
Datum: 10.04.2014
Gericht: Oberlandesgericht Hamm
Spruchkörper: 4. Zivilsenat
Entscheidungsart: Beschluss
Aktenzeichen: 4 U 155/13
ECLI: ECLI:DE:OLGHAM:2014:0410.4U155.13.00

Vorinstanz: Landgericht Bochum, 14 O 137/13

Tenor:

Es handelt sich um einen Hinweisbeschluss.

weist der Senat die Parteien darauf hin, dass beabsichtigt ist, die Berufung gemäß § 522 Abs. 2 ZPO zurückzuweisen, weil die Berufung keine Aussicht auf Erfolg hat, die Sache keine grundsätzliche Bedeutung hat, eine Entscheidung zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung nicht erforderlich und eine mündliche Verhandlung nicht geboten ist. 1

Die streitgegenständliche Werbeanzeige in der Zeitung „X“ verstößt gegen die Grundsätze über die inhaltlichen und gestalterischen Anforderungen bei einer Werbung mit einem Testergebnis. 2

1. Die Werbeanzeige enthält eine Werbung mit einem Testergebnis. Es spricht bereits vieles dafür, dass eine Werbung mit einem Testergebnis immer dann vorliegt, wenn in einer Werbeanzeige – an welcher Stelle und in welchem Zusammenhang auch immer – ein Hinweis auf ein Testergebnis für das beworbene Produkt enthalten ist, handelt es sich doch bei einer Werbeanzeige um eine bewusste Zusammenstellung und Anordnung von textlichen, bildlichen und sonstigen gestalterischen Elementen mit dem Ziel einer größtmöglichen verkaufsfördernden Wirkung für das beworbene Produkt. Überdies führt aber auch eine Einzelfallbetrachtung hier zu dem Ergebnis, dass die streitgegenständliche Werbeanzeige eine Werbung mit einem Testergebnis enthält. Zur Vermeidung von Wiederholungen verweist der Senat hierzu auf die zutreffenden Ausführungen in den Entscheidungsgründen des angefochtenen Urteils (S. 5 UA, mittlerer Absatz). 3

2. Werden in eine Werbung Angaben über Testurteile aufgenommen, müssen diese Angaben leicht und eindeutig nachprüfbar sein (BGH, GRUR 2010, 248; 1991, 679). Dies setzt zum einen voraus, dass eine Fundstelle für das Testergebnis angegeben wird, und zum anderen, dass die Fundstellenangabe für den Verbraucher aufgrund der Gestaltung der Werbung leicht auffindbar ist (BGH, GRUR 2010, 248). Der Senat folgt hierbei der Auffassung des Kammergerichts (KG, Urteil vom 14.09.1993 – 5 U 5035/93 –, BeckRS 2011, 05592), dass eine nicht ausreichend deutlich lesbare Fundstellenangabe einer fehlenden oder nicht leicht auffindbaren Fundstellenangabe gleichzusetzen ist, denn auch eine nicht ausreichend deutlich lesbare Fundstellenangabe erfüllt nicht den verfolgten Zweck, die leichte und eindeutige Nachprüfbarkeit der Angaben über Testurteile zu gewährleisten (KG, a.a.O.).

Der Beklagten ist zuzugeben, dass angesichts der neueren Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes (BGH, Urteil vom 07.03.2013 – I ZR 30/12 –, BeckRS 2013, 11007) vieles dafür spricht, dass die vom Bundesgerichtshof für den Bereich des Heilmittelwerberechts entwickelten Grundsätze über die Gestaltung – namentlich die Schriftgröße – von Pflichtangaben (vgl. BGH, GRUR 1987, 301 [6-Punkt-Schrift]; GRUR 1988, 68 [Lesbarkeit I]) außerhalb des Heilmittelwerberechts keine Geltung beanspruchen können. Entscheidend dürfte vielmehr eine Prüfung des Einzelfalles sein, bei der es darauf ankommt, ob die Fundstellenangabe für das Testurteil von einem Verbraucher mit normaler Sehkraft aus angemessener Entfernung ohne Hilfsmittel und ohne Mühe gelesen werden kann (so z.B. für das Preisangabenrecht BGH, Urteil vom 07.03.2013 – I ZR 30/12 –, BeckRS 2013, 11007, zu § 1 Abs. 6 Satz 2 PAngV). Hierbei können im konkreten Einzelfall neben der Schriftgröße auch das Druckbild, die Gliederung der Werbung, das Papier, die Farbe oder der Hintergrund von Bedeutung sein (vgl. BGH, a.a.O.).

Einer solchen Einzelfallprüfung hält die Fundstellenangabe in der streitgegenständlichen Zeitungsanzeige nicht stand. Bereits das Landgericht hat in den Entscheidungsgründen des angefochtenen Urteils ausgeführt, dass es den Mitgliedern der erkennenden Kammer wegen der geringen Schriftgröße überwiegend nicht gelang, die Fundstellenangabe zu lesen. Die Mitglieder des Senats mussten ebenfalls feststellen, dass die Fundstellenangabe auch für einen Zeitungsleser mit normaler Sehkraft nur unter Schwierigkeiten oder besonderen Anstrengungen, die über die normale Beanspruchung des Sehsinnes beim Lesen einer Zeitung hinausgehen, entzifferbar ist.

Der Beklagten wird Gelegenheit gegeben, innerhalb von zwei Wochen nach der Zustellung dieses Beschlusses zu den Hinweisen Stellung zu nehmen und mitzuteilen, ob die Berufung aus Kostengründen zurückgenommen wird.