

16
Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

HeilmittelwerbeG Art. 1 §§ 5, 9 Nr. 6, 10 Abs. 1

P f l a n z e n s ä f t e

- a) Zur Frage, unter welchen Voraussetzungen fremd- oder fachsprachliche Bezeichnungen als nach § 9 Nr. 6 HWG in den allgemeinen deutschen Sprachgebrauch eingegangen anzusehen sind.
- b) Die Werbung für den Absatz von Pflanzensäften mit den Heilanzeigen "Blutarmut" und "Harnsäurebeschwerden" verstößt gegen § 10 Abs. 1 HWG.
- c) Gewährt ein Hersteller einem Einzelhändler für die Empfehlung seiner Arzneimittel in Anzeigen ein Entgelt in Form von Warengutscheinen, dann liegt darin ein Verstoß gegen § 5 HWG.

BGH, Urt. v. 5. November 1971 - I ZR 85/69 - OLG Stuttgart
LG Stuttgart

16

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 85/69

URTEIL

Verkündet am

5. November 1971
Spengler,
Justizangestellte

als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma Walter S. [REDACTED],
Pflanzensaftwerk, M. [REDACTED], L. [REDACTED] Straße 21,

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

p [REDACTED], Vereinigung gegen unlauteren Wett-
bewerb e. V., S. [REDACTED], gesetzlich vertreten durch
den Vorstand, Apotheker Eckart H. [REDACTED], K. [REDACTED], W. [REDACTED]
straße 28,

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 5. November 1971 unter Mitwirkung der Bundesrichter Alff, Dr. Sprenkmann, Dr. Merkel, Dr. Schönberg und Dr. Frhr. v. Gamm

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des
2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts
Stuttgart vom 27. Juni 1969 wird auf
Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Klägerin ist ein eingetragener Verein zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs. Die Beklagte stellt Pflanzensäfte, -tränke und -extrakte her, die sie insbesondere über Reformhäuser vertreibt. Ihrer Kurpackung "Magen- und Darmbeschwerden", bestehend aus Pflanzensäften und Tee, fügt sie eine Kuranleitung bei, in der Anwendung und Wirkungsweise der Kur beschrieben werden. In dieser Abhandlung verwendet sie die Worte "Glykoside", "innere Sekretion" und "Alkalisierung". In einer in der Kuranleitung enthaltenen Liste der von der Beklagten vertriebenen Pflanzensäfte findet sich bei Spinatsaft die Indikation "Bleichsucht". Ferner nennt die Beklagte in ihrem Prospekt "Kur zu Hause", der in Reformhäusern verteilt wird, als Anwendungsgebiet für Brennessel- und Spinatsaft "Blutarmut" und als Heilanzeigen einer Pflanzensaftkur u. a. "Harnsäurebeschwerden". Für die Werbung



mittels Zeitungsanzeigen stellt die Beklagte den von ihr belieferten Reformhäusern gemäß Rundschreiben vom 19. Januar 1966 kostenlos Druckmatern zur Verfügung; außerdem erstattet sie den Reformhäusern die Hälfte der Insertionskosten in Form von Warengutscheinen, jedoch nur bis zu 10 % des Rechnungsbetrages der Saftbezüge des betreffenden Reformhauses im Kalenderjahr.

Die Klägerin hat geltend gemacht, die Werbung der Beklagten verstoße gegen Vorschriften des Heilmittelwerbegesetzes (HWG) und gegen § 1 UWG. Sie hat - nachdem die Parteien einen Teil der Klageanträge übereinstimmend für erledigt erklärt haben - beantragt,

die Beklagte unter Androhung der gesetzlichen Strafen für den Fall der Zuwiderhandlung zu verurteilen, es zu unterlassen,

1. in ihrer Werbung für Schoenenberger Pflanzensäfte außerhalb der Fachkreise

a) mit den fremd- und fachsprachlichen Ausdrücken "Glykoside", "innere Sekretion" und "Alkalisierung",

b) mit der Indikation "Bleichsucht",

c) mit den Indikationen "Blutarmut" und/oder "Harnsäurebeschwerden"

zu werben,

2. Einzelhändlern für insertionsmäßige Empfehlung von S [REDACTED] Arzneien ein Entgelt in Form von Warengutscheinen anzukündigen und/oder zu gewähren.

Die Beklagte hat ihr Verhalten als rechtmäßig verteidigt. Vorab hat sie die Klagebefugnis der Klägerin bestritten.

Das Landgericht hat unter Abweisung der Klage im übrigen der Beklagten untersagt, mit den Ausdrücken "Glykoside", "innere Sekretion" und "Alkalisierung" sowie den Indikationen "Bleichsucht", "Blutarmut" und "Harnsäurebeschwerden" zu werben. Das Berufungsgericht hat auf die Berufung der Klägerin der Beklagten außerdem untersagt, Einzelhändlern für die insertionsmäßige Empfehlung von Schoenenberger Pflanzensäften ein Entgelt in Form von Warengutscheinen anzukündigen und/oder zu gewähren. Andererseits hat es auf die Berufung der Beklagten die Klage auch insoweit abgewiesen, als der Beklagten untersagt worden war, mit der Indikation "Bleichsucht" zu werben. Die weitergehenden Berufungen der Parteien sind zurückgewiesen worden.

Mit der Revision, um deren Zurückweisung die Klägerin bittet, erstrebt die Beklagte die vollständige Abweisung der Klage.

Entscheidungsgründe

I. Ohne Rechtsverstoß geht das Berufungsgericht davon aus, daß die Klägerin zu den in § 13 Abs. 1 UWG genannten Interessenverbänden gehört und zur Geltendmachung der hier in Rede stehenden Unterlassungsansprüche befugt ist. Der erkennende Senat hat zur Frage der Prozeßführungsbefugnis der Klägerin in seinem Beschluß vom 10. März 1971 (WRP 1971, 264) ausgeführt, die Klägerin habe einen Bestand

von 33 Mitgliedern, die ganz überwiegend Gewerbetreibende seien. Ziehe man ferner die Änderung ihrer Satzung durch Beschluß der Mitgliederversammlung vom 3. Februar 1970 in Betracht, dann erscheine es im Hinblick auf die gerichtsbekannte Tätigkeit der Klägerin unbedenklich, daß sie nunmehr jedenfalls die Voraussetzungen des § 13 Abs. 1 UWG erfülle. Besondere Umstände, welche die Annahme rechtfertigen könnten, daß die Klägerin ihre auf § 13 Abs. 1 UWG gestützte Klagebefugnis mißbrauche, seien nicht ersichtlich.

Im Streitfall besteht kein Anlaß zu einer anderen Beurteilung. Insbesondere ist nicht zu ersehen, daß die vom Senat getroffenen Feststellungen durch die weitere Entwicklung seit dem 10. März 1971 etwa überholt sein könnten. Die Rechtsverfolgung der Klägerin hält sich auch im Rahmen des konkreten Satzungszwecks.

II. Das Berufungsgericht führt aus, bei den von der Beklagten verwendeten Ausdrücken "Glykoside", "innere Sekretion" und "Alkalisierung" handele es sich um Bezeichnungen der medizinischen und chemischen Fachsprache, die nicht in den allgemeinen deutschen Sprachgebrauch eingegangen seien. Die Beklagte dürfe daher für ihre Erzeugnisse, die als Arzneimittel anzusehen seien, außerhalb der Fachkreise nicht mit diesen Bezeichnungen werben (§ 9 Nr. 6 HWG). Hierbei könne offenbleiben, ob fachsprachliche Bezeichnungen nur dann als in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen anzusehen seien, wenn die breite Masse des Publikums sie verstehe und/oder gebrauche oder ob es insoweit auf den Wortschatz des durchschnittlich gebildeten Laien ankomme. Die hier in Rede stehenden Ausdrücke seien jedenfalls auch dem durch-

schnittlich Gebildeten nicht verständlich. Der Auffassung, es komme für die hier zu entscheidende Frage auf medizinische Laien mit besonders hohem Bildungsniveau an oder nur auf die jeweils von der Werbung angesprochenen Personenkreise, ist das Berufungsgericht entgegengetreten.

Die Revision rügt, das Berufungsgericht habe seiner Beurteilung allgemein einen zu strengen Maßstab zugrunde gelegt. Es müsse genügen, wenn die betreffenden Fachausdrücke auch gegenüber Nichtfachleuten so häufig gebraucht würden, daß sie dem Durchschnittslaien geläufig und in etwa verständlich seien. Lege man diesen Maßstab zugrunde, dann seien die genannten Ausdrücke als solche und für sich allein betrachtet als in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen anzusehen. Jedenfalls ergebe sich ihre Bedeutung für den Laien aus dem Satz- und Sinnzusammenhang, den das Berufungsgericht zu Unrecht nicht berücksichtigt habe.

Die Angriffe der Revision haben im Ergebnis keinen Erfolg.

1. Zutreffend nimmt das Berufungsgericht an, daß die Beklagte die genannten Bezeichnungen in der hier in Rede stehenden Kuranleitung zu Werbezwecken verwendet. Zwar haben die Ausführungen in der Kuranleitung teilweise den Charakter allgemeiner Erläuterungen. Diese stehen jedoch in einem so engen Zusammenhang zu der Werbung für die von der Beklagten angebotenen Erzeugnisse, daß sie jedenfalls in den Teilen, in denen sich die angegriffenen Bezeichnungen finden, nicht mehr nur als eine sachbezogene Aufklärung angesehen werden können, sondern Werbeäußerungen darstellen.

2. Dem Berufungsgericht ist ferner darin zu folgen, daß die Verwendung der Bezeichnungen "Glykoside", "innere Sekretion" und "Alkalisierung" in der Kuranleitung der Beklagten gegen § 9 Nr. 6 HWG verstößt.

a) Glykoside

Die Auffassung des Berufungsgerichts, dieser Ausdruck sei nicht in den allgemeinen deutschen Sprachgebrauch eingegangen, läßt keinen Rechtsfehler zum Nachteil der Beklagten erkennen. Wenn das Berufungsgericht bei dieser Beurteilung auf den Wortschatz des durchschnittlich gebildeten Laien abstellt, so ist das jedenfalls nicht zu ungünstig für die Beklagte. Geringere Anforderungen an eine Freistellung von dem Verbot des § 9 Nr. 6 HWG zu stellen, wäre mit dem Sinn und Zweck der Vorschrift, den Laien vor Mißverständnissen und suggestiver Beeinflussung durch eine Heilmittelwerbung mit fremd- oder fachsprachlichen Bezeichnungen nach Möglichkeit zu schützen (vgl. hierzu Hamm/Bücker, Heilmittelwerbe-gesetz S. 73; Kernd'l/Marcetus, Heilmittelwerbe-gesetz S. 163), nicht vereinbar. Im Grunde geht auch die Revision von diesem Maßstab aus. Sie meint nur, es müsse genügen, daß der durchschnittlich gebildete Laie den betreffenden Fachausdruck in etwa verstehe; eine genaue und exakte Kenntnis sei nicht zu fordern. Diese Erwägung führt jedoch im Streitfall deshalb nicht weiter, weil es nach den rechtsirrtumsfreien Feststellungen des Berufungsgerichts auch an einer ungefähren Kenntnis des in Frage stehenden Personenkreises von der Bedeutung des Wortes "Glykoside" fehlt.

16

Aus der Verwendung der in Frage stehenden fachsprachlichen Bezeichnungen in Tageszeitungen, Illustrierten und Rundfunkvorträgen, die das Berufungsgericht unterstellt, folgt entgegen der Annahme der Revision nicht zwingend, daß sie in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen seien. Denn die Erfahrung lehrt, daß in den Massenmedien auch Beiträge gebracht werden, die höhere Anforderungen stellen und hinsichtlich mancher Fachausdrücke auch dem durchschnittlich gebildeten Laien jedenfalls ohne entsprechende Erläuterung nicht verständlich sind.

Soweit die Revision geltend macht, die Werbung für Heilmittel mit einem nicht in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangenen Fachausdruck sei dann nicht zu beanstanden, wenn diese Bezeichnung entsprechend erläutert werde oder sich ihre Bedeutung aus dem Zusammenhang ergebe, ist ihr an sich zu folgen (vgl. BGH GRUR 1970, 558, 561 - Sanatorium). Der Kuranleitung der Beklagten kann jedoch nicht entnommen werden, welche Bedeutung dem Begriff "Glykoside" zukommt. Wenn Glykoside dort im Zusammenhang mit Wirkstoffen erwähnt werden, welche die Pflanze unter Ausnutzung des Sonnenlichts aus den Stoffen der Luft und des Bodens erzeuge und ferner hervorgehoben wird, daß nur in dem aus frischen Pflanzen gepreßten Saft, anders als in getrockneten Pflanzen, wie etwa Tee, diese Stoffe unverändert erhalten seien, so kann darin eine ausreichende Erläuterung selbst dann nicht gesehen werden, wenn, was dahingestellt bleiben kann, die Einordnung unter den Begriff der Wirkstoffe zutrifft. Die Bedeutung der Glykoside reicht ersichtlich sehr viel weiter (vgl. Pschyrembel, Klinisches Wörterbuch, 123. - 153. Aufl., Stichwort "Glykoside").

Der vom erkennenden Senat in dem erwähnten Urteil (Sanatorium) ausgesprochene Grundsatz, daß die Heilmittelwerbung mit fremd- oder fachsprachlichen Bezeichnungen dann nicht nach § 9 Nr. 6 HWG zu beanstanden sei, wenn sie sich an einen bestimmten Personenkreis wende und dieser Personenkreis sie verstehe, führt im Streitfall zu keiner anderen Beurteilung, da der Kreis der Reformhauskunden nicht hinreichend bestimmt oder bestimmbar ist und auch nicht ohne weiteres davon ausgegangen werden kann, daß derjenige, der eine Kurpackung der Beklagten für Magen- und Darmbeschwerden bestellt habe, in der Lage sei, die Bezeichnung "Glykoside" ohne weitere Erläuterung zu verstehen.

b) Innere Sekretion

Hierzu hat das Berufungsgericht ausgeführt, selbst wenn man den Begriff "Sekretion" noch als einen dem durchschnittlich Gebildeten geläufigen Begriff ansehen wolle, müsse diese Voraussetzung für die "innere Sekretion", die eine Absonderung direkt in das Blut bedeute, verneint werden. Die Revision hält dem zu Unrecht entgegen, daß das Berufungsgericht einen zu engen Maßstab anlege, wenn es darauf abstelle, daß die innere Sekretion in das Blut und nicht in den Darm erfolge. Die Bedeutung der innersekretorischen Drüsen liegt nach Pschyrembel (aaO Stichworte "innere Sekretion", "Hormone") insbesondere darin, daß sie den Körper mit Hormonen versorgen, die ihrerseits in hohem Maße die Erregungslage des vegetativen Nervensystems und damit der vegetativen Funktionen der Organe beeinflussen. Es liegt auf der Hand, daß diese besondere Bedeutung der innersekretorischen Drüsen gegenüber Drüsen

der Haut oder Schleimhaut für die Anwendung von Heilmitteln von entscheidender Bedeutung sein kann. Der von der Revision vertretenen Auffassung, bei der besonderen Wirkungsweise der Drüsen der inneren Sekretion handele es sich lediglich um eine medizinisch-definitorische Einzelheit, auf die es bei der Anwendung von § 9 Nr. 6 HWG nicht ankomme, kann daher nicht gefolgt werden. Außerdem kann eine Fachbezeichnung nur dann als in dem allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen angesehen werden, wenn sie von den durch die Werbung angesprochenen Verkehrskreisen auch tatsächlich verstanden wird. Das aber ist nach den rechtsirrtumsfreien Feststellungen des Berufungsgerichts hinsichtlich der Bezeichnung "innere Sekretion" nicht der Fall. Sie ist in ihrer besonderen Bedeutung weder allgemein bekannt noch den durchschnittlich gebildeten medizinischen Laien geläufig. Es kann daher jedenfalls nicht als rechtsfehlerhaft angesehen werden, wenn das Berufungsgericht zu dem Ergebnis gelangt ist, dieser Begriff sei nicht in den allgemeinen deutschen Sprachgebrauch eingegangen.

Aus dem Zusammenhang, in dem der Begriff "innere Sekretion" in der Kuranleitung der Beklagten verwendet wird, ergibt sich keine andere Beurteilung. Dort wird zwar zunächst allgemein von einer Anregung und Ausgleichung von Drüsenfunktionen durch Pflanzensäfte gesprochen und dann weiter zum Ausdruck gebracht, Pflanzensäfte wirkten in dieser Weise insbesondere auch auf Drüsen der inneren Sekretion. Hierin liegt jedoch keine hinreichende Erläuterung des Begriffs der "inneren Sekretion", wie keiner weiteren Begründung bedarf.

c) Alkalisierung

Die Feststellung des Berufungsgerichts, daß auch dieser Begriff den durchschnittlich gebildeten Laien nicht verständlich sei, läßt keinen Rechtsirrtum erkennen. In Frage steht insoweit nur, ob der Zusammenhang, in dem die Beklagte das Wort "Alkalisierung" verwendet, den Begriffsinhalt dieser Fachbezeichnung hinreichend verdeutlicht. Das trifft jedoch entgegen der Auffassung der Revision nicht zu.

Die Beklagte beschreibt in ihrer Kuranleitung die Wirkung der Pflanzensäfte und nennt in diesem Zusammenhang zusammenfassend u. a. "Alkalisierung und Ausscheidung von Stoffwechselschlacken - also Entgiftung". Wer über ausreichende chemische Grundkenntnisse verfügt und insbesondere weiß, daß es alkalisch und sauer reagierende Stoffe gibt, wird den Ausführungen der Beklagten möglicherweise entnehmen können, daß sie mit "Alkalisierung" die Zuführung alkalischer (laugenhafter) Stoffe zum Zwecke der Verbindung mit überschüssiger Säure zu Salzen und deren Ausscheidung aus dem Körper meine. Aber auch der gebildete Laie wird sich dieser Überlegung nicht ohne weiteres sicher sein, sondern sie anhand eines Fachbuches nachprüfen müssen. Jedenfalls ist die Gefahr, daß selbst durchschnittlich gebildete Laien die Bezeichnung "Alkalisierung" auch in der konkreten Werbeaussage mißverstehen oder sie überbewerten und dadurch unsachgemäß beeinflußt werden, nicht von der Hand zu weisen. Das Berufungsgericht hat daher die Werbung mit dieser Bezeichnung im Ergebnis zu Recht nach § 9 Nr. 6 HWG untersagt.

III. Das Berufungsgericht nimmt ohne Rechtsverstoß an, daß die Werbung der Beklagten mit den Indikationen "Blutarmut" und "Harnsäurebeschwerden" gegen § 10 Abs. 1 HWG verstoße.

1. Blutarmut

Das Berufungsgericht geht zutreffend davon aus, daß sich die Arzneimittelwerbung außerhalb der Fachkreise nicht auf Krankheiten des Blutes und der blutbildenden Organe, ausgenommen Eisenmangelanämie, beziehen darf (Anl. A Nr. 4 zu § 10 HWG). Dem Berufungsgericht ist ferner darin zu folgen, daß unter den Begriff "Blutarmut" oder Anämie im medizinischen Sinne jedenfalls nicht nur die sogenannte Eisenmangelanämie (auf Eisenmangel beruhende Blutarmut), sondern auch andere Blutkrankheiten fallen, für deren Selbstbehandlung mit Arzneimitteln nach § 10 Abs. 1 HWG nicht geworben werden darf. Wenn die Revision demgegenüber geltend macht, die Beklagte meine mit dem volkstümlichen Ausdruck "Blutarmut" nur die ebenso häufige wie harmlose Eisenmangelanämie, dann steht dem entgegen, daß sich die Beklagte jedenfalls nicht klar genug ausdrückt. Daran ändert sich auch nichts, wenn man berücksichtigt, daß sie Spinatsaft empfiehlt, der - wie das Berufungsgericht nicht außer acht gelassen hat - als besonders eisenhaltig gilt. Die Gefahr, daß die Bezeichnung "Blutarmut" in Prospekten der Beklagten nicht nur im volkstümlichen Sinne, sondern als Anämie schlechthin verstanden wird, wie das Berufungsgericht festgestellt hat, wird dadurch nicht ausgeschlossen. Von der Beklagten zu verlangen, daß sie sich klarer ausdrückt, wenn sie, wie sie behauptet, nur Eisenmangelanämie meint, ist auch deshalb erforderlich, weil Menschen, die die genauere Ursache ihrer Erkrankung

nicht kennen, durch die in diesem Punkte unklare Werbung der Beklagten leicht dazu verleitet werden können, eine ernsthafte Bluterkrankung selbst zu behandeln, anstatt einen Arzt aufzusuchen. Daß es der Sinn und Zweck des § 10 HWG vor allem ist, der Verleitung zur Selbstbehandlung bestimmter Krankheiten entgegenzuwirken, hat der erkennende Senat in seinem Urteil vom 10. März 1971 (NJW 1971, 1889, 1890 - Spezialklinik) ausgesprochen. Hieran ist festzuhalten.

2. Harnsäurebeschwerden

Gegenstand des Streits der Parteien ist insoweit, ob diese Beschwerden als Krankheiten des Stoffwechsels im Sinne von Ziffer A 3 der Anlage zu § 10 HWG anzusehen sind. Das Berufungsgericht hat diese Frage mit der Begründung bejaht, daß Anomalien des Harnsäurestoffwechsels zur Abscheidung harnsaurer Salze in den Gelenken (Gicht) und anderen Körperteilen führen könnten und daß es sich dabei nicht nur um krankhafte Beschwerden, sondern um Stoffwechselkrankheiten im eigentlichen Sinne handele. Der Ausdruck "Harnsäurebeschwerden" sei dafür nur eine verharmlosende Umschreibung.

Die Revision will diese Ausführungen nicht gelten lassen, weil sich die Werbung der Beklagten in diesem Punkte nicht auf eine "Krankheit", sondern lediglich auf "Beschwerden" beziehe, die weder unter § 10 noch unter die Anlage hierzu fielen, wie ein Umkehrschluß aus den §§ 1 Abs. 1 Nr. 2, 7, 9 Nr. 10 HWG ergebe.

Der Auffassung der Revision steht jedoch entgegen, daß nach den rechtsirrtumsfreien Feststellungen des Berufungsgerichts die von der Beklagten verwendete Be-

zeichnung im Verkehr zumindest auch als Hinweis auf echte Stoffwechselkrankheiten verstanden wird. Die Beklagte selbst unterstützt diese Vorstellung, wenn sie in ihrem Prospekt davon spricht, daß die Harnsäure unter den belastenden Stoffwechselgiften eine große Rolle spiele. Bei dieser Sachlage kann es nicht entscheidend darauf ankommen, daß die Beklagte in ihrer Werbung insoweit lediglich von "Beschwerden" spricht. Ihre Werbung bezieht sich auch nicht etwa nur, wie sie geltend gemacht hat, auf ein frühes Stadium solcher Beschwerden. Sie verdeutlicht jedenfalls nicht hinreichend, was sie mit "Harnsäurebeschwerden" meint. Die Vorinstanzen haben daher die Klage auch insoweit zu Recht als begründet angesehen.

IV. Zur Ausstellung von Warengutscheinen durch die Beklagte gemäß dem Rundschreiben an die Reformhäuser vom 19. Januar 1966 führt das Berufungsgericht aus, die Beklagte verstoße damit gegen § 5 HWG. Sie gewähre dem Einzelhändler ein Entgelt dafür, daß er ihre Erzeugnisse in Zeitungsanzeigen anbiete. Der Leser fasse solche Anzeigen nicht als eine Gemeinschaftswerbung, sondern als Werbung des Einzelhändlers auf.

Dieser Beurteilung ist beizutreten.

Die Feststellung des Berufungsgerichts, daß der Verkehr die hier in Rede stehenden Zeitungsanzeigen als eine Werbung der sie aufgebenden Reformhäuser auffasse, läßt keinen Rechtsirrtum erkennen. Damit scheidet für das Revisionsgericht die in den Vorinstanzen erörterte Fallgestaltung aus, daß der Hersteller selbst durch Zeitungsanzeigen wirbt und in der Nennung des Einzelhändlers in solchen Anzeigen nur ein Hinweis des Herstellers auf die

örtliche Bezugsquelle zu erblicken ist. Ebenso liegt der Fall einer nach außen sichtbaren Gemeinschaftswerbung zwischen der Beklagten und den Reformhäusern nach den Feststellungen des Berufungsgerichts nicht vor, so daß auch hierauf nicht weiter eingegangen zu werden braucht.

Die Erzeugnisse der Beklagten sind, wie ausgeführt, als Arzneimittel anzusehen, was die Revision nicht in Abrede stellt. Es unterliegt ferner keinen rechtlichen Bedenken, wenn das Berufungsgericht die in Frage stehenden Zeitungsanzeigen der Reformhausinhaber als Empfehlungen im Sinne von § 5 HWG angesehen hat. Die genannte Vorschrift bezieht sich entgegen der Annahme der Revision nicht nur auf Angehörige der Heilberufe. Vielmehr will sie allgemein der unsachlichen Beeinflussung von Personen entgegenwirken, die aufgrund ihrer beruflichen Stellung Heilmittel empfehlen, verschreiben oder anwenden. Deshalb können auch Reformhausinhaber Empfehlende im Sinne von § 5 HWG sein (vgl. Schneider, Heilmittelwerbung § 5 Anm. 2, § 2 Anm. 2).

Der Revision kann auch insoweit nicht gefolgt werden, als sie ausführt, § 5 HWG meine nur die persönliche Empfehlung, wie etwa die Empfehlung in einem Verkaufsgespräch, nicht aber die Werbung für ein Heilmittel durch Zeitungsanzeigen. Denn gerade auch durch die Inseratenwerbung kann der Absatz von Heilmitteln, jedenfalls solcher, die nicht verschreibungspflichtig sind oder, wie hier in Frage steht, durch Reformhäuser vertrieben werden, stark beeinflußt werden. Ferner entspricht es durchaus dem Sinn und Zweck des § 5 HWG, auch solche "Empfehlungen" von unsachlicher Beeinflussung durch Werbegaben nach Möglichkeit freizuhalten.

Des weiteren ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden, wenn das Berufungsgericht in den Warengutscheinen der Beklagten und der darauf beruhenden Belieferung der Reformhäuser mit Arzneimitteln ohne Berechnung Werbegaben gesehen hat, die den Reformhäusern als Entgelt dafür gewährt werden, daß sie die Erzeugnisse der Beklagten nach Maßgabe des Rundschreibens vom 19. Januar 1966 durch Zeitungsinserate empfehlen. Der Umstand, daß sich die Beklagte mit diesen Leistungen an den Insertionskosten der Reformhäuser beteiligten will, vermag nichts daran zu ändern, daß es sich um Werbegaben für die Empfehlung ihrer Erzeugnisse handelt. Die Beklagte verstößt daher insoweit mit ihrer Werbung gegen den sich aus § 5 HWG ergebenden Grundsatz, daß die Empfehlung von Arzneimitteln unbeeinflußt von Werbeabgaben oder Kostenzugaben erfolgen soll.

V. Das Berufungsgericht nimmt zu Recht an, daß in den Verstößen der Beklagten gegen die vorgenannten Bestimmungen des Heilmittelwerbegesetzes jeweils zugleich auch ein wettbewerbswidriges Verhalten im Sinne von § 1 UWG liegt (vgl. BGH aaO - Sanatorium; aaO - Spezialklinik). Hieraus ergibt sich, daß das Unterlassungsbegehren in dem Umfange begründet ist, wie ihm das Berufungsgericht in teilweiser Abänderung der Entscheidung des Landgerichts stattgegeben hat.

Die Revision konnte daher keinen Erfolg haben.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

Alff

Sprenkmann

Merkel

Schönberg

v. Gamm