

Nachschlagewerk: ja

BGHZ : nein

Politikerschelte

UWG § 1

Eine mit einer Politikerschelte verbundene Imagewerbung eines Unternehmens ist nicht ohne weiteres als sittenwidrig im Sinne des § 1 UWG zu beanstanden.

HWG § 4 Abs. 1

Auch eine Imagewerbung kann dem Gebot des § 4 Abs. 1 HWG unterfallen, wenn das mit dem Namen des Unternehmens identische Arzneimittel genannt wird.

BGH, Urt. v. 15. Mai 1997 - I ZR 10/95 - OLG München

LG München I

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 10/95

Verkündet am:
15. Mai 1997
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V., vertreten durch den Hauptgeschäftsführer Dr. Reiner M., L.,
straÙe , B ,

Klägerin, Revisionsklägerin und
Anschlußrevisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwältin v. -

g e g e n

T AG, vertreten durch das Vorstandsmitglied Günter
J. S , I Straße , M ,

Beklagte, Revisionsbeklagte und
Anschlußrevisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dipl.-Phys. -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 15. Mai 1997 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Erdmann und die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Prof. Dr. Ullmann, Dr. Bornkamm und Pokrant

für Recht erkannt:

Die Revisionen gegen das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom 17. November 1994 werden zurückgewiesen.

Von den Kosten des Revisionsverfahrens trägt die Klägerin 3/4, die Beklagte 1/4.

Von Rechts wegen

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



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Die Beklagte stellt das Schmerzmittel "T[REDACTED]" her. Diese Bezeichnung ist auch Bestandteil ihrer Firma. Sie veröffentlichte im Nachrichtenmagazin "Der S[REDACTED]" - Ausgaben 24, 25, 28, 30/1993 - die vier nachstehend im Antrag (verkleinert) wiedergegebenen Anzeigen.

Die Klägerin, die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, hat die Anzeigen als eine unzulässige gefühlbetonte Werbung beanstandet. Die Beklagte biedere sich damit bei der politikverdrossenen Bevölkerung in einer unlauteren Weise an.

Sie hat beantragt,

der Beklagten zu verbieten, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs in der Anzeigenwerbung blickfangmäßig zu politischen Themen Stellung zu nehmen, die nicht im Zusammenhang mit ihrem Geschäftsbetrieb stehen, und im Anschluß daran für sich und/oder ihre Schmerztabletten zu werben, z.B. wenn dies wie folgt geschieht:

Wenn ein leitender Angestellter ...

- wichtige Sachverhalte verschweigt,
- mehr Geld ausgibt als in der Kasse ist,
- Fehlinvestitionen in Millionenhöhe vornimmt,
- auf Geschäftskosten Privatreisen durchführt,

dann wird er zur Verantwortung gezogen und gefeuert.

Wenn gewisse leitende Staatsdiener ähnlich verfahren ...

- bleiben sie in Amt und Würden oder
- werden sie befördert,
- treten sie aus gesundheitlichen Gründen zurück,
- werden sie vorzeitig in den Ruhestand versetzt

bei hohen Pensionsansprüchen und 3 Monaten Gehaltsfortzahlung.

Wir fordern gleiches Recht für alle!

Günter J. Schmidt
GÜNTHER J. SCHMIDT



Zeit 24/93

An alle Abgeordneten des Deutschen Bundestages...

Innerhalb von nur 7 Tagen ist der Deutsche Bundestag zweimal nicht beschlußfähig gewesen, weil nicht genügend Abgeordnete anwesend waren!

Mit welcher Legitimation sprechen Sie dann über die Wiedereinführung der 40-Stunden-Woche und die Karenztage bei der Pflegeversicherung, wenn Sie den Auftrag Ihrer Wähler nicht erfüllen?

Wir fordern von Ihnen mehr

Fleiß, Pünktlichkeit und Verantwortungsgefühl,

...das Gleiche, was für meine Mitarbeiter eine Selbstverständlichkeit ist.

Günter J. Schmidt
GÜNTHER J. SCHMIDT



Zeit 28/93

Wenn wir...

- den Hund des Nachbarn beißen,
- Firmengelder veruntreuen,
- verbindliche Zusagen nicht einhalten,
- vor Gericht unter Eid falsch aussagen,
- Steuern hinterziehen,
- einen Verkehrsunfall verursachen,
- gesundheitsschädliche Produkte vertreiben,

dann sind wir...

haftbar und werden bestraft, sogar mit Gefängnis.

Gewisse Politiker dagegen ...

- machen falsche Versprechungen/Aussagen,
- verschwenden unsere Steuergelder,
- bereichern sich am Staat,
- reisen auf Kosten der Steuerzahler.

Haften die Vertreter des Volkes für gar nichts und mit welchem Recht???

Günter J. Schmidt
GÜNTHER J. SCHMIDT



Zeit 25/93

An die Parlamentarier!

Mit DM 500.000,- kann man einiges machen, z.B.

- 12 Pflegeplätze in Altenheimen bezahlen oder
- 10 Arbeitsplätze in der Wirtschaft schaffen oder
- 3 kleine Sozialwohnungen finanzieren oder
- 1 Kindergarten bauen

Wie aber gehen Sie mit unseren Steuergeldern um?

Sie bauen die neue Bar des Bundestages jetzt schon wieder um: für DM 500.000,-

Das ist in der heutigen Zeit instinktlos, unfaßbar.

Gegen diese Art von Schmerzverursachung helfen mir nicht einmal mehr meine Tabletten.
Gute Besserung wünscht Ihnen Ihr

Günter J. Schmidt
GÜNTHER J. SCHMIDT



P.S.: Was kostet denn die Bar demnächst in Berlin?

Zeit 30/93

Die Beklagte ist dem entgegengetreten. Sie verfolge mit den Anzeigen nur ein gesellschaftspolitisches Anliegen, so daß es schon an einem Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs fehle. Jedenfalls stehe das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung einem wettbewerbsrechtlich zu begründenden Verbot entgegen.

Das Landgericht hat der Klage - wie auch schon dem Antrag im einstweiligen Verfügungsverfahren (LG München I GRUR 1993, 985) - stattgegeben. Das Berufungsgericht hat - entsprechend seinem Erkenntnis im einstweiligen Verfügungsverfahren (OLG München WRP 1994, 413) - die Verurteilung lediglich hinsichtlich der Anzeige aus dem Heft 30/93 "Der S [REDACTED]" bestätigt und der Beklagten - unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel - verboten,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs in der Anzeigenwerbung blickfangmäßig zu politischen Themen Stellung zu nehmen, die nicht im Zusammenhang mit ihrem Geschäftsbetrieb stehen, und im Anschluß daran für ihre Schmerztabletten zu werben, z.B. wenn dies wie folgt geschieht:

An die Parlamentarier!

**Mit DM 500.000,- kann man
einiges machen, z.B.**

- 12 Pflegeplätze in Altenheimen bezahlen oder
- 10 Arbeitsplätze in der Wirtschaft schaffen oder
- 3 kleine Sozialwohnungen finanzieren oder
- 1 Kindergarten bauen

**Wie aber gehen Sie mit unseren
Steuergeldern um?**

**Sie bauen die neue
Bar des Bundestages
jetzt schon wieder
um: für DM 500.000,-**

**Das ist in der heutigen Zeit
instinktos, unfaß-bar.**

Gegen diese Art von Schmerzverursachung helfen mir
nicht einmal mehr meine Tabletten.
Gute Besserung wünscht Ihnen ihr

Sünter J. Schmidt

SÜNTER J. SCHMIDT

P.S.: Was kostet denn die Bar demnächst in Berlin?



Zeit 30/93

Im übrigen hat es auf die Berufung der Beklagten die
Klage abgewiesen.

Gegen dieses Urteil wendet sich die Klägerin mit der Re-
vision, die Beklagte mit der Anschlußrevision. Die Kläge-
rin begehrt, das landgerichtliche Urteil wiederherzustellen.

Die Beklagte sucht um die Abweisung der Klage insgesamt nach. Beide Parteien beantragen, die Revision des Gegners zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat die Klage als zulässig angesehen. Der Antrag sei hinreichend bestimmt. Auch die Klagebefugnis der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs sei gegeben. Zur Sache hat es ausgeführt, die Beklagte handle mit der Veröffentlichung der streitigen Anzeigen sowohl in objektiver wie in subjektiver Hinsicht zu Zwecken des Wettbewerbs. Bei Werbeanzeigen spreche für die Wettbewerbsabsicht eine tatsächliche Vermutung. Das Vorbringen der Beklagten, das Firmenlogo sei nur abgedruckt worden, um der Meinung ihres Vorstands Gewicht zu verleihen, stehe der Annahme der Wettbewerbsabsicht der Beklagten nicht entgegen.

Das Berufungsgericht hat hinsichtlich der in den Anzeigen enthaltenen Äußerungen zum Verhalten von Politikern und leitenden Angestellten ein sittenwidriges Wettbewerbsverhalten der Beklagten verneint. Soweit es das vom Landgericht ausgesprochene Verbot bestätigt und neu gefaßt hat, hat es einen Verstoß gegen § 1 UWG i.V. mit § 4 Abs. 1 HWG angenommen.

Anders als die Anzeige in "Der S [REDACTED] Nr. 30/1993, die einen Bezug zu dem von der Beklagten vertriebenen Schmerzmittel "T [REDACTED]" enthalte und deshalb an der Werbevorschrift

des § 4 Abs. 1 HWG zu messen sei, enthielten die übrigen Anzeigen keine Arzneimittelwerbung, sondern lediglich eine Werbung für das Unternehmen der Beklagten. Diese sei aber rechtlich nicht zu beanstanden. Der Beklagten sei es freigestellt, ihre Meinung zu allgemein interessierenden politischen Themen mit der Werbung für ihr Unternehmen zu verbinden. Sie verletze mit ihren Anzeigen - die Werbung in "Der S [REDACTED]" Nr. 30/1993 ausgenommen - nicht die Regeln des Werberechts. Der Inhalt der Anzeigen sei nicht wahrheitswidrig. Auch könne nicht von einer pauschalen Herabsetzung aller Politiker, leitenden Staatsdienern und Abgeordneten die Rede sein. Dagegen spreche schon die Formulierung "gewisse Politiker" wie "gewisse leitende Staatsdiener". Ein Verstoß gegen § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt der unzulässigen schockierenden, geschmacklosen oder gefühlsbetonten Werbung liege nicht vor. Bei den eher polemischen Hinweisen der Beklagten auf angebliche Mißstände in der Politik seien ein Schock und das Auslösen vielfältiger Emotionen der angesprochenen Leser, wie dies bei Darstellung existenzieller und bedrückender Not oder von Schmerz der Fall sei, nicht zu befürchten. Für die Beurteilung als sittenwidrig im Sinne des § 1 UWG sei erforderlich, daß der Werbende sich das Mitgefühl oder die Hilfsbereitschaft der angesprochenen Verbraucher mit dem Ziel zunutze mache, seine Umsätze zu steigern. So liege es im Streitfall nicht. Die Beklagte reihe sich mit ihren Aussagen in den Anzeigen zwar bei denjenigen ein, die unzufrieden seien und an Politikern und Staatsdienern Kritik übten. Sie stelle damit eine Solidarisierung mit Gleichgesinnten her. Sie appelliere aber nicht an den Leser der Anzeige, mit einem Erwerb ihrer Produkte zur Linderung des aufgezeigten Mißstandes etwas beizutragen. Die positive Darstellung des

eigenen Unternehmens - im Vergleich zu den Zuständen in der Politik - liege im Wesen der Werbung und sei wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden. Auch unter dem Gesichtspunkt der Meinungsäußerungsfreiheit der Beklagten gemäß Art. 5 Abs. 1 GG müsse der werbliche Effekt der Anzeigen hingenommen werden.

Auf das Recht zur freien Meinungsäußerung könne sich die Beklagte indessen nicht berufen, soweit sie mit ihrer beanstandeten Anzeige in dem Heft 30/1993 "Der S [REDACTED]" gegen das Gesetz über die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens verstoße. Die für die Arzneimittelwerbung geltenden beschränkenden Vorschriften hinderten die Beklagte an ihrer Meinungsäußerung nicht, wie gerade die dem Verbot nicht unterfallenden Werbeanzeigen zeigten.

II. Die Beurteilung des Berufungsgerichts weist keinen Rechtsfehler auf. Revision und Anschlußrevision bleiben erfolglos.

1. Das Berufungsgericht hat das Klagebegehren als zulässig angesehen. Dagegen wendet sich die Beklagte ohne Erfolg.

a) Zutreffend hat das Berufungsgericht die Klagebefugnis der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs für gegeben erachtet. Die Revisionserwiderung bezweifelt nicht, daß die Klägerin die Voraussetzungen des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG erfülle, meint aber, sie mißbrauche ihr Recht zur Klage, da sie letztlich auf Anregung einer einflußreichen politischen Persönlichkeit tätig geworden sei. Dieser Ansicht kann nicht beigetreten werden. Das Berufungsgericht hat festgestellt,

daß die Klägerin mit der Klage die gewerblichen Interessen ihrer Mitglieder - soweit sie Wettbewerber auf dem streitigen Arzneimittelmarkt sind - wahrnimmt. Das wird auch von der Revisionserwiderung nicht in Frage gestellt. Sind aber die objektiven Gegebenheiten der Klagebefugnis im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG gegeben, so bleibt unerheblich, von wem die Anregung zur Geltendmachung der der Klägerin als einem Verband zur Förderung gewerblicher Interessen zustehenden Ansprüche ausgeht. Das Gesetz hat den genannten Verbänden die Befugnis zur gerichtlichen Geltendmachung von wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsansprüchen unabhängig davon zugebilligt, ob die Verbände aufgrund eigener Initiative oder aufgrund von Anregungen betroffener Wettbewerber oder gar von nicht betroffenen Dritten tätig werden.

b) Die Beurteilung des Berufungsgerichts, der Klageantrag stehe mit den sich aus § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO ergebenden Anforderungen an seine Bestimmtheit in Einklang, ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Auch entspricht der vom Berufungsgericht neu formulierte Untersagungsanspruch den Anforderungen, die an eine Urteilsformel im Sinne von § 313 Abs. 1 Nr. 4 ZPO zu stellen sind. Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO muß die Klageschrift einen bestimmten Antrag enthalten. Dessen Angabe bedarf es zur Festlegung des Streitgegenstands und des Umfangs der Prüfungs- und Entscheidungsbefugnis des Gerichts (§ 308 Abs. 1 ZPO) wie auch zur Erkennbarkeit der Tragweite des begehrten Verbots und der Grenzen seiner Rechtskraft (BGH, Urt. v. 9.4.1992 - I ZR 171/90, GRUR 1992, 561 = WRP 1992, 560 - Unbestimmter Unterlassungsantrag II m.w.N.). Dabei ist eine gewisse Verallgemeinerung zur Vermeidung von unnötigen, einen vergleichbaren Sachverhalt be-

treffenden Rechtsstreitigkeiten zulässig, wenn das Charakteristische der Verletzungshandlung zum Ausdruck kommt und der Kern des Verbots unberührt bleibt (BGH, Urt. v. 12.7.1990 - I ZR 236/88, GRUR 1991, 138 - Flacon). Die zur Begründung des Klageantrags für das Unterlassungsgebot zugrundegelegte Verletzungshandlung und das Klagevorbringen im übrigen sind für das Verständnis der Reichweite des gerichtlichen Verbots gemäß § 890 ZPO heranzuziehen. Diesen an die Bestimmtheit des Antrags zu stellenden Anforderungen genügt der von der Klägerin verfolgte Klageantrag.

Mit der Beifügung der Ablichtung der streitigen Anzeigen wird die konkrete Verletzungshandlung in den Antrag einbezogen. Damit werden auch deren Bestandteile zur Grundlage des Verständnisses eines darüber hinausreichenden verallgemeinernden Unterlassungsbegehrens gemacht, wie es in der im Klageantrag vorangehenden Formulierung zum Ausdruck kommt. Die Antragsfassung, der Beklagten zu verbieten, "in der Anzeigenwerbung blickfangmäßig zu politischen Themen Stellung zu nehmen, die nicht im Zusammenhang mit ihrem Geschäftsbetrieb stehen, und im Anschluß daran für sich" oder (so der vom Berufungsgericht ausgesprochene Verbotstenor) "für ihre Schmerztabletten zu werben", ist hinreichend konkret. Ihr Verständnis bereitet auch im Vollstreckungsverfahren dem Prozeßgericht (§ 890 ZPO), jedenfalls im Zusammenhang mit der dem Verbot zugrundeliegenden konkreten Anzeigenwerbung, keine Schwierigkeiten. Das Charakteristische des begehrten Verbots wird, soweit es allein aus § 1 UWG hergeleitet wird, darin gesehen, daß es einem Wirtschaftsunternehmen in einer Anzeigenwerbung verwehrt sein soll, zu politischen Themen Stellung zu nehmen, die außerhalb des eigentlichen Ge-

schäftsbetriebs, also der Arzneimittelherstellung, liegen. Diesem Begehren liegt die Erwägung der Klägerin zugrunde, daß eine zulässige Wirtschaftswerbung durch den Geschäftsgegenstand eines Unternehmens begrenzt werde. Damit hat auch der - für sich nicht genügend bestimmte - Begriff des "politischen Themas" hinreichend deutlich einen konkreten Bezug erfahren. Soweit die Unzulässigkeit der Werbung mit einem Verstoß gegen das Gesetz über die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens begründet wird, kommt das Charakteristische des begehrten und vom Berufungsgericht bestätigten Verbots darin hinreichend bestimmt zum Ausdruck, daß - wie die Anzeige in "Der S [REDACTED]" Heft 30/1993 beispielhaft zeigt - die gesetzlichen Anforderungen an die Zulässigkeit einer Werbung für Arzneimittel nicht durch die Erörterung allgemeinerpolitischer Themen überspielt werden dürften.

2. Die Revision wendet sich ohne Erfolg gegen die Beurteilung des Berufungsgerichts, die streitige Anzeigenwerbung der Beklagten rechtfertige nicht den Vorwurf sittenwidrigen Wettbewerbsverhaltens im Sinne des § 1 UWG.

a) Das Berufungsgericht hat angenommen, daß die Beklagte mit der streitigen Anzeigenkampagne zu Zwecken des Wettbewerbs gehandelt hat. Das nimmt die Revision als ihr günstig hin. Die Beurteilung des Berufungsgerichts ist auch frei von Rechtsfehlern. Der Ansicht der Revisionserwiderung, ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs scheide im Streitfall schon deshalb aus, weil die Beklagte sich zu allgemeinerpolitischen Themen geäußert habe, kann nicht beigetreten werden.

aa) Auch eine reine Aufmerksamkeitswerbung, welche geeignet ist, den Namen des werbenden Unternehmens im Verkehr bekanntzumachen oder dessen Verkehrsbekanntheit zu steigern, rechnet zu den Wettbewerbshandlungen im geschäftlichen Verkehr im Sinne des § 1 UWG (BGH, Urt. v. 6.7.1995 - I ZR 110/93, GRUR 1995, 595, 596 = WRP 1995, 682 - Kinderarbeit). Das Berufungsgericht hat zutreffend festgestellt, daß in den streitigen Anzeigen der Blick des Lesers schon durch die auffällige Verwendung des Firmenbestandteils "T■■■■" auf den Namen der Beklagten gelenkt wird. Da der Verbraucher den Angeboten eines Unternehmens, dessen Namen er kennt, von vornherein eine erhöhte Aufmerksamkeit widmet, können auch Maßnahmen, die (allein) der Pflege des Namens eines Unternehmens (Imagewerbung) dienen und im geschäftlichen Verkehr erfolgen, der Anwendung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb unterfallen.

bb) Es begegnet entgegen der Ansicht der Revisionserwiderung keinen rechtlichen Bedenken, daß das Berufungsgericht auch eine Absicht der Beklagten zur Förderung eigenen Wettbewerbs angenommen hat. Bei Wirtschaftsunternehmen ist bei Vorliegen einer auf den Wettbewerb bezogenen Handlung in der Regel auf eine entsprechende Absicht zur Förderung des Wettbewerbs zu schließen (BGH, Urt. v. 25.6.1992 - I ZR 60/91, GRUR 1992, 707, 708 = WRP 1992, 770 - Erdgassteuer; Urt. v. 22.4.1993 - I ZR 75/91, GRUR 1993, 761, 762 = WRP 1993, 619 - Makler-Privatangebot). Eine solche tatsächliche Vermutung wird nicht schon dadurch entkräftet, daß die Beklagte mit der beanstandeten Anzeigenaktion nach ihrer Ansicht gegebene politische Mißstände anprangern möchte. Die Wettbewerbsabsicht braucht nämlich keineswegs die einzige oder wesentli-

che Zielsetzung des handelnden Wirtschaftsunternehmens zu sein. Es genügt, wenn mit der in Rede stehenden Handlung auch Wettbewerbszwecke verfolgt werden, die nicht als völlig nebensächlich hinter dem eigentlichen Beweggrund zurücktreten (BGH GRUR 1992, 707, 708 - Erdgassteuer). Zutreffend hat das Berufungsgericht keinen Anhaltspunkt dafür gesehen, daß die Äußerung der Beklagten in den streitgegenständlichen Anzeigen deren Absicht, ihren eigenen Wettbewerb zu fördern, als vernachlässigenswert erscheinen lassen könnte. In jeder der beanstandeten Anzeigen wird mit der Kritik an "Staatsdienern", "Politikern" und "Abgeordneten" zudem eine Beziehung zum Erscheinungsbild des eigenen Unternehmens hergestellt, beispielsweise dadurch, daß der bei den Politikern angemahnte Fleiß selbstverständlich auch von den eigenen Mitarbeitern zu fordern sei (Anzeige "Der Spiegel" 28/1993).

b) Die Beurteilung des Berufungsgerichts, die Beklagte habe mit ihrem Verhalten die Grenzen sittenwidrigen Wettbewerbsverhaltens nicht überschritten, ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

aa) Zutreffend ist das Berufungsgericht davon ausgegangen, daß allein der fehlende sachliche Zusammenhang der kritisierten Verhaltensweisen von Politikern, Staatsdienern und Parlamentariern mit der geschäftlichen Tätigkeit der Beklagten als Herstellerin von Arzneimitteln die Wettbewerbswidrigkeit ihres Verhaltens nicht zu begründen vermag. Eine Imagewerbung erfordert für ihre Zulässigkeit nicht, daß leistungsbezogen geworben wird. Einem Unternehmen, dem es in seiner Werbung lediglich darum geht, seine namentliche Bekanntheit im Verkehr zu steigern, bleibt es unbenommen, sich

dabei auch solcher Werbemethoden zu bedienen, die keinerlei Bezug zum Gegenstand des Unternehmens oder zu seiner Leistungsfähigkeit haben (BGH GRUR 1995, 595, 596 - Kinderarbeit).

bb) Zutreffend hat das Berufungsgericht auch gesehen, daß die Verbreitung falscher Tatsachenbehauptungen, auch wenn sie nicht auf einen Mitbewerber oder dessen Leistung bezogen sind, oder eine pauschale Verunglimpfung Dritter eine Wettbewerbshandlung als sittenwidrig erscheinen lassen kann, insbesondere wenn mit solchen Äußerungen das Ansehen des eigenen Unternehmens in der Öffentlichkeit gefördert werden soll.

Das Berufungsgericht hat indessen - von der Revision unbeanstandet - festgestellt, daß die zum Verhalten "gewisser" Politiker oder "gewissen" leitenden Staatsdienern aufgestellten Behauptungen der Beklagten keine wahrheitswidrigen Angaben enthalten. Diese Beurteilung ist schon deshalb der rechtlichen Würdigung zugrunde zu legen, weil die Ausführungen der Beklagten, soweit sie auf ihre Richtigkeit oder Unrichtigkeit überprüft werden könnten, eingebunden sind in eine Meinungsäußerung und allein nach dem für Werturteile geltenden, an Art. 5 Abs. 1 GG ausgerichteten Maßstab zu beurteilen sind (BVerfG NJW 1992, 1439, 1440; BGH, Urt. v. 12.10.1993 - VI ZR 23/93, NJW 1994, 124, 126; Urt. v. 30.1.1996 - VI ZR 386/94, NJW 1996, 1131, 1133, demnächst in BGHZ 132, 12 ff.; vgl. auch BGH, Urt. v. 10.11.1994 - I ZR 216/92, GRUR 1995, 270, 272 = WRP 1995, 186 - Dubioses Geschäftsgebaren).

Die angegriffene Werbung läßt sich auch nicht unter dem von der Revision angeführten Gesichtspunkt einer unzulässigen pauschalen Herabsetzung der Staatsdiener jeglicher Art als sittenwidrig im Sinne des § 1 UWG begründen. Der Vorwurf pauschaler Diskriminierung trägt im Streitfall das wettbewerbsrechtliche Verbot nicht. Die Beklagte nutzt zwar eine beifallheischende Politikerschelte als Vorspann für die Werbung ihres Unternehmens. Eine auch unter Wettbewerbsgesichtspunkten verwerfliche Diskriminierung einer bestimmten Bevölkerungsgruppe ist damit allerdings nicht verbunden.

So könnte es insbesondere nicht hingenommen werden, daß bei Teilen des Verkehrs vorhandene herabsetzende Vorurteile beispielsweise gegenüber durch Religion oder Herkunft verbundenen Bevölkerungsgruppen zu Zwecken des Wettbewerbs ausgebeutet werden. Ein solches bereits gegen das Diskriminierungsverbot verstoßendes Geschäftsgebaren würde den "ethischen Minimalkonsens" (Reichold, WRP 1994, 219, 224) verletzen, der auch dem Begriff der guten Sitten im Wettbewerb im Sinne des § 1 UWG als Mindestmaß rechtlich-sittlichen Verhaltens zugrunde liegt.

Die streitgegenständliche Werbung gibt für eine dahingehende Beurteilung indessen keinen Anlaß. Politiker oder sonstige Repräsentanten des Staates haben sich der Kritik der Öffentlichkeit zu stellen. Ihr Wirken in der Öffentlichkeit und für das Gemeinwohl stößt dabei nicht immer auf ungeteilte Zustimmung. Das entspricht der für ein demokratisches Gemeinwesen notwendigen Pluralität der Meinungen. Wer zum Verhalten von Politikern seine möglicherweise von Vorurteilen geprägte Meinung äußert, genießt den Schutz der Meinungsäu-

Berungsfreiheit aus Art. 5 Abs. 1 GG, es sei denn, die Kritik artet in eine Schmähung oder persönliche Diffamierung aus. Entgegen der Ansicht der Revision enthält die Politikerschelte in den angegriffenen Anzeigen keine unzulässige pauschale Diskriminierung aller Staatsdiener schlechthin. Die Beurteilung des Berufungsgerichts, dem Inhalt der Anzeigen sei nicht zu entnehmen, daß damit alle Politiker, alle leitenden Staatsdiener oder alle Abgeordneten des Deutschen Bundestags gemeint seien, läßt einen Rechtsfehler nicht erkennen. Das Berufungsgericht stellt verfahrensfehlerfrei fest, daß die Anzeige in "Der S [REDACTED]" 24/1993 sich in ihrer genauen Formulierung an "gewisse leitende Staatsdiener", die Anzeige in "Der S [REDACTED]" 25/1993 an "gewisse Politiker" und die Anzeige in "Der S [REDACTED]" 28/1993 an die Abgeordneten, die durch ihr Fehlen zur Beschlußunfähigkeit des Deutschen Bundestags beigetragen haben, richten.

cc) Der Ansicht der Revision, die angegriffenen Werbeaussagen bewegten sich jedenfalls im Grenzbereich der Straftatbestände der §§ 90 a und 90 b StGB und könnten deshalb nicht per se als lauter im Sinne des § 1 UWG angesehen werden, kann nicht beigetreten werden. Es ist außer Streit, daß Anhaltspunkte für die Verwirklichung von Straftatbeständen nicht gegeben sind. Die Wettbewerbswidrigkeit eines Verhaltens kann nicht allein damit begründet werden, das Verhalten bewege sich am Rande strafwürdigen Tuns. Die Beurteilung als wettbewerbswidrige Maßnahme hat vielmehr nach eigenständigen Kriterien zu erfolgen. Die Einschätzung einer Imagewerbung der streitigen Art als stillos oder geschmacklos reicht nicht aus, um die Veröffentlichung der Anzeigenkampagne wegen Verstoßes gegen die guten Sitten im Wettbewerb zu ver-

bieten. Die Freiheit, im geschäftlichen Verkehr seine Meinung zu äußern, kann zwar durch das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb eingeschränkt werden (Art. 5 Abs. 2 GG), jedoch nicht über das durch das Grundrecht der Äußerungsfreiheit selbst bedingte Maß hinaus. Danach ist es Aufgabe des Wettbewerbsrechts nicht, die Werbung einer Geschmackszensur zu unterziehen (BGHZ 130, 5, 8 - Busengrapscher; BGH GRUR 1995, 595, 596 - Kinderarbeit).

dd) Ohne Erfolg wendet sich die Revision des weiteren gegen die Beurteilung des Berufungsgerichts, die streitigen Anzeigen seien auch nicht als eine unzulässige gefühlbetonte Werbung zu beanstanden. Unter diesem Gesichtspunkt wird ein Wettbewerbsverhalten dem Verbot des § 1 UWG unterstellt, welches an die soziale Hilfsbereitschaft und an das Mitgefühl der Mitmenschen appelliert und die so geschaffene Gefühlslage des Umworbenen planmäßig zugunsten des geschäftlichen Vorteils des werbenden Unternehmens nutzt, ohne daß irgendein sachlicher Zusammenhang mit der Leistung des werbenden Unternehmens besteht (vgl. BGH, Urt. v. 29.11.1990 - I ZR 241/88, GRUR 1991, 545 = WRP 1991, 227 - Tageseinnahme für Mitarbeiter).

Entsprechendes gilt auch, wenn das werbende Unternehmen im Rahmen einer sog. Imagewerbung, beispielsweise mit der Darstellung des Elends der Welt, das soziale Gewissen oder das Mitgefühl des Verbrauchers weckt, bei diesem eine mit dem Werbenden solidarisierte Gefühlslage schafft, die der Steigerung des Ansehens eines solchermaßen werbenden Unternehmens und damit letztlich dessen kommerziellen Zwecken dient, soweit die öffentliche Äußerung zur Auseinanderset-

zung mit dem aufgezeigten Mißstand nichts Wesentliches beiträgt. In einem solchen Fall ist das wettbewerbsrechtlich anstößige Verhalten darin zu sehen, daß die werbende Darstellung des Unternehmens sich darin erschöpft, das soziale Mitempfinden der Verbraucher in einem besonders starken Maße anzusprechen und damit eine Solidarisierung des Verbrauchers mit dem Namen des werbenden Unternehmens zu bewirken, das den aufgezeigten Mißstand anprangert (BGHZ 130, 196, 201 f. - Ölverschmutzte Ente; BGH GRUR 1995, 595, 597 - Kinderarbeit).

Diese Voraussetzungen hat das Berufungsgericht im Streitfall zu Recht nicht für gegeben erachtet. Die Beklagte greift mit ihren Anzeigen zwar eine Stimmung der Teile der Bevölkerung auf, die mit den Leistungen von Staatsbeamten und Politikern oder Abgeordneten nicht zufrieden sind und Kritik daran üben. Damit stellt sie eine Solidarisierung mit Gleichgesinnten her, ohne indessen in einem besonderen Maße an deren soziales Gewissen oder Hilfsbereitschaft zu appellieren. Der Verbraucher mag sich in seinen eigenen "Stammtischparolen" bestätigt sehen. Es fehlt aber eine tiefgehende emotionale Einwirkung auf seine Gefühlslage, deren kommerzielle Ausbeutung das Unwerturteil des § 1 UWG rechtfertigen könnte. Deshalb reicht allein der aufgrund der Anprangerung von Mißständen herbeigeführte Solidarisierungseffekt nicht aus. Zudem beschränkt sich der Anzeigentext nicht auf ein pauschales Beklagen von Mißständen im politischen Bereich, sondern versucht durch mehr oder weniger konkrete Beispiele den Verbraucher zu einem kritischen Mitdenken zu veranlassen.

3. Ohne Erfolg wendet sich die Anschlußrevision gegen die Bestätigung des Verbots der Veröffentlichung der Anzeige in "Der S [REDACTED]" Heft 30/1993. Dieses Verbot ist wegen gesetzwidriger Werbung für ein Arzneimittel gemäß § 4 Abs. 1 HWG i.V. mit § 1 UWG begründet.

a) Voraussetzung für die Anwendung des Gesetzes über die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens ist, daß überhaupt ein Arzneimittel beworben wird (§ 1 Abs. 1 HWG). Einbezogen in den Anwendungsbereich des Heilmittelwerbegesetzes ist nämlich nur die produktbezogene Werbung, nicht aber eine allgemeine Firmen(Unternehmens-Image-)Werbung, die ohne eine Bezugnahme auf bestimmte Präparate dem Ansehen oder der Leistungsfähigkeit des Unternehmens allgemein dient (BGH, Urt. v. 15.12.1994 - I ZR 154/92, GRUR 1995, 223 = WRP 1995, 310 - Pharma-Hörfunkwerbung). Das hat das Berufungsgericht nicht verkannt. Die Beklagte stellt in dieser Anzeige das gerügte Fehlverhalten der Parlamentarier in einen Zusammenhang mit ihrem Schmerzmittel "T [REDACTED]", indem es heißt, daß "gegen diese Art von Schmerzverursachung mir nicht einmal meine Tabletten helfen". Durch die Verwendung des Wortzeichens "T [REDACTED]", welches zugleich die Bezeichnung für die Schmerztabletten der Beklagten ist, stellt sich die Werbung - ungeachtet ihres insoweit scherzhaften Charakters - insgesamt als Arzneimittelwerbung für ein nicht verschreibungspflichtiges Arzneimittel im Sinne von § 2 AMG dar, die von Gesetzes wegen die sog. Pflichtangaben des § 4 Abs. 1 HWG enthalten muß.

b) Als zutreffend erweist sich auch die Beurteilung des Berufungsgerichts, daß die Beklagte sich nicht mit Erfolg auf § 4 Abs. 6 HWG zu berufen vermag, wonach eine Erinnerungswerbung von den Pflichtangaben des § 4 Abs. 1 HWG freigestellt ist. Eine Erinnerungswerbung liegt nämlich nur vor, wenn ausschließlich mit der Bezeichnung eines Arzneimittels oder zusätzlich mit dem Namen, der Firma oder der Marke des pharmazeutischen Unternehmens geworben wird. Eine dahingehende Beschränkung ist der Anzeigenwerbung nicht zu entnehmen. Das Arzneimittel "T■■■■" wird in seiner therapeutischen Wirkung als schmerzstillendes Mittel benannt.

c) Bedenken gegen das ausgesprochene Verbot sind auch nicht aus Art. 5 Abs. 1 GG herzuleiten. Das nach dem Gesetz über die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens hergeleitete Verbot schränkt die Beklagte nicht in ihrer Freiheit ein, zu ihrer Meinung nach brisant erscheinenden politischen Themen in der Öffentlichkeit Stellung zu nehmen. Der Beklagten wird mit dem ausgesprochenen Verbot lediglich die Bezugnahme auf das von ihr vertriebene Schmerzmittel untersagt. Eine Beeinträchtigung des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung ist damit aber nicht verbunden (vgl. Art. 5 Abs. 2 GG).

d) Ohne Erfolg bringt die Anschlußrevision vor, der festgestellte Verstoß gegen § 4 Abs. 1 HWG sei nicht geeignet, den Wettbewerb auf dem einschlägigen Markt wesentlich zu beeinträchtigen im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG. Das Gebot, bei einer Arzneimittelwerbung die Pflichtangaben des Gesetzes zu nennen, dient dem Schutz vor den Gefahren der

Selbstmedikation. Schon die Beeinträchtigung des hohen Schutzgutes der Gesundheit läßt den gerügten Verstoß als eine wesentliche Beeinträchtigung erscheinen.

III. Nach alledem sind die Revision und die Anschlußrevision mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1, § 92 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Erdmann

v. Ungern-Sternberg

Ullmann

Bornkamm

Pokrant