

1

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 1; ApothG § 1; ApothBetrO § 12;
Bay. BerufsO der Apotheker v. 22. Mai 1958
§§ 8, 9 Buchst. f

Zur Frage, welchen Beschränkungen der Apotheker
in seiner Warenwerbung unterliegt.

BGH, Urt. v. 20. Januar 1983 - I ZR 13/81 - OLG München

LG München II

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 13/81

URTEIL

Verkündet am
20. Januar 1983
Mehrhof
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Ruperta S[REDACTED], Apothekenbesitzerin, K[REDACTED]straße [REDACTED],
Ka[REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

Günther M[REDACTED], Apothekenbesitzer, Mü[REDACTED]-Straße [REDACTED],
D[REDACTED],

Beklagter und Revisionsbeklagter,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat
auf die mündliche Verhandlung vom 20. Januar 1983
durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und
die Richter Alff, Dr. Zülch, Dr. Piper und
Dr. Teplitzky

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des
6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts
München vom 23. Oktober 1980 wird auf
Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Parteien betreiben Apotheken. Der Beklagte ließ
in der Ausgabe der "D[REDACTED] Rundschau" vom 18. Juni 1980
folgende Anzeige erscheinen:

- 3 -



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

K1

DIE GROßE
D...

- 3 -

RundSc

18. Juni 1980

Nr. 24./7. Jahrgang

Anzeigenblatt für die Große Kreisstadt D..., den Landkreis D...
Unterschleißheim, L... sowie Randzonen des Landkreises F...

Erscheint wöchentlich mittwochs

Aus dem nichtapothekenpflichtigen
Sortiment der S...-Apotheke.

Milumil



Milumil 12,99

HiPP Babykost
Spitzenqualität

HiPP-Gemüse 190 g —,99
HiPP-Säfte 200 ml —,99
HiPP-Obst 190 g 1,19
HiPP-Kinder-tee 200 g 2,99



Brackal
Franzbranntwein

250 ml 6,95
400 ml 9,95

F. Metzger GmbH, 7129 Brackenheim.
Anwendungsbereiche: Zum Einreiben bei Mücken-
stichen, Abgespülten und nach körperlichen Be-
lastungen, bei rheumatischen Muskelbeschwer-
den, Muskelschmerzen, Herzschmerz, Prellungen und
Zunissen, nach sportlichen Überanstrengun-
gen, für die Haar- und Kopfhautpflege in der Kos-
metik als feuchtigkeitsspendende und in der
Krankengymnastik als Schutz vor Wundliegen, zur
Stumpfbehandlung von Frostverletzungen, Vor-
beugend gegen Infektionen des Mund- und Rachen-
raumes, bei drohenden Erkältungskrankheiten,
Reizen der oberen Luftwege, zur täglichen Mund-
und Zahnpflege.

biovital



Biovital 650 ml 10,99
Biovital 1000 ml 16,99

Biovital zur Stärkung von Herz, Kreislauf und Nerven. Schützt vor den Folgen dauernder Überlastung
und Anspannung, verhilft Vitamin- und Eisenmangelgeschäden, deckt den erhöhten Vitaminbedarf bei
besonderen Anforderungen und trägt nach Krankheiten, Operationen, Blutverlust. Bei folgenden
Krankheiten nicht anwenden: Eisenkumulation, Eisenvergiftungen, Eisenvergiftungen.
Dr. Scheffler-Arzneimittel GmbH-L5000 Köln 1

Klosterfrau



**Melissen-
geist**

150 ml 9,49
330 ml 18,99
950 ml 49,99

Klosterfrau Melissengeist. Innerliche Anwendung: Für alle Störungen des Verdauungsapparates,
verstopfte Mägen- und Darmbeschwerden, nervöse Erschütterungen, nervöse Herzbeschwerden, eine
organische Ursache, Wasserkrämpfe, Schwinden in den Wechseljahren. Zur Vorbeugung und als
unterstützende Maßnahme bei Beschwerden infolge Erkältung und grippalen Infekt. Außerdem Auswas-
chung Muskeln, Gelenke, Haut und Entzündung. Innerlich nicht anzuwenden bei Lebererkrankungen,
akuten Magen- und Darmgeschlehen.
MCM Klosterfrau, Köln.

Oral-B Zahnpasta

67,5 ml —,99

Klinisch erprobt

mentadent
Zahnpasta



67,5 ml 1,99

Die Preise für apotheken- und rezeptpflichtige
Arzneimittel sind gesetzlich vorgeschrieben und
darum in jeder Apotheke gleich.



S...-APOTHEKE

**Einbaumöbel
nach Maß!**

Schrift beauftragt

Stilmi
Vom Schreiner

Außerdem ließ der Beklagte den nachstehend abgebildeten Faltprospekt außerhalb der Apotheke verteilen:

Diese Angebote finden Sie In den Apotheken:

Apotheke in der Pressesladi



Öffnungszeiten:
Täglich durchgehend von 8.30–18.30 Uhr
Samstag von 8.30–14.00 Uhr
An jedem 1. Samstag
im Monat von 8.30–18.00 Uhr

L...-Apotheke



Öffnungszeiten:
Täglich durchgehend von 8.00–18.30 Uhr
Samstag von 8.00–13.00 Uhr

W...-Apotheke



Dahlienstraße 7
8000 München 45
Telefon 35138 78

Öffnungszeiten:
Täglich von 8.30–12.30 Uhr · von 14.30–18.30 Uhr
Samstag von 8.00–12.00 Uhr



**Beachten Sie
außerdem unsere Kosmetik-Depots:**

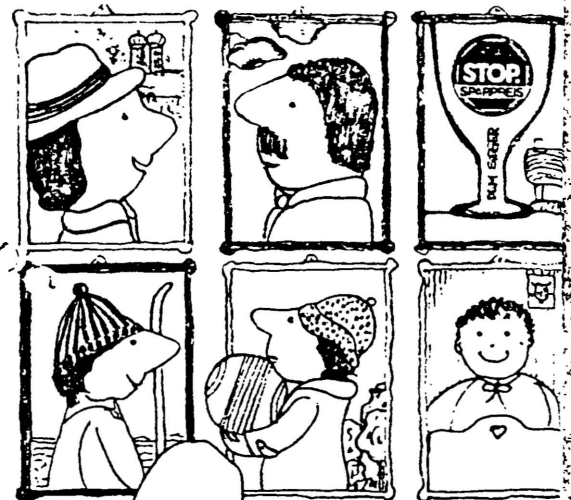
**VICHY RoC Alina
shoynear *vitamol**

- Unser Funkwagen besorgt sofort Arzneimittel, die wir nicht vorrätig haben; zum anderen liefern wir alle Arzneimittel in dringenden Fällen ins Haus.
- Für Ihre telefonische Bestellung wählen Sie bitte 1415006.
- Wir führen Internationale Notfallausweise, Organspenderausweise und Allergiepässe.
- Sonderangebote in den Bereichen Hygiene/Körperpflege und Kosmetik/Säuglingspflege/Kindernahrung/Diätetik/Stärkungsmittel aus dem nicht apothekenpflichtigen Sortiment.
- Beratung
+ Service
+ Leistung
Fachgeschäft
- Bei uns bekommen Sie, was Sie keinen Pfennig kostet: die qualifizierte Beratung des Fachmanns. Sein Wissen ist aktuell.

Alle Angebote freibleibend · Preisänderungen vorbehalten · Ausgabe Februar 1978 · Copyright by Allpublic

Nr. 9 · 2/79

Ihre Apotheke informiert



**Gestatten,
Familie SPARPREIS**



Gestatten, Familie SPARPREIS. Wir legen Wert auf Qualität und kaufen preisbewußt. Für uns ist



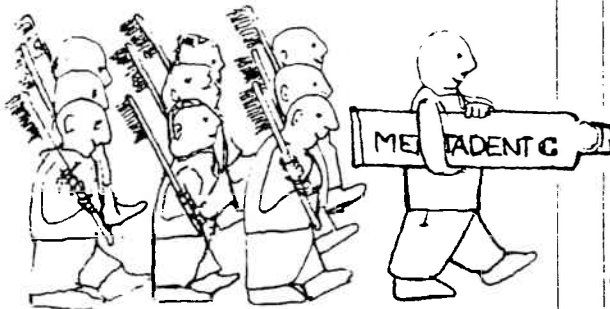
Hand aufs Herz. Wie oft lassen Sie Ihren Blutdruck messen?

Bluthochdruck ist der Risikofaktor Nr. 1 für Herz- und Kreislauferkrankungen. Darum messen Sie regelmäßig, messen Sie selbst.

Wir führen verschiedene Geräte und Systeme im Angebot Zum Sparpreis auch Elektrische Zahnbürsten und Water-Pik-Mundduschen, Pulsotest- und Dynotest-Geräte

Ist Ihre Zahnbürste älter als ein halbes Jahr? Dann sollten Sie sich schnellstens eine neue besorgen. Oder pflegen Sie die Zähne nicht regelmäßig?

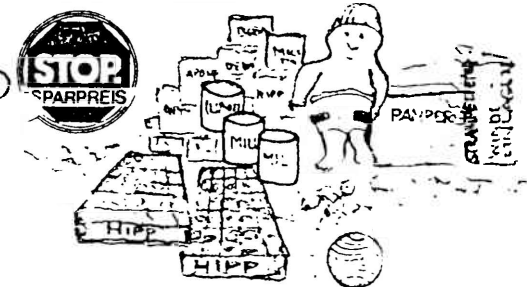
Lacalut aktiv-Zahnbürste	-99
Oral B 40 Zahnbürste (fr. Kavosan)	2,78
Zahnpasten	
Ajona 30 ml	1,59
Blend-a-med 67,5 ml	1,99
Blendax Antibelag 67,5 ml	1,99
Mentadent C 67,5 ml	1,99
Signal 76,5 ml	1,99
Blendl 50 ml	2,45
Elmex oder Aronal forte 67,5 ml	2,78
Sensodyne 67,5 ml	3,99



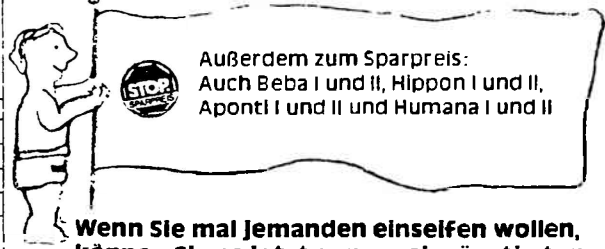
Protefix Haftfolien 30 Stück	3,95
Kukident rosa Super Haftcreme 40 g	3,99
Kukident 2-Phasen-Schnellreinig. 64 Stück	5,88
Kukis Spez.-Reiniger für Zahnsp. 32 Stück	3,49
Corega Tabs 64 Tabl.	4,99
Mundwasser	
Lacalut 45 ml	2,95
Blendamed 85 ml	3,99
Nur 1 Tropfen 32 ml	3,99
Odol 85 ml	3,99
Halazon Mundspray Stück	3,99
Desaquick 25 Tabl.	3,78
Vademecum, Med. Kaugummi	-75

Wer weiß, was ein Kleinkind im Monat kostet, merkt schnell, wieviel er hier sparen kann.

Milumil 1000 g	12,99
alle Hipp Säfte 200 ml	-99
alle Hipp Gemüse 190 g	-99
Aletemil I-Pulver 1000 g	13,98
Milupa Kinder-Tee 200 g	2,99
Alete Kinder-Tee 200 g	2,99
alle Milupa Breie je 300 g	2,99
Aponti Kinder-Keks 200 g	2,88



Vita-Horm Babyhautnahrung 30 g	2,95
Fissan Seife 100 g	-99
Nivea Kinderselfe 100 g	-89
Penatenöl 500 ml	8,99
NUK Beruhigungs-Schnuller	1,49
Milupa Babyflasche kompl. 2,68	
Milton 1200 ml	6,99
Strampelpeter Wickelfolien 20 Stück	4,99
Babyli Windeleinlagen 100 Stück	4,58
Pampers alle Großpackg.	21,48
Duniwell Waschlappen 40 Stück	2,69
V 2 Fuchs Kinderzahnbürsten natur	-99
Penaten Baby-Box, Jeans-Look	14,95
Fissan Baby-Pflegeutasche	13,95



Wenn Sie mal jemanden einseifen wollen, können Sie es jetzt ganz preisgünstig tun.

Nivea Creme-Seife 100 g	-69
Seba-med-seifenfrei 90 g	2 18
Seba med-flüssig 150 ml	4 38
Satina Seife	
Satina flüssig	

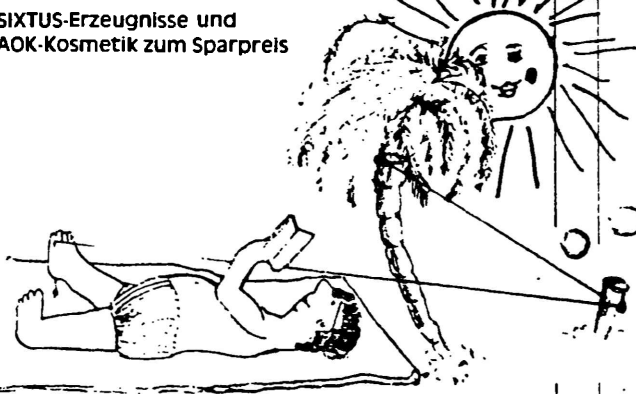




nicht nur der Rat des Apothekers wichtig, sondern auch die Tatsache, daß man in Apotheken viele Artikel* sehr preisgünstig kauft.

Ein Blick ins Badezimmer

Kaloderma Rasierseife	50 g	1,28
Kaloderma Rasierseife	67,5 ml	1,48
Kaloderma Rasierschaum	200 g	2,48
Kaloderma Rasierw. After Shave	75 ml	2,98
Palmolive Rasiercreme	67,5 ml	1,79
Schauma Shampoo mit Kräutern	200 ml	1,79
Plantur Spezial-Shampoo	200 ml	5,60
Orig. Bioscalin Haar-Shampoo	150 ml	6,95
Orig. Bioscalin Haar-Elixier	60 ml	24,95
Seborin Haarwasser	300 ml	4,99
Hansaplast Sprühpfaster	50 g	3,95
Hansaplast Strips	40 Stück	2,50
Tempo 6 x 10 Stück		-,99
Labello-Stift	Stück	1,49
Klosterfrau-Erfrischungstücher	5 Stück	-,89
Clearasil-Hautklärer weiß/get.	20 ml	3,99
Mytolac Pickellösende Hautkur	30 ml	6,99
Oil of Olaz	150 ml	7,98
Quenty-Aufbaucreme mit Collagen	60 ml	10,99
Efasit Fußspray	150 g	3,95
Efasit Fußbalsam	60 ml	3,94
Saltrat Fußbalsam	60 ml	3,99
Saltrat Fußbad	500 g	4,95
SIXTUS-Erzeugnisse und AOK-Kosmetik zum Sparpreis		



Braunsein ist schön. Aber: Durch unsachgemäße Pflege hat schon manche Haut Dauerschäden erlitten.

Delial		
Sonnencreme SF 4	125 ml	5,49
Sonnenmilch SF 6	250 ml	9,98
Apres-Körper-Milch	250 ml	10,99

Eversun		
Sonnen-Creme SF 5	60 ml	6,88
Sonnen-Creme SF 7	60 ml	7,99
Sonnenmilch SF 5	120 ml	7,99
Sonnenmilch SF 5	250 ml	13,98
und weitere Angebote anderer Marken		

SF = Schutzfaktor

Gegen Husten, Heiserkeit und manches andere mehr.

Multivitamin-Brause	10 Stück	2,90
nimm 2, Beutel	100 g	1,09
Coryfin, Schachtel	40 g	-,88
Justinetten	75 g	
Emeukal-Anifen-Bonbon, Btl.	75 g	
Block-Malz-Bonbon, Btl.	125 g	-,99
Kinder-Emeukal, Btl.	75 g	
Schweizer-Kräuterzucker, Btl.	75 g	
Wick-atemfrei, blau, Zitrone	je Btl.	1,49
Dallmanns Salbei Bonbon, Btl.	50 g	1,25
Pullmoll-Dose	75 g	1,78
Wick-Bonbons in Schachteln	40 g	-,85
Dextro Energen, alle Würfel	50 g	-,49

Tragen Sie Kontaktlinsen? Dann wissen Sie, worum es hier geht.

Adapettes	15 ml	7,99
Clens	60 ml	6,89
Flexsol	175 ml	10,99
Normol	250 ml	5,95
Reflex	45 ml	6,89
Soaclens	120 ml	6,89
Hydrocare Aufbewahrungslösung	240 ml	11,99

Aus dem Intimbereich.

OB normal	20 Stück	2,99
OB extra	20 Stück	3,39
Tampax normal	10 Stück	1,79
Camelia 2000	10 Stück	1,78
Camelia record	20 Stück	1,99
Carefree	30 Stück	3,38
Stayfree	10 Stück	1,18
Kleenex	150 Stück	1,98
Kosmetikwatte	250 g	1,99

Fromms, Feuchtfilm	3 Stück	1,49
London, gefühlsecht	3 Stück	1,45
Sagrotan-Spray	200 ml	3,99
Sagrotan-Spray	400 ml	6,99
Sagrotan-Spray	5 Stück	1,49



* Die in diesem Katalog aufgeführten Arzneimittel sind gesetzlich vor der Apotheke gleich.

Bevor Sie hier zugreifen, folgen Sie dem Rat des Apothekers.

Biovital 1000 ml 16,99

Zur Stärkung von Herz, Kreislauf und Nerven. Schützt vor Folgen dauernder Überlastung und Anspannung, verhilft Vitamin- und Eisenmangelschäden, deckt den erhöhten Vitalstoffbedarf bei besonderen Anforderungen, z. B. während der Entwicklungsjahre, Schwangerschaft, Stillzeit und kraftig nach Krankheiten, Operationen, Blutverlust. Nicht bei folgenden Krankheiten: Eisenkumulation, Eisenverwertungsstörungen. Hersteller: Dr. Schieffler Arzneimittel GmbH, 5000 Köln 1.

Doppelherz 500 ml 10,99

Stärkt Herz, Kreislauf und Nerven. Hilft bei körperlicher und geistiger Überbeanspruchung. Wirkt blutbildend. Kontraindikation: Eisenverwertungsstörungen. Nebenwirkungen nicht bekannt. Hersteller: Doppelherz Pharma J. P. Hennes Essen.

Klosterfrau Melisengeist 95 ml 5,99
155 ml 8,99
950 ml 49,99

Innerliche Anwendung: Psychovegetative, nervöse Störungen. Zur Vorbeugung und als unterstützende Maßnahme bei Beschwerden infolge Erkältung, grippalem Infekt. Äußerliche Anwendung: Nervenschmerzen, Unpäßlichkeit und Erschöpfung. Gegenanzeigen: innerlich nicht anzuwenden bei Leberschäden sowie Magen- und Darmgeschwüren. Hersteller: MCM Klosterfrau, 5000 Köln 1.

Vitabuerleclithin 500 ml 13,98

Buerleclithin flg. 1000 ml 19,99

Vitabuerleclithin und Buerleclithin schützen vor Nervosität. Hersteller: C. H. Buer GmbH München.

Tai Ginseng 500 ml 27,98

Körperliche und geistige Überlastungen, Nervenüberreizung, Leistungsminde- rung, Konzentrationsmangel (auch Schilddrüse), Rekonvaleszenz, Schwanger- schaft und Stillzeit, altersbedingte Körperschwäche, Tonisierung von Herz und Kreislauf, Anregung der innersekretorischen Drüsenfunktion, Aktivierung der körpereigenen Abwehrkräfte. Hersteller: Dr. Poehlmann & Co. GmbH - Herdecke (Ruhr).

Galama 700 ml 13,78

Stärkend für Herz und Nerven, fördert die Schlafbereitschaft. Hersteller: Hayo Folkerts, Grünwald/Isartal.

Frauengold 500 ml 10,99

Stärkt Nerven, Herz und Kreislauf, schenkt innere Ruhe und Ausgeglichenheit, bei Leistungsabfall sowie als genesungsförderndes Tonikum in der Rekonvales- zenz, wirkt sich harmonisierend auf das gesamte Wohlbefinden der Frau aus und gibt neue Kraft. Hersteller: Bixio KG, 1000 Berlin 48.

Merz Spezial-Dragees 120 Stück 18,99

Vorbeugung gegen Schäden, die durch Mangel an wichtigen Vitalstoffen (z. B. Vitamine, Eisensalz) im Körper und Haut entstehen. Hersteller: Merz + Co., Chemische Fabrik, Frankfurt/M.

Klosterfrau Aktiv-Kapseln 144 Stück 9,98

Anwendungsgebiete: Aktivierung der Leistungsfähigkeit, Müdigkeits- erscheinungen und Verschleißkrankheiten, zur Steigerung der körperlichen und geistigen Spannkraft, bei allgemeiner Arteriosklerose, gegen Alters- erscheinungen, zur Anregung der Darmtätigkeit, Entschlackung und Blut- reinigung. Hersteller: MCM Klosterfrau, 5000 Köln 1.

Neda-Würfel 30 Stück 4,55

Gegen Darmträgheit und Verstopfung. Nebenwirkungen: Ileus (Darm- verschluß). Hersteller: Neda Werk, Dr. Otto Palm, 8211 Sauerlach.

Edelweiß Milchzucker 500 g 3,49

Zur natürlichen Darmpflege. Hersteller: Edelweiß Milchwerke, 8960 Kempten.

Klosterfrau Franzbranntwein 130 ml 3,98

Anwendungsgebiete: Zum Einreiben bei Muskel- und Gelenkschmerzen, Muskelkater und Hexenschuß, bei Zerrungen, Prellungen, Verstauchungen, Quetschungen und Blutergüssen. Hersteller: MCM Klosterfrau, 5000 Köln 1.

Vitamin C-Brausetabletten 10 Stück 2,90

Gegen Vitamin C-Mangelerscheinung - wie Abgespanntheit, vermindertem körperlichem und geistigem Leistungsvermögen, in der Rekonvaleszenz, zur Erkältungsprophylaxe. Hersteller: Woeim Pharma GmbH & Co., Eschwege.

Bekunis Tee, tassenfertig 150 ml 2,99

Bekunis Dragees 100 Stück 5,95

Bekunis-Tee und Bekunis-Dragees fördern die natürliche Verdauung, verhindern Darmträgheit und Verstopfung. Nebenwirkungen: Ileus (Darmverschluß). Hersteller: Roha Arzneimittel GmbH & Co. KG, 2800 Bremen-Oberneuland.

Patentex oval 12 Stück 9,99

Intravaginale Empfängnisverhütung. Patentex oval ist gut verträglich. In einzelnen Fällen kann es zu einem vorübergehenden Wärmegefühl kommen. Hersteller: Patentex GmbH, 6000 Frankfurt/M.

Diat leben - das bedeutet nicht immer über- flüssige Pfunde „runterzuhungern“, sondern vielmehr, etwas für seine Gesundheit zu tun.

Forsana 12 Btl. 17,35

NEU Forsana Trank 450 g 16,99

Dr. Kousa Weizenkleie 250 g 1,99

Dr. Grandels Diät-Kleie 200 g 2,59

Assugrin vollsüß 650 Stück 3,99

Assugrin flüssig 250 ml 5,98

Natreen 600 Stück 3,99

Natreen flüssig 250 ml 5,98

Sukrinetten blau 250 Stück 1,59

Zur Reduktionsdiät, bei krankhaftem Übergewicht und Diabetes.

Hersteller: von Heyden, 8000 München 19.

Galama Tee 90 g 2,78

Galama Nr. 1 für den Blutkreislauf. Regt die Blutzirkulation an, fördert die Entschlackung des Körpers. Hersteller: Hayo Folkerts, Grünwald/Isartal.

PLUSPUNKTE

- Die qualifizierte Beratung des Apothekers und seiner Mitarbeiter
- Die schnelle Besorgung
- Das Sortiment
- Und die günstigen Angebote

VITAMINE
Multivitamin-Brausetabl.
Vitamin-C-Brausetabletten*
10 Stück je 2,90

LEINSAMEN
ganz, fein geschrotet
oder aufgeschlossen,
hochgradig gereinigt,
Arzneibuchqualität
250 g -99

QUENTY
Aufbaucreme mit Collagen
60 ml 10,99
Gesichtswasser
100 ml 6,30

alle HIPPI-Säfte 200 m
alle HIPPI-Gemüse
-99

ZAHNPASTEN
blend-a-med
67,5 ml
Lacalut
67,5 ml je 1,99
Mentadent C
67,5 ml
Signal
67,5 ml

LACALUT
aktiv-Zahnbürste
Stück -99
Lacalut-Mundwasser
45 ml 2,95

Aptamil
1000 g 13,99
MILUMIL
1000 g 12,99

BIOVITAL *
1000 ml 16,99
Frauengold *
500 ml 10,99

SEIFEN
Palmolive
8 x 4
Rexona 150 g je -88
Fa
Lux

KLOSTERFRAU *
MELISSENCEIST
155 ml 8,99
950 ml 49,99

Wick
atemfrei, blau, Zitrone
je Btl. 1,49

OB normal
20 Stück 2,99

Nur 1 Tropfen
32 ml
Odol 85 ml

* Anwendung und Gegenanzeigen auf Seite 6

Die Klägerin ist der Auffassung, diese Werbung verstoße gegen § 9 Buchst. f) der von der Bayerischen Apothekerkammer erlassenen Berufsordnung für Apotheker; die Bestimmung des § 9 Buchst. f) BO hat folgenden Wortlaut: Verboten sind insbesondere f) irreführende Angaben über Heilwirkungen, marktschreierische Anpreisungen, unwürdige Texte und Bilder.

Die Klägerin hat beantragt, dem Beklagten bei Strafandrohung zu verbieten,

- a) in Zeitungsannoncen für das Nebensortiment seiner Apotheke zu werben,
- b) mit außerhalb der Apotheke verteilten Faltprospekten für das Nebensortiment seiner Apotheke zu werben.

Der Beklagte hat beantragt, die Klage abzuweisen.

Das Landgericht hat durch Urteil vom 21. August 1980 - 1 HKO 3574/80 - die Klage abgewiesen.

In der Berufungsinstanz hat die Klägerin neben den weiterverfolgten erstinstanzlichen Anträgen hinsichtlich der Prospektwerbung insbesondere ein Verbot der Verteilung des Prospekts Nr. 9. 2/79 erstrebt.

Das Oberlandesgericht hat die Berufung der Klägerin zurückgewiesen. Gegen dieses Urteil richtet sich die Revision der Klägerin, mit der sie ihre Anträge aus den Vorinstanzen weiterverfolgt. Der Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Nach Auffassung des Berufungsgerichts ist die Klage unbegründet. Im einzelnen führt das Berufungsgericht aus, in erster Linie bekämpfe die Klägerin jede Werbung für das Nebensortiment durch Zeitungsanzeigen und durch außerhalb der Apotheke verteilte Faltprospekte; solche Werbemaßnahmen stellten jedoch ohne das Hinzutreten weiterer Umstände keine marktschreierischen Anpreisungen im Sinne des § 9 Buchst. f) der Berufsordnung für Apotheker dar. Aus dem in § 8 BO niedergelegten Grundsatz, wonach der Apotheker berechtigt sei, in angemessener Form zu werben, ferner aus den übrigen Fallgestaltungen des § 9 Buchst. f) BO (irreführende Angaben über Heilwirkungen, standesunwürdige Texte und Bilder) sei ersichtlich, daß die Werbung sich nach Form und Inhalt von dem üblichen Rahmen abheben müsse, um als marktschreierisch angesehen zu werden. Die Verwendung von Zeitungsanzeigen oder von zur Außenverteilung bestimmten Faltprospekten als Werbemittel entspreche einer allgemein als neutral und weder als anreißerisch noch als marktschreierisch aus dem Rahmen fallend empfundenen Aufmerksamkeitswerbung. Dabei sei von dem übergeordneten Ziel auszugehen, im Interesse einer funktionstüchtigen Gesundheitsfürsorge ein übersteigertes kaufmännisches Geschäftsgebaren von Apothekern zu verhindern und die Erfüllung der vorrangigen Aufgabe der Apotheker, nämlich eine geordnete Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln, sicherzustellen; diese Ziele könnten allerdings auch durch eine marktschreierische Werbung für sog. apothekenübliche Waren gefährdet werden; denn eine solche Werbung könnte geeignet sein, den Apotheken den Charakter von "Drugstores" zu geben und so eine unerwünschte Entwicklung einzuleiten. Die Verwendung überkommener, dem Verkehr als

üblich und angemessen bekannter Werbeformen wie Prospektverteilung und Anzeigengestaltung könne jedoch nicht als Gefährdung der mit der Werbebeschränkung der Apotheker verfolgten übergeordneten Ziele aufgefaßt werden; die Beschränkung solle nämlich nicht die Werbung als solche, sondern nur bestimmte Auswüchse verhindern. Auch eine besonders großzügige Auslegung des Begriffs "marktschreierisch" könne der Verwendung der hier benutzten Werbemittel ohne Hinzutreten weiterer Umstände nicht erfassen.

Hinsichtlich des Prospekts Nr. 9.2/79 habe die Klägerin in der mündlichen Verhandlung klargestellt, daß sie diesen Prospekt in zwei Punkten für marktschreierisch halte, nämlich soweit in der Kopfleiste der Prospektinnenseiten in roter Schrift der Begriff "Familie Sparpreis" genannt sei, und soweit die Schilder mit der Inschrift "Stop. Sparpreis" verwendet würden. Weitere Bestandteile des Prospekts greife die Klägerin nach ihrer ausdrücklichen Erklärung nicht an. Die Verwendung des Begriffs "Familie Sparpreis", so hat das Berufungsgericht weiter ausgeführt, stelle keine marktschreierische Werbung dar; es handle sich insoweit um eine fiktive Personenmehrheit, die als Beispiel für preisbewußtes Käuferverhalten angeführt werde; das könne nicht als übertriebenes Werbeverhalten angesehen werden; ebenso nicht die farbliche Hervorhebung der Wendung "Familie Sparpreis" aus dem übrigen Text im Kopfteil der Prospektinnenseiten. Auch der Gebrauch der Worte "Stop. Sparpreis" stelle weder formal noch inhaltlich eine marktschreierische Anpreisung dar; hier handle es sich nach dem Sinngehalt um eine Aufforderung, die günstige Preisgestaltung zu beachten; das könne nicht als anreißerisch angesehen werden. Die bildliche Darstellung in Form eines farbigen Schildes in der Art von Verkehrszeichen entspreche den dem Verkehr seit langem bekannten

Formen moderner Werbung, an die er gewöhnt sei; eine unzulässige Übersteigerung sei damit nicht verbunden. Diese Umstände zu bewerten, sei das Gericht selbst ohne Beziehung eines Sachverständigengutachtens in der Lage.

Die gegen diese Ausführungen gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg.

II. Zunächst kann der Auffassung der Revision, daß jegliche Werbung der Apotheker durch Zeitungsanzeigen und durch Verteilung von Prospekten außerhalb der Apotheke deshalb wettbewerbswidrig sei, weil sie sich über § 9 Buchst. f) BO für Apotheker und über die Auffassungen der Apothekerkammer und der Standesgenossen hinwegsetze, nicht gefolgt werden.

1. Der Betrieb einer Apotheke ist Betrieb eines Handelsgewerbes im Sinne des § 1 Abs. 2 Nr. 1 HGB; er ist ein auf Dauer und auf Gewinnerzielung angelegter Gewerbebetrieb, der die Anschaffung und Weiterveräußerung von Waren ohne Unterschied, ob diese unverändert oder nach einer Bearbeitung oder Verarbeitung weiter veräußert werden, zum Gegenstand hat. Besonderheiten gegenüber sonstigen privaten Gewerbebetrieben ergeben sich aus der gestellten öffentlichen Aufgabe und aus dem sondergesetzlich geregelten Apothekenbetrieb: Nach § 1 Abs. 1 ApothekenG obliegt den Apotheken die im öffentlichen Interesse gebotene Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Arzneimittellversorgung der Bevölkerung; nach § 21 ApothekenG ist die Apotheke nach den Vorschriften der Apothekenbetriebsordnung zu betreiben (vgl. Schiedermaier-Pieck, ApothekenG, 3. Aufl. Rdn. 141 zu § 1).

Weder das Apothekengesetz noch die Apothekenbetriebsordnung enthalten Vorschriften, die grundsätzlich eine Werbung der Apotheker schlechthin verbieten. Vielmehr ist § 64 Gesetz zur Neuordnung des Arzneimittelrechts v. 24. August 1976 (BGBl I, 2445; AMG 1976), der an die Stelle der §§ 18, 19 ApothekenG getreten ist, zu entnehmen, daß Apotheker werben dürfen; denn nach dieser Vorschrift obliegt der behördlichen Überwachung der Apotheken auch, daß die Vorschriften über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens und des Apothekenwesens eingehalten werden (§ 64 Abs. 3 AMG 1976, Schiedermair-Pieck, Rdn. 16, 22, 33 zu §§ 18, 19 ApothekenG). Es ist auch davon auszugehen, daß das Heilmittelwerbe-gesetz auf die Werbung der Apotheken Anwendung findet und daß die Berufsordnung der Apotheker die Berechtigung zur Werbung voraussetzt.

Gewisse Beschränkungen der Werbung ergeben sich aus der Hauptaufgabe der Apotheker, die Arzneimittelversorgung der Bevölkerung zuverlässig zu gewährleisten. Das sind einmal die Vorschriften, die der Gesetzgeber auf ihm besonders wichtig erscheinenden Gebieten erlassen hat, wie das Gesetz über die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens in der Neufassung vom 18. Oktober 1978 (BGBl I, 1677); ferner können Standes- und Berufsvorschriften, die der Sicherung der Hauptfunktion des Apothekers dienen, eine Beschränkung der Werbung des Apothekers enthalten (dazu unter 2). Davon ist die Werbung für apothekenübliche Waren im Sinne des § 12 ApoBO nicht ausgenommen, vielmehr dient schon die Beschränkung der Waren, die in der Apotheke neben Arzneimitteln angeboten werden dürfen, dem Sicherungszweck. Nach der amtlichen Begründung zu § 12 ApoBO (abgedruckt bei Pfeil-Pieck-Steinbach, ApoBO zu § 12 - S. 301) rechtfertigt die Hauptaufgabe der Apotheke als zentrale

Abgabestelle für Arzneimittel eine Beschränkung der Verkaufsbefugnis für Waren, die keine Arzneimittel sind. Anderenfalls müßte befürchtet werden, daß der Apotheker seine Hauptaufgabe hintanstellt und sich anderen einträglicheren Geschäften zuwendet. Die Begründung führt weiter aus, es liege nicht im gesundheitspolitischen Interesse, daß sich die Apotheke zu einem "Drugstore" entwickle; aus diesen Gründen dürften in der Apotheke neben Arzneimitteln nur Mittel und Gegenstände der Gesundheitsvorsorge und der Körperpflege sowie Waren abgegeben werden, für die der Apotheker besonders sachkundig sei. Das rechtfertigt die Annahme, daß auch die Werbung für den Vertrieb von nach § 12 ApoBO zugelassener Waren im Blick auf die Sicherung der Hauptfunktion des Apothekers gestaltet werden muß.

2. Das Berufungsgericht geht davon aus, daß die §§ 8, 9 Buchst. f) der BO wirksam erlassen worden seien, verneint aber einen Verstoß mangels Tatbestandsmäßigkeit der angegriffenen werblichen Maßnahmen. Auch diese Ausführungen lassen einen Rechtsfehler nicht erkennen.

Nach § 9 der Bayerischen Berufsordnung der Apotheker vom 22. Mai 1958 ist jede Maßnahme verboten, die den Zweck verfolgt, den Absatz in unlauterer Weise zugunsten der eigenen Apotheke zu beeinflussen, insbesondere nach Buchst. f) irreführende Angaben über Heilwirkungen, marktschreierische Anpreisungen, standesunwürdige Texte und Bilder. Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem Beschluß vom 3. Januar 1980 (2 BvR 1022/79 - NJW 1980, 633) diese Vorschrift für verfassungsrechtlich unbedenklich angesehen und dazu ausgeführt, die Ermächtigung zum Erlaß einer Berufsordnung schließe die vom Landesgesetz-

geber übertragene Aufgabe ein, den Umfang standeswidriger Apothekenwerbung zu bestimmen; das Verbot unangemessener und marktschreierischer Werbung in § 9 Buchst. f) BO sei als Regelung der Berufsausübung von Verfassungen wegen nicht zu beanstanden. Es solle damit ein übersteigertes kaufmännisches Geschäftsgebaren des Apothekers im Interesse einer funktionstüchtigen Gesundheitsfürsorge verhindert werden; eine geordnete Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln sei die vorrangige Aufgabe des Apothekers, hinter der das Streben nach Gewinn zurückzutreten habe. Zur Erfüllung dieser Aufgabe seien dem Apotheker eine Reihe gesetzlicher Verpflichtungen auferlegt, mit denen sich eine marktschreierische Werbung auch für sogenannte apothekenübliche Waren nicht vereinbaren lasse; eine derartige Geschäftsgestaltung würde der Apotheke den Charakter eines "Drugstore" geben und damit eine Entwicklung einleiten, die befürchten lasse, daß der Apotheker seine Hauptaufgaben im Rahmen der Arzneimittelversorgung der Bevölkerung hintanstelle und sich zunehmend einträglicheren Geschäften zuwende.

Das Berufungsgericht hat ohne Rechtsirrtum das Vorliegen eines Verstoßes gegen das Verbot einer marktschreierischen Werbung verneint.

"Marktschreierei" ist als Begriff rechtlich nicht bestimmt; als umfassendere Kennzeichnung eines wettbewerblichen Verhaltens enthält Marktschreierei Elemente des Anreizens, der Übertreibung und der Mißachtung der Individualsphäre; hier ist der Begriff eigenständig im Blick auf die vom Bundesverfassungsgericht gekennzeichnete besondere Aufgabe des Apothekers zu verstehen.

Bei Berücksichtigung der zur Sicherung der Hauptaufgabe des Apothekers erforderlichen Beschränkungen können insbesondere solche übertreibenden, anreißerischen, die Individualsphäre verletzenden werblichen Maßnahmen sich störend auf das Verhältnis des Apothekers zum Kunden und damit die ordnungsmäßige Versorgung mit Arzneimitteln beeinträchtigend auswirken. Kann das Vertrauen des Publikums auf die Zuverlässigkeit des Apothekers durch dessen werbliche Tätigkeit in Frage gestellt werden, weil zu befürchten ist, daß eine sachgerechte Belieferung nicht mehr gewährleistet ist, dann ist eine solche Werbung marktschreierisch und damit unzulässig. Diese Grundsätze gelten sowohl für die Werbung für Arzneimittel als auch für die Werbung für apothekenübliche Waren im Sinne des § 12 ApoBO; dabei sind die Maßstäbe bei apothekenpflichtigen Waren strenger als bei dem sonstigen Warensortiment; das ergibt sich aus der insoweit erfahrungsgemäß verschiedenen Einstellung des Verkehrs je nach Art der vom Apotheker angebotenen Waren.

Bei einer solchen, nach Sinn und Zweck gebotenen Auslegung des § 9 Buchst. f) BO hat das Berufungsgericht im Streitfall ohne Rechtsirrtum die Tatbestandsmäßigkeit der angegriffenen Werbung verneint; es handelt sich um Waren, die nicht apothekenpflichtig sind; die Zeitungs-
werbung enthält neben verkleinerten bildlichen Darstellungen der Waren Namen, Warenmenge, Preis und z.T. Angaben über die Anwendung; es ist nicht ersichtlich, inwiefern durch solche Angaben negative Wirkungen in Richtung der Arzneimittelversorgung der Bevölkerung eintreten könnten.

Hinsichtlich des Faltprospekts gilt nichts anderes als für die Werbung durch Zeitungsanzeigen; insoweit hat die Klägerin den Vorwurf einer marktschreierischen Werbung auf die Abbildung des Schildes "Stop Sparpreis" auf der ersten Seite und auf die Bezeichnung "Familie Sparpreis" beschränkt. Auch insoweit hat das Berufungsgericht ohne Rechtsfehler ein marktschreierisches Verhalten in dem dargelegten Sinne verneint.

Die rechtliche Beurteilung und inhaltliche Abgrenzung des Begriffs "Marktschreierei" ist Sache des Gerichts. Die zur Subsumierung erforderlichen Feststellungen konnte das Berufungsgericht aufgrund allgemeiner Erfahrungssätze und seiner speziellen eigenen Erfahrungen als Teilnehmer des in Betracht kommenden Verkehrs selbst treffen, der Einholung eines Sachverständigengutachtens bedurfte es nicht.

3. Die Klägerin vertritt die Auffassung, der Beklagte habe auch gegen eine allgemeine Standesauffassung verstoßen, wonach seine Werbung marktschreierisch sei; damit wird die Regelung des § 9 Buchst. f) BO überschritten; eine allgemeine Standesauffassung verlangt nach dem Vortrag der Klägerin also mehr als das in der Berufsordnung geregelte Standesrecht. Eine solche Entwicklung ist möglich. Es wäre aber Sache der Klägerin gewesen, die eine solche Folgerung rechtfertigenden Umstände vorzutragen. Das ist nicht geschehen.

Die von der Klägerin herangezogene Senatsentscheidung vom 3. Dezember 1971 (I ZR 137/69 GRUR, 1972, 709, 710 - Patentmark) erwähnt den anderen, hier nach Auffassung der Klägerin gerade nicht in Betracht kommenden

Fall, daß ein nicht unerheblicher Teil der beteiligten Berufskreise einen Verstoß gegen eine Standesvorschrift für unbedenklich hält und deshalb der Vorwurf eines wettbewerbswidrigen Verhaltens nicht erhoben werden kann.

III. Da das Berufungsurteil auch im übrigen keinen Rechtsfehler zum Nachteil der Klägerin erkennen läßt, war die Revision mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

v. Gamm

Alff

Zülch

Piper

Teplitzky