

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

110
2066 025

BGB §§ 824, 823 Ai; GG Art. 5

Hormoncreme

- a) Zur Haftung einer Fernsehanstalt, wenn eine kritische Sendung über gewerbliche Erzeugnisse (hier: auf dem Gebiet der Kosmetik) sachkundige Personen mit unterschiedlicher Stellungnahme unmittelbar zu Wort kommen läßt, aber der Autor der Sendung sich erkennbar mit deren Äußerungen nicht identifiziert.
- b) Über den Umfang der hierbei zu beobachtenden Sorgfaltpflicht der Fernsehanstalt.

BGH, Urt. v. 20. Juni 1969 - VI ZR 234/67 - KG Berlin
IG Berlin

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

VI ZR 234/67

URTEIL

Verkündet am

20. Juni 1969
Kriegl, Justiz-
hauptsekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Kommanditgesellschaft HO [REDACTED]-H [REDACTED] T [REDACTED] KG,
B [REDACTED], Ku [REDACTED], vertreten durch ihren
persönlich haftenden Gesellschafter, den Kaufmann
Robert T [REDACTED], ebenda,

Klägerin, Berufungsklägerin
und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

den S [REDACTED] f [REDACTED] Ba [REDACTED]-Ba [REDACTED], Anstalt des öffentlichen
Rechts, Ba [REDACTED]-Ba [REDACTED], Ha [REDACTED]-Br [REDACTED]-Straße, vertreten durch
den Intendanten Helmut Ham [REDACTED], ebenda,

Beklagten, Berufungsbeklagten
und Revisionsbeklagten,

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

Der VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 20. Juni 1969 unter Mitwirkung des Senatspräsidenten Dr. Engels sowie der Bundesrichter Hanebeck, Dr. Bode, Prof.Dr.Nüßgens und Sonnabend

für Recht erkannt:

Die Revision der Klägerin gegen das der Klägerin am 24. Juli 1967 und dem Beklagten am 22. Juli 1967 anstelle der Verkündung zugestellte Urteil des 5. Zivilsenats des Kammergerichts in Berlin wird zurückgewiesen.

Die Kosten der Revision werden der Klägerin auferlegt.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin ist Inhaberin des Warenzeichens "Ho [REDACTED]". Herstellerin der Hautcreme Ho [REDACTED] ist die "Prof. S. [REDACTED] Präparate Bö [REDACTED] KG". Die Klägerin hat das alleinige Vertriebsrecht. Die Bezeichnung Ho [REDACTED] wurde von der Klägerin stets mit dem Zusatz "nach Geheimrat Prof. S. [REDACTED]" gebraucht.



Am 26. Juli 1962 strahlte der Beklagte im Abend-Programm des deutschen Fernsehens () ab 20.20 Uhr eine 38 Minuten dauernde Sendung mit dem Titel "Tuben, Töpfe, Tiefenwirkung" aus. Autoren der Sendung waren die Reporter Me und Gü . Nach dem unbestrittenen Vorbringen der Klägerin haben der Sendung etwa 12 Millionen zugeschaut. Die Sendung war als kritische Betrachtung über einige Erscheinungen auf dem Gebiet der Kosmetik, und zwar sowohl des Make-up als auch der Haut- und Körperpflege, angelegt. Kritische Äußerungen betrafen vor allem Herstellung, Werbung, Verkauf und Verbrauchsgewohnheiten in der Kosmetikbranche.

Zu Beginn der Sendung stellten die Autoren schlagwortartig die Fragen, denen die Sendung dann im einzelnen nachging: Können kosmetische Artikel gesundheits-schädigend wirken? Kann sich die Kosmetik auf wissenschaftliche Grundlagen stützen? Verspricht die Werbung zu viel? Darauf wurde eine Anzahl Werbesprüche der Branche zitiert, darunter an erster Stelle der Werbeslogan der Klägerin "verjüngt, verschönt und faltenlos", begleitet mit einem Bild aus dem Prospekt der Klägerin. Zu der folgenden Bemerkung, daß die Werbeslogans auf ganz junge Mädchen besonders zugkräftig wirkten, wurde ein schwerer Ackergaul, der an einem Strick gezerrt wurde, gezeigt.

Nach einem längeren Teil, der die Konsumgewohnheiten auf dem Gebiet der dekorativen Kosmetik kritisierte, wandte sich die Sendung der Hautpflege-Kosmetik zu. Einleitend wurden vier Werbesprüche in leicht abgewandelter Form zitiert, zuletzt "Hormoncremes straffen,

verschönen, verjüngen die Haut und machen sie faltenlos". Das ist ein wörtliches Zitat aus der Werbung der Klägerin, in dem lediglich das Wort Ho[REDACTED] durch Hormoncremes ersetzt wurde. Dazu wurde wiederum ein Prospekt der Klägerin gezeigt.

Auf die Frage, "kann man Falten durch Cremes beseitigen?" antworteten zwei Kosmetikerinnen und eine Universitätsärztin verneinend. Weiter wurde mitgeteilt, auch Prof. Sch[REDACTED] von der Universitäts-Hautklinik Bo[REDACTED] habe auf schriftliche Anfrage mitgeteilt, seine Antwort laute nein. Dabei wurde das Wort "NEIN" in Großbuchstaben auf dem Bildschirm gezeigt. Die Kosmetikerinnen erklärten weiter, man könne Falten durch Kosmetik mildern bzw. charmanter machen. Der als Vertreter der Industrie bezeichnete Präsident der Internationalen Föderation der Kosmetik-Chemiker antwortete auf die Frage, was eine Creme auf der Haut bewirken könne, sie könne die Haut schützen, reinigen und damit gesund erhalten, sowie ihr die dringend benötigten Fette und Feuchtigkeit zuführen; der Effekt besonders wirksamer Stoffe und Vitamine sei allerdings sehr umstritten und noch keineswegs geklärt.

Der Direktor der Universitäts-Hautklinik Fr[REDACTED], Prof. Ka[REDACTED], beantwortete die Frage, ob Cremes die Haut verbessern könnten, dahingehend, daß sie das Aussehen verbessern und die Haut gegen chemisch-physikalische Einflüsse schützen, nicht jedoch das Altern der Haut verhindern könnten. Die Abwehr von Pilzen und Bakterien könne durch Nährcremes nicht verbessert, sondern allenfalls verschlechtert werden. Wenn man diesen Punkt

überspitzt ausdrücke, könne man sagen, die beste Nährcreme sei immer noch schlechter als gar keine. Auf die gleiche Frage antwortete die Vorsitzende des Verbandes der Kosmetikerinnen in Deutschland: "Ja, das können Sie im Vergleich bei zwei älteren Frauen feststellen, von denen die eine Cremes benutzt hat, die andere nicht."

Nach einigen kürzeren Abschnitten, die sich kritisch mit der Praxis der kosmetischen Beratung sowie mit Schlankheits- und Schaumbädern befaßten, wandte sich die Sendung den Hormoncremes zu. Nach dem Satz "Sie hat's geschafft - mit Hormoncreme" wurde ein Prospekt der Klägerin gezeigt. Dazu wurden drei Sätze über die wunderbare Wirkung der Creme aus dem Prospekt zitiert. Zu dem letzten Satz: "Frauenärzte bestätigen die erstaunliche Straffung und Glättung der Haut" wurde eine Gruppe tanzender Hulamädchen gezeigt. Die Autoren führten dann aus, die Reklame spreche nicht über die leidenschaftlichen Diskussionen zwischen Ärztegruppen und Herstellern; hierzu wurden widerstreitende Ansichten, ihre Urheberschaft jeweils durch Schildchen auf dem Bildschirm gekennzeichnet, wiedergegeben: eine unkontrollierte Benutzung von Hormoncremes sei gefährlich, sie könne vor allem bei jungen Mädchen zu Durchblutungsstörungen führen; Hormone könnten auch in kleinsten Mengen Veränderungen hervorrufen; andererseits gebe es Stimmen, die meinten, Hormone kosteten soviel Geld, daß sie in kosmetischen Präparaten kaum enthalten seien. Anschließend hieß es: "Hormoncremes werden auch von jüngeren, 18 bis 25-jährigen Damen in immer steigenderem Umfang bevorzugt, weil sie der Haut einen zart opalisierenden Schimmer geben, sagt eine Re-

klame." Der zitierte Satz war wiederum dem zuvor gezeigten Prospekt der Klägerin entnommen. Es folgte in der Sendung die Äußerung einer Vertreterin des Kosmetikerinnenverbandes, sie könne es nicht verantworten, jungen Mädchen Cremes mit Hormonzusätzen zu verkaufen; eine Drogistin äußerte Entsprechendes über Hormoncreme. Nunmehr wurde berichtet, man habe 15 junge Mädchen zwischen 15 und 17 Jahren in Fachgeschäfte geschickt mit dem Auftrag, zur Pflege ihrer Haut eine hormonhaltige Verjüngungscreme oder ein Faltenbeseitigung versprechendes Placentapräparat zu kaufen; an 13 Mädchen sei bedenkenlos verkauft worden. Nur in zwei Fällen habe man vom Kauf abgeraten.

In dem folgenden Interview erklärte Prof. v. Ke-
[REDACTED], Mitglied der deutschen Arzneimittelkommission, nach der von den Herstellern betonten wissenschaftlichen Grundlage ihrer Präparate befragt: es gebe keine wissenschaftliche Kosmetik in Bezug auf die Wirkung der Präparate, weil man diese Wirkung zur Zeit noch nicht testen könne; der Laie werde durch eine scheinwissenschaftliche Werbung angezogen; zwar arbeiteten die großen Firmen eng mit den Universitätskliniken zusammen, diese könnten aber den Firmen keine verwertbaren Aussagen liefern; Kleinbetriebe, Waschenküchenbetriebe seien an einer solchen Zusammenarbeit dagegen nicht interessiert. Auf die Frage nach der Möglichkeit hautschädigender Wirkungen von kosmetischen Präparaten erklärte Prof. v. Ke- [REDACTED], es gebe Präparate, die die normale Funktion der Haut eher hemmten als förderten. Als Maßnahme zur leichteren Bekämpfung von Allergien befürwortete Prof. v. Ke- [REDACTED] die Einführung ei-

ner Deklarationspflicht hinsichtlich der Zusammensetzung der kosmetischen Präparate.

Die Autoren der Sendung führten sodann aus, daß das Lebensmittelgesetz die Verwendung gesundheitlich bedenklicher Stoffe bei der Herstellung von Kosmetika nicht unterbinde, da deren Schädlichkeit zur Zeit noch nicht nachgewiesen werden könne. Viele Hersteller machten aus der Zusammenstellung ihrer Produkte ein Geschäftsgeheimnis. Das europäische Komitee zum Schutz der Bevölkerung vor Giftstoffen - E[REDACTED] - habe festgestellt, daß Kosmetika zum Schutz der Gesundheit und zur Verbesserung des Wohlbefindens beitragen könnten, daß die unvorsichtige Verwendung bestimmter Bestandteile aber auch eine Gefahr für die allgemeine Gesundheit bedeuten könne; gefordert werde deshalb eine Prüfungs- und Deklarationspflicht zur Ausschaltung möglicher unerwünschter Nebenwirkungen. Hierzu äußerten sich anschließend Ministerialdirigent F[REDACTED] vom Bundesgesundheitsministerium zustimmend und ein Vertreter des Verbandes der Körperpflegemittel-Industrie ablehnend, letzterer mit der Begründung, der Verbraucher könne mit der Deklaration der Inhaltsstoffe nichts anfangen. Schließlich wurde von den Autoren darauf hingewiesen, daß die Zahl der Klein- und Waschküchenbetriebe, bei denen eine wirksame Selbstkontrolle nicht gewährleistet sei, nicht feststellbar sei.

Frau Dr. Fi[REDACTED] von der Universitätsklinik Kö[REDACTED] teilte sodann das Ergebnis eines Tests mit, der die völlige Wirkungslosigkeit des geprüften Schlankheitsbademittels erbracht hatte.

Die dann folgenden Ausführungen bezogen sich auf die Ausbildung der Kosmetikerinnen. Zu Beginn wurde zu den Worten "Maniküre bei einem Meister seines Fachs" ein Elefant gezeigt, dessen Beine mit einer Feile behandelt wurden. Nach einigen kritischen Äußerungen über die Schuhverhältnisse wurde darauf hingewiesen, daß die Fachverbände längere Ausbildungszeiten und eine staatliche Abschlußprüfung fordern. Der Sprecher fuhr fort: "Es gibt Fachleute, die sagen: Kosmetik ohne Beratung ist vorsätzliche Körperverletzung. Gewisse Gruppen der Kosmetikindustrie möchten die Fachberatung ausschalten."

Im nächsten Teil der Sendung äußerte sich die als Filmstar bezeichnete O. Ts., die selbst kosmetische Präparate herstellt und jahrelang das mit Ho. konkurrierende Kosmetikum P. der Firma M. & Co. vertrieben und dafür geworben hatte, über die Ganzheitskosmetik. Sie erklärte, mit Kriegsbemalung und etwas Creme im Gesicht sei es nicht getan, Gymnastik, vernünftige Ernährung und Schlaf gehörten dazu, wenn man schön sein wolle. Die Schäden, die übermäßiger Alkohol- und Nikotingenuß bei gleichzeitigem Schlafmangel hervorriefen, seien durch kein kosmetisches Geheimrezept zu beseitigen. Mit der Ganzheitskosmetik, fuhren die Autoren fort, habe der Verbraucher kaum eine Begegnung; die kosmetische Industrie decke ihn mit einer Flut von Anzeigen, besonders in den Illustrierten, zu.

Damit wurde zu dem Abschnitt über die Werbung der kosmetischen Industrie übergeleitet. Zu den Worten:

"Nach Dr. X, nach Dr. Y. - auch er ist dabei: Professor Dr. S [REDACTED]" wurde aus dem Prospekt der Klägerin das Bild S [REDACTED] in Großaufnahme gezeigt. Befragt nach der Zulässigkeit einer solchen Werbung, gerade auch im Fall S [REDACTED], meinte der Justitiar der Bundesärztekammer, S [REDACTED] habe gegen die ärztliche Standesordnung verstoßen, als er in seinem letzten Lebensjahr eine Gesellschaft zur Verwertung von durch ihn entwickelten Mitteln mit kosmetischer Wirkung gründete und ihr gestattete, mit seinem Namen und Titel zu werben; daraus könne nach der Auffassung des Bundesgerichtshofes auch die Unzulässigkeit einer solchen Werbung durch die Firma folgen.

In dem folgenden Interview warf die Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände einer gewissen Werbung - als Beispiel nannte sie die Seifenreklame - pseudowissenschaftliche Angaben vor. Dazu wurde ein Bild aus dem Prospekt der Klägerin gezeigt. Hierauf entgegnete ausführlich Dr. J [REDACTED] vom Zentrallausschuß der Werbewirtschaft. Er meinte, unseriös und wahrheitswidrig sei nur ein kleiner Teil der Werbung. Die Autoren der Sendung wiesen darauf hin, daß diese Ansicht im Gegensatz stehe zu den Feststellungen des Vertreters eines der größten Kosmetikwerke.

Zum Schluß der Sendung stellten die Autoren zusammenfassend fest, es gebe bei der Anwendung mancher Präparate Unklarheiten über mögliche Gefahren, bei den Herstellern Geschäftsgeheimnistuerei, bei einer gewis-

sen Werbung täuschende Versprechungen. Sie forderten eine wissenschaftliche Kosmetik auf der Basis unabhängiger Grundlagenforschung und die Aufklärung breiter Volkskreise über eine sinnvolle Körperhygiene.

Der Beklagte ließ den fertiggestellten Film von seinem damaligen Programmdirektor und seinem Justitiar prüfen. Diese gaben den Film zur Sendung frei. Die mit der Herstellung der Sendung beauftragten Reporter hatte der Beklagte ausgewählt. Sie hatten in den letzten Jahren zahlreiche zeitkritische Sendungen produziert, ohne sich jemals den ernstlichen Vorwurf zuzuziehen, sie hätten die ihnen obliegende Sorgfaltspflicht verletzt.

Die Klägerin fühlt sich durch die Sendung geschädigt. Mit der Klage hat sie als teilweisen Ersatz ihres behaupteten Schadens Zahlung eines Betrages von 1.000.000 DM nebst Zinsen gefordert. Sie hat vorgetragen: Der Beklagte habe zum Teil aus Sensationsgier gehandelt. Positive Beurteilungen seien in der Sendung bewußt nicht gebracht worden. Das Interview mit Prof. Ka[REDACTED] sei in voller Länge gesendet worden, um durch die abschließende zugespitzte Formulierung die negative Tendenz der gesamten Sendung zu unterstreichen. Der Beklagte habe mit seiner Kritik auf ein bestimmtes Unternehmen, nämlich das der Klägerin gezielt. Dadurch, daß der Beklagte in der Sendung mehrfach Prospekte der Klägerin gezeigt und aus diesen Prospekten zitiert habe, sowie durch die ausführliche Diskussion über die Werbung mit dem Namen Sauerbruchs sei Ho[REDACTED]

■■■■ eindeutig als Gegenstand der in der Sendung geäußerten Kritik zu erkennen gewesen. Die Sendung identifiziere Ho■■■■ mit Hormoncreme; der Durchschnittszuschauer habe jedenfalls diesen Eindruck gewinnen müssen. Ho■■■■ stehe dadurch im Mittelpunkt der an Hormoncremes geübten Kritik. Hormocenta sei jedoch keine Hormoncreme, da es keine Hormonzusätze enthalte. Dadurch, daß in der Sendung kein anderes Produkt auch nur annähernd so häufig und so eindeutig zum Gegenstand der Kritik gemacht worden sei, sei der Eindruck hervorgerufen worden, daß auch kritische Äußerungen, die nicht in unmittelbarem Zusammenhang mit einem Hinweis auf Ho■■■■ gestanden hätten, doch allein oder in erster Linie auf Ho■■■■ zu beziehen seien. Dies gelte für die Äußerungen Prof. v. Ke■■■■, den Bericht über E■■■■, die Kritik an der pseudowissenschaftlichen Werbung und vor allem für die besonders negativen Schlußfeststellungen. Die Sendung erwecke einen negativen Gesamteindruck und habe bewirkt, daß ein Teil des Publikums Hormoncremes nunmehr generell ablehne. Sie habe der ganzen Branche schwere wirtschaftliche Schäden zugefügt. Viele Kundinnen hätten in den Kosmetikgeschäften nach der Sendung geäußert, die ganze Kosmetik sei "Quatsch", in der Kosmetik sei alles Schwindel. Besonders negativ habe sich die Sendung auf den Gewerbebetrieb der Klägerin ausgeübt, da das von ihr vertriebene Produkt besonders scharf kritisiert worden sei. Nach der Sendung seien ihre Umsätze schlagartig zurückgegangen, wozu sie Einzelheiten vorträgt. Auf Konkurrenzprodukte sei dieser Rückgang nicht zurückzuführen, Nur durch Einsatz erhöhter Werbemittel sei es ihr gelungen, wieder annähernd so hohe Umsätze wie vor der Fernsehsendung zu erzielen.

Die Sendung habe über die Kosmetik im allgemeinen und besonders über Ho [REDACTED] falsch berichtet sowie in tendenziöser, polemischer und gehässiger Form unsachlich Kritik geübt. Daß Ho [REDACTED] als Gegenstand der Kritik erkennbar gewesen sei, habe den Beklagten zu besonderer Sachlichkeit verpflichtet. Der Beklagte hätte auch die Gegenseite, d.h. die Hersteller, zu Wort kommen lassen und sich mit der Frage der gesetzlichen Zulässigkeit der Verwendung von Hormonen in der Kosmetik auseinandersetzen müssen.

Es entspreche nicht der Wahrheit, daß Ho [REDACTED] wegen der darin enthaltenen Hormone schädlich sei, daß es keine Falten beseitigen könne und daß die Werbung für Ho [REDACTED] pseudowissenschaftlich und irreführend sei. Der Beklagte hätte leicht feststellen können, daß die Frage der Schädlichkeit von Hormonen sehr umstritten sei. Die Wissenschaftler, die Hormonkosmetika für unschädlich hielten, habe der Beklagte in der Sendung bewußt nicht zu Worte kommen lassen. Die Reporter des Beklagten hätten sich mit der Firma M [REDACTED] & Co. in Verbindung gesetzt, die das mit Ho [REDACTED] konkurrierende P [REDACTED] herstelle. Sie hätten in der Sendung einseitig die Interessen dieser Firma wahrgenommen, indem sie einerseits O [REDACTED] Ts [REDACTED], die ehemals Starpropagandistin der Firma M [REDACTED] & Co. gewesen sei, in sehr positivem Zusammenhang hätten auftreten lassen und andererseits Ho [REDACTED] mittels veralteter Prospekte als Hormonkosmetikum gekennzeichnet hätten. Die Sendung habe nach Inhalt und Form auch die Grenzen einer objektiven Berichterstattung überschritten. Es sei nicht erforderlich gewesen, auf bestimmte Hersteller

und Produkte hinzuweisen. Eine derart gezielte Kritik hätte durch genaue wissenschaftliche Untersuchungen belegt werden müssen. Gegenüber den kritischen Urteilen einiger Ärzte hätte der Hersteller oder ein von ihm benannter Wissenschaftler gehört werden müssen. Die Begriffe Hormoncreme und P[REDACTED]creme hätten in der Sendung erläutert werden müssen, so wie das Schreiben der Bö[REDACTED] KG vom 9. März 1962 auf diesen erheblichen Unterschied ausdrücklich hinweise. Der Beklagte sei zum Schadensersatz auch nach §§ 824 BGB und 1, 14 UWG verpflichtet. Für das Verhalten seines Programmdirektors und seines Justitiars haften er nach § 31 BGB.

Der Beklagte hat um Klageabweisung gebeten. Er hat geltend gemacht: Seine Reporter seien bestrebt gewesen, der Öffentlichkeit ein sachliches Bild der behandelten Probleme zu geben. Sie hätten nicht beabsichtigt, eigene Auffassung vorzutragen, sondern hätten die verschiedenen Auffassungen Sachverständiger zu Worte kommen lassen wollen. Soweit die Kritik der Hormoncremes vom Publikum auf Ho[REDACTED] bezogen worden sein sollte, beruhe dies allein auf dem irreführenden Namen des Präparats. Die Erfahrung habe im übrigen gezeigt, daß die Wirkung von Fernsehsendungen beim Publikum schnell abklinge. Ein eventueller Umsatzrückgang bei der Klägerin sei jedenfalls nicht auf die Sendung vom 26. Juli 1962 zurückzuführen, sondern auf die zunehmende Konkurrenz von Anti-Faltencremes in den letzten Jahren sowie auf den unstreitigen Umstand, daß zahlreiche andere Publikationsorgane in dieser Zeit immer wieder auf die Bedenken gegenüber Hormoncremes hingewiesen hätten.

Mit dieser Sendung habe er seine öffentliche Aufgabe erfüllt, indem er ein die Öffentlichkeit und den Verbraucher berechtigterweise interessierendes Problem behandelt habe. Die Sendung habe sich nur gegen gewisse Übertreibungen und Mißstände auf dem Gebiet der Kosmetik gewandt und insoweit eine berechtigte und zulässige Kritik geübt. Die Sendung habe keine einseitig negative Tendenz gehabt. Es sei auch nicht auf bestimmte Hersteller oder Produkte hingewiesen worden. Die schnelle Aufeinanderfolge der gezeigten Werbedrucksachen und der Zitate aus den Werbetexten habe deutlich gemacht, daß es nicht auf Einzelerzeugnisse, sondern auf die Gesamtheit der angebotenen Kosmetik angekommen sei und daß sich die Urteile nur auf solche Erscheinungen bezogen hätten, die allgemein in der Branche anzutreffen seien. Die Sendung habe nur vor der unkontrollierten Benutzung von Hormoncremes gewarnt. Daß Ho[REDACTED] hormonhaltig sei, habe die Klägerin selbst zugegeben.

Zur Vermeidung des Vorwurfs übertriebener Sachdarstellung habe man in der Sendung Original-Werbematerial verwenden müssen. Daß die Klägerin dabei an Hand ihrer Prospekte habe erkannt werden können, beruhe auf der Eigenart ihrer Werbung und ihrer Markstellung. Da das von der Klägerin vertriebene Erzeugnis unstreitig hormonhaltig sei, seien im Rahmen der Erörterung der Hormonproblematik Erläuterungen zu den Begriffen Hormoncreme und P[REDACTED]creme entbehrlich gewesen. Im übrigen hätte es nicht der Zielsetzung der Sendung entsprochen, insoweit Versäumnisse der kosmetischen Industrie in der Verbraucheraufklärung auszugleichen.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die Berufung der Klägerin ist ohne Erfolg geblieben. Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihr Klagebegehren weiter.

Entscheidungsgründe:

I. Zutreffend hat das Berufungsgericht eine Rechtfertigung des Klagebegehrens aufgrund der §§ 1, 14 UWG verneint. Dem von der Klägerin unter dem Gesichtspunkt unlauteren Wettbewerbs beanstandeten Interview mit der Filmschauspielerin O. Ts. mangelt bereits die erforderliche Eignung, den Wettbewerb des Angreifers - was hier ausscheidet - oder eines anderen zu fördern unter gleichzeitiger Beeinträchtigung des Betroffenen. Ihre Äußerung hat weder für noch gegen irgendein Kosmetikum, sondern nur für eine gesunde Lebensweise Stellung genommen und charakterisiert sich damit als wettbewerbsneutral. Insoweit erhebt die Revision keine Beanstandungen.

II. Das Berufungsgericht hält den Klageanspruch auch unter dem rechtlichen Gesichtspunkt des § 824 BGB nicht für begründet. Nach seiner Annahme hat der Beklagte in der beanstandeten Sendung nach dem eigenen Vorbringen der Klägerin keine wahrheitswidrigen Tatsachen behauptet oder verbreitet. Bei seiner Beurteilung geht das Berufungsgericht davon aus, daß die Fernsehsendung einige kritische und negative Äußerungen

enthält, die sich zumindest aus der Sicht des Fernsehzuschauers auch auf das von der Klägerin vertriebene Präparat bezogen hätten. Aufgrund des in Augenschein genommenen Films über die Fernsehsendung und ihres Wortlauts hat der Tatrichter aber den Eindruck gewonnen, daß die Autoren der Sendung sich mit den negativen Einzelheiten nicht identifizierten. Das Berufungsurteil weist darauf hin, daß die Fernsehsendung "Tuben, Töpfe, Tiefenwirkung" keine nur berichtende einfache Reportage dargestellt habe. Die Sendung wurde durch Fragen der Reporter des Beklagten eingeleitet; zu ihnen äußerten sodann befragte dritte Personen ihre Ansicht. Den Schluß der Sendung bildeten wiederum rhetorische Fragen. Der Tatrichter hat sich davon überzeugt, daß die Sendung nach ihrem Gesamtinhalt erkennbar nicht den Eindruck erweckte, die eingangs gestellten Fragen seien durch die Interviews abschließend beantwortet worden, daß vielmehr hinsichtlich des Wahrheitsgehalts der von Dritten mitgeteilten Einzelheiten alles offengelassen wurde. So stellte sich die Sendung nach dem durch Augenschein gewonnenen tatrichterlichen Eindruck als eine Gegenüberstellung der Werbeaussagen der Kosmetikindustrie und kritischer Stimmen dazu dar.

Unter Berücksichtigung dieser Gesamtsicht erblickt das Berufungsgericht als eigene Aussage tatsächlichen Gehalts der Sendung nur die Feststellung, es gebe ernst zu nehmende Stimmen, gerade auch in der Wissenschaft, die in der gegenwärtigen Kosmetik die Möglichkeit von Gefahren sähen. Daß diese Äußerung unwahr sei, so führt das Berufungsurteil aus, habe die Klägerin

selbst nicht behauptet. Das könne nach dem Ergebnis der Sendung auch kaum in Zweifel gezogen werden.

2. Im Ergebnis ist dem Berufungsgericht zu folgen.

a) Einer Haftung des Beklagten nach § 824 BGB steht nicht schon entgegen, daß die Klägerin nicht Herstellerin der Creme ist (vgl. BGH Urteil vom 13. Oktober 1964 - VI ZR 130/63 = LM BGB § 824 Nr. 7 - "Marktbericht"). Als Inhaberin des Warenzeichens "Hof-
[REDACTED]" und des Alleinvertriebsrechts ist auch sie durch diese Norm geschützt.

b) Im Rahmen des § 824 BGB sind nur Äußerungen tatsächlichen Gehalts von Belang. Eine solche erblickt das Berufungsgericht lediglich in der Aussage der Sendung, daß es ernst zu nehmende Stimmen, gerade auch der Wissenschaft, gebe, die in der gegenwärtigen Kosmetik die Möglichkeit von Gefahren sehen. Daß diese Äußerung unwahr sei, hat die Klägerin nicht vorgetragen. Solches macht auch die Revision nicht geltend.

c) Zu Unrecht greift die Revision die Annahme des Berufungsgerichts an, die Sendung identifiziere sich nicht mit den kritischen und negativen Äußerungen der Personen, die in der Sendung zu Wort gekommen sind.

Nach § 824 BGB ist der wirtschaftliche Ruf einmal dagegen geschützt, daß jemand eine unwahre Tatsachenbehauptung aufstellt, d.h. sie als Ausdruck seiner eigenen Ansicht vorbringt oder sich die Behauptung eines Dritten zu eigen macht. Diese Voraussetzung liegt nach der Beurteilung des Berufungsgerichts nicht vor. Die Sendung identifizierte sich nach der möglichen tatrichterlichen Würdigung des Berufungsgerichts mit den vorgeführten kritischen Äußerungen dritter Personen gerade nicht. Allerdings kann, wie im Bereich des Ehrenschatzes anerkannt ist, unter Umständen auch die Andeutung einer Möglichkeit oder das Aufwerfen einer Frage genügen. So liegt es hier aber nicht. Anders als in dem vom Senat im Urteil vom 21. Juni 1956 (VI ZR 266/64 = LM BGB § 824 Nr. 9 - "Teppichkehrmaschine") beurteilten Sachverhalt hat sich die Sendung, wie der Tatrichter aufgrund Augenscheins in möglicher Würdigung annimmt, die kritischen Ansichten gerade nicht zu eigen gemacht. Die beanstandete Ausstrahlung ließ vielmehr Personen unmittelbar und erkennbar zu Worte kommen, ohne deren Äußerungen - jedenfalls soweit die Klägerin betroffen war - zu übernehmen. Hierbei traten im übrigen - ebenso wie in den die Klägerin nicht betreffenden Teilen - durchaus verschiedenartige und auch gegensätzliche Auffassungen der Befragten zutage.

Der wirtschaftliche Ruf ist allerdings auch gegen das Verbreiten unwahrer Tatsachen geschützt, d.h. gegen ihr Weitergeben, ohne sie sich zu eigen zu machen. Es ist zudem anerkannt, daß die Weitergabe von Tatsachenbehauptungen selbst beim Hinweis darauf, sie

stamme von Dritten, ein haftungsbegründendes Verbreiten darstellen kann, wenn sich der Äußernde nicht eindeutig von ihrem Inhalt distanziert. Auch so liegt es hier aber nicht. Bei der Sendung wurden zahlreiche Personen mit ihren im Ergebnis verschiedenartigen Äußerungen vorgestellt. Nach der Würdigung des Tatrichters wurde deutlich erkennbar, daß damit nicht eine Antwort der Sendung gegeben sein sollte, diese sich erkennbar mit ihnen gerade nicht gleichstellte. Es handelte sich weithin um eigenständige Äußerungen von Vertretern der Wissenschaft zu ihrem Fachgebiet. Der Sinn einer solchen Sendung, die Äußerungen von Sachkundigen in dieser Weise vorstellt, liegt in der Dokumentation des Meinungsstandes.

d) Somit kommen im Rahmen des § 824 BGB haftungsrechtlich nur die eigenen Äußerungen der Reporter des Beklagten in Betracht. Letztlich nimmt auch die Revision an, daß über die Annahme des Berufungsgerichts hinaus nur zwei Äußerungen der Reporter des Beklagten sich als - ihrer Ansicht nach unwahre - Tatsachenbehauptungen im Sinne des § 824 darstellen. Sie weist auf die zusammenfassenden Erklärungen der Autoren am Schluß der Sendung hin: "Wir stellen fest: Bei der Anwendung mancher Präparate: Unklarheit über mögliche Gefahren", und "bei einer gewissen Werbung: Täuschende Versprechungen".

Die erste beanstandete Äußerung besagt, wenn man sie im Hinblick auf die allgemeine und unbestimmte Fassung überhaupt als Tatsachenbehauptung qualifiziert, in

ihrer Zusammenfassung nicht, daß das Präparat der Klägerin gesundheitsgefährlich sei. Vielmehr wird dort lediglich herausgestellt, daß bei der Anwendung "mancher Präparate Unklarheit über mögliche Gefahren" bestehe. Damit wurde gerade nicht eine Stellungnahme zur Sache abgegeben oder weitergegeben, vielmehr lediglich zusammengefaßt, daß es zu diesem Punkte kritische Stimmen gebe. Das trifft aber zu. Im Laufe der Fernschendung waren derartige kritische Äußerungen, die sich auf die Creme der Klägerin beziehen konnten, im übrigen nur durch zwei Kosmetikerinnen zu Gehör gebracht worden. Deren Äußerungen waren im einzelnen nicht weiter substantiiert. Die eine Gesprächspartnerin sagte nur, sie könne es nicht verantworten, jungen Mädchen Creme-Präparate mit Hormonzusätzen zu verkaufen, und die andere, jungen Mädchen, die eine Hormoncreme verlangten, rate sie davon ab. Dagegen beziehen sich die Äußerungen weiterer Gesprächspartner der Sendung, welche sich mit der Möglichkeit gesundheitlicher Gefahren beschäftigen - E██████, Prof. v██████ Ke██████ - gerade nicht auf Hormoncremes, wie das Berufungsgericht in anderem Zusammenhang rechtsfehlerfrei und ohne Widerspruch der Revision im einzelnen festgestellt hat.

Die weiter beanstandete zusammenfassende Feststellung der Sendung: "Bei einer gewissen Werbung: Täuschende Versprechungen" ist in der Adresse zu unbestimmt und im Inhalt zu pauschal, um als Tatsachenbehauptung qualifiziert zu werden. Im Kern enthält sie

ein Werturteil, das überwiegt; ihr tatsächlicher Gehalt ist gering. Jedenfalls steht der Charakter eines subjektiven Urteils so sehr im Vordergrund, daß von einer Tatsachenbehauptung nicht ausgegangen werden kann. Hierauf weist auch die einschränkende Zufügung hin, die täuschenden Versprechungen seien bei einer "gewissen" Werbung festzustellen.

Im übrigen ist es im Ergebnis nicht von rechtlichem Belang, wenn man dem Tatsachengehalt dieser Äußerung größeres und für § 824 BGB hinreichendes Gewicht beimißt. Allenfalls kann, wie das Berufungsgericht in anderem Zusammenhang hilfsweise erwägt, das Werbeversprechen der Klägerin, ihre Creme mache die Haut "faltenlos" mit der Feststellung in der Sendung, eine gewisse Werbung lasse täuschende Versprechungen erkennen, in Verbindung gebracht werden. Das Berufungsgericht weist darauf hin, daß das Fernsehpublikum diese beanstandete Äußerung außer auf das im Test als wirkungslos erwiesene Schlankheitsbad anderer Produktion vielleicht auch auf Ho [REDACTED] beziehen konnte; eine Konkretisierung des allgemeinen Urteils habe möglicherweise nicht fernegelegen, weil die Sendung, wenn auch ohne Nennung der Marke, aber doch erkennbar dem Werbeversprechen der Klägerin, ihre Creme mache die Haut "faltenlos", die Aussagen von vier Fachleuten gegenübergestellt habe, nach denen man Falten auf diese Weise nicht beseitigen könne. Daß diese Äußerung der Werbung im strengen Wortsinn zutrifft, macht auch die Revision nicht geltend. Das Berufungsgericht weist aber zudem darauf hin, daß Ho [REDACTED] nach der unwidersprochenen Äußerung einer der befragten Kosmetikerinnen

jedenfalls das Aussehen faltiger Haut verbessern könne. Der Tatrichter nimmt in möglicher Würdigung daher an, dieses Werbeversprechen der Klägerin stelle nur eine vereinfachende Übertreibung dar und werde auch so von der öffentlichen Meinung angesehen; für das Fernsehpublikum sei daher auch nicht der Eindruck entstanden, diese Werbeaussage stelle sich als "täuschende Versprechung" im Sinne der Sendung dar. Damit hat sich der Tatrichter davon überzeugt, daß diese Äußerung nicht auf die Klägerin zutrifft.

III. Das Berufungsgericht lehnt eine Haftung des Beklagten auch unter dem Gesichtspunkt des § 823 Abs. 1 BGB im Ergebnis zutreffend ab. Zwar bejaht es einen Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb der Klägerin durch einige Ausführungen der vom Beklagten ausgestrahlten Sendung. Es verneint jedoch die Widerrechtlichkeit dieses Eingriffs.

1. Eine gewerbeschädigende Kritik ist - jedenfalls außerhalb eines Wettbewerbsverhältnisses wie hier - nicht schon grundsätzlich rechtswidrig (vgl. BGHZ 45, 296 m.w.N.; Urteil vom 14. Januar 1969 - VI ZR 196/67 = VersR 1969, 352 m.w.N.). Die Rechtswidrigkeit eines Eingriffs in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb setzt eine zu mißbilligende Art des Vorgehens voraus. Ob die Kritik in der beanstandeten Sendung über die rechtlich gesetzten Grenzen hinausgegangen ist und die gewerbliche Betätigung der Klägerin in rechtlich unstatthafter Weise beeinträchtigt hat, beurteilt sich aufgrund einer Güter- und Pflichtenabwägung (BGHZ 45, 2, 96 m.w.N.; BGH Urteil vom 18. Dezember 1962 - VI ZR 220/61 = LM § 823 Abs. 1 BGB Nr. 20).

Hierbei ist zu berücksichtigen, daß der Beklagte berechnigte Interessen wahrnimmt, wenn er wie hier über Angelegenheiten berichtet, an denen ein ernsthaftes Informationsinteresse der Öffentlichkeit besteht. (vgl. Art. 5 Abs. 1 GG). Auch die Revision zieht die Zulässigkeit dieser Zielsetzung der Sendung, auch in der Form der Vorführung kritischer Stimmen, grundsätzlich nicht in Zweifel, wie sie in der mündlichen Verhandlung ausdrücklich erklärt hat. Behandelt eine Fernsehanstalt dieses Thema, dann nimmt sie auch insoweit berechnigte Interessen wahr, als sie die allgemein kritisch beleuchteten Erscheinungen durch Beispiele verdeutlicht (BGH Urteil vom 21. Juni 1966 - VI ZR 266/64 = aaO; Urteil vom 14. Januar 1969 - VI ZR 196/67 = aaO).

Allerdings hat nach anerkannter Rechtsmeinung derjenige, der Äußerungen öffentlich verbreitet, die geeignet sind, den Absatz einer Ware zu erschweren und den Hersteller oder Händler empfindlich zu schädigen, sehr sorgfältig vorher zu prüfen, ob seine Erkenntnisquellen zuverlässig und hinreichend sind. Sonst handelt er leichtfertig. Insbesondere muß eine Fernsehanstalt, wenn sie von ihrem Recht zur Unterrichtung der Öffentlichkeit Gebrauch macht, Mitteilungen auf ihren Wahrheitsgehalt prüfen und darf unwahre Nachrichten nicht leichtfertig weitergeben. Beeinflussen die von ihnen ausgestrahlten Sendungen doch weitgehend die Meinungsbildung und gehen die Empfänger der Sendung weit hin davon aus, daß eine strenge Objektivität der Berichterstattung dieser Sendungen gewährleistet ist. Diese Rechtsgrundsätze verkennt das Berufungsgericht nicht.

2. In Anwendung dieser Rechtsgrundsätze verneint das Berufungsgericht in Übereinstimmung mit dem Landgericht einen gegen die Rechtsordnung verstoßenden Eingriff.

Das Berufungsgericht stellt die Frage dahin, ob die bereits als nicht unzutreffend festgestellte Gesamtaussage der Sendung in der Weise begründet worden sei, daß die Art der Darstellung einen widerrechtlichen Eingriff in das Recht der Klägerin an ihrem Gewerbebetrieb bedeute. Das verneint das Berufungsurteil. Als mögliche Eingriffe erwägt das Berufungsgericht insbesondere die ausgestrahlten Ausführungen Dritter, man könne entgegen den Versprechungen in der Werbung Falten durch Cremes allenfalls mildern, nicht aber beseitigen, und die Cremes könnten sogar schädlich für die Haut sein. Auch die Revision erblickt in diesen beiden von ihr bereits bei Erörterung des § 824 BGB herausgestellten Umständen die für den Eingriff nach § 823 Abs. 1 BGB erheblichen Umstände.

a) Wie bereits bei Erörterung des § 824 BGB ausgeführt, haben die Reporter der Beklagten sich nach der rechtsirrtumsfreien Annahme des Tatrichters mit den kritischen Stimmen, die in der Sendung zu Wort kamen, erkennbar nicht identifiziert. Sie haben in der Sendung vielmehr die optimistischen Werbungen der Kosmetikindustrie und die - im einzelnen unterschiedlichen - kritischen Stimmen dazu gegenübergestellt, deren Berechtigung aber erkennbar offengelassen. Lediglich in ihrer Zusammenfassung am Schluß der Sendung haben sie als eigene Stellungnahme ge-

äußert, "bei einer gewissen Werbung" seien "täuschende Versprechungen" festzustellen, und bei der Anwendung "mancher Präparate" bestehe "Unklarheit über mögliche Gefahren". Diese Äußerungen stellten sich aber, wie ebenfalls bereits begründet, nicht als unzutreffender Bericht dar, soweit die Klägerin betroffen wurde.

b) Daß das Produkt der Klägerin durch einen Teil der ausgestrahlten kritischen Äußerungen Dritter jedenfalls im Eindruck der Zuschauer angesprochen wurde, vermag hier nicht den Eingriff als widerrechtlich zu charakterisieren. Der Beklagte hat vorwiegend Ärzten, dazu wissenschaftlich anerkannten, und damit besonders sachkundigen Personen das Wort gegeben. Außerdem hat er Äußerungen von Kosmetikerinnen vorgestellt. Man kann eine Verletzung der Pflicht zur Objektivität und Sachlichkeit nicht darin erblicken, daß er nicht von den Vorstellungen der Hersteller der kritisch behandelten Produkte - weder der Klägerin noch der übrigen - ausgegangen ist. Eine derartige Berichterstattung wäre ganz offensichtlich nicht mit der Verpflichtung des Beklagten zur Objektivität vereinbar gewesen. Im übrigen wurde die Lage der Produzenten und der Klägerin im Rahmen einer solchen notwendigerweise gerafften und programmatischen Sendung dadurch in vertretbarer Weise berücksichtigt, daß ihre eigenen Angaben im jeweiligen Prospektmaterial zugrunde gelegt wurden und zudem ein Vertreter der Körperpflegeindustrie und des Zentrallausschusses der Werbewirtschaft zu Worte kamen.

c) Der Revision kann nicht zugegeben werden, daß die Sendung das Präparat der Klägerin in überbetonter Weise in den Vordergrund gestellt und sich die Kritik gezielt gegen ihr Erzeugnis gerichtet habe. Solches stellt das Berufungsgericht gerade nicht fest. Das Berufungsurteil legt seiner Beurteilung nur zugrunde, die Sendung enthalte "eine Reihe" kritischer und negativer Äußerungen, die zumindest aus der Sicht des Fernsehzuschauers "auch" das Präparat der "Klägerin treffe. Diese Annahme beruht auf dem unmittelbaren Eindruck des Berufungsgerichts aufgrund der Filmvorführung. Der Wortlaut der Fernsehsendung brauchte den Tatrichter, auch unter Berücksichtigung der viermaligen Einblendung von Prospektmaterial der Klägerin, nicht zu einer anderen Würdigung zu führen. Aus ihm ergibt sich vielmehr, daß die besondere Erörterung über Hormoncremes, soweit die Klägerin unmittelbar berührt sein konnte, nur einen geringen Teil der Gesamtsendung ausmachte; hiervon konnte sich wiederum nur ein Teil der kritischen Einzeläußerungen auf das Präparat der Klägerin beziehen, wie das Berufungsgericht im einzelnen darlegt.

d) Nach dem unmittelbaren Eindruck des Tatrichters hinterließ die Sendung bei einem unbefangenen Betrachter keinen kritischen Eindruck von "Ho[REDACTED]-[REDACTED]", der nicht allein durch den sachlichen Gehalt der einzelnen Äußerungen gedeckt war. Nach Auffassung des Tatrichters wurde der Sinn insbesondere nicht durch Schnitt und Zusammenstellung der Sendung einzelner Interviews verfälscht.

Durch die im Anschluß an die kritische Behandlung von Hormoncremes wiedergegebenen Ansichten von E[REDACTED] und von Prof. v[REDACTED] Ke[REDACTED], "bestimmte Stoffe" oder "Bestandteile" seien bedenklich, wurde nach Würdigung des Tatrichters nicht der Eindruck erweckt, auch diese beiden befragten Stellen hielten gerade Hormone für gefährlich; vielmehr wurden nach dem möglichen Verständnis des Berufungsgerichts die kritischen Äußerungen über Hormoncremes durch den Hinweis entschärft, daß die Verträglichkeit von Hautcremes durch die verschiedensten Chemikalien beeinträchtigt werden könne. Das war dahin zu verstehen, daß die Unverträglichkeit von Hautcremes, wenn überhaupt, nicht nur durch Hormone verursacht werden könne.

e) Das Berufungsgericht erblickt eine Überschreitung zulässiger Berichterstattung auch nicht in der Wiedergabe der Äußerung der Vertreterin des Deutschen Fachverbandes der Kosmetikerinnen, sie könne nicht ver-antworten, jungen Mädchen Creme mit Hormon-Zusätzen zu verkaufen. Allerdings lag es für den unbefangenen Zuschauer nahe, diese Äußerung auch auf das von der Klägerin vertriebene Präparat zu beziehen: sie wurde als Kontrast zur Werbung der Klägerin gebracht, ihre Creme sei auch jüngeren Damen besonders zu empfehlen; zudem wurde in der Sendung das von der Klägerin vertriebene Produkt als eine "Hormoncreme" behandelt. Nach möglicher Würdigung des Tatrichters meinte die Äußerung der Kosmetikerin aber allgemein hormonhaltige Präparate und konnte vom Publikum wegen der Unverbindlichkeit des Begriffs "Zusatz" auch nicht anders verstanden werden. So sprach auch die ebenfalls hier-

zu gehörte Frau L [REDACTED], D [REDACTED] Dr [REDACTED] v [REDACTED], einfach von einer "Hormoncreme". Das Berufungsgericht weist in anderem Zusammenhang zutreffend darauf hin, die Bezeichnung "Hormoncreme" sei nicht in der Weise eindeutig, daß sprachlich darunter nur eine Creme mit Zusätzen künstlicher Hormone zu verstehen sei, vielmehr würden dadurch alle Cremes umfaßt, die in irgendeiner Form Hormone enthalten. Daß Ho [REDACTED] aber Hormone enthält, ist nach Feststellung des Berufungsurteils unstreitig. Keinesfalls wurde, wie das Berufungsgericht in möglicher Weise ausführt, durch die Wiedergabe unter Verzerrung der Wirklichkeit der - unrichtige - Eindruck erweckt, Ho [REDACTED] enthalte Zusätze künstlicher Hormone. Schon deshalb war ein dahingehender Hinweis in der Sendung entbehrlich. Im Rahmen der beanstandeten Ausstrahlung bedurfte es auch keines Hinweises auf den Unterschied zwischen Hormon- und P [REDACTED]präparaten; auch der zur Herstellung von Ho [REDACTED] verwendete P [REDACTED]-Extrakt enthält Hormone. Nach der tatbestandlichen Feststellung des Berufungsurteils heißt es in einem Prospekt, das einer Anfang 1962 im Handel befindlichen Packung Ho [REDACTED] entnommen wurde, Ho [REDACTED] enthalte eine Konzentration von Hormonen, Vitaminen usw. Unstreitig hat die Klägerin in der Vergangenheit auch mit dem Hinweis auf die in Ho [REDACTED] enthaltenen Hormone geworben. In diesem Zusammenhang weist das Berufungsurteil zusätzlich darauf hin, es könne nicht übersohen werden, daß eine Überbetonung des Hormongehalts der von der Klägerin vertretenen Creme vor allem von dem Namen Ho [REDACTED] ausgehe, der viel mehr auf Hormone als auf P [REDACTED] hinweise; durch die Wahl

einer weniger irreführenden Bezeichnung und Offenlegung der Zusammensetzung der Creme habe sich die Klägerin gegen die - nach ihrer Auffassung sachlich ungerechtfertigte - Einschätzung als Hormoncreme schützen können.

Zu einer anderen Beurteilung brauchte das Berufungsgericht auch nicht aufgrund des Schreibens der BÖ [REDACTED] KG vom 9. März 1962 zu gelangen, das eine bei Vorbereitung der Sendung an die Klägerin gerichtete Anfrage des Beklagten beantwortete. In ihm wird allerdings darauf hingewiesen, Ho [REDACTED] habe keine gezielte Funktion auf die Sexualsphäre, daher seien Bedenken gegen die Verwendung von Ho [REDACTED] bei jungen Mädchen nicht begründet; P [REDACTED]-Extrakt sei äußerst arm an zykluswirksamen Hormonen, neben zahlreichen noch unbekannten körpereigenen Wirkstoffen enthalte er Sexualhormone nur in unterschwelligen Werten. Von Sexualhormonen war aber in der Sendung bei Erörterung von Hormoncremes nicht die Rede. Im übrigen heißt es im Schreiben weiter, an Biokatalysatoren, worunter Hormone, Vitamine und Spurenelemente zu verstehen seien, sei der P [REDACTED]-Extrakt naturgemäß besonders reich, worauf sein kosmetischer Effekt beruhe. Nach dem beigefügten Gutachten des Dr. med. K [REDACTED] enthält der zur Herstellung von Ho [REDACTED] verwendete P [REDACTED]-Extrakt an Hormonen Go [REDACTED] und 17 ketogene Steroide. Es führt weiter aus, Ho [REDACTED] sei völlig unschädlich, da keine synthetischen oder isolierten Hormone verwendet würden.

f) Zu Unrecht beruft sich die Revision auf das Urteil des erkennenden Senats vom 26. April 1966 (VI ZR 240/64 = LM BGB § 823 ÄI Nr. 29 - "T-Gi"). Der dort beanstandete Bericht in der ärztlichen Fachpresse wollte sich kritisch mit Ginseng-Präparaten befassen und die für diese Erzeugnisse vielfach übertreibende Werbung beanstanden. Indem statt "Gi-Werbung" versehentlich das Warenzeichen "T-Gi" herausgestellt wurde, erweckte der Bericht nach den damaligen Feststellungen den unrichtigen Eindruck, die mitgeteilten Tatsachen und Beanstandungen beträfen gerade dieses Erzeugnis und seine Werbung.

3. Wenn das Berufungsgericht bei diesen Gegebenheiten eine Haftung des Beklagten unter dem Gesichtspunkt des Eingriffs in seinen Gewerbebetrieb ablehnt, ist das aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Aus den zu 1.) dargelegten Gründen ist in der Annahme der Rechtswidrigkeit einer Beeinträchtigung des durch eine im Kern nicht unzutreffende Berichterstattung betroffenen Gewerbeinhabers schon grundsätzlich Zurückhaltung geboten (vgl. BGHZ 36, 77, 81).

IV. Nach alledem war die Revision unbegründet
und mit der Kostenfolge aus § 97 ZPO zurückzuweisen.

Engels

Hanebeck

Dr. Bode

Nußgens

Sonnabend