortlaufend zu wettbewerbsrechtlich zu beanstandender Berichterstattung ge-

kommen sei, sei sie gehalten gewesen, dem in geeigneter Weise, wie mit dem Vorbehalt einer Überprüfung, entgegenzuwirken.

II. Die Revision hat Erfolg. Sie führt zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Abweisung der Klage.

1. Entgegen der von der Revision vertretenen Ansicht bestehen allerdings gegen die Klagebefugnis des Klägers aufgrund der nach Erlaß des Berufungsurteils in Kraft getretenen Neufassung des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG keine Bedenken.

Der Kläger ist ein rechtsfähiger Verband zur Förderung gewerblicher Interessen, der insbesondere nach seiner persönlichen, sachlichen und finanziellen Ausstattung imstande ist, seine satzungsgemäßen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen. Dies wird auch von der Revision nicht in Abrede gestellt. Der Kläger erfüllt aber auch - anders als die Revision meint - das vom Gesetzgeber neu aufgestellte Erfordernis, daß dem Verband eine erhebliche Anzahl von Gewerbetreibenden angehören muß, die Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben.

Der Kläger hat unter Vorlage der Liste mit seinen namentlich benannten Mitgliedern in dem verfahrensrechtlich gebotenen Maße die Voraussetzungen dafür geschaffen festzustellen, welche Gewerbetreibenden und in welcher Zahl ihm angehören (vgl. BGH, Urt. v. 18.10.1995 - I ZR 126/93, GRUR 1996, 217, 218 = WRP 1996, 197, 198 - Anonymisierte Mitgliederliste).

Der Liste ist zu entnehmen, daß dem Kläger drei Unternehmen angehören, die Nahrungsergänzungsmittel herstellen und/oder vertreiben. Indessen ist nicht allein auf die auf dem gleichen Markt tätigen Mitbewerber abzustellen. Hinzurechnen sind auch diejenigen, die Waren verwandter Art herstellen oder vertreiben, wobei der Begriff der Waren verwandter Art nicht zu eng auszulegen ist (vgl. BGH, Urt. v. 25.4.1996 - I ZR 82/94, WRP 1996, 1102, 1103 - Großimporteur; Urt. v. 11.7.1996 - I ZR 79/94, GRUR 1996, 804, 805 = WRP 1996, 1034, 1035 - Preisrätselgewinnauslobung III; Urt. v. 11.7.1996 - I ZR 183/93, GRUR 1997, 145, 146 = WRP 1996, 1153 - Preisrätselgewinnauslobung IV). Es reicht aus, daß die beiderseitigen Waren sich ihrer Art nach so gleichen oder nahestehen, daß der Absatz der Ware des einen Mitbewerbers durch irgendein wettbewerbswidriges Handeln des anderen beeinträchtigt werden kann (abstraktes Wettbewerbsverhältnis). Als Hersteller und Vertreiber von Waren verwandter Art sind deshalb auch weitere der in der Liste aufgeführten Unternehmen anzusehen. Dies gilt insbesondere für die mit der Herstellung und dem Vertrieb von Lebensmitteln befaßten Unternehmen. Es entspricht nicht nur der allgemeinen Lebenserfahrung, sondern es kommt auch in dem beanstandeten Interview zum Ausdruck, daß die Notwendigkeit der Einnahme von Nahrungsergänzungsmitteln eng mit den Ernährungsgewohnheiten insgesamt verbunden ist. Damit sind auch die in der Liste aufgeführten beiden großen Lebensmittelunternehmen mit einer Vielzahl von Filialunternehmen, ein gerichtsbekannt umsatzstarkes Selbstbedienungsgroßhandelsunternehmen, sieben Lebensmittelhersteller, sieben Hersteller und Vertreiber von Naturheilmitteln sowie die Importeurin diätetischer Mittel zu den Mitgliedern des Klägers zu zählen, die mit Waren ver-

wandter Art handeln. Vitamine, wie die Beklagte sie herstellt und vertreibt, werden auch, wie allgemein bekannt ist, seitens der pharmazeutischen Industrie angeboten, so daß auch die in der Liste angegebenen 27 Unternehmen, die solche Erzeugnisse herstellen, und die 10 Firmen, die mit diesen handeln, mit hinzugerechnet werden können. Die angeführten Unternehmen erzielen zum Teil Umsätze in Milliardenhöhe und sind überwiegend auch bundesweit tätig.

Dem Kläger gehören nach alledem Gewerbetreibende an, die den hier einschlägigen Markt nach Zahl und Gewicht repräsentieren.

2. Die Annahme des Berufungsgerichts, die Beklagte habe in wettbewerbsrechtlich verantwortlicher Weise an einer nach § 1 UWG unzulässigen getarnten Werbung mitgewirkt, hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung nicht stand.

a) Es bestehen bereits Bedenken gegen die Ansicht des Berufungsgerichts, daß der beanstandete Artikel, der als redaktioneller Beitrag erschienen ist, als getarnte Werbung und damit als wettbewerbswidrig im Sinne des § 1 UWG anzusehen ist. Wie der erkennende Senat bereits mehrfach entschieden hat, ist zwar in der Veröffentlichung eines redaktionellen Beitrags, welcher ein Produkt über das durch eine sachliche Information bedingte Maß hinaus werbend darstellt, indem er beispielsweise trotz einer Vielzahl von Produkten entsprechender Art nur ein Erzeugnis nennt, in der Regel eine sittenwidrige Förderung fremden Wettbewerbs zu sehen (vgl. BGH, Urt. v. 18.2.1993 - I ZR 14/91, GRUR 1993, 561, 562 = WRP 1993, 476 - Produktinformation I; Urt. v.

18.2.1993 - I ZR 219/91, GRUR 1993, 565, 566 = WRP 1993, 478 - Faltenglätter; Urt. v. 3.2.1994 - I ZR 321/91, GRUR 1994, 441, 442 = WRP 1994, 398, 399 - Kosmetikstudio; Urt. v. 10.3.1994 - I ZR 51/92, GRUR 1994, 445, 446 = WRP 1994, 400, 401 - Beipackzettel; Urt. v. 30.6.1994 - I ZR 167/92, GRUR 1994, 819, 820 = WRP 1994, 728 - Produktinformation II). Der Verstoß gegen die guten Sitten des Wettbewerbs liegt in einem solchen Fall - auch ohne daß der Beitrag gegen Entgelt geschaltet worden sein oder im Zusammenhang mit einer Anzeigenwerbung für das genannte Produkt stehen muß - darin begründet, daß der Verkehr dem redaktionell gestalteten Beitrag als einer Information eines am Wettbewerb nicht beteiligten Dritten regelmäßig größere Bedeutung und Beachtung beimißt als entsprechenden, ohne weiteres als Werbung erkennbaren Angaben des Werbenden selbst (vgl. BGH GRUR 1994, 819, 820 - Produktinformation II, m.w.N.).

Die Feststellung, ob ein redaktioneller Beitrag zugleich eine Werbung für das darin genannte Produkt darstellt, kann aber immer nur von Fall zu Fall erfolgen. Der vom Berufungsgericht allein angeführte Umstand, daß in dem Artikel nur das Präparat "Basis 7" genannt werde, obwohl es eine Vielzahl ähnlicher Produkte auf dem Markt gebe, reicht im Streitfall angesichts des sonstigen werblichen Umfeldes noch nicht aus. Anders als in den bislang entschiedenen Fällen, in denen ein einzelnes Produkt entweder in der Überschrift, im Zusammenhang mit einer bildlichen Darstellung oder in sonstiger Weise deutlich hervorgehoben wurde, kann vorliegend nicht von einer besonderen werblichen Herausstellung ausgegangen werden. Nach dem Gesamtbild des Beitrags steht die Information des Lesers über Vitaminpräparate im allge-

meinen und über eine vernünftige und gesunde Ernährung im Vordergrund. Das Produkt "Basis 7" der Beklagten wird ohne jede Hervorhebung und ohne Herstellerangabe im Fließtext versteckt genannt; dies zudem auch nur beispielhaft - nach dem Hinweis, Vitamin-Kombinationen würden meist in Tablettenform angeboten - mit dem Satz: "Wer's lieber flüssig mag, kann zum Beispiel Basis 7 (Apotheken) wählen". In gleicher Weise zurückhaltend wird anschließend der Name des Geschäftsführers der Beklagten mit der Interview-Frage eingeführt, was an Nahrungsergänzungsprodukten wirklich dran sei. Der Leser erfährt nicht, daß das beispielhaft genannte Präparat von der Beklagten vertrieben wird.

Auf der Grundlage der vom Berufungsgericht bislang getroffenen Feststellungen läßt sich danach der beanstandete Artikel noch nicht als wettbewerbswidrig im Sinne des § 1 UWG beurteilen. Die Frage bedarf aber letztlich keiner abschließenden Entscheidung. Denn selbst wenn der Artikel als unzulässige getarnte Werbung anzusehen wäre, würde die Beklagte dafür nicht haften.

b) Die Revision wendet sich mit Erfolg gegen die Annahme des Berufungsgerichts, die Beklagte sei für die werbende Gestaltung des redaktionellen Beitrags (mit-)verantwortlich.

Das Berufungsgericht hat im Streitfall die von der Rechtsprechung zur Frage der wettbewerbsrechtlichen Mitverantwortlichkeit des Presseinformanten entwickelten Grundsätze angewendet, die dann eingreifen, wenn die Information unsachlich, fehlerhaft oder unzureichend ist, wenn eine werbende Berichterstattung damit gezielt ermöglicht werden soll

oder wenn der Informant damit rechnen muß, daß seine (zutreffende) Information in wettbewerbsrechtlich unzulässiger Weise - etwa in Form einer getarnten Werbung - verwertet wird; legen konkrete Umstände die Annahme nahe, daß über das Produkt in einer unzulässigen Weise berichtet wird, so hat der Presseinformant sich grundsätzlich die Überprüfung des Artikels vor dessen Erscheinen vorzubehalten (vgl. u.a. BGH, Urt. v. 18.10.1995 - I ZR 227/93, GRUR 1996, 71, 72 = WRP 1996, 98 - Produktinformation III).

Um einen solchen Fall einer Presseinformation handelt es sich vorliegend indessen nicht. Denn nach den vom Berufungsgericht getroffenen Feststellungen kann nicht davon ausgegangen werden, daß in dem Presseartikel Produktinformationen der Beklagten verwertet worden sind. Der Beitrag befaßt sich zunächst mit allgemeinen Hinweisen zur Wirkungsweise von Vitaminen und nennt in diesem Zusammenhang lediglich beispielhaft das Produkt "Basis 7"; insoweit scheidet ein Prüfungsvorbehalt von vorneherein mangels erteilter Informationen aus. Die Notwendigkeit eines solchen Vorbehalts folgt auch nicht aus dem Inhalt des anschließend wiedergegebenen Interviews mit dem Geschäftsführer der Beklagten. Dieses ist auch nicht Gegenstand des Unterlassungsbegehrens.

Im Streitfall stellt sich daher lediglich die Frage, ob der Geschäftsführer der Beklagten den Abdruck seines Interviews davon hätte abhängig machen müssen, daß ihm der gesamte Artikel - insbesondere auch der dem Artikel vorangestellte Bericht - zur Überprüfung vorgelegt wird. Da jedoch die Gestaltung redaktioneller Beiträge im eigenen Verantwortungsbereich des Presseorgans liegt, kann aus deren Aufma-

chung in der Regel keine wettbewerbsrechtliche Verantwortlichkeit des Unternehmens hergeleitet werden, über dessen Produkte berichtet wird (vgl. auch BGHZ 81, 247, 251 - Getarnte Werbung I), so daß insoweit grundsätzlich auch ein Prüfungsvorbehalt entfällt. Ein solcher Vorbehalt ist im Blick auf die grundsätzliche Eigenverantwortung der Presse nur ausnahmsweise geboten. In Fällen der vorliegenden Art kann eine Kontrollpflicht in Betracht kommen, wenn nach Art und Inhalt des Interviews und/oder bei Berücksichtigung der Gegebenheiten auf seiten des Adressaten die Möglichkeit eines Berichts mit werbendem Charakter nicht ganz fernliegt (vgl. BGH, Urt. v. 20.11.1986 - I ZR 156/84, GRUR 1987, 241, 243 = WRP 1987, 318 - Arztinterview).

Dahingehende Umstände können aber dem Streitfall nach den vom Berufungsgericht getroffenen Feststellungen nicht entnommen werden. Für die revisionsrechtliche Überprüfung ist, da das Berufungsgericht dies offengelassen hat, davon auszugehen, daß der Geschäftsführer der Beklagten den Vorspann zum Interview, in dem das Produkt "Basis 7" genannt ist, nicht kannte. Weitere Feststellungen sind insoweit mangels entsprechender Gegenrügen nicht geboten; nach Ansicht der Revisionserwiderung kommt es auf die Kenntnis des Geschäftsführers der Beklagten nicht an, so daß das Berufungsgericht dem entsprechenden Beweisangebot des Klägers zu Recht nicht nachgegangen ist. Selbst wenn der Geschäftsführer jedenfalls damit rechnen mußte, daß das Produkt der Beklagten erwähnt wird, brauchte er nicht ohne weiteres auch damit zu rechnen, daß die Nennung in unzulässiger Weise - z.B. durch werbende Herausstellung als einziges aus einer Vielzahl von Produkten - erfolgt.

Die Erwägung des Berufungsgerichts, die Beklagte hätte wegen einer seit Jahren andauernden unsachgemäßen wettbewerbswidrigen Berichterstattung über ihr Produkt in der Presse Anlaß zu einer Kontrolle vor der Veröffentlichung gehabt, reicht unter den vorliegend festgestellten Umständen zur Begründung einer solchen Pflicht nicht aus. Das Berufungsgericht hat keine Feststellungen dazu getroffen, wie es zu den in Bezug genommenen Veröffentlichungen gekommen ist, und es hat auch nicht im einzelnen festgestellt, daß in diesen Fällen eine von der Beklagten zu verantwortende Werbung vorgelegen hätte, weil sie in bestimmender Weise auf das Erscheinen dieser Beiträge bei den verschiedenen Presseunternehmen hingewirkt oder eine Veröffentlichung wettbewerbswidriger Artikel bewußt geduldet hätte. Auf der vom Berufungsgericht gewerteten Tatsachengrundlage läßt sich damit eine wettbewerbsrechtliche (Mit-)Verantwortlichkeit der Beklagten für die Gestaltung des Pressebeitrags nicht begründen.

III. Danach war auf die Revision der Beklagten das angefochtene Urteil aufzuheben und unter Abänderung des Urteils des Landgerichts die Klage abzuweisen.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 ZPO.

Erdmann

Mees

v. Ungern-Sternberg

Starck

Bornkamm