
Datum: 20.12.2011
Gericht: Oberlandesgericht Hamm
Spruchkörper: 4. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: I-4 U 152/11
ECLI: ECLI:DE:OLGHAM:2011:1220.I4U152.11.00

Vorinstanz: Landgericht Bielefeld, 12 O 102/11

Tenor:

Die Berufung der Antragstellerin gegen das am 04. August 2011 verkündete Urteil der 3. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bielefeld zurückgewiesen.

Die Antragstellerin trägt die Kosten der Berufung.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Gründe:

I.

Die Antragstellerin stellt Einrichtungen für Nagelstudios her und insbesondere auch Staubabsaugungen zur Reinigung der Luft in solchen Studios. Der Antragsgegner ist einer der beiden geschäftsführenden Gesellschafter der G GbR, die gleichfalls Einrichtungen für Nagelstudios und dort einsetzbare Absauganlagen herstellt und vertreibt.

Im Juli 2011 erschien in der regelmäßig alle zwei Monate erscheinenden Zeitschrift C im redaktionellen Teil auf Seiten 26 und 27 ein Artikel mit dem Titel: "Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz, staubfreies Studio" (vgl. Anlage A 5). Der Artikel wird mit folgendem Text in fester Schrift eingeleitet:

1

2

3

4

5

"Feilstaub ist nicht nur lästig, weil er sich auf Oberflächen absetzt – er stellt auch ein ernstzunehmendes Gesundheitsrisiko dar. B I erläutert, weshalb eine Staubabsaugung im Nagelstudio notwendig ist, und stellt die wichtigsten Vorschriften, Normen und Empfehlungen zum Thema vor".	
Am Ende des Beitrages, der durch zwei Abbildungen einer "professionellen Untertischabsaugung mit Radialgebläsen und doppeltem Filtersystem" ergänzt wird, ist auf Seite 27 ein Lichtbild des Antragsgegners abgedruckt mit folgendem Text:	6
"B I ist geschäftsführender Gesellschafter der Firma G, die Möbel und Absaugungen für Nagelstudios entwickelt, herstellt und vertreibt."	7
Auf Seite 9 dieser Zeitschrift warb die vom Beklagten geführte G GbR mit einer bezahlten Anzeige für eine "Profi-Staubabsaugung T. Das auch bildlich dargestellte Gerät wurde wie folgt beschrieben:	8
"Staubabsaugung geprüft nach DIN EN #####-2-69 staubtechnische Prüfung	9
Großflächiges ausziehbares doppelt- bis dreifaches Lamellensystem mit Grob- und Feinstaubtrennung	10 11
Geruchsabsorbierende und hochwirksame Aktiv-Kombi-Filter mit einer Oberfläche	12
Von über 6.700 cm ² ...".	13
Die Antragstellerin hat in dem Zeitschriftenartikel zum "Staubfreien Studio" eine getarnte Werbung gesehen. Sie hat behauptet, der Antragsgegner habe diesen Artikel gemeinsam mit dem verantwortlichen Redakteur verfasst. Er sei zwar nach außen aufgemacht wie ein redaktioneller Beitrag, beeinhaltete jedoch eine verschleierte Werbung für ein bestimmtes Produkt, das das Unternehmen des Antragsgegners herstelle. Sämtliche in dem Artikel hervorgehobenen Eigenschaften, die ein dem Gesundheitsschutz dienendes Gerät angeblich aufweisen müsste, seien zugleich Eigenschaften der auf Seite 9 der Zeitschrift beworbenen Anlage zur Staubabsaugung der G GbR. Die im Artikel vorgenommene Abbildung einer Profi-Staubabsaugung auf Seite 27 entspreche genau der Abbildung des im Werbeteil auf Seite 9 beworbenen Produktes. Die Abbildung setze sich im Unterbewusstsein des Lesers fest und werde später mit der Abbildung der Anlage im redaktionellen Teil in Verbindung gebracht.	14
Die Antragstellerin hat beantragt,	15
es dem Antragsgegner unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr durch Mitwirkung an der Veröffentlichung redaktioneller Beiträge zu werben wie in dem Beitrag	16 17 18
"Staubfreies Studio, Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz" (gemäß der Veröffentlichung in der Zeitschrift C.	19 20
Der Antragsgegner hat beantragt,	21
den Antrag zurückzuweisen.	22
	23

Er hat behauptet, er habe unter der redaktionellen Verantwortung des zuständigen Redakteurs Dirk Täuber lediglich technische Details zu dem Artikel beigetragen. Es handele sich somit um einen redaktionellen Beitrag des Verlages, der auch keinerlei verschleierte Werbung beinhalte. Der Artikel weise sachlich und zutreffend auf das Erfordernis einer Staubabsaugung, die dafür geltenden technischen Normen und die Beschaffenheit der darin eingebauten Filter hin. Es sei kein Werbebezug zu den von der G GbR vertriebenen Produkten erkennbar.

Das Landgericht hat den Antrag auf Erlass der einstweiligen Verfügung durch Urteil zurückgewiesen. Es hat zur Begründung ausgeführt, dass der Antragsgegner in dem beanstandeten Zeitschriftenartikel nicht dessen Werbecharakter verschleiert habe. Auch wenn der Antragsgegner den Artikel gemeinsam mit dem zuständigen Redakteur verfasst haben sollte, ergebe sich deshalb kein Unterlassungsanspruch gegen ihn aus §§ 8, 3, 4 Nr. 3 UWG. Das Landgericht hat insoweit näher ausgeführt, dass in dem Artikel objektiv über das Erfordernis einer Staubabsaugung in Nagelstudios sowie die maßgeblichen Vorschriften, technischen Normen und Empfehlungen berichtet werde. Auf die Vorteile eines zweifachen Filtersystems sei unter Hinweis auf die maßgebliche Din-Norm abstrakt hingewiesen worden, ohne auf die Produkte bestimmter Hersteller zu verweisen. Auch im Hinblick auf weitere empfohlene Ausstattungsmerkmale werde kein Hersteller benannt. Der verständige Leser verstehe den Bericht als Empfehlung, darauf zu achten, dass ein Gerät über die genannten Ausstattungsmerkmale verfüge, nicht als Herausstellung eines Produkts der Firma G. Ein Werbebezug könne insbesondere auch nicht aus der Ablichtung der professionellen Absauganlage auf Seite 27 der Zeitschrift hergeleitet werden, weil dieses Gerät weder ein Markenzeichen noch einen anderen Hinweis auf den Hersteller dieses Gerätes enthalte. An einer Verschleierung von Werbung fehle es auch schon deshalb, weil dem Leser der Zeitschrift bereits in der Einleitung des Artikels klar gemacht werde, dass der Antragsgegner zu den beschriebenen Problemen Stellung genommen habe. Am Ende werde erläutert, dass der Antragsgegner geschäftsführender Gesellschafter einer Firma sei, die Möbel und Staubabsaugungen für Nagelstudios vertreibe. Angesichts dieser Erläuterungen erwarte der Leser hier überhaupt keinen rein objektiv-kritischen und von keinerlei gewerblichen Interessen geleiteten unabhängigen Redaktionsbeitrag und werde deshalb auch nicht getäuscht.

24

Die Antragstellerin greift das Urteil mit der Berufung an. Sie meint, der streitgegenständliche Artikel stelle sich nicht nur als ein redaktioneller Bericht dar, sondern auch als Werbung. Zwar informiere er auch darüber, weshalb eine Staubabsaugung in Nagelstudios notwendig sei. Er werbe aber zugleich auch für das Produkt des Antragsgegners. So werde zum Auffangen der gefährlichen Feinstäube ein zweifaches Filtersystem mit Grob- und Feinfiltern für empfehlenswert gehalten, wobei zum Ausfiltern von Gasen, Dämpfen und Gerüchen auch Aktivkohle eingesetzt werden könne. Auf der zweiten Seite des Artikels sei zudem eine professionelle Untertischabsaugung mit Radialgebläsen und doppeltem Filtergebläse abgebildet. Sämtliche in dem Artikel herausgestellten Eigenschaften fänden sich in der auf Seite 9 der Zeitschrift beworbenen und beschriebenen Profi-Staubabsaugung "T der Firma G wieder. Diese weise neben der angeblich erforderlichen Prüfung nach der DIN-Norm gerade ein großflächiges ausziehbares doppelt- bis dreifaches Lamellensystem mit Grob- und Feinstaubtrennung auf. Sie verfüge über geruchsabsorbierende und hochwirksame Aktivkohle-Kombi-Filter und ein "extrem langlebiges Metall-Radialgebläse" mit Alu-Laufrädern. Das in der Werbung abgebildete Produkt entspreche genau der im Artikel beispielhaft abgebildeten Staubabsaugung, die in der Bildunterschrift auch ein Radialgebläse anpreise. Gerade dieser Verweis auf eine Eigenschaft des zuvor beworbenen Produkts der G stehe in keinem Bezug zum Inhalt des redaktionellen Textes, sondern diene nur dazu, einen

25

Bezug zu der vorausgegangenen Werbung herzustellen. Der Leser, dem der Artikel als objektiv redaktioneller Beitrag mit Informationen über den Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz erscheine, werde über die abgebildete Staubabsaugung zum Kauf des zuvor beworbenen Produkts des Antragsgegners angeregt. Dadurch, dass der Antragsgegner die Informationen über sein Produkt "T in den redaktionell anmutenden Text einfließen lasse, verfolge er das Ziel der Absatzförderung, das eine Werbung ausmache. Es werde in dem Artikel gerade nicht der Kauf einer Absauganlage mit bestimmten Eigenschaften gleich welchen Herstellers empfohlen, sondern es gehe eindeutig um eine geschickt getarnte Kaufempfehlung für die Produkte des Antragsgegners. Die Antragstellerin behauptet dazu, dass es überhaupt keine anderen Hersteller gebe, die über vergleichbar ausgestattete Produkte verfügten und dass diese Tatsache dem Antragsgegner bewusst gewesen sei.

Diese Werbung für die Produkte des Antragsgegners, die auch das Landgericht G2 im Verfahren ## # ## / ## als eine solche angesehen habe, werde auch verschleiert im Sinne von § 4 Nr. 3 UWG. Grundlage des wettbewerbsrechtlichen Unwerturteils sei die mit einer solchen Werbung verbundene Gefahr der Irreführung oder unangemessenen Beeinflussung des durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Lesers. Dieser erwarte im redaktionellen Teil einer Zeitschrift im Allgemeinen eine objektiv-kritische, nicht von gewerblichen Interessen geleitete Information als Beitrag zur Unterrichtung und Meinungsbildung. Einem solchen Beitrag werde regelmäßig größere Beachtung zugeschrieben als werbenden Äußerungen eines Unternehmens. Deshalb seien an die Kennzeichnung als Werbung hohe Anforderungen zu stellen, wenn ein Werbetext als redaktionelle Werbung aufgemacht sei. Das sei hier aber angesichts der Überschrift des Beitrages und des in einem üblichen Fließtext gehaltenen Schrifttyps der Fall. Deshalb liege eine Irreführung des Lesers selbst dann vor, wenn der anschließende Text den Werbecharakter klarstelle. Das sei hier aber noch nicht einmal der Fall. Allein die Nennung des Namens des werbenden Unternehmens reiche zur Klarstellung nicht aus. Das gelte umso mehr, wenn wie hier erst am Ende des Artikels erläutert werde, um wen es sich bei dem zu Anfang namentlich genannten Antragsgegner handele und warum dieser eigene geschäftliche Interessen verfolgen könnte. Zu diesem Zeitpunkt habe die mit dem Text verfolgte Werbung bereits ihren Zweck erfüllt, weil der Leser beim Lesen angenommen habe, der Text wolle ihn objektiv über den entsprechenden Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz informieren. Eine ausdrückliche Kennzeichnung mit Worten wie "Werbung" oder "Anzeige" fehle hier gerade.

Mit Schriftsatz vom 12. Dezember 2011 behauptet die Antragstellerin erstmals, dass der Artikel eine sachlich falsche Darstellung enthalte, weil der Eindruck erweckt werde, dass nur Staubabsaugungen, die nach einem speziellen Prüfverfahren entsprechend der DIN EN #####-2-69 geprüft worden seien, in Nagelstudios eingesetzt werden dürften. Tatsächlich sei eine solche Prüfung aber nicht zwingend vorgeschrieben, weil die DIN für Industriestaubabsaugungen gelte, nicht aber für so kleine Geräte wie die hier in Rede stehenden Absauganlagen in Nagelstudios.

Die Antragstellerin beantragt,
das angefochtene Urteil abzuändern und dem Antragsgegner unter
Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu untersagen,
im geschäftlichen Verkehr durch Mitwirkung an der Veröffentlichung
redaktioneller Beiträge zu werben, wenn dies geschieht wie in dem Beitrag

"Staubfreies Studio, Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz" (gemäß der	33
Veröffentlichung in der Zeitschrift C).	34
Der Antragsgegner beantragt,	35
die Berufung zurückzuweisen.	36
Der Antragsgegner meint, § 4 Nr. 3 UWG sei schon deshalb nicht anwendbar, weil der streitgegenständliche Artikel keinen Werbecharakter einer geschäftlichen Handlung aufweise, der verschleiert worden sein könnte. Schon der Einleitungssatz des Artikels mache deutlich, dass der aufmerksame Leser darüber informiert werden solle, weshalb eine Staubabsaugung in Nagelstudios nach der Auffassung des Artikelverfassers notwendig sei. Die gesamte Darstellung geschehe in beschreibend abstrakter Weise, ohne dass dabei ein Produkt bestimmter Hersteller oder aus dem Hause des Antragsgegners ausdrücklich oder mittelbar empfohlen würde. Nach Benennung von Gefahren und gesundheitlichen Risiken werde allgemein auf arbeitsrechtliche Vorschriften, abstrakt auf technische Möglichkeiten zur Gefahrenabwehr und ebenso abstrakt auf Ausstattungsmerkmale geeigneter Geräte hingewiesen. Zum Kauf empfohlen werde ein Gerät, das diese Ausstattungsmerkmale aufweise. Auf ein Produkt der G werde an keiner Stelle Bezug genommen. Auch die Abbildung der professionellen Untertischabsaugung enthalte keinen Hinweis auf dieses Unternehmen. Der Artikel weise somit insgesamt auf nichts hin, das auf Werbung schließen ließe. Der aufmerksame Leser stelle auch keinen Bezug zwischen dem Artikel mit der Abbildung auf Seite 27 und der bereits auf Seite 9 viel weiter vorne abgedruckten Werbeanzeige der G GbR her. Die in der Werbung herausgestellten Eigenschaften fänden sich nur teilweise in den im Bericht beschriebenen Eigenschaften wieder. Zum Radialgebläse und zu den Alu-Laufrädern sei dort nichts gesagt. Das gesamte Magazin sei zudem mit Werbung überfrachtet, so dass eine einzelne Werbeaussage überhaupt nicht auffalle und im Gedächtnis behalten werde. Aus Sicht des verständigen Durchschnittslesers könne aus dem Artikel genauso eine Kaufempfehlung für Produkte der Antragstellerin herausgelesen werden, die ja ebenfalls ein staubfreies Arbeiten am Arbeitsplatz ermöglichen sollten. Das Landgericht G2 habe nicht ausgeführt, dass der Artikel für bestimmte Produkte der Firma G werbe. Es habe vielmehr gemeint, dass nur dann eine irrige Vorstellung über den Verfasser der Information entstehen könne, wenn die Darstellung entweder sachlich unzutreffend sei oder der Beitrag eine übermäßig werbende Herausstellung eines Produkts enthalte. Eine irrige Vorstellung über den Verfasser scheide hier aber aus, da der Antragsgegner als Verfasser genannt werde und am Ende des Beitrages auf seine Stellung bei der G hingewiesen werde. Für den aufmerksamen Leser sei damit klar, dass der Antragsgegner als Gesellschafter eines Betriebes, der Staubabsaugungen für Nagelstudios herstelle und vertreibe, generell über solche Produkte und über ihre Vorzüge schreibe. Der Antragsgegner bestreitet eine falsche Darstellung in Zusammenhang mit der Aussage über das nach der DIN erforderliche Prüfungsverfahren, das sein Gerät auch tatsächlich durchlaufen habe. Insoweit habe er mit einer Quellenangabe deutlich erkennbar auch nur die Grundsätze zur Prüfung von Filtern für die Verwendung in staubbeseitigenden Maschinen und Geräten des Berufsgenossenschaftlichen Instituts für Arbeitsschutz (BIA) wiedergegeben.	37
Mit Schriftsatz vom 8. Dezember 2011 legt der Antragsgegner das Urteil des Landgerichts G2 vom 1. Dezember 2011 -11 O 43 / 11 vor.	38
II.	39
	40

Die Berufung der Antragstellerin ist unbegründet. Dieser steht kein Unterlassungsanspruch gegen den Antragsgegner wegen dessen Mitwirkung an der Veröffentlichung des streitgegenständlichen Beitrages über ein "staubfreies Studio" in der Zeitschrift C zu.

- 1) Es kann dahingestellt bleiben, ob der Antrag im Sinne des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO bestimmt genug ist. Er macht jedenfalls deutlich, dass es um die Mitwirkung des Antragsgegners bei der Veröffentlichung eines bestimmten redaktionellen Beitrages in der Zeitschrift C geht. Nur der Antragsgegner wird auf Unterlassung in Anspruch genommen, nicht etwa das Presseunternehmen, das nach eigenen Angaben für die Veröffentlichung verantwortlich zeichnet. Soweit der Antrag auf den zwischen den Parteien umstrittenen Umstand abstellt, ob es sich bei der Veröffentlichung um Werbung für die G GbR handeln könnte, wäre das jedenfalls dann unschädlich, wenn neben dem beanstandeten redaktionellen Beitrag als konkrete Verletzungshandlung auch die auf Seite 9 abgebildete Werbeanzeige der G GbR in den Antrag einbezogen worden wäre. Der Senat hat insoweit auf eine abschließende Klarstellung aber nicht hingewirkt, weil die Berufung in der Sache keinen Erfolg hat. 41
- 2) Der erforderliche Verfügungsgrund ist hier gegeben. Die Dringlichkeit wird angesichts des behaupteten Wettbewerbsverstoßes des Antragsgegners nach § 12 Abs. 2 UWG vermutet. Diese Vermutung ist auch nicht widerlegt. Nach der eidesstattlichen Versicherung des Ehemanns der Antragstellerin hat dieser am 11. Juli 2011 Kenntnis von dem später beanstandeten Artikel erlangt (Anlage A 3). Die Abmahnung des Antragsgegners erfolgte am 19. Juli 2011. Am 25. Juli 2011, also sehr zeitnah und weit vor Ablauf eines Monats nach Kenntnisnahme, ging schon der Verfügungsantrag beim Landgericht ein. 42
- 3) Der Antragstellerin steht aber der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 1, 3, 4 Nr. 3 UWG gegen den Antragsgegner nicht zu. 43
- a) Die Antragstellerin ist als Mitbewerberin der G GbR, also des Unternehmens, das der Antragsgegner als geschäftsführender Gesellschafter durch seine Mitwirkung an der Veröffentlichung des streitgegenständlichen Artikels gefördert haben soll, antragsbefugt und aktivlegitimiert. Sowohl die Antragstellerin als auch die G bieten den umworbenen Nagelstudios Einrichtungen und insbesondere auch Staubabsaugungen an. 44
- b) Voraussetzung für einen Wettbewerbsverstoß des Antragsgegners nach § 4 Nr. 3 UWG ist weiter eine geschäftliche Handlung mit Werbecharakter. Bei dem beanstandeten Artikel handelt es sich nach Aufmachung und Stellung zwar eindeutig um einen redaktionellen Beitrag des Verlages I1, der auch die Verantwortlichkeit für diesen als Fachartikel übernommen hat (Bl.44). Weder der Antragsgegner noch das Unternehmen, das gefördert werden könnte, haben die Veröffentlichung in Auftrag gegeben oder gar bezahlt. 45
- c) Der Antragsgegner hat aber an der streitgegenständlichen Presseveröffentlichung mitgewirkt, indem er dem Presseunternehmen Informationen über technische Details erteilt hat. Die Weitergabe der Informationen, mit deren Veröffentlichung der Antragsgegner rechnen musste, stellt sich hier auch als eine geschäftliche Handlung 46
- seinerseits dar. Dem Antragsgegner ging es nicht nur um die Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz in den betreffenden Nagelstudios, sondern gerade auch um eine Absatzförderung dadurch, dass er Staubabsaugungen mit Grob- und Feinfilter sowie zusätzlichem Aktivkohlefilter, die in dem von ihm geführten Unternehmen hergestellt und vertrieben wurden, als empfehlenswert im Sinne eines staubfreien Studios und damit der Gesundheit der dort arbeitenden Personen darstellte. Dadurch sollten und konnten 47

Nagelstudios sowohl auf die Probleme als auch auf die empfohlenen Produkte als Lösungsmöglichkeit aufmerksam gemacht werden. Auch wenn die G GbR im Text des Artikels nicht erwähnt wird, wird angesichts der Vorstellung des Antragsgegners als maßgeblicher Informant dem durchschnittlichen Leser klar, dass das Unternehmen, als dessen geschäftsführender Gesellschafter der den Verlag informierende Antragsgegner am Ende vorgestellt wird, solche empfehlenswerten Staubabsaugungen herstellen kann. Das reicht schon aus, um eine Absatzförderung zu bejahen. Auch für das Vorliegen eines Werbecharakters in Form eines geschäftlichen Charakters der Mitwirkung des Antragsgegners an der Veröffentlichung bedarf es angesichts des weiten Begriffs (vgl. Köhler/Bornkamm, UWG, 29. Auflage, § 4 Rdn. 3.10) keiner großen Anforderungen. Stellt sich die Darstellung der Produkte, die auch das Unternehmen des Antragsgegners herstellt, als geschäftliche Handlung dar, so hat sie im Allgemeinen auch geschäftlichen Charakter in diesem Sinne. Der Antragsgegner gibt hier weder als Privatmann technischen Rat noch als völlig unabhängiger Sachverständiger. Die Informationserteilung ist von einer bestimmten Förderung des Absatzes des Unternehmens nicht zu trennen, die auch aus Sicht des Antragsgegners keinesfalls unwillkommen ist.

d) Ein solcher geschäftlicher Charakter der Veröffentlichung wird hier durch das verantwortliche Presseorgan, die I1, aber nicht verschleiert. Deshalb kann die Mitwirkung an der Veröffentlichung auch dem Antragsgegner nicht als getarnte Werbung für das von ihm geführte Unternehmen zugerechnet werden.

48

aa) Eine Verschleierung setzt voraus, dass ein redaktioneller Text mit Werbung für ein bestimmtes Unternehmen vermischt wird, ohne dass das für den Leser des Textes erkennbar wird. Eine solche redaktionelle Werbung kann dann zu einer Irreführung des Lesers beitragen, der dann fälschlicherweise eine objektive Berichterstattung erwartet. Dieser würde er aber weit mehr Bedeutung für seine eventuelle Kaufentscheidung beimessen als einer Werbung von einem bestimmten Unternehmen oder in dessen Interesse. Schon die Voraussetzungen für eine solche getarnte Werbung liegen hier aber nicht vor. Es handelt sich zunächst nicht etwa um eine bezahlte oder sonstwie in Auftrag gegebene Anzeige in Form eines redaktionellen Beitrags. Es wird auch keine unabhängige Berichterstattung durch I1 nur vorgetäuscht, weil das Presseunternehmen in irgendeiner Form von der G GbR oder dem Antragsgegner abhängig sein könnte. Dafür spricht nichts. Die Tatsache, dass G in der Zeitschrift gelegentlich oder sogar häufig Anzeigen schaltet, kann zur Begründung einer solchen Abhängigkeit gerade nicht genügen. Es ist auch nirgendwo ersichtlich, dass sich die I1 nicht ernsthaft um eine objektive Berichterstattung bemüht hätte. Getarnte Werbung kann allerdings auch dann vorliegen, wenn das Presseunternehmen im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung die Informationen eines Dritten weitgehend übernimmt (vgl. Köhler/Bornkamm, a.a.O., § 4 Rdn. 3.22; BGH GRUR 1993, 565, 566 -Faltenglätter). Hier hat sich das Presseunternehmen im Rahmen der Berichterstattung der Unterstützung des Antragsgegners bedient, der als Fachmann zu den Fachfragen Stellung genommen hat. Das Presseunternehmen hat dann einen Redakteur mit der verantwortlichen Bearbeitung des Artikels unter Einbeziehung der vom Antragsgegner begebenen Informationen beauftragt. Auch insoweit wird aber gerade nichts verschleiert. Die Mitwirkung des Antragsgegners wird zu Anfang des Beitrags in einem durch Fettschrift hervorgehobenen Vorspann so besonders herausgestellt, dass sie nicht überlesen werden kann. Außerdem wird der Antragsgegner am Ende sogar bildlich dargestellt. Das geschäftliche Interesse des Antragsgegners wird im Rahmen des Artikels und seiner Vorstellung als Informant gerade nicht verborgen, sondern durch seine Zuordnung zu einem Herstellerbetrieb der vorgestellten Produkte deutlich gemacht. Auch die genauere Vorstellung des Antragsgegners als Informant kommt für den durchschnittlich verständigen Leser nicht zu spät. Eine solche Bild-Information erst am Ende

49

eines Artikels ist schon deshalb unbedenklich, weil sie allgemein in solchen Fachzeitschriften üblich ist. Hinzu kommt, dass der gesamte Artikel nebst Vorspann und abschließender Bild-Information bei aufgeschlagener Zeitschrift auf den Seiten 26 und 27 mit einem Blick erkennbar ist. Es bedarf insoweit gerade keines Umblätterns, um näher über den Antragsgegner informiert zu werden. Gerade auch die Stellung des Antragsgegners als geschäftsführender Gesellschafter bei der G ist vom Presseunternehmen ausdrücklich offengelegt worden. Der Artikel ist von seiner Aufmachung her nüchtern und vermeidet alle direkten Bezüge zu den Produkten der G. Der Name solcher Produkte wird an keiner Stelle genannt. Die bildliche Darstellung der professionellen Staubabsaugung ist zwar eine Darstellung des Produkts U der G, aber sie wird im Rahmen der Berichterstattung auch nicht als solche bezeichnet. Es handelt sich vielmehr um einen Beispielsfall für ein empfohlenes Gerät mit der beschriebenen Ausstattung, das an dieser Stelle nicht näher vorgestellt wird. Ohne gesonderten Hinweis wäre es reiner Zufall, wenn der Leser das viele Seiten vorher im Rahmen einer Werbung schon einmal abgebildete Gerät dem Artikel zuordnen würde. Art und Weise der Darstellung des Artikels sind somit insgesamt nicht so geartet, dass in den Augen des durchschnittlich informierten Lesers gerade bestimmte Produkte der G besonders herausgestellt werden (vgl. Köhler/Bornkamm, a.a.O. § 4 Rdn. 3.27).

Es ist auch schon nicht ausreichend vorgetragen, jedenfalls aber nicht glaubhaft gemacht, dass sich die in dem Bericht erteilten Informationen zwangsläufig nur auf ein Gerät der G beziehen konnten. Der Antragsgegner stellt das in Frage und behauptet, dass die Antragstellerin gleichfalls Geräte mit Grob- und Feinfilter und neuerdings sogar mit einem Aktivkohlefilter anbiete, die aus der entscheidenden Sicht der Leser die im Artikel genannten Voraussetzungen erfüllen würden. Demgegenüber hat die Antragstellerin schon nicht dargelegt, aus welchen genauen Gründen die angesprochenen Leser glauben könnten, nur G-Geräte könnten für das erforderliche staubfreie Studio sorgen. Mit der Berichterstattung über Gesundheit am Arbeitsplatz, die in der Zeitschrift serienmäßig erfolgt, gab es auch einen objektiv nachvollziehbaren Anlass, den Antragsgegner als technischen und betrieblichen Fachmann die interessierten Leser über die Möglichkeit informieren zu lassen, wie man in Übereinstimmung mit den technischen Normen für eine fachgerechte Staubabsaugung im Nagelstudio im Interesse der Gesundheit der dort Beschäftigten und Kunden und damit für ein staubfreies Studio sorgen kann. Die objektiven Anhaltspunkte lassen somit einen Schluss auf eine Vortäuschung einer unabhängigen Berichterstattung nicht zu.

50

bb) Es kommt hinzu, dass nicht erkennbar ist, wieso der Antragsgegner für eine solche redaktionelle Berichterstattung verantwortlich gemacht werden könnte. Er hat nur insofern an der Veröffentlichung mitgewirkt, dass er der Fachpresse technische Informationen zur Verfügung gestellt hat. Als Informant der selbst verantwortlich berichtenden Presse könnte er für eine getarnte Werbung wettbewerbsrechtlich nur dann verantwortlich gemacht werden, wenn die von ihm gegebenen Informationen entweder sachlich nicht zutreffend waren oder wenn er damit rechnen musste, dass seine Informationen verfälscht oder sonstwie irreführend in dem Presseorgan erscheinen würden (Harte/Henning/Frank, Wettbewerbsrecht, 2. Auflage, § 4 C (Nr.3) Rdn. 111 und 112 mit Hinweis auf BGH GRUR 1993, 561, 563 –Produktinformation I, GRUR 1994, 819, 820 -Produktinformation II, GRUR 1996, 71 –Produktinformation III). Diese Voraussetzungen liegen hier auch nicht vor. So ist nichts dafür ersichtlich, dass und warum die dem Presseunternehmen vom Antragsgegner erteilten Informationen zum Erfordernis der Staubabsaugung, zu den technischen Anforderungen und zu den Eigenschaften des doppelten Filtersystems nicht zutreffend sein könnten. Soweit die Antragstellerin mit dem letzten Schriftsatz erstmals vorgetragen hat, die Darstellung des Antragsgegners sei insofern unrichtig, als sie den Eindruck erwecke, die Staubabsaugungen, die nicht nach der DIN #####-260 geprüft worden seien, dürften in

51

Nagelstudios nicht verwendet werden, fragt sich schon, ob dieser neue Vortrag, soweit er sich auf Tatsachen bezieht, im Hinblick auf § 531 Abs. 2 ZPO noch berücksichtigt werden könnte. Wenn das der Fall wäre, so hätte die Antragstellerin jedenfalls eine solche tendenziell unrichtige Darstellung des Antragsgegners nicht glaubhaft gemacht. Der Antragsgegner hält die Darstellung nach wie vor für richtig und weist darauf hin, dass er im Hinblick auf die Erforderlichkeit der Überprüfung der Filterelemente ein Zitat des BIA übernommen habe. Er habe den subjektiven Eindruck gehabt, dass jedenfalls das Gerät der G entsprechend geprüft und damit als sicher befunden worden sei. Woher der Antragsgegner gewusst haben sollte, dass die DIN #####-269 für solche kleinen Staubabsaugungen wie die für Nagelstudios nicht gelten sollte, ist schon nicht vorgetragen. Es ergibt sich nichts dafür, dass der Antragsgegner die technische Frage der Erforderlichkeit einer Prüfung nach der genannten DIN-Norm gerade mit Blickrichtung auf die Produkte der G bewusst unrichtig dargestellt haben könnte, um diese in einem besonders günstigen Licht aufscheinen zu lassen. Schließlich spricht auch nichts dafür, dass der Antragsgegner im Rahmen der Erteilung der entsprechenden Informationen damit rechnen konnte oder gar musste, dass der die Zeitschrift herausgebende Verlag I1 seine Informationen in wettbewerbsrechtlich erheblicher Form zu Gunsten der G verfälschen könnte. Dazu reicht es nicht aus, dass sich eine solche Veröffentlichung objektiv günstig für die Firma G als Anbieterin eines so empfehlenswerten Produkts auswirken konnte.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

52

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus §§ 708 Nr. 10,

53

711, 713 ZPO.

54