b) Eine Zahnarzt-GmbH, die eine ambulante zahnärztliche Behandlung anbietet, ist zwar nicht unmittelbar dem berufsrechtlichen Werbeverbot unterworfen. Sie haftet aber als wettbewerbsrechtliche Störerin für von ihr veranlaßte Werbemaßnahmen, falls der Zahnarzt, dessen Leistungen angepriesen werden, die Werbemaßnahmen kennt und duldet.

BGH, Urt. v. 8. Juni 2000 – I ZR 269/97 – OLG Düsseldorf
LG Düsseldorf

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 8. Juni 2000 durch die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Starck, Prof. Dr. Bornkamm, Dr. Büscher und Raebel

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 9. Oktober 1997 im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als zum Nachteil der Beklagten erkannt worden ist.

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

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin ist die Zahnärztekammer Nordrhein. Die Beklagte, eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, betreibt in Düsseldorf ein Zahnlabor, den Handel mit medizinischen Geräten und die Fortbildung auf dem Gebiet der Zahnheilkunde. Außerdem bietet sie zahnärztliche Behandlungen an. Für diese Leistungen warb sie – u.a. in der Zeitschrift "auto, motor und sport" – mit folgendem, im Origi-

nal mit der schematischen Darstellung einer Zahnwurzel illustrierten Anzeigentext:

> **dental*ästhetica***
> **Institut für orale Implantologie und ästhetische Zahnheilkunde**
>
> Unser langjährig erfahrenes Ärzteteam erstellt in ruhiger Atmosphäre ein individuelles Behandlungskonzept für Sie:
>
> - Ästhetische Zahnkonturierung mit Keramik-Schalen **(Veneers)**
> - beim Fehlen von Zähnen möglichst festsitzende Versorgung mit künstlichen Zahnwurzeln **(Implantate)**
> - **Komplettbehandlung** des Gebisses mit Keramik, Kronen und Inlays
>
> Die Behandlung erfolgt in wenigen Sitzungen und auf Wunsch selbstverständlich unter **Vollnarkose**.

Die Klägerin hat in dieser Werbung einen Verstoß gegen das für Zahnärzte geltende Werbeverbot und damit gegen § 1 UWG gesehen und die Beklagte in Anspruch genommen, es zu unterlassen, im Rahmen ihres Geschäftsbetriebs zu Wettbewerbszwecken auf die von ihr angebotenen zahnheilkundlichen Leistungen hinzuweisen. Zwar gelte das standesrechtliche Werbeverbot nicht für die Beklagte unmittelbar, sondern nur für die bei ihr beschäftigten Zahnärzte. Sie dürfe diese Zahnärzte aber nicht an der Beachtung der für sie geltenden standesrechtlichen Pflichten hindern und sei daher mittelbar ebenfalls an das Werbeverbot gebunden. Hilfsweise hat die Klägerin Unterlassung der konkreten Werbung beansprucht und sich zur Begründung auf einen Verstoß gegen § 1 UWG i.V. mit § 3 Satz 2 Nr. 2 lit. a HWG (irreführendes Versprechen eines Heilungserfolges) berufen.

Das Landgericht hat die Beklagte entsprechend dem in erster Linie gestellten Antrag verurteilt. Das Berufungsgericht hat dagegen die Klage mit diesem umfassenden Antrag abgewiesen, die konkret beanstandete Werbung jedoch unter dem Gesichtspunkt einer irreführenden Werbung nach § 3 UWG untersagt.

Hinweis: Auch Teile der Urteilssammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.

JLaw – Gesetze und Urteile (mobile App)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
JLaw – für Android
JLaw – für iOS

Hiergegen richtet sich die Revision der Beklagten, mit der sie ihren Antrag auf vollständige Abweisung der Klage weiterverfolgt. Die Klägerin beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat die beanstandete Anzeige als wettbewerbswidrig angesehen und zur Begründung ausgeführt:

Keiner Entscheidung bedürfe, ob die Beklagte als Störerin wegen eines Verstoßes der bei ihr beschäftigten Zahnärzte gegen das standesrechtliche Werbeverbot in Anspruch genommen werden könne; denn die Klägerin habe nicht vorgetragen, daß die bei der Beklagten tätigen Zahnärzte von der Werbung gewußt hätten. Ebenso brauche nicht entschieden zu werden, ob die Beklagte unter dem Gesichtspunkt einer Umgehung des zahnärztlichen Werbeverbots gegründet worden sei; denn es bestünden keine Anhaltspunkte dafür, daß die Beklagte von einem Zahnarzt gegründet worden sei, der an ihr als Geschäftsführer oder zumindest als Kapitalgeber maßgeblich beteiligt sei. Schließlich könne dahinstehen, ob die Beklagte – was im Hinblick auf die verfassungsrechtlich geschützte Berufsfreiheit nicht unbedenklich wäre – an die berufsrechtlichen Werbevorschriften mittelbar gebunden sei.

Die beanstandete Anzeige sei aber in mehrfacher Hinsicht irreführend und aus diesem Grunde nach § 3 UWG zu untersagen. Die Angabe "Behandlung erfolgt in wenigen Sitzungen" erwecke den Eindruck, als lasse sich die Behandlung in jedem Fall unabhängig vom Gebiß- und Zahnstatus des einzelnen Patienten

alsbald abschließen. Mit der Aussage, die Behandlung erfolge "auf Wunsch selbstverständlich unter Vollnarkose" erwecke die Beklagte den Eindruck, als sei die Vollnarkose für jeden Patienten ohne Risiko. Die Begriffe "orale Implantologie" und "ästhetische Zahnheilkunde" deuteten – unzutreffend – darauf hin, daß es sich um geschützte Gebietsbezeichnungen handele, die den Mitgliedern des Zahnärzteteams nach einer entsprechenden Weiterbildung in einem dafür vorgesehenen Verfahren verliehen worden seien. Schließlich stelle die Aussage "individuelles Behandlungskonzept in ruhiger Atmosphäre" eine unzulässige Werbung mit Selbstverständlichkeiten dar.

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

1. Die Klägerin als die berufsständische Vertretung der Zahnärzte ist – was auch die Revision nicht in Zweifel zieht – nach § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG berechtigt, Wettbewerbsverstöße zu verfolgen, die von ihren Mitgliedern oder von deren Wettbewerbern begangen werden (BGH, Urt. v. 20.5.1999 – I ZR 40/97, GRUR 1999, 1009 = WRP 1999, 1136 – Notfalldienst für Privatpatienten, m.w.N.).

2. Das Berufungsgericht hat die beanstandete Werbung in vier Punkten als irreführend angesehen. Die Revision rügt mit Erfolg, daß die Klägerin nur hinsichtlich einer dieser Aussagen eine Irreführung des Verkehrs geltend gemacht hatte und das Berufungsgericht der Klägerin daher mehr als beantragt zugebilligt hat. Aber auch insoweit, als das Berufungsgericht die von der Klägerin behauptete Irreführung aufgegriffen und seiner Verurteilung zugrunde gelegt hat, kann das Berufungsurteil keinen Bestand haben.

a) Die Verurteilung der Beklagten geht über die gestellten Klageanträge hinaus (§ 308 ZPO). Das Berufungsgericht hat die in Rede stehende Werbung wegen des Hinweises auf die nach Wunsch mögliche Vollnarkose, wegen der Bezeichnung "Institut für orale Implantologie und ästhetische Zahnheilkunde" sowie wegen der Werbung damit, daß ein individuelles Behandlungskonzept erstellt werde, als irreführend untersagt, obwohl eine entsprechende Irreführung des Verkehrs von der Klägerin nicht behauptet worden und damit auch nicht zum Streitgegenstand geworden war.

aa) Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs bestimmt sich auch der Streitgegenstand einer wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsklage nach dem Antrag und dem dazu vorgetragenen Lebenssachverhalt (BGH, Urt. v. 11.6.1992 – I ZR 226/90, GRUR 1992, 625, 627 = WRP 1992, 697 – Therapeutische Äquivalenz; Urt. v. 2.4.1992 – I ZR 146/90, GRUR 1992, 552, 554 – Stundung ohne Aufpreis; Urt. v. 5.4.1995 – I ZR 67/93, GRUR 1995, 518 = WRP 1995, 608 – Versäumte Klagenhäufung; Urt. v. 2.7.1998 – I ZR 77/96, GRUR 1999, 272 = WRP 1999, 183 – Die Luxusklasse zum Nulltarif). Bei einer auf eine Irreführung gestützten Klage setzt sich der maßgebliche Lebenssachverhalt – ungeachtet der rechtlichen Würdigung, die dem Gericht obliegt – aus der beanstandeten Werbemaßnahme und der – nach der Behauptung des Klägers – dadurch erzeugten Fehlvorstellung der angesprochenen Verkehrskreise zusammen. Demgemäß ist bei einer Anzeige, die eine Mehrzahl von Werbeangaben enthält, für die Bestimmung des Streitgegenstands von maßgeblicher Bedeutung, welche von diesen in der Klage als irreführend beanstandet wird; dabei wird der Streitgegenstand durch die Behauptung einer bestimmten Fehlvorstellung weiter eingegrenzt.

bb) Die Klägerin hat ihre Klage wie folgt begründet: Den in erster Linie gestellten umfassenden Unterlassungsantrag, durch den der Beklagten die Wer-

bung für von ihr angebotene zahnheilkundliche Leistungen schlechthin untersagt werden sollte, hat sie auf einen Verstoß gegen das zahnärztliche Werbeverbot gestützt. In dem umfassenden Antrag war jedoch der Antrag auf ein Verbot der konkret beanstandeten Werbung – ungeachtet seiner Bezeichnung als Hilfsantrag – bereits als ein Minus enthalten (vgl. BGH, Urt. v. 3.12.1998 – I ZR 74/96, GRUR 1999, 760 = WRP 1999, 842 – Auslaufmodelle II; Urt. v. 10.12.1998 – I ZR 141/96, GRUR 1999, 509 = WRP 1999, 421 – Vorratslücken). Soweit die Klägerin gerade auch die konkrete Verletzungsform beanstandet hat, hat sie sich neben dem Verstoß gegen das zahnärztliche Werbeverbot auf einen Verstoß gegen § 3 Satz 2 Nr. 2 lit. a HWG berufen (dazu sogleich unter II.2.b)). Diese Vorschrift verbietet eine Werbung für Heilbehandlungen als irreführend, wenn fälschlich der Eindruck erweckt wird, daß ein Erfolg mit Sicherheit erwartet werden kann.

Die drei weiteren Punkte, in denen das Berufungsgericht eine Irreführung des Verkehrs angenommen hat, finden in dem Klagevorbringen keine Grundlage. Insbesondere hatte die Klägerin nicht behauptet, der Verkehr verstehe die Aussage, wonach die Behandlung "auf Wunsch selbstverständlich unter Vollnarkose" erfolge, dahin, daß eine Vollnarkose für jeden Patienten ohne Risiko sei. Sie hatte auch nicht vorgetragen, der Verkehr nehme aufgrund der Verwendung der Begriffe "orale Implantologie" und "ästhetische Zahnheilkunde" an, den Mitgliedern des Ärzteteams der Beklagten seien nach einer entsprechenden Weiterbildung entsprechende besondere Gebietsbezeichnungen verliehen worden. Schließlich hatte die Klägerin sich nicht darauf berufen, der Verkehr nehme aufgrund der Werbeaussage, wonach "unser langjährig erfahrenes Ärzteteam ... in ruhiger Atmosphäre ein individuelles Behandlungskonzept für Sie (erstellt)", an, dies sei eine besondere, bei anderen Zahnärzten nicht ohne weiteres zu erwartende Leistung.

Damit fehlt der Vortrag des Lebenssachverhalts, den das Berufungsgericht der Verurteilung der Beklagten in diesen drei Punkten zugrunde gelegt hat. Dieser Mangel kann – entgegen der Auffassung der Revisionserwiderung – nicht mit der Erwägung ausgeräumt werden, der Tatrichter, der selbst zu den angesprochenen Verkehrskreisen zähle, habe aufgrund eigener Sachkunde darüber entscheiden können, ob die fraglichen Aussagen irreführend seien oder nicht. Denn hierauf käme es nur an, wenn der entsprechende – hier fehlende – Vortrag der Klägerin streitig geblieben und sich daher die Frage gestellt hätte, ob es zur Klärung einer Beweisaufnahme bedarf.

b) Soweit das Berufungsgericht in der Aussage, daß die Behandlung in wenigen Sitzungen erfolge, ein nach § 3 Satz 2 Nr. 2 lit. a HWG unzulässiges Erfolgsversprechen gesehen hat, konnte es sich zwar auf ein entsprechendes Vorbringen der Klägerin stützen. Die Beurteilung des Berufungsgerichts kann aber insoweit aus sachlichen Gründen keinen Bestand haben.

Mit Recht rügt die Revision, daß das vom Berufungsgericht festgestellte Verkehrsverständnis mit der Lebenserfahrung nicht in Einklang zu bringen ist. Daß die Zahl der erforderlichen Sitzungen bei den in Rede stehenden zahnärztlichen Maßnahmen von einer Reihe von Faktoren abhängt – bei der Zahnkonturierung mit Keramikschalen von der Beschaffenheit und der Anzahl der zu behandelnden Zähne, bei einer Implantatbehandlung vom Zustand des Kiefers –, stellt eine Selbstverständlichkeit dar, über die in der fraglichen Werbeaussage nicht getäuscht wird. Die Aussage vermittelt allenfalls den Eindruck, daß aufgrund des Könnens und der langjährigen Erfahrung der behandelnden Ärzte sowie aufgrund einer optimalen Organisation der Behandlungsabläufe möglichst wenige Sitzungen anfallen. Daß dieser Inhalt der Werbeaussage unrichtig wäre, hat die Klägerin nicht behauptet. Eine weitergehende Aussage aber, etwa des Inhalts, daß die

Beklagte auch im Falle von sich ergebenden Komplikationen oder bei einer ungewöhnlichen Häufung der erforderlichen Maßnahmen immer mit einer – absolut gesehen – geringen Zahl von Sitzungen auskomme, läßt sich der beanstandeten Aussage nicht entnehmen.

3. Kann die Verurteilung der Beklagten nicht mit der vom Berufungsgericht gegebenen Begründung aufrechterhalten werden, stellt sich die Frage, ob die beanstandete Werbung aus anderen Gründen zu untersagen ist (§ 563 ZPO). Da sich die Klägerin zur Begründung ihres Begehrens auf Untersagung der konkreten Verletzungsform sowohl auf den heilmittelwerberechtlichen Verstoß als auch auf den Gesichtspunkt einer berufsrechtswidrigen Werbung gestützt hat, kann die Klage in vollem Umfang nur abgewiesen werden, wenn eine Haftung der Beklagten auch unter diesem zweiten Gesichtspunkt zu verneinen wäre. Hiervon kann jedoch nicht ausgegangen werden. Die Voraussetzungen einer solchen – vom Berufungsgericht offengelassenen – Haftung liegen vielmehr vor, falls die bei der Beklagten beschäftigten Zahnärzte von der beanstandeten Werbung Kenntnis hatten und sie geduldet haben. Denn dann ist ein Verstoß gegen das zahnärztliche Werbeverbot gegeben, für den die Beklagte als Störerin haftet. Insoweit bedarf der Sachverhalt jedoch noch der tatrichterlichen Klärung.

a) Wäre die in Rede stehende Werbeanzeige von einem niedergelassenen oder einem bei der Beklagten beschäftigten Zahnarzt veranlaßt oder geduldet worden, läge darin ein Verstoß gegen das berufsrechtliche Werbeverbot.

aa) Dieses Verbot ergibt sich aus § 20 Abs. 1 der Berufsordnung der Zahnärztekammer Nordrhein vom 19. April 1997, die von der Kammerversammlung aufgrund der § 29 Abs. 1, § 31 Abs. 1 und 2, § 32 des nordrhein-westfälischen Heilberufsgesetzes vom 27. April 1994 (GV NW S. 204/SGV NRW 2122) erlassen

worden ist. Nach der auf der Ermächtigungsgrundlage des § 32 Nr. 10 HeilBerG Nordrhein-Westfalen beruhenden Bestimmung des § 20 Abs. 1 der Berufsordnung ist dem Zahnarzt jede Werbung und Anpreisung untersagt. In der Rechtsprechung ist allerdings anerkannt, daß dem Arzt – ähnlich den anderen freien Berufen, für die ähnliche berufsrechtliche Werbeverbote bestehen – neben der auf seiner Leistung und seinem Ruf beruhenden Werbewirkung in bestimmten Grenzen auch Ankündigungen mit werbendem Charakter nicht verwehrt werden können
(BVerfGE 71, 162, 174; BVerfG NJW 2000, 2734). Dementsprechend ist § 20 Abs. 1 der Berufsordnung verfassungskonform dahin auszulegen, daß nur die berufswidrige Werbung unzulässig ist. Für interessengerechte und sachangemessene Information, die keinen Irrtum erregt, muß im rechtlichen und geschäftlichen Verkehr Raum bleiben (vgl. BVerfGE 82, 18, 28; BVerfG NJW 1993, 2988 f.; BGH GRUR 1999, 1009, 1010 – Notfalldienst für Privatpatienten). Dabei ist es auch dem Arzt grundsätzlich unbenommen, in angemessener Weise auf seine Leistungen hinzuweisen und ein vorhandenes, an ihn herangetragenes Informationsinteresse zu befriedigen.

bb) Wo im einzelnen die Grenze zwischen angemessener Information und berufswidriger Werbung liegt, läßt sich für die freien Berufe nicht einheitlich beurteilen, auch wenn verschiedene Berufsordnungen Werbung in jeweils ähnlich lautenden Regelungen generell untersagen. Für Ärzte und Zahnärzte gilt, daß das Werbeverbot eine Verfälschung des ärztlichen Berufsbildes verhindern soll, die einträte, wenn der Arzt Werbemethoden verwendete, wie sie in der gewerblichen Wirtschaft üblich sind. Hinter diesem Zweck steht das Rechtsgut der Gesundheit der Bevölkerung. Die ärztliche Berufsausübung soll sich nicht an ökonomischen Erfolgskriterien, sondern an medizinischen Notwendigkeiten orientieren. Das Werbeverbot beugt damit einer gesundheitspolitisch unerwünschten

Kommerzialisierung des Arztberufs vor. Dieser Zweck rechtfertigt das Werbeverbot und – weil es eine Umgehung dieses Verbots verhindert – auch das Duldungsverbot (vgl. BVerfGE 85, 248, 259 f.; BGH GRUR 1999, 1009, 1010 – Notfalldienst für Privatpatienten; Urt. v. 10.11.1999 – I ZR 121/97, GRUR 2000, 613, 615 = WRP 2000, 506 – Klinik Sanssouci).

cc) Die werbemäßige, in einer Publikumszeitschrift wie "auto, motor und sport" erfolgende Anpreisung zahnärztlicher Leistungen, die in ambulanter Zahnarztpraxis erbracht werden sollen, fiele unter das Werbeverbot des § 20 Abs. 1 der Berufsordnung.

Die fragliche Anzeige in einer Zeitschrift wie "auto, motor und sport" will zwar – wie es bei Werbung im allgemeinen der Fall ist – informieren. Da es jedoch nicht um die Befriedigung eines an den Inserenten herangetragenen Informationsbedürfnisses geht, steht die Akquisition potentieller Patienten im Vordergrund der Werbemaßnahme. Die Anzeige zielt darauf ab, Patienten im gesamten Bundesgebiet anzusprechen und zu veranlassen, die beworbenen Leistungen gerade beim Inserenten nachzufragen, indem die angebotenen zahnärztlichen Behandlungen ungefragt wie gewerbliche Leistungen und mit reklamehaften Zügen angepriesen werden. Eine solche Art und Weise der Werbung kann auch deswegen nicht mit dem berechtigten Informationsinteresse auf seiten des Zahnarztes und der potentiellen Patienten gerechtfertigt werden, weil dem (Zahn-)Arzt heute über das Internet andere Formen der Darstellung des eigenen Leistungsangebots offenstehen, die – wenn sich die Darstellung im sachlich-angemessenen Rahmen hält – grundsätzlich mit dem (zahn-)ärztlichen Berufsbild zu vereinbaren sind.

b) Läge ein Verstoß eines Zahnarztes gegen das berufsrechtliche Werbeverbot vor, wäre der wettbewerbsrechtliche Unterlassungsanspruch nicht nur ge-

gen diesen, sondern auch gegen die Beklagte begründet, die dann als Störerin haften würde. Die Beklagte unterliegt zwar nicht selbst den Werbebeschränkungen des § 20 Abs. 1 der zahnärztlichen Berufsordnung, weil sie als juristische Person nicht unmittelbar Adressatin der berufsrechtlichen Werbebeschränkungen für Zahnärzte ist (anders etwa die Regelung in § 59m Abs. 2 BRAO, nach der das in § 43b BRAO enthaltene Verbot berufswidriger Werbung sinngemäß für Rechtsanwaltsgesellschaften gilt). In der beanstandeten Werbung kann deshalb nicht unabhängig von dem Verhalten der behandelnden Zahnärzte ein Verstoß gegen § 1 UWG gesehen werden. In Betracht käme aber eine Haftung als Störerin, wenn es die Beklagte bewußt auf einen Verstoß der bei ihr beschäftigten Zahnärzte gegen das berufsrechtliche Werbeverbot abgestellt haben sollte (vgl. BGH, Urt. v. 14.4.1994 – I ZR 12/92, GRUR 1996, 905, 907 = WRP 1994, 859 – GmbH-Werbung für ambulante ärztliche Leistungen; BGH GRUR 2000, 613, 616 – Klinik Sanssouci).

Der Störerhaftung der Beklagten stünde nicht entgegen, daß für Kliniken ebenso wie für Sanatorien nicht dieselben Werbebeschränkungen gelten wie für niedergelassene Ärzte. Diese Ungleichbehandlung hat ihren Grund darin, daß Kliniken und Sanatorien, die neben der ärztlichen Behandlung noch weitere, gewerbliche Leistungen wie Unterbringung und Verpflegung anbieten, meist mit größerem personellen und sachlichen Aufwand arbeiten und zur Sicherung ihrer Existenz darauf angewiesen sind, auf ihr Leistungsangebot aufmerksam zu machen. Zwischen ambulanter und stationärer Behandlung bestehen erhebliche betriebswirtschaftliche Unterschiede, die es rechtfertigen, Kliniken und Sanatorien hinsichtlich der Werbung anders zu behandeln als niedergelassene Ärzte (vgl. BVerfGE 71, 183, 199; BGH GRUR 1996, 905, 907 – GmbH-Werbung für ambulante ärztliche Leistungen). Im Streitfall stehen jedoch nur zahnärztliche Behandlungen in Rede, die – nach der Lebenserfahrung zu urteilen – im allgemeinen

ambulant und in vergleichbarer Weise auch von niedergelassenen Zahnärzten erbracht werden. Daß die Beklagte über Möglichkeiten verfügt, einen Patienten ausnahmsweise auch einmal stationär aufzunehmen, rechtfertigt es nicht, sie einer im Schwerpunkt stationäre Behandlungen anbietenden Klinik gleichzustellen und ihr – anders als den niedergelassenen Zahnärzten – eine ausschließlich auf die Akquisition von Patienten gerichtete Werbung zu gestatten. Dabei kann auch nicht außer Betracht bleiben, daß es eine nicht zu rechtfertigende Ungleichbehandlung darstellen würde, wenn die Beklagte in der beanstandeten Form für Leistungen werben dürfte, die ein niedergelassener Zahnarzt in dieser Form nicht bewerben darf. Mit Hilfe der Störerhaftung kann die Lücke geschlossen werden, die dadurch entsteht, daß Ärzte und Zahnärzte ihre Praxen in der Form einer Kapitalgesellschaft betreiben können, die berufsrechtlichen Werbebeschränkungen jedoch unmittelbar nur für die Ärzte und Zahnärzte selbst, nicht dagegen für ärztliche oder zahnärztliche Leistungen anbietende Kapitalgesellschaften gelten.

c) Im Streitfall fehlt es an Feststellungen dazu, ob die bei der Beklagten beschäftigten Zahnärzte die beanstandeten Werbemaßnahmen gekannt und geduldet haben. Das Berufungsgericht hat Vorbringen der Klägerin zu diesem Punkt vermißt. Nachdem das Landgericht die Beklagte als Störerin verurteilt hatte, hätte das Berufungsgericht die Klägerin allerdings nach § 139 ZPO auf diese Lücke ihres Vorbringens hinweisen müssen, zumal es nach den Umständen eher naheliegt, daß die behandelnden Zahnärzte von der fraglichen Werbemaßnahme Kenntnis haben. Daß ein solcher Hinweis unterblieben ist, hat die Revisionserwiderung in zulässiger Weise gerügt.

III. Danach ist das angefochtene Urteil aufzuheben. Im wiedereröffneten Berufungsverfahren wird die Klägerin Gelegenheit haben, ihr Vorbringen in dem oben angeführten Punkt zu ergänzen.

v. Ungern-Sternberg Starck Bornkamm

Büscher Raebel