

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

BGB § 824

- a) Zu den Anforderungen an die Sorgfaltspflicht der Stiftung Warentest bei der Veröffentlichung von Preisvergleichen.
- b) Zur Erstattungsfähigkeit der Kosten für berichtigende Anzeigen, mit denen der von einem unzutreffenden Pressebericht Betroffene der Beeinträchtigung seines wirtschaftlichen Rufes entgegenwirken will.

BGH, Urt. v. 3. Dezember 1985 - VI ZR 160/84 - OLG Zweibrücken
LG Zweibrücken

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

VI ZR 160/84

URTEIL

Verkündet am:
3. Dezember 1985
Herrwerth
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

1.

2.

3.

4.

- 2 -

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

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](#)

12.

Beklagte und
Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

Der VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 15. Oktober 1985 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Steffen und die Richter Scheffen, Dr. Kullmann, Dr. Lepa und Dr. Schmitz für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerinnen wird das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Zweibrücken vom 27. Juni 1984 aufgehoben.

Die Berufung der Beklagten gegen das Teil- und Grundurteil der 1. Zivilkammer des Landgerichts Zweibrücken vom 13. Mai 1983 wird insoweit zurückgewiesen, als sie sich gegen den Feststellungsausspruch des Urteils richtet.

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

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Klägerinnen sind 12 Handelsunternehmen, in deren Firmenbezeichnung das Wort "G[REDACTED]" vorkommt. Sie betreiben schwerpunktmässig in Rheinland-Pfalz und im Saarland, aber auch in Hessen und Baden-Württemberg, 12 Selbstbedienungsläden, die sich zu gemeinsamer Werbung und Abrechnung zusammengeschlossen haben.

Die Beklagte, die Stiftung Warentest, veröffentlichte in der Juli-Ausgabe 1982 ihrer Zeitschrift "test" unter der Überschrift "Wo der Einkauf am billigsten ist" einen Preisvergleich, dem Testkäufe in Lebensmittelgeschäften und Lebensmittelabteilungen von Supermärkten und Warenhäusern zugrunde lagen. In verschiedenen Listen, in denen die einzelnen Anbieter, beginnend mit dem billigsten, aufgeführt waren, nahm "G[REDACTED]" bei den haltbaren Waren Platz 44, bei den frischen Waren Platz 7 und im Gesamtergebnis Platz 16 ein. Unter der Bezeichnung "G[REDACTED]" waren Testkäufe in 16 "G[REDACTED]"-Märkten ausgewertet, von denen jedoch - was die Beklagte nicht wußte - nur drei zur Gruppe der Klägerinnen

gehören, während die übrigen 13 unter demselben Namen von anderen Unternehmen oder Unternehmensgruppen betrieben werden, die mit den Klägerinnen nichts zu tun haben. Durch die Zusammenfassung mit den übrigen "G■■■■"-Märkten haben die drei Selbstbedienungsläden der Klägerinnen unstreitig schlechter abgeschnitten, als wenn sie getrennt aufgeführt worden wären. Nachdem sich dieser Sachverhalt Anfang Juli 1982 herausgestellt hatte, erklärte die Beklagte sich bereit, in der August-Ausgabe der Zeitschrift "test" eine entsprechende Richtigstellung zu veröffentlichen; das ist auch geschehen. Außerdem sagte sie zu, bei der Auslieferung weiterer Exemplare der Juli-Ausgabe sowie bei der Freigabe der Testergebnisse zur Veröffentlichung in anderen Zeitschriften für eine Klarstellung zu sorgen. Die Klägerinnen veröffentlichten von sich aus Anfang Juli 1982 in allen Tageszeitungen der Einzugsgebiete ihrer 12 Selbstbedienungsläden ganzseitige Anzeigen, in denen der Sachverhalt dargestellt und unter Wiedergabe "berichtigter" Listen behauptet wurde, die Klägerinnen rangierten beim Einkauf haltbarer Waren an dritter und beim Einkauf frischer Waren und in der Gesamtwertung jeweils an erster Stelle.

Mit der Klage verlangen die Klägerinnen Erstattung der Kosten für diese Anzeigenaktion sowie für Funk- und Fernsehwerbung, Flugblätter und ähnliches, die sie mit 209.130,18 DM beziffert haben. Ferner begehren sie die Feststellung, daß die Beklagte verpflichtet sei, ihnen den darüberhinaus durch die Veröffentlichung des Testergebnisses in der Juli-Ausgabe der Zeitschrift "test" entstandenen Schaden zu ersetzen.

Das Landgericht hat dem Feststellungsantrag stattgegeben und die bezifferte Schadensersatzklage dem Grunde nach für gerechtfertigt erklärt, soweit mit ihr nicht die durch Werbung im Rundfunk und Fernsehen entstandenen Kosten geltend gemacht werden.

Das Berufungsgericht hat die Klage in vollem Umfang abgewiesen. Mit der Revision erstreben die Klägerinnen die Wiederherstellung des landgerichtlichen Urteils.

Entscheidungsgründe

I. 1. Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, daß die Beklagte durch die Veröffentlichung des Testergebnisses eine für die Klägerinnen nachteilige unwahre Tatsache i.S. des § 824 BGB behauptet und verbreitet hat. Indem der Testbericht für alle "G■■■■"-Märkte jeweils einen einzigen Durchschnittspreis angab und ihnen damit in jeder Liste einen bestimmten Rang zuwies, erweckte er bei dem unbefangenen Leser den Eindruck, daß dieser Durchschnittspreis und dieser Rang für alle unter dem Namen "G■■■■" firmierenden Selbstbedienungsläden repräsentativ seien. Für den Leser enthielt der Testbericht konkludent die Behauptung, den ausgewiesenen Preisen seien die Angebote von SB-Märkten zugrundegelegt, die unter der Bezeichnung "G■■■■" durch eine einheitliche Preisgestaltung ausgewiesen seien; denn allein unter dieser Prämisse konnte der Preisvergleich überhaupt nur einen Sinn haben. In Wahrheit indes sind die angegebenen Preise den Angeboten mehrerer,

durch eine derartige einheitliche Preisgestaltung nicht verbundener Ladenketten entnommen worden. Für die Klägerinnen waren die angegebenen Preise nicht repräsentativ; das ist zwischen den Parteien außer Streit.

Derartige unrichtige Angaben über die Preisgestaltung der Klägerinnen waren geeignet, Umsatz und Gewinn der Klägerinnen zu schmälern und damit Nachteile für ihren Erwerb i.S. des § 824 BGB herbeizuführen. Das war vor allem deshalb zu befürchten, weil die Klägerinnen in ihrer Werbung darauf abstellen, sie seien besonders preisgünstig.

2. Nach Ansicht des Berufungsgerichts scheitert indes ein Schadensersatzanspruch der Klägerinnen aus § 824 BGB an fehlendem Verschulden der Beklagten. Das hält der rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

An die Sorgfaltspflicht der Beklagten sind hohe Anforderungen zu stellen (vgl. dazu Senat BGHZ 65, 325, 333 f; Assmann/Kübler ZHR 142, 413, 424 ff). Das gilt nicht nur für die Veröffentlichung vergleichender Warentests, sondern auch für Preisvergleiche der hier vorliegenden Art. Sie können für die betroffenen Unternehmen einschneidende Folgen haben. Die Beklagte nimmt in der Öffentlichkeit das Vertrauen als staatliche Einrichtung in Anspruch, die nach § 2 Abs. 2 ihrer Satzung verpflichtet ist, ihre Untersuchungen nach wissenschaftlichen Methoden durchzuführen und unparteiisch darzustellen. Ihre Veröffentlichungen finden eine weite Verbreitung. Das legt den Mitarbeitern der Beklagten eine hohe Verantwortung auf.

Hier fehlte zwar, wie dem Berufungsgericht zuzugeben ist, jeder konkrete Anhaltspunkt, der die Sachbearbeiter der Beklagten hätte darauf hinweisen können, daß hinter der einheitlichen Bezeichnung "G[REDACTED]"-Markt ganz unterschiedliche Betreiber stecken. Dennoch ist der Beklagten der Vorwurf mangelnder Sorgfalt nicht zu ersparen. Die Sachbearbeiter der Beklagten hätten von sich aus Überlegungen darüber anstellen müssen, ob mehrere von ihnen getestete Geschäfte, die unter einem einheitlichen Namen betrieben werden, auch wirklich zu einem Unternehmen oder einer Unternehmensgruppe gehörten. Sie durften nicht als selbstverständlich davon ausgehen, daß die unter dem Allerweltsnamen "G[REDACTED]" betriebenen 16 Geschäfte, die in den Test einbezogen worden waren, in Bezug auf die Preisgestaltung für ihr Warenangebot miteinander soweit organisatorisch verbunden waren, daß die von den Testern ermittelten Preise als repräsentativ gelten konnten. Bei Anwendung der hohen von ihnen zu fordernden Sorgfalt hätten die Sachbearbeiter der Beklagten sich Gewißheit verschaffen müssen, daß die unter dem Namen "G[REDACTED]" betriebenen Selbstbedienungsläden auch wirklich eine einheitliche Preisgestaltung aufweisen, ehe sie die Ergebnisse der 16 von ihnen getesteten "G[REDACTED]"-Läden in einer Rubrik unter der Bezeichnung "G[REDACTED]" zusammenfaßten. Dazu genügte es nicht, daß die Sachbearbeiterin H. - wie zugunsten der Beklagten zu unterstellen ist - sich über die Unternehmensverhältnisse anhand der Schrift "G + L Top 200 - Die Umsatzkonzentration im Lebensmitteleinzelhandel" informiert hat. Darin ist lediglich die Klägerin zu 5) verzeichnet, die ihren Sitz in St.W. im Saarland hat. Es fehlt jeder Hinweis darauf, daß die von der Klägerin zu 5) vertretene "G[REDACTED]-H-Gruppe" auch außerhalb des Saarlandes in den Ge-

bieten tätig ist, in denen die Tester Preise von "Globus"-Märkten erhoben hatten. Es wäre beispielsweise ein leichtes gewesen, bei der in der Schrift "G + L Top 200 - Die Umsatzkonzentration im Einzelhandel" verzeichneten Klägerin zu 5) anzurufen, um sich zu vergewissern, daß alle getesteten "G[REDACTED]"-Märkte zu dieser Unternehmensgruppe gehören. Daß die Sachbearbeiterin der Beklagten diese Nachfrage unterlassen hat, stellt einen Verstoß gegen die ihr obliegenden Sorgfaltspflichten dar. Für dieses Fehlverhalten muß die Beklagte nach § 831 BGB einstehen. Daneben haftet sie auch aus §§ 824, 31 BGB dafür, daß keiner ihrer satzungsmässigen Vertreter Vorkehrungen getroffen hat, um zu gewährleisten, daß die Testergebnisse verschiedener unter einem Namen betriebener Geschäfte nicht ohne ausreichende Nachprüfung ihrer Zusammengehörigkeit in einer Rubrik zusammengefaßt wurden.

Daß die Klägerinnen die nicht geschützte, auch von anderen SB-Märkten benutzte Etablissementbezeichnung "G[REDACTED]" verwenden, kann ihnen entgegen der Auffassung der Beklagten nicht als Mitverschulden vorgehalten werden. Die Klägerinnen brauchten nicht damit zu rechnen, daß sie in einem bundesweit angelegten Verbrauchertest mit anderen "G[REDACTED]"-Märkten, die weit außerhalb des Einzugsgebiets der Klägerinnen betrieben werden, allein wegen dieser Bezeichnung als einheitliche Unternehmensgruppe ausgewiesen wurden. Insoweit konnten die Klägerinnen darauf vertrauen, daß sie von einem etwaigen Irrtum der Tester durch die diesen auferlegten Erkundigungspflichten ausreichend geschützt waren. Es war vielmehr Sache der den Test veranstaltenden Beklagten, sich Gedanken darüber zu machen, ob alle von ihr in verschiedenen Gebieten getesteten "G[REDACTED]"-Läden zu einer einheitlichen Ladenkette gehören.

3. Die Haftung der Beklagten ist nicht wegen Wahrnehmung berechtigter Interessen nach § 824 Abs. 2 BGB ausgeschlossen. Mit der Veröffentlichung des Preisvergleichs hat die Beklagte zwar ein ernsthaftes Informationsinteresse der Öffentlichkeit erfüllt. Das genügt aber nicht, um wegen Wahrnehmung berechtigter Interessen i.S. des § 824 Abs. 2 BGB Ersatzansprüche der Klägerinnen auszuschließen. Hierzu ist vielmehr eine Güter- und Interessenabwägung vorzunehmen, bei der die schutzwürdigen wirtschaftlichen Belange der Klägerinnen abzuwägen sind gegenüber dem Interesse an freier Kommunikation auf seiten der Beklagten und der Leser ihrer Zeitschrift. Auf seiten der Klägerinnen ist vor allem zu berücksichtigen, daß ihre Kunden durch die Lektüre des Testberichts einen für die Klägerinnen ungünstigen, falschen Eindruck darüber vermittelt bekamen, wie hoch ihre Preise im Vergleich zu denen ihrer Konkurrenz waren. Dies konnte sich gerade deshalb nachteilig auf den Umsatz der Klägerinnen auswirken, weil sie ihre Werbung mit dem Argument betreiben, sie seien besonders preisgünstig. Dem schutzwürdigen Interesse der Klägerinnen, vor derartigen Eingriffen bewahrt zu werden, kann die Beklagte das von ihr verfolgte Interesse der Verbraucheraufklärung hier umso weniger entgegensetzen, als die Absicherung des Preisvergleichs durch sorgfältige Recherchen auch im Sinne der Verbraucher lag, die nur an zuverlässigen, auf ihre Richtigkeit ausreichend geprüften Informationen interessiert sein konnten. Derartige Recherchen bedeuteten auch keine unverhältnismäßige Belastung für die Verwirklichung des Tests. Vielmehr wäre es, wie bereits oben bei der Frage des Verschuldens dargelegt, für die Beklagte ein leichtes gewesen, die erforderlichen Informationen einzuholen.

Damit sind die Voraussetzungen eines Schadensersatzanspruchs nach § 824 BGB erfüllt.

II. Aus den dargelegten Gründen muß das Berufungsurteil aufgehoben werden.

1. Hinsichtlich des Zahlungsanspruchs, der die Kosten für die Anzeigenaktion der Klägerinnen betrifft, muß die Sache an das Berufungsgericht zurückverwiesen werden. Das Berufungsgericht hat - von seinem Standpunkt aus folgerichtig - über die Erstattungsfähigkeit dieser Kosten keine Entscheidung getroffen. Das Landgericht hat die Anzeigenkosten dem Grunde nach als erstattungsfähig angesehen. Dagegen bestehen aufgrund des bisher festgestellten Sachverhalts Bedenken.

a) Wie der erkennende Senat in seinen Urteilen vom 6. April 1976 und 15. November 1977 (BGHZ 66, 182, 191 ff und 70, 39, 42 f) im einzelnen dargelegt und näher erläutert hat, können zwar zu dem Schaden, der nach §§ 824, 249 ff BGB zu ersetzen ist, auch die Kosten von Anzeigen gehören, mit denen der Geschädigte der Beeinträchtigung seines wirtschaftlichen Rufes durch falsche Behauptungen in der Presse entgegenwirken will. Der Erstattungsfähigkeit dieser Kosten sind jedoch enge Grenzen gesetzt. Wenn der Betroffene dem Angriff auf seinen wirtschaftlichen Ruf durch eine presserechtliche Gegendarstellung begegnen kann, dann ist es ihm in aller Regel verwehrt, den Verantwortlichen mit den höheren Aufwendungen einer berichtigenden Darstellung durch besondere Anzeigen zu belasten (Senat aaO). Nur in besonde-

ren Fällen - so, wenn ein ungewöhnlich hoher Schaden droht, dem durch eine Gegendarstellung nicht so zeitig oder so gezielt wie etwa durch Anzeigen begegnet werden kann, oder wenn das Verfahren der Gegendarstellung sich hinzieht - kann eine auf Kosten des Angreifers durchgeführte Anzeigenaktion zulässig sein (BGHZ 66, 182, 194). Dabei ist stets sehr sorgfältig aufgrund einer Würdigung der Umstände des Einzelfalles die Erforderlichkeit solcher Maßnahmen zu prüfen. Die Kosten derartiger Anzeigen müssen vor allem in einem angemessenen Verhältnis zur Größe und Schwere des drohenden Schadens stehen; sie müssen dem Maßstab wirtschaftlicher Vernunft genügen. Auch die schutzwürdigen Belange des Schädigers sind bei der Prüfung der Erforderlichkeit voll zu würdigen. Es muß verhindert werden, daß der Geschädigte einen Schaden, dessen Schwere und Ausmaß durchaus zweifelhaft sind, erst dadurch konkretisiert und womöglich vergrößert, daß er teure Anzeigen in Auftrag gibt (vgl. auch Assmann/Kübler ZHR 142, 413, 430). Deshalb muß die Erstattungsfähigkeit von Anzeigenkosten auf wirklich schwerwiegende Ausnahmefälle beschränkt bleiben, in denen von vornherein erkennbar ist, daß die berichtigenden Anzeigen dringend geboten sind, um einen unmittelbar bevorstehenden und sich in seinen Ausmaßen bereits klar abzeichnenden schweren Schaden abzuwenden.

b) Das Landgericht hat zur Begründung der Erstattungsfähigkeit der Anzeigenkosten u.a. darauf abgestellt, daß die von der Beklagten angebotene und dann auch in der nächsten Ausgabe ihrer Zeitschrift "test" veröffentlichte Berichtigung nicht ausreichend war. Das ist richtig. Nachdem die Beklagte die "G[REDACTED]"-Läden der Klägerinnen in eine bestimmte

Rangfolge eingeordnet hatte, konnte sie sich in der Berichtigung nicht unter Hinweis auf ihren Irrtum auf die Erklärung beschränken, die für "G[REDACTED]" ermittelten Beträge seien zu "annullieren". Sie hätte vielmehr mitteilen müssen, welche Preise die drei von ihr getesteten Läden der Klägerinnen gefordert hatten. Auf den unzureichenden Inhalt der Richtigstellung können die Klägerinnen sich jedoch nicht berufen. Denn sie haben weitere Verhandlungen über den Inhalt der Richtigstellung dadurch blockiert, daß sie als Vorbedingung von Gesprächen die Zahlung von 175.000 DM für ihre Anzeigenaktion gefordert haben. Im übrigen hätten die Klägerinnen auch jederzeit den Abdruck einer Gegendarstellung verlangen können.

Entscheidend hat das Landgericht auf das zeitliche Moment abgestellt. Während die von den Klägerinnen in Auftrag gegebenen Anzeigen bereits am 6. Juli 1982 erschienen sind, kam die nächste Ausgabe der Zeitschrift "test" erst drei Wochen später in der letzten Juliwoche auf den Markt. Dieser zeitliche Vorsprung von drei Wochen reicht jedoch allein nicht aus, um die Anzeigenaktion als erforderlich erscheinen zu lassen. Es muß hinzukommen, daß tatsächlich die Gefahr eines schweren Schadens sich für die allernächste Zeit schon derart konkret verdichtet hatte, daß bei vernünftiger wirtschaftlicher Betrachtung eine derartige Aktion zur Verringerung der Abwendung dieses Schadens geboten erschien. Dazu haben die Klägerinnen bisher keine konkreten, nachvollziehbaren Anhaltspunkte vorgetragen. Nach Darstellung der Beklagten sind von der Juli-Ausgabe der Zeitschrift "test" im Einzugsgebiet der Klägerinnen nur 1.726 Exemplare verbreitet worden.

Außerdem beschäftigt sich der beanstandete Artikel nicht etwa ausschließlich mit den "G■■■■"-Läden. Der Name "G■■■■" erscheint vielmehr nur in den Preislisten zusammen mit den Namen von 70 bis 80 anderen Lebensmittelgeschäften. Angesichts dieser Umstände liegt es nicht auf der Hand, daß den Klägerinnen ein einschneidender Umsatzrückgang drohte, wenn sie bis zum Erscheinen einer Berichtigung im Augustheft der Zeitschrift "test" zuwarteten. Dies ist entgegen der Auffassung der Revision keine Frage der Schadenshöhe, sondern des Schadensgrundes. Wenn die Klägerinnen nicht darlegen, daß zur Abwendung eines hohen Schadens eine Anzeigenaktion - welchen Umfangs auch immer - notwendig war, können sie auch nicht einen Teil der von ihnen aufgewandten Kosten erstattet verlangen. Dann war ihnen vielmehr zuzumuten, das Erscheinen der Richtigstellung im Augustheft von "test" abzuwarten und einen etwa in der Zwischenzeit eingetretenen Umsatzrückgang von der Beklagten erstattet zu verlangen.

Zur Nachholung der erforderlichen Feststellungen ist die Sache an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

2. Bezüglich des Feststellungsbegehrens der Klägerinnen ist der Rechtsstreit zur Endentscheidung reif. Insoweit ist das Urteil des Landgerichts wiederherzustellen. Wenn den

Klägerinnen die Kosten für ihre Anzeigenaktion nicht zuerkannt werden können, dann ist mit dem Feststellungsausspruch auch der hypothetische Schaden erfaßt, der den Klägerinnen entstanden wäre, wenn sie den zu erwartenden Schaden nicht durch ihre Anzeigen gemindert hätten.

Die Kostenentscheidung ist insgesamt dem Berufungsgericht vorzubehalten.

Dr. Steffen

Scheffen

Dr. Kullmann

Dr. Lepa

Dr. Schmitz