

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

2016 018

HeilmittelwerbeG v. 11. Juli 1965, BGBl I 604,
§ 1 Abs. 1 Nr. 2

D R T - M e t h o d e

Zur Frage, wann eine äußerliche Behandlungsmethode
(hier: Schlankheitsmethode) im Sinne des § 1 Abs. 1
Nr. 2 des Heilmittelwerbegesetzes der Beseitigung oder
Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder
krankhaften Beschwerden "dient".

BGH, Urt. v. 28. November 1969 - I ZR 38/68 - LG Köln

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 38/68

URTEIL

Verkündet am

28. November 1969

Zug,
Justizangestellter

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

des V [REDACTED] W [REDACTED] W [REDACTED]
G [REDACTED] G [REDACTED] e.V., K [REDACTED], A [REDACTED] H [REDACTED]
[REDACTED], vertreten durch seinen Vorstand ebendort,

Klägers und Revisionsklägers,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma S [REDACTED] - L [REDACTED], Studio für Körperkultur-
D [REDACTED] GmbH, D [REDACTED], S [REDACTED]straße ●, vertreten durch
ihren Geschäftsführer Herrn William Milton W [REDACTED], N [REDACTED]-
G [REDACTED], H [REDACTED] Weg ●,

Beklagte und Revisionsbeklagte,

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

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 28. November 1969 unter Mitwirkung der Bundesrichter Pehle, Dr. Sprenkmann, Alff, Dr. Simon und Dr. Girisch

für Recht erkannt:

Die Sprungrevision gegen das Urteil der 4. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln vom 14. Februar 1968 wird auf Kosten des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

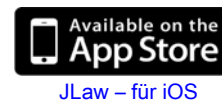
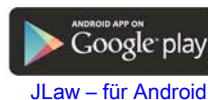
Der Kläger ist ein als Verein eingetragener Verband zur Wahrung einer lautereren Werbung auf dem Gebiet des Gesundheitswesens. Nach seiner Satzung hat er die Aufgabe, die Werbung für Mittel, Gegenstände und Verfahren, die zur Erhaltung oder Wiederherstellung der Gesundheit angeboten werden, auf ihre Vereinbarkeit mit den gesetzlichen Bestimmungen zu überprüfen und gegen Verstöße mit geeigneten Maßnahmen vorzugehen.

Die Beklagte betreibt ein Schlankheitsinstitut. Sie wirbt in Zeitungsanzeigen für ihre DRT-Behandlung (Dynamic Rhythmic Therapy) aus den USA. Die Anzeigen weisen eine wechselnde textliche und bildliche Gestaltung auf. Dabei

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
[\(mobile App\)](#)



werden gelegentlich Frauenfiguren in korpulentem und in schlankem Zustand unter Namensnennung abgebildet und die Behauptungen aufgestellt, diese abgebildete Person habe den Verlust an Umfang und Gewicht durch die DRT-Behandlung erlangt. Unter anderem werden dabei Wendungen gebracht wie "Ich habe 97,5 cm und 28 1/2 kg in 8 Wochen abgenommen" oder "Ich habe 35 cm in 35 Min. verloren".

Der Kläger vertritt die Auffassung, die bildliche Gegenüberstellung mit dem Hinweis, daß der Behandlungserfolg durch die DRT-Behandlung erreicht worden sei und die Verwendung lobender Äußerungen von Laien in den Werbeanzeigen verstießen gegen Bestimmungen des Heilmittelwerbegesetzes und gegen §§ 1, 3 UWG.

Im vorangegangenen Verfahren der einstweiligen Verfügung, dessen Akten die Parteien im vorliegenden Rechtsstreit zum Verhandlungsgegenstand gemacht haben, hatte das Oberlandesgericht auf die Berufung des Klägers durch Urteil vom 23. August 1967 ((6 U 55/67 OLG Köln) im Wege der einstweiligen Verfügung ein im wesentlichen mit den Anträgen der vorliegenden Klage übereinstimmendes Verbot erlassen.

Der Kläger hat beantragt,

der Beklagten zu untersagen, bei der Werbung für die DRT-(Dynamic Rhythmic Therapy) Behandlung in Zeitungen, Illustrierten, Prospekten oder sonstigem Werbematerial

- 1) Aufnahmen menschlicher Personen in der Art zu verwenden, daß die Person im ersten Bild in korpulentem Zustand, im zweiten Bild in schlankem Zustand dargestellt wird, und dabei die Behauptung aufzustellen, sie habe diesen schlanken Zustand durch die DRT-Behandlung erreicht;
- 2) lobende Äußerungen von Laien zu verwenden.

Das Landgericht hat die Beklagte nach dem Klageantrag zu 1 verurteilt, jedoch mit dem Zusatz

"ohne deutlich erkennbar darauf hinzuweisen, daß die DRT-Methode nicht zur Behandlung krankhafter Fettsucht geeignet ist".

Im übrigen ist die Klage abgewiesen worden.

Mit der Sprungrevision verfolgt der Kläger seine im ersten Rechtszug gestellten Anträge weiter. Die Beklagte bittet um Zurückweisung des Rechtsmittels.

Entscheidungsgründe:

I. Das Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens vom 11. Juni 1965 (BGBl I 604 = BGBl III 2121 - 11), geändert durch Art. 14 des Einführungsgesetzes zum Gesetz über Ordnungswidrigkeiten vom 24. Mai 1968 (BGBl I 503, 517) findet nach § 1 Abs. 1 Nr. 2 unter anderem Anwendung auf die Werbung für Verfahren und Behandlungen, soweit diese der Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden beim Menschen dienen und die Werbeaussage sich auf diesen Zweck bezieht. Sind diese Voraussetzungen gegeben, so darf nach der weiteren Vorschrift des § 9 HeilmWG

außerhalb der Fachkreise für Verfahren und Behandlungen nicht geworben werden mit der bildlichen Darstellung der Wirkung eines Verfahrens oder einer Behandlung durch vergleichende Darstellung des Körperzustandes oder des Aussehens vor und nach der Anwendung (Nr. 5 b) oder mit nicht fachlichen Äußerungen Dritter (Nr. 11).

Das Gesetz ist an die Stelle der Polizeiverordnung über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens (HWVO) vom 29. September 1941 (RGBl I 587) getreten. Daß die HWVO als Ganzes dem Grundgesetz widersprochen habe, ist von der höchstichterlichen Rechtsprechung verneint worden (BGHSt 8, 360, 376; BVerwG NJW 1954, 1133 f). Auch bezüglich des Heilmittelwerbegesetzes ist dies zu verneinen.

Hinsichtlich der im Streitfall in Betracht kommenden Bestimmungen der §§ 1 und 9 Nr. 11 HeilmWG ist für die entsprechenden Vorschriften des § 1 HWVO (BVerfGE 9, 213, 218) und des § 9 Abs. 1 HWVO (BGHSt 11, 85 f = GRUR 1958, 238 - Schlankheitsmittel) ein Verstoß gegen das Grundgesetz verneint worden. Insoweit ist hervorzuheben, daß § 9 Abs. 1 HWVO ein vollständiges Werbeverbot enthalten hat, während das Verbot in § 9 Nr. 11 HeilmWG auf die Werbung außerhalb der Fachkreise eingeschränkt ist. Auch die Vorschriften des § 9 Nr. 5 b und § 10 HeilmWG verletzen nicht das Grundgesetz. Denn auch durch die in diesen Bestimmungen enthaltenen Beschränkungen der Werbung soll die Allgemeinheit vor gesundheitlichen Schäden geschützt werden.

Gegen die Vereinbarkeit der §§ 1, 9 Nr. 5 b und Nr. 11 HeilmWG mit dem Grundgesetz bestehen demnach keine Bedenken.

II. Das Landgericht gelangt im Gegensatz zu der vom Oberlandesgericht im vorangegangenen Verfahren der einstweiligen Verfügung vertretenen Ansicht zu dem Ergebnis, daß die Werbung der Beklagten nicht unter das Heilmittelwerbegesetz fällt.

1. Unter Hinweis auf BGHSt 11, 304 führt das Landgericht aus, als Krankheit sei jede, auch nur geringfügige oder vorübergehende Störung der normalen Beschaffenheit oder Tätigkeit des Körpers anzusehen, die beseitigt oder gelindert werden könne und solle. Es geht in Übereinstimmung mit dem Oberlandesgericht davon aus, daß die mit Übergewicht verbundene krankhafte Fettsucht auf überreichlichem Genuß von Nahrungsmitteln oder Flüssigkeiten (alimentäre Fettsucht) oder auf Drüsenstörungen (endogene Fettsucht) beruhen kann.

Dies ist rechtlich nicht zu beanstanden. Da der Tatbestand des § 1 Abs. 1 Nr. 2 HeilmWG aus einem anderen Grunde nicht erfüllt ist (vgl. nachstehend zu Nr. 2), bedarf es keines Eingehens auf die Bedenken, die gegen den gekennzeichneten Begriff der Krankheit erhoben worden sind (vgl. BVerwG JR 1969, 434). Im Streitfall hat das Landgericht ohne Rechtsverstoß festgestellt, daß es Fälle krankhafter Fettsucht gibt. Jedoch ist, wie das Landgericht mit Recht weiter ausführt, nicht jede Dickleibigkeit als Krankheit anzusehen. Das hängt vielmehr von den individuellen Gegebenheiten des Einzelfalles ab. Zutreffend weist das

Landgericht darauf hin, daß ein von Erbe oder Natur aus korpulenter Mensch nicht unter einer vorübergehenden Störung leiden müsse, sondern sich in einem durchaus normalen Zustand befinden könne.

2. Das Landgericht stellt aber weiter fest, daß die dynamisch-rhythmische Methode der Beklagten objektiv weder bestimmt noch geeignet sei, krankhafter Fettsucht entgegenzuwirken.

Soweit damit gesagt sein sollte, daß eine Behandlung nur dann einem der genannten gesundheitlichen Zwecke "diene", wenn ihre objektive Eignung hierfür im medizinischen Sinne gegeben wäre, könnte dem nicht gefolgt werden. Der Begriff des "dienens" ist zwar, wie sich aus der Entstehungsgeschichte des Gesetzes in einer jeden Zweifel ausschließenden Weise ergibt, objektiv zu bestimmen; es genügt nicht, daß der Werbende die Eignung vortäuscht. Vielmehr ist darauf abzustellen, ob die Behandlung nach ihrer Art und nach der allgemeinen Verkehrsauffassung üblicherweise für den betreffenden gesundheitlichen Zweck angewendet wird (Kernd'l-Marcetus, Heilmittel-Werbegesetz, 1965, S. 125; vgl. ferner Hamm-Bücker, Heilmittelwerbegesetz, 1966, S. 45; Kohlhaas, Gesetz über die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens, in Erbs, Strafrechtliche Nebengesetze Bd. 1, H 53 zu § 1 Anm. 6). Dabei kann offenbleiben, ob durch eine langandauernde Werbung in diesem Sinne die Verkehrsauffassung beeinflußt werden kann (BGHZ 23, 184 - Spalttabletten betr. § 1 AMVO).

Daß entgegen den Ausführungen des Landgerichts die Behandlungsmethode der Beklagten in dem dargelegten Sinne der Erkennung, Beseitigung oder Linderung einer krankhaften

Fettsucht dient, ist nicht ersichtlich. Es handelt sich dabei weitgehend um tatrichterliche Beurteilung des Einzelfalles, gegen die - da es sich um eine Sprungrevision handelt - die Revision keine Angriffe erheben kann (§ 566 a Abs. 3 ZPO).

3. Der Beklagten ist in dem angefochtenen Urteil verboten worden, ihre Werbung ohne den deutlich erkennbaren Zusatz zu betreiben, daß die DRT-Methode nicht zur Behandlung krankhafter Fettsucht geeignet sei. Da die Beklagte gegen das Urteil kein Rechtsmittel eingelegt hat, kann sie daher künftig nur mit diesem aufklärenden Zusatz werben. Dann aber fehlt es für die Zukunft auch an dem in § 1 Nr. 2 HeilmWG vorausgesetzten weiteren Merkmal, daß die Werbeaussage sich auf den im Gesetz näher umschriebenen Heilzweck bezieht.

4. Somit hat das Landgericht ohne Rechtsverstoß angenommen, daß das Heilmittelwerbegesetz auf die in Frage stehenden Werbeanzeigen der Beklagten keine Anwendung findet.

III. 1. Soweit die besonderen verschärften Vorschriften des Heilmittelwerbegesetzes ausscheiden, ist die angegriffene Werbung nach den allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Vorschriften zu beurteilen. Das Landgericht führt dazu aus, in der Werbung der Beklagten sei die figürliche Darstellung derselben Person in sehr korpulentem und in schlankem Zustand allerdings geeignet, auch bei Leserinnen, die an einer krankhaften Fettsucht litten, bei einer ersten flüchtigen Betrachtungsweise den irrigen Eindruck einer erfolgversprechenden Heilbehandlung und damit eines besonders günstigen Angebots im Sinne des

§ 3 UWG zu erwecken. Gleichwohl stehe dem Kläger kein Anspruch auf völlige Unterlassung der werbemäßigen Verwendung bildlicher Darstellungen zu. Vielmehr könne er nur verlangen, daß die Beklagte - falls die von ihr abgebildete Person in der einen Darstellung so korpulent sei, daß sie auch an krankhafter Fettsucht leiden könnte - dem daraus möglicherweise entstehenden irrigen Eindruck, die DRT-Behandlung sei auch zur Linderung krankhafter Fettsucht geeignet, unübersehbar entgegenwirke. Daher könne die Beklagte nur verurteilt werden, bei der Werbung für die DRT-Behandlung in Zeitungen usw. es zu unterlassen, Aufnahmen menschlicher Figuren in der Art zu verwenden, daß die abgebildete Person im ersten Bild in korpulentem, im zweiten Bild in schlankem Zustand dargestellt wird, und dabei die Behauptung aufzustellen, diese Person habe den schlanken Zustand durch die DRT-Behandlung erreicht, ohne deutlich erkennbar darauf hinzuweisen, daß die DRT-Methode nicht zur Behandlung krankhafter Fettsucht geeignet ist.

Diese im wesentlichen auf einer tatrichterlichen Würdigung des Gesamteindrucks der Werbeanzeige beruhenden Ausführungen des Landgerichts halten der rechtlichen Nachprüfung stand. Angesichts der Art der Behandlungsmethode und der Werbung der Beklagten reicht der in die Urteilsformel aufgenommene Zusatz aus, eine Irreführung der Leser auszuschließen. Auch in diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen, daß im Verfahren der Sprungrevision die tatsächlichen Feststellungen des Landgerichts weitgehend der Nachprüfung entzogen sind.

Daß die in der Werbung der Beklagten wiedergegebenen lobenden Äußerungen Dritter unwahr sind, hat das Landgericht nicht festgestellt. Insoweit scheidet ein Verstoß gegen § 3 UWG daher aus.

2. Auch die Annahme des Landgerichts, ein Verstoß gegen § 1 UWG liege nicht vor, ist rechtlich nicht zu beanstanden.

Soweit es ausführt, die beanstandeten Werbeanzeigen verletzen nicht den gebotenen Anstand, läßt diese tatrichterliche Würdigung angesichts der Art der bildlichen Gegenüberstellung und des Inhalts der wiedergegebenen lobenden Äußerungen Dritter keinen Rechtsirrtum erkennen.

Entgegen dem Vortrag der Revision ist auch darin kein Rechtsirrtum zu erblicken, daß das Landgericht nicht angenommen hat, die Beklagte habe sich in wettbewerbswidriger Weise über die "Gutachten und Empfehlungen des Gemeinschaftsausschusses zur Selbstkontrolle der Heilmittelwerbung" (Ausgabe 1965/1966 S. 6) hinweggesetzt und aus diesem Grunde gegen § 1 UWG verstoßen. Denn die hier in Betracht kommende Empfehlung bezieht sich auf eine Werbung für Lebensmittel, die zu Schlankheitszwecken empfohlen werden, nicht aber auf eine Werbung für eine Behandlungsmethode der hier in Rede stehenden Art..

IV. Demnach war die Revision zurückzuweisen. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

Pehle

Sprenkman

Alff

Simon

Girisch