

2066 050

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

BGB §§ 824, 823 (An); GG Art. 5

- a) Berichtet die Presse (Wochenzeitschrift) über Mißbräuche auf dem Gebiet des Heilmittelwesens, dann nimmt sie grundsätzlich berechnigte Interessen wahr.
- b) Über den Umfang der hierbei zu beobachtenden journalistischen Sorgfaltspflicht (Prüfungspflicht).
- c) Art und Weise des Widerrufs unwahrer Tatsachenbehauptungen in der Presse.

BGH, Urt. v. 20. Mai 1969 - VI ZR 256/67 - OLG München
LG München I

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

VI ZR 256/67

URTEIL

Verkündet am

20. Mai 1969

Kriegl,
Justizhauptsekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

des Holmut K [REDACTED], Inhabers einer Werbeagentur,
St [REDACTED], Ma [REDACTED]straße [REDACTED],

Klägers, Berufungsklägers
und Revisionsklägers,

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

gegen

1. den Herausgeber der Wochenzeitschrift "D. S. [REDACTED]"
Rudolf Au [REDACTED], H [REDACTED], Sp [REDACTED],
2. den Redakteur der Zeitschrift "D. S. [REDACTED]"
Leo B r [REDACTED], H [REDACTED], Sp [REDACTED],

Beklagte, Berufungsbeklagte
und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 13. Mai 1969 unter Mitwirkung des Senatspräsidenten Dr. Engels und der Bundesrichter Dr. Weber, Prof. Dr. Nüßgens, Sonnabend und Dunz

für Recht erkannt:

Die Revision des Klägers gegen das Urteil des 1. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom 30. März 1967 wird zurückgewiesen.

Die Kosten der Revision werden dem Kläger auf-
erlegt.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

In Nr. ■ der "Ne ■ I ■" vom ■. ■ 1963 erschien im Auftrage der Firma "M ■ Es ■", V ■, unter dem Titel "Ist Cellulitis schuld, daß Sie nicht schlank wurden?" eine Werbeanzeige. In ihr war der Kläger, der Inhaber einer Werbeagentur ist, mit einem Arztkittel bekleidet und mit einem Stethoskop um den Hals abgebildet. Die Werbeanzeige war mit "Dr. St." unterzeichnet. In der Anzeige wurde u.a. unter Bezugnahme auf eine Abhandlung des Dr. Mal ■ in der französischen Hygienezeitschrift "G ■" eine "degenerierende Erscheinungsform" namens "Cellulitis" beschrieben. Die Anzeige warb für eine "neuartige Cellulitiskur", deren Zusammensetzung beschrieben

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](#)

wurde. In einer Fußnote war vermerkt, die Cellulitiskur sei in Deutschland über die Firma B-Z-Kosmetik Abt. N, St., Schließfach, zum Preise von 18,80 DM per Nachnahme erhältlich. Diese Firma betrieb der Kläger selbst; nach seiner Behauptung war er an dem durch Vertrieb des Heilmittels erzielten Gewinn mit 10 % beteiligt.

In der Ausgabe Nr. 36 der Wochenzeitschrift "D S" vom 2. September 1964 erschien ein Aufsatz unter der Überschrift "Werbung, Heilmittel V 3 gegen Übel", der sich auch mit dem Kläger und der von seiner Firma B-Z-Kosmetik vertriebenen Cellulitiskur kritisch befaßte. Er enthielt u.a. folgende Ausführungen:

"Indes ist die so beschriebene Krankheit (nämlich die oben genannte Cellulitis) weiter nichts als eine Erfindung des St. Kaufmanns Helmut K. in Firma M. Es in V (Li). Sie bezeichnet einen Zustand, der dem Laien wie dem Mediziner von Alters her als Korpulenz geläufig ist. K. hatte das Leiden eigens ersonnen, um die Nachfrage nach seinem "Spezial-Anti-Cellulitis-Wirkstoff", einem Schlankheits-Gelee, zu wecken, den er für 18,80 DM per Nachnahme feil hält.

Ebenso wie K. gebricht es vielen anderen Händlern und Herstellern des Heilmittelgeschäftes nicht an einträglichen Werbeideen. Unter phantastischen Anpreisungen verhökern sie selbst wertlose Stoffe mit beträchtlichem Gewinn".

Auf S. 30 wurde weiter ausgeführt:

"Angesichts dieser Umstände fanden Helmut K. und viele seiner Branchenkollegen nichts dabei, alle Normen der HWVO auf den Kopf zu stellen.

In seinen Anzeigen, als Mediziner kostümiert, der die Herztätigkeit einer Patientin mit dem

Stethoskop kontrolliert, empfahl K. wunder-
same "R.-Dragees", die gegen Herzleiden
u.a. "richtige Erkrankungen" feiten, "kaum ge-
ahnte Möglichkeiten" der Verjüngung boten sowie
müden Kreislauf und welke Brüste hoben.

Deshalb vor dem Amtsgericht München angeklagt,
brachte der Amateur-Pharmazeut mit dem Arzt-
kittel vor, er halte seine Reklame "im Hinblick
auf die Werbung der Konkurrenz" für erlaubt.
Das Gericht bescheinigte K. "ganz enorme Er-
folge an Bestellungen", sprach ihn im vollen
Umfange für schuldig und ließ ihn die ganze
Schärfe des Gesetzes spüren: 150,00 DM Geld-
strafe.

Mit derartigen Strafen ist der Aufstieg streb-
samer Unternehmer solcher Körnung nicht zu bremsen.
Neuerdings ist Helmut K. vor dem Zugriff deutscher
Staatsanwälte vollends sicher. Schon seine letzte
Cellulitis-Kampagne startete er aus sicherer
Li. Deckung. Lediglich eine einst-
weilige Verfügung mußte K. einstecken, die es
ihm untersagte, den Vertrieb seiner Mittel,
darunter eine "B.-Creme nach Methode
Dr. F. mit Placenta, Gelee Royale und
Ginseng" durch Herzeigen von Arztbildern anzu-
heizen."

Der Kläger hat geltend gemacht, die in diesem Aufsatz
über ihn aufgestellten Behauptungen seien unwahr. Er sei
wegen der R.-Werbung vom Amtsgericht München nicht
verurteilt worden. Auch habe er die "Cellulitis" nicht
selbst erfunden oder ersonnen. Die nicht von ihm per-
sönlich, sondern von der Firma M. verfaßte Werbean-
zeige stütze sich auf die in der Anzeige zitierte, in
der französischen Zeitschrift "G." erschienene Ab-
handlung des Dr. Mal. Es sei daher auch nicht von
entscheidender Bedeutung, daß er sich in der Werbeanzeige
als Arzt ausgegeben habe. Das von ihm angepriesene Heil-
mittel sei nicht wertlos. Er habe nicht gegen die Heil-
mittelwerbeverordnung verstoßen, also auch nicht deren

Normen "auf den Kopf gestellt". Der Kläger sei auch nicht etwa nach Vaduz geflüchtet; er betreibe seine Werbeagentur in Starnberg. Daher habe er sich auch nicht dem Zugriff deutscher Staatsanwälte entzogen. Die Beklagten hätten ihre journalistische Sorgfaltspflicht verletzt. Durch die unwahren Behauptungen des "S [REDACTED]" sei dem Kläger ein beträchtlicher geschäftlicher, daneben aber auch ein immaterieller Schaden entstanden.

Der Kläger hat zunächst beantragt, wie folgt zu erkennen:

- I. Die Beklagten sind samtverbindlich verpflichtet, an den Kläger 20 000 DM zu bezahlen.
- II. Der Erstbeklagte ist schuldig, spätestens in der übernächsten, nach Rechtskraft dieses Urteils erscheinenden Ausgabe der Wochenzeitschrift "D S [REDACTED]" folgende Behauptungen durch eine in den redaktionellen Raum des Deutschlandteils eingerückte Erklärung zu widerrufen:
 - a) Die "Cellulitis" sei eine Erfindung des Klägers;
 - b) Der Kläger habe das Leiden "Cellulitis" eigens ersonnen, um die Nachfrage nach seinem "Spezial-Anti-Cellulitis-Wirkstoff" zu wecken;
 - c) Der Kläger verhökere unter phantastischen Anpreisungen wertlose Stoffe mit beträchtlichem Gewinn;
 - d) Der Kläger habe nichts dabei gefunden, alle Normen der Heilmittelwerbeverordnung auf den Kopf zu stellen;
 - e) Der Kläger sei wegen Verstoßes gegen die Heilmittelwerbeverordnung vor dem Amtsgericht München angeklagt, in vollem Umfang für schuldig gesprochen und zu DM 150 Geldstrafe verurteilt worden;
 - f) Der Kläger sei neuerdings vor dem Zugriff deutscher Staatsanwälte völlig sicher und habe seine letzte Cellulitis-Kampagne aus sicherer Li [REDACTED] Deckung gestartet.

III. Es wird festgestellt, daß die Beklagten gesamtschuldnerisch verpflichtet sind, dem Kläger den geschäftlichen Schaden zu ersetzen, der ihm durch die Verbreitung der zu Nr. II gekennzeichneten Behauptungen in dem Artikel in der Ausgabe Nr. ■/1964 des "S■■■■" entstanden ist und noch entstehen wird.

Die Beklagten haben um Klageabweisung gebeten. Sie haben ihre Passivlegitimation mit der Begründung bestritten, der Erstbeklagte habe als Herausgeber der Wochenzeitschrift "D■ S■■■■" nur die geistige Oberaufsicht. Den vom Kläger beanstandeten Aufsatz habe er erst nach dessen Veröffentlichung gelesen. Die verlegerische Haftung treffe den Verlag. Der Erstbeklagte sei nicht Verlagsdirektor. Der Zweitbeklagte habe den Artikel nicht selbst verfaßt.

Die Beklagten haben sich im übrigen darauf berufen, die beanstandeten Ausführungen im "S■■■■" seien zum Teil nur Werturteile. Soweit sie auf tatsächlichem Gebiet lägen, seien sie wahr. Jedenfalls hätten die Beklagten in Wahrnehmung berechtigter Interessen gehandelt. Im übrigen sei der beanstandete Artikel für den angeblichen Schaden des Klägers nicht ursächlich geworden; der Kläger sei schon vorher durch einen Bericht im Fernsehen, den er stillschweigend hingenommen habe, wegen seiner Heilmittelwerbung scharf kritisiert worden.

Der Kläger ist den Ausführungen der Beklagten entgegengetreten.

Nach Rechtshängigkeit dieser Klage ist in Nr. 9 des "S■■■■" vom ■. ■■■■ 1965 auf Seite 130 in der Rubrik "Rü■■■■" unter Bezugnahme auf den beanstandeten Aufsatz in Nr. ■/1964 eine Berichtigung des

Inhalts erschienen, das Strafurteil des Amtsgerichts München (150 DM Geldstrafe wegen Übertretung der Polizeiverordnung über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens vom 29. September 1941) habe nicht den Kaufmann K. [REDACTED] getroffen, der unbestraft geblieben sei. Für die von K. [REDACTED] selbst verfaßte und veröffentlichte Werbung sei vielmehr der Gesellschafter einer an K. [REDACTED] Wohnsitz gegründeten Firma bestraft worden.

Daraufhin hat der Erstbeklagte, gegen den sich der Widerrufsanspruch im ersten Rechtszug allein richtete, die Hauptsache zu II e der Klageanträge für erledigt erklärt. Der Kläger hat der Erledigung mit der Begründung widersprochen, die Berichtigung sei kein Widerruf im Rechtssinne, weil sie nicht im redaktionellen Teil, sondern nur im von niemand gelesenen "Rü. [REDACTED]" erschienen, zudem nicht als "Widerruf" gekennzeichnet und außerdem durch den zweiten Satz eingeschränkt sei.

Das Landgericht hat die Hauptsache zum Klageantrag zu II e für erledigt erklärt und im übrigen die Klage abgewiesen.

Auf die Berufung des Klägers, mit der er den geforderten Widerruf (Klageanträge II a bis f) auch vom Zweitbeklagten begehrte, hat das Oberlandesgericht die Beklagte verurteilt,

den in der Ausgabe Nr. [REDACTED] der Wochenzeitschrift "D. S. [REDACTED]" vom [REDACTED]. [REDACTED] 1964 veröffentlichten Aufsatz "Werbung, Heilmittel V 3 gegen Übel" spätestens in der übernächsten nach Rechtskraft des Senatsurteils erscheinenden Ausgabe dieser Wochenzeitschrift und zwar im "Rü. [REDACTED]" dahingehend zu berichtigen, daß die "Cellulitis" keine Erfindung des St. [REDACTED] Kaufmanns Helmut K. [REDACTED] und das Leiden nicht von ihm ersonnen ist.

Im übrigen ist das Rechtsmittel ohne Erfolg geblieben.

Mit der Revision verfolgt der Kläger sein Klagebegehren im abgewiesenen Umfang weiter. Die Beklagten bitten um Zurückweisung des Rechtsmittels.

Entscheidungsgründe:

I. Zum Widerrufsbegehren

1. Das Berufungsgericht läßt als unerheblich dahinstehen, ob die "Handelsgesellschaft M. Es." in V. nur eine sogenannte "Briefkastenfirma" ist und ob die Werbeanzeige in der "Ne. I." Nr. vom . 1963 und spätere ähnliche Anzeigen von dieser Firma entworfen und textlich gestaltet worden sind. Als entscheidend erachtet das Berufungsgericht, daß der Kläger für die Werbeanzeige ein Lichtbild, das ihn im Arztkittel und mit einem Stethoskop um den Hals zeigt, zur Verfügung gestellt und sich selbst als "Dr. St." ausgegeben habe. Zudem sei in der Fußnote der Werbeanzeige darauf hingewiesen, daß die Cellulitiskur bei der von ihm selbst betriebenen Firma "B.-Z.-Kosmetik" in St. erhältlich sei. Nach Annahme des Berufungsgerichts hat sich der Kläger den Werbetext, der dem Vertrieb der Cellulitiskur dienen sollte, jedenfalls "zu eigen gemacht". Deshalb komme es nicht darauf an, ob er den Text ganz oder teilweise selbst formuliert habe.

Diese Beurteilung hält im Ergebnis den Angriffen der Revision stand.

a) Ohne Erfolg beanstandet die Revision die zugrundegelegten tatsächlichen Feststellungen, insbesondere einen offensichtlichen Widerspruch zwischen dem (berichtigten) Tatbestand und den Entscheidungsgründen. Nach dem berichtigten Tatbestand des Berufungsurteils ist offen, wer die beanstandete Werbeanzeige aufgegeben hat. Durch den Berichtigungsbeschluß vom 11. Juli 1967 ist, wie seine Gründe eindeutig ergeben, die ursprüngliche Fassung des Tatbestandes lediglich insoweit berichtigt worden, als nach ihr der Kläger die Werbeanzeige veröffentlich (aufgeben) ließ, während die Berichtigung nicht so weit ging, der Kläger habe die Anzeige nicht aufgegeben. Dagegen hat der Kläger nach seinem eigenen Vorbringen, wie der für das Revisionsgericht bindende Tatbestand des Berufungsurteils (§ 561 ZPO) mitteilt und der Beschluß vom 11. Juli 1967 ergänzt, der Firma M [REDACTED] sein Lichtbild zur Veröffentlichung in Kenntnis seiner Verwendung in der Werbeanzeige überlassen; auch die Anpreisung des Heilmittels kannte und billigte er.

Für die Annahme der Revision, das Berufungsurteil habe die Meinung des Verfassers des beanstandeten Aufsatzes, der Kläger sei mit der Firma M [REDACTED] identisch, als entscheidungstragenden Umstand verwertet, findet sich kein Anhalt.

b) Das Berufungsgericht rechnet die beanstandeten Äußerungen der Werbeanzeige dem Kläger selbst dann zu, wenn nicht er sie veröffentlicht haben sollte. Zur Begründung weist es auf folgende Umstände hin: Der Kläger

vertrieb als Inhaber der Firma "B-Z-Kosmetik" die "Cellulitiskur". Er kannte die Anpreisung des Mittels in der Anzeige und billigte sie; er unterstützte sie aktiv, indem er sein Lichtbild zur Verfügung stellte, das ihn im Arztkittel und mit Stethoskop um den Hals zeigte; hierbei wußte der Kläger um die Verwendung seines Bildes im Rahmen dieser Werbung. Wenn der Tatrichter diese gesamten Umstände - und nicht nur die Übersendung des Lichtbildes - dahin würdigt, damit habe der Kläger bei der beanstandeten Werbeanzeige bewußt und aktiv mitgewirkt, so daß die Berichterstattung, die ihn mit den beanstandeten Äußerungen der Anzeige in engen Zusammenhang bringt, im Kern insoweit wahr sei, so ist das aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

In diesem Sinne ist auch die Ausführung des Berufungsurteils zu verstehen, selbst wenn die Firma M die Werbeanzeige entworfen und textlich gestaltet haben sollte, habe der Kläger die Veröffentlichung "veranlaßt". Gemeint ist, wie der Sinnzusammenhang ergibt, der Kläger habe bei dieser Werbeanzeige in zurechenbarer Weise aktiv mitgewirkt, und gerade nicht, der Kläger habe den Text teilweise formuliert oder die Anzeige veröffentlicht, was der Tatrichter offen läßt. Schon deshalb beanstandet die Revision zu Unrecht, diese Annahme des Berufungsgerichts widerspreche dem berichtigten Tatbestand des Berufungsurteils.

Allerdings sind bei dieser Erwägung nicht die Grundsätze verwertbar, welche die Rechtsprechung zur Weitergabe der Behauptung eines Dritten entwickelt hat, wonach jemand, der sich bei der Weitergabe einer rufschädigenden Äußerung diese zu eigen macht, weithin wie ihr Urheber behandelt wird. Eine solche vergleichen-

de Anknüpfung ginge schon deshalb fehl, weil hier nicht das Entstehenmüssen des Klägers für von ihm verbreitete Äußerungen in Frage steht. Zur Erörterung steht hier lediglich, ob eine Berichterstattung, die dem Kläger die beanstandeten Äußerungen in der Werbeanzeige zuschreibt, in ihrem Kern wahr oder unwahr ist. Der Bejahung dieser Frage stünde, wie bereits begründet ist, nicht entgegen, wenn die Firma M [REDACTED] die Werbeanzeige erstellt, formuliert und veröffentlicht haben sollte.

2. Das Berufungsgericht hält es für erwiesen, daß die tatsächlichen Behauptungen, auf die sich die Klageanträge zu II a) und b) beziehen, unwahr sind, und wertet sie als ehrverletzend. Dementsprechend hat es die Beklagten verurteilt, den beanstandeten Aufsatz im "S [REDACTED]" unter der Rubrik "Rü [REDACTED]" dahin zu berichtigen, daß die "Cellulitis" keine Erfindung des Klägers und das Leiden nicht von ihm ersonnen ist.

a) Dagegen hat das Berufungsgericht das Begehren des Klägers auf Widerruf des sich an den Hauptsatz, K [REDACTED] habe das Leiden eigens ersonnen, anschließenden Nebensatzes - "um die Nachfrage nach seinem Spezial-Anti-Cellulitis-Wirkstoff ... zu wecken" - abgewiesen. Die hiergegen gerichteten Angriffe der Revision sind nicht begründet.

Das Berufungsgericht qualifiziert die dem Kläger im Nebensatz unterstellte Absicht zutreffend als eine (innere) Tatsache. Es hält den enthaltenen Vorwurf aber für wahr. Der Tatrichter erkennt hierbei nicht, daß diese Absicht nach dem Wortlaut mit der unrichtigen Tatsachenbehauptung in Zusammenhang gebracht wird, der Kläger habe das Leiden zu diesem Zweck erst ersonnen.

Nach Auffassung des Berufungsgerichts besagt der Nebensatz in seinem Kern, daß der Kläger ein als einheitliches Krankheits- oder Erscheinungsbild damals wissenschaftlich noch nicht anerkanntes "Leiden" in einer mit einem Arztbild und der Unterschrift eines angeblichen Arztes versehenen und damit eine wissenschaftliche Arbeit vortäuschenden Werbeanzeige dazu benutzt habe, die Nachfrage nach dem von ihm feilgehaltenen Präparat zu wecken. Diese Aussage, die nach Wegfall der zu widerrufenden Behauptung des Hauptsatzes sinngemäß verbleibt und die sich als ein "Weniger" darstellt, hält das Berufungsgericht für wahr. Diese Beurteilung ist rechtlich nicht zu beanstanden. Allerdings verbleibt, wie der Revision zuzugeben ist, der Nebensatz ohne den vorhergehenden Hauptsatz ohne korrekten sprachlichen Bezug. Jedenfalls geht der Sinn des Nebensatzes nach Wegfall des Hauptsatzes nach der möglichen Auslegung des Berufungsgerichts dahin, der Kläger habe das Präparat in der beschriebenen Art angepriesen, um die Nachfrage nach ihm zu wecken.

b) Das Berufungsgericht hat angeordnet, daß der Widerruf im "Rü [REDACTED]" zu veröffentlichen ist. Ohne Erfolg wendet sich hiergegen die Revision. Sie meint entsprechend dem Klagebegehren, der Widerruf müsse durch eine in den redaktionellen Raum des Deutschlandteils eingerückte Erklärung erfolgen.

Der Widerruf darf nach Inhalt und Form nicht über das hinausgehen, was zur Beseitigung der Beeinträchtigung erforderlich ist. Er hat sich in den Grenzen zu halten, die unter Abwägung der beiderseitigen Belange zu ziehen sind. Unter Zugrundelegung dieser zutreffenden Rechtsgrundsätze erachtet das Berufungsgericht eine Richtigstellung im Rü [REDACTED] nach den ganzen Umständen für

ausreichend und angemessen. Zudem weist das Berufungsgericht darauf hin, daß für den Widerruf eine kurze Notiz genüge, die im redaktionellen Teil des "S [REDACTED]" schwerer unterzubringen sei als im "Rü [REDACTED]".

Diese Beurteilung des Berufungsgerichts ist rechtlich nicht zu beanstanden. Die Revision führt selbst aus, die Veröffentlichung der Widerrufserklärung im "Rü [REDACTED]" könnte nur dann als ausreichend angesehen werden, wenn in einem größeren Artikel nur eine oder einige wenige Behauptungen unzutreffend seien. So liegt der Fall hier.

3. Die Äußerung, die dem Klagebegehren zu II c) zugrundeliegt, betraf nach der Auslegung des Tatrichters außer anderen Händlern und Herstellern auch den Kläger. Das Berufungsgericht hält sie aber schon deshalb einem Widerruf für nicht zugänglich, weil ihr tatsächlicher Gehalt gering sei und das reine Werturteil überwiege. Hilfsweise führt das Berufungsgericht aus, die Unwahrheit der Behauptung von der Wertlosigkeit des Mittels sei nicht erwiesen.

Damit geht das Berufungsgericht zutreffend davon aus, daß der Widerrufsanspruch nicht nur bei Anlehnung an den insoweit eindeutigen Tatbestand des § 824 BGB, sondern auch bei Anknüpfung an § 823 BGB auf die Richtigstellung falscher Tatsachenbehauptungen beschränkt ist (BGHZ 10, 104, 105; BGH Urteil vom 20. Juni 1961 - VI ZR 222/60 = LM GG Art. 5 Nr. 7 = NJW 1961, 1913; Urteil vom 13. Oktober 1964 - VI ZR 167/63 = a.a.O.; Urteil vom 17. November 1964 - VI ZR 181/63 = LM GG Art. 5 Nr. 15 = NJW 1965, 294). Daß sich diese beanstandete Äußerung nicht als widerrufsfähige Tat-

sachenbehauptung darstellt, nimmt das Berufungsgericht ohne Rechtsirrtum an. Es ist anerkannten Rechts, daß unsubstantiierte Urteile über den Wert gewerblicher Leistungen wegen des starken Einschlags subjektiver Momente in der Regel einer beweismäßigen Nachprüfung nicht zugänglich sind (BGH Urteil vom 13. Oktober 1964 - VI ZR 167/63 = LM BGB § 1004 Nr. 75 m.w.N.). So liegt der Fall auch hier, wie das Berufungsgericht zutreffend annimmt. Im Kern enthält die beanstandete Äußerung ein Werturteil; jedenfalls steht der Charakter eines subjektiven Urteils so sehr im Vordergrund, daß von einer dem Widerruf zugänglichen Tatsachenbehauptung nicht ausgegangen werden kann. Nachdem ausgeführt ist, daß es "ebenso wie K" vielen anderen Händlern und Herstellern des Heilmittelgewerbes nicht an einträglichen Werbeideen fehle, folgt der beanstandete Satz: "Unter phantastischen Anpreisungen verhökern sie selbst wertlose Stoffe mit beträchtlichem Gewinn". Selbst wenn man mit dem Berufungsgericht diesen Satz auch auf den Kläger bezieht, ist die Äußerung im Zusammenhang nicht als Behauptung zu verstehen, gerade auch das hier in Frage stehende Präparat sei wertlos. Für eine solche Annahme ist der Satz zu pauschal und zu sehr auf die allgemein angeprangerte Lage im Heilmittelgewerbe ausgerichtet, wie insbesondere die folgenden Darlegungen zeigen. Zudem ist sprachlich und sinngemäß nicht ausgeführt, sämtliche so angepriesenen Stoffe - und damit auch das Präparat des Klägers - seien wertlos. Es heißt vielmehr, "selbst" - i.S.: darunter auch - wertlose Stoffe würden mit beträchtlichem Gewinn "verhökert".

4. Das Berufungsgericht hält die Äußerung im beanstandeten Artikel, der Kläger - und viele seiner Branchenkollegen - hätten nichts dabei gefunden, alle

Normen der Heilmittelwerbeverordnung (HWVO) "auf den Kopf zu stellen" (Klageantrag II d), nach ihrem Sinn und in ihrem Kern für wahr. Hierbei versteht der Tatrichter unter Hinweis auf den Gesamtzusammenhang und das Ziel der mit dem Artikel geübten Kritik in möglicher Auslegung das Wort "alle" nicht wörtlich.

Das Berufungsgericht entnimmt dem von Dr. W. [REDACTED] unterzeichneten Schreiben der Regierung von Oberbayern an den Kläger vom 14. Juli 1964 die Umstände, nach denen die Cellulitiskur nach ihrer Zusammensetzung und der Zielsetzung ihrer Anwendung als Arzneimittel i.S. des § 1 Abs. 1 Nr. 1 des Arzneimittelgesetzes vom 16. Mai 1961 anzusehen ist, und, da die Kur zur Entfettung des Körpers, aber nicht zur Pflege und Verschönerung der Haut bestimmt ist, nicht die Voraussetzung des § 1 Abs. 4 Nr. 1 AMG für ein Kosmetikum zutreffen.

Auf dieser Grundlage stellt das Berufungsurteil verschiedene Verstöße gegen die z.Z. der Veröffentlichung der Werbeanzeige gültige Polizeiverordnung über die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens vom 29. September 1941 (HWVO) fest: Entgegen § 9 Abs. 1 HWVO, wonach empfehlende Äußerungen zur Werbung nicht verwendet werden dürfen, enthalte, so führt das Berufungsgericht aus, die Werbeanzeige eine ziemlich überschwengliche Anpreisung des Präparats gegen die "Cellulitis". Unter Verstoß gegen § 3 Abs. 1 HWVO liege bei der Werbeanzeige darin eine Irreführung, daß für das Arzneimittel Cellulitiskur in der Form eines Kosmetikums geworben werde. Das Inverkehrbringen unter dieser irreführenden Bezeichnung sowie die Angabe und Aufmachung stelle weiterhin eine Verletzung des § 8 AMG dar. Eine grobe Irreführung liege aber auch

in der Verwendung des Arztbildes und der Unterschrift "Dr. St." (§ 3 Abs. 2 c HWVO). Entgegen der Darstellung in der Werbeanzeige, die Kur bestehe ausschließlich aus natürlichen und biologischen Wirkstoffen, sei in dem Präparat der auf synthetischem Wege hergestellte Wirkstoff Polyglykol-Salizylat mit hornhautlösenden Eigenschaften enthalten; somit enthalte die Werbeanzeige auch falsche Angaben über die Zusammensetzung des Mittels (Verstoß gegen § 3 Abs. 2 a HWVO). Schließlich werde entgegen § 3 Abs. 2 b in den letzten fünf Absätzen der Werbeanzeige fälschlich der Eindruck erweckt, daß ein Erfolg regelmäßig mit Sicherheit erwartet werden könne. Hierzu verweist der Tatrichter auf die allgemein stark übertriebene Darstellung der Erfolge dieser Kur und auf Wendungen wie: "Sie brauchen jetzt nicht mehr verzweifelt zu sein", "die kombinierte Kur rückt mit natürlichen und biologischen Wirkstoffen der Cellulitis wirklich zu Leibe" und "die Kur ist gleichzeitig eine neue wirkungsvolle Methode, um örtlich ganz allgemein schlanker zu werden und zu bleiben".

Wenn der Tatrichter bei diesen Gegebenheiten die erörterte Äußerung des beanstandeten Artikels ihrem Wesen und ihrem Kern nach für wahr hält, so ist dagegen rechtlich nichts zu erinnern.

Zutreffend hält das Berufungsgericht nicht für entscheidend, ob der Kläger in diesem Bereich strafrechtlich verantwortlich ist, was im übrigen im beanstandeten Artikel nicht geäußert worden ist. Im Hinblick auf seine aktive Beteiligung, die oben im einzelnen erörtert worden ist, konnte der Tatrichter die Äußerung, der Kläger "habe die Normen der Heilmittel-

verordnung auf den Kopf gestellt", in ihrem Kerngehalt als zutreffend bezeichnen. Der Hinweis der Revision auf das Urteil des Bayerischen Obersten Landesgerichts vom 8. Juli 1965 geht schon deshalb fehl, weil dort über die Beteiligung des Klägers an dem Zustandekommen der Werbeanzeigen gerade nicht die weitergehenden Umstände festgestellt sind, die im jetzigen Verfahren der Beurteilung zugrundezulegen sind. Die Frage einer Rechtspflicht des Klägers zur Verhinderung der möglicherweise durch die Firma M. veröfentlichten Werbeanzeigen stellt sich daher gar nicht.

5. Der "S." hat die dem Klageantrag II e zugrundeliegende tatsächliche Behauptung, der Kläger sei wegen Verstoßes gegen die Heilmittelwerbeverordnung vom Amtsgericht München zu 150 DM Geldstrafe verurteilt worden, in seiner Ausgabe Nr. vom . 1965 in der Rubrik "Rü." zurückgenommen. Das Berufungsgericht hält diesen Widerruf für ausreichend und angemessen und verneint auf Grund dessen die Fortdauer dieser Rufbeeinträchtigung.

Damit legt das Berufungsgericht zutreffend seiner Beurteilung die Rechtsauffassung zugrunde, daß der durch eine Rufverletzung geschaffene Zustand für den Betroffenen eine fortwährende Quelle gegenwärtiger Rufbeeinträchtigung bedeuten muß, zu deren Beseitigung der Verletzte auf den Widerruf des Beleidigers angewiesen ist (vgl. BGH Urteil vom 7. März 1961 - VI ZR 113/60 = LM BGB § 1004 Nr. 54 a m.w.N.; Urteil vom 3. Dezember 1968 - VI ZR 140/67 = NJW 1969, 463 = VersR 1969, 256). Die Annahme des Tatrichters, der Widerruf im "Rü." sei ausreichend und angemessen und daher bestehe die Rufbeeinträchtigung unter

den gegebenen Umständen nicht mehr fort, ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Dem steht entgegen der Meinung der Revision nicht der weitere Satz des Rückspiegels im Wege: "Für die von K[REDACTED] selbst verfaßte und veröffentlichte Werbung wurde vielmehr der Gesellschafter einer an K[REDACTED] Wohnsitz gegründeten Firma bestraft". Einmal wird ohne Rücksicht auf den Wahrheitsgehalt dieses zweiten Satzes der eindeutige Widerruf des ersten Satzes in seiner Wirkung nicht beeinträchtigt. Zudem hat der Kläger nach der tatbestandlichen Feststellung des Berufungsgerichts selbst eingeräumt, "er habe die ihm von den für die R[REDACTED]-Werbung verantwortlichen Brüdern Frank vorgelegten Werbetexte zu überarbeiten und an die Anzeigenredaktion weiterzuleiten gehabt", "er habe niemals geleugnet, daß er die Werbung der Firma R[REDACTED] in seiner Werbeagentur bearbeitet habe". Damit traf der Kern der Aussage des zweiten Satzes zu. Das Vorbringen des Klägers und der Beweisantrag durch Rainer Fr[REDACTED], dessen Übergehen die Revision rügt, war für die Frage der Wahrheit dieses Kerns der Aussage ohne Belang.

6. Zum Klageantrag II f weist das Berufungsgericht zutreffend darauf hin, daß in dem beanstandeten Artikel nicht berichtet wird, der Kläger habe sich durch die Flucht nach Li[REDACTED] dem Zugriff deutscher Staatsanwälte entzogen. Die weitere Mitteilung, der Kläger habe seine letzte Cellulitis-Kampagne "aus sicherer Li[REDACTED] Deckung gestartet", versteht der Tatrichter, soweit diese Äußerung überhaupt über eine bloße Meinungsäußerung hinausgehe, in möglicher Auslegung dahin, der Text der neuen Werbeanzeigen sei nicht vom Kläger, sondern von der vor einem Zugriff deutscher Staatsanwälte sicheren Firma M[REDACTED] in V[REDACTED] formuliert und damit die

"Kampagne" "gestartet" worden. Das entspricht, wie das Berufungsgericht ausführt, im Kern dem eigenen Vorbringen des Klägers.

II. Zum Schadensersatzbegehren

1. Das Berufungsgericht legt seiner Beurteilung zugrunde, daß die beiden Äußerungen im beanstandeten Aufsatz: die "Cellulitis" sei weiter nichts als eine Erfindung des Starnberger Kaufmanns Helmut K., dieser habe das Leiden ersonnen, unwahre Tatsachenbehauptungen sind. Diese erachtet es i.S. des § 824 BGB auch für geeignet, den Kredit des Klägers zu gefährden oder sonstige Nachteile für seinen Erwerb oder sein Fortkommen herbeizuführen. Das Berufungsgericht hat aber nicht festzustellen vermocht, daß die Beklagten die Unwahrheit dieser Tatsachen kannten. Insoweit erhebt die Revision keine Einwände.

2. Das Berufungsurteil bejaht zutreffend ein berechtigtes Interesse der Beklagten an der beanstandeten Mitteilung (vgl. § 824 Abs. 2 BGB). Die Presse nimmt berechnete Interessen wahr, wenn sie über Angelegenheiten berichtet, an denen ein ernsthaftes Informationsinteresse der Öffentlichkeit besteht. An der Aufdeckung von Mißbräuchen auf dem Gebiet des Heilmittelwesens ist die Öffentlichkeit in besonders starkem Maße interessiert. Den Beklagten stand somit das Recht zu, über Mißstände auf dem Heilmittelmarkt zu berichten (vgl. Art. 5 Abs. 1 GG). Behandelt die Presse dieses gemeinschaftswichtige Thema, dann nimmt sie auch insoweit berechnete Interessen wahr, als sie die allgemein kritisierten Erscheinungen durch Beispiele verdeutlicht (BGH Urteil vom 21. Juni 1966 - VI ZR 266/64 = LM BGB § 824 Nr. 9 = "Teppichkehrmaschine"; Urteil vom

14. Januar 1969 - VI ZR 196/67 = VersR 1969, 352
- "Kredithalle"). Daß bei der Erörterung solcher die
Öffentlichkeit wesentlich berührender Angelegenheiten
auch eine scharfe Sprache durchaus zulässig sein kann,
ist anerkanntes Rechts (BGH Urteil vom 21. Juni 1966
- VI ZR 266/64 = a.a.O.).

Auch diese Beurteilung zieht die Revision nicht
in Zweifel.

3. Wer Behauptungen öffentlich verbreitet, die
geeignet sind, den Absatz einer Ware zu erschweren und
den Hersteller oder Händler empfindlich zu schädigen,
muß allerdings, wovon auch das Berufungsgericht ausgeht,
vorher sehr sorgfältig prüfen, ob seine Erkenntnis-
quellen zuverlässig und hinreichend sind. Sonst handelt
er leichtfertig. Insbesondere muß die Presse, wenn sie
von ihrem Recht zur Unterrichtung der Öffentlichkeit
Gebrauch macht, Nachrichten und Behauptungen auf ihren
Wahrheitsgehalt prüfen und darf unwahre Nachrichten
nicht leichtfertig weitergeben. Entspricht die Prüfung
diesen Anforderungen nicht, so ist der Vorwurf schuld-
haften Verhaltens begründet.

Von diesen rechtlichen Gesichtspunkten hat sich
auch das Berufungsgericht leiten lassen. Es verneint
aber eine Verletzung der journalistischen Sorgfalts-
pflicht der Beklagten.

4. Der Revision kann nicht zugegeben werden, daß
das Berufungsgericht an die Prüfungspflicht der Be-
klagten zu geringe Anforderungen stellt.

a) Der Tatrichter legt seiner Würdigung hierbei das Vorbringen der Beklagten zugrunde, das nach der von der Revision nicht angegriffenen Feststellung des Berufungsgerichts vom Kläger jedenfalls nicht zulänglich bestritten worden ist. Hiernach sind vor Veröffentlichung des beanstandeten Artikels eingehende Erkundigungen bei den in Frage kommenden Stellen, vor allem bei der Zentrale zur Bekämpfung der Unlauterkeit im Heilgewerbe in Mainz angestellt worden. Jede Einzelheit des Artikels wurde vorher auf ihre Richtigkeit überprüft. Nach Ablieferung des Artikeltextes durch den Verfasser hat die Hamburger Redaktion des "S[REDACTED]" außerdem diesen Text vom Leiter der Mainzer Zentrale nochmals begutachten und mit dem Inhalt der sehr umfangreichen Akten der Zentrale vergleichen lassen. Die Einschränkungen und Ergänzungen des damaligen Leiters der Zentrale, des Obermedizinalrats Dr. Sch[REDACTED], wurden berücksichtigt.

Wenn das Berufungsgericht ausführt, bei diesen Gegebenheiten hätten die Beklagten ihre journalistische Sorgfaltspflicht nicht verletzt, so ist das aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Der Verfasser des Artikels und die Redaktion konnten davon ausgehen, worauf das Berufungsgericht zutreffend hinweist, daß die Mainzer Zentrale auch dann, wenn sie etwa keinen behördlichen Charakter hat, die berufene Stelle zur Erteilung von Auskünften solcher Art war. Sie durften auch damit rechnen, daß diese Stelle über das einschlägige Schrifttum verfügte und hierüber die in Betracht kommenden Auskünfte erteilen würde.

b) Die Revision meint, der objektiv falsche und den Leser irreführende Ausgangspunkt des streitigen Artikels liege in der angeblichen Identität des Klägers

mit der Firma M[REDACTED]. Mangels personeller und kapitalmäßiger Verflechtungen sei der Kläger nicht der richtige Adressat der Vorwürfe gewesen. Die Nachprüfung dieser Behauptung, die für den Kläger bereits eine schwerwiegende Beeinträchtigung darstelle, habe nicht durch eine bloße Nachfrage bei der Mainzer Zentrale geklärt werden können. Hierzu habe es selbständiger Recherchen durch die Beklagten bedurft.

Dem kann schon aus den Gründen nicht gefolgt werden, die in anderem Zusammenhang ausgeführt worden sind (vgl. I 1 insbesondere b). Die Darstellung, die den Kläger mit den beanstandeten Äußerungen der Werbeanzeige in engen Zusammenhang bringt, war im Kern wahr.

Weiter meint die Revision, sofern den Beklagten eigene Informationsquellen zur Verfügung gestanden hätten, müsse von ihnen verlangt werden, daß sie an Hand dieses Materials die Behauptungen eines Artikels selbstverantwortlich nachprüften. Dem mag im Grundsatz gefolgt werden. Das Berufungsgericht weist aber bereits darauf hin, daß die vom Kläger im Rechtsstreit vorgelegten Abhandlungen über die "Cellulitis" in ganz verschiedenen nichtwissenschaftlichen Zeitschriften veröffentlicht worden sind. Daß der "S[REDACTED]" in einem Archiv über diese Veröffentlichungen greifbar verfügte, ist nach nicht beanstandeter Meinung des Berufungsgerichts nicht dargetan. Das gilt nach dem Berufungsurteil auch für die Abhandlung des Dr. Mal[REDACTED] in der französischen Zeitschrift "G[REDACTED]"; sie ist in Frankreich in französischer Sprache erschienen; die Ausgabe, in der die Abhandlung veröffentlicht ist, war in der Werbeanzeige nicht angegeben. Auch in diesem Zusammenhang gewinnt die Erwägung Bedeutung, daß der Verfasser und die Redaktion ohne Verschulden damit rechnen konnten, daß die Mainzer Zentrale die einschlägige Literatur zur Verfügung hatte und hierüber Auskunft erteilen würde.

5. Aus diesen Ausführungen folgt jedenfalls im Ergebnis, daß das Schadensersatzbegehren mit Erfolg auch nicht auf die Verletzung des Persönlichkeitsrechts des Klägers (§ 823 Abs. 1 BGB) gestützt werden kann.

6. Nach diesen Gründen ist auch der Klageanspruch auf Ersatz immateriellen Schadens nicht begründet.

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

Engels

Dr. Weber

Nußgens

Sonnabend

Dunz