

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	5
<b>1. Kapitel: Einleitung und Gang der Darstellung</b>	19
I. Einleitung	19
1. Der Warentest	19
2. Die Bedeutung des Warentests	20
3. Die rechtliche Bewertung der Warentestberichterstattung als Teil der kritischen Wirtschaftsberichterstattung	20
4. Der ökologische Warentest	21
5. Fragestellung	22
II. Gang der Darstellung	22
<b>2. Kapitel: Die Entstehung des Warentestwesens in Deutschland und seine Hintergründe</b>	27
I. Die Situation der Verbraucher in Deutschland nach dem Ende des 2. Weltkriegs	27
II. Das Aufkommen des Verbraucherschutzgedankens und die deutsche Verbraucherbewegung	31
1. Ausgangslage des Verbraucherschutzes in Deutschland nach dem zweiten Weltkrieg	31
2. Entstehung der Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände e. V. (AGV) als erste moderne Verbraucherschutzorganisation	33
3. Einflüsse auf die deutsche Verbraucherpolitik aus den USA	35
4. Zwischenergebnis	36
III. Entstehung des Warentests als neue Form der Verbraucher- aufklärung und Berichterstattung	36
1. Die ersten Warentests in den USA	36
2. Die ersten Warentests in Europa	38
3. Die Entstehung des Warentests in Deutschland und die ersten Warentestprozesse	40
a. Die Warentests der AGV	40
b. Reaktionen der Wirtschaft auf den Warentest	41
c. Der ersten Warentestprozess in Deutschland	43
d. Die Auseinandersetzungen um die Warentests der DM	45
IV. Die Entstehung der Stiftung Warentest	49
1. Die Gründung der Stiftung Warentest	49
2. Die Satzung der Stiftung Warentest	50

a. Unabhängigkeit	50
aa. Kontrolle	50
bb. Anzeigenfreiheit	51
b. Beteiligung	52
c. Finanzierung	54
d. Testpraxis und -veröffentlichung	55
3. Die Publikationen der Stiftung Warentest	56
4. Die Bedeutung der Stiftung Warentest	59
5. Reaktionen der Wirtschaft auf die Stiftung Warentest	60
<b>3. Kapitel: Die Diskussion um die Zulässigkeit des Warentests</b>	<b>61</b>
I. Entwicklung der Rechtsprechung zur kritischen Wirtschaftsberichterstattung	61
1. Die Rechtsprechung des RG	61
2. Die frühe Rechtsprechung des BGH – <i>Constanze I</i>	62
3. Reaktionen der Literatur auf die Rechtsprechung des BGH	64
4. Die Wende der BGH-Rechtsprechung	66
5. Reaktionen der Literatur auf die Wende der BGH-Rechtsprechung	70
6. Die Bedeutung für den Warentest	71
II. Der Warentest in der Rechtsprechung der Instanzgerichte	72
1. Vorhergehende Warenkritik-Fälle	72
2. Die Entscheidungen des LG Düsseldorf zu den Warentests der DM	74
3. Die Entscheidungen des LG Köln zu den Warentests der AGV	75
4. Die Entscheidungen zu den Automobiltests der DM	76
5. Entwicklung der Instanzrechtsprechung bis zu den <i>Warentest</i> -Entscheidungen des BGH	78
III. Die Kritik der Literatur an der Rechtsprechung	81
1. Verfahrensbeobachtungen durch die Literatur	81
2. Kritik an der juristischen Sonderbehandlung der Warentests	84
3. Die Anwendung des Wettbewerbsrechts auf den Warentest	91
4. Die Rechtsgrundlage des Warentests	95
5. Zulässigkeitskriterien des Warentests	101
6. Die Gesamtbewertung im Warentest	106
7. Werbung mit Testergebnissen	108
8. Stellungnahme	109

<b>4. Kapitel: Bedeutung und Auswirkungen des Warentests</b>	111
1. Problemstellung	111
2. Bedeutung und Auswirkungen des Warentests hinsichtlich des Marktes	112
a. Marktwirtschaftliche Theorien als Beurteilungsgrundlage	112
b. Marktwirtschaft und Warentest	115
3. Bedeutung und Auswirkungen des Warentests hinsichtlich der Verbraucher	116
a. Der einzelne Verbraucher	116
b. Der Verbraucher im Allgemeinen	119
4. Bedeutung und Auswirkungen des Warentests hinsichtlich der Hersteller	120
a. Einfluss des Warentests auf die Absatzchancen der Hersteller	120
b. Einfluss des Warentests auf die Produktion der Hersteller	122
c. Mögliche Benachteiligung kleiner und mittelständischer Unternehmen	124
5. Kritik an den marktwirtschaftlichen Theorien zum Warentest	125
6. Stellungnahme	131
a. Theoretische und empirische Grundlagen	131
b. Veränderung der tatsächlichen Situation durch die Verbreitung der Testwerbung	133
7. Zwischenergebnis	134
<b>5. Kapitel: Die Warentest-Rechtsprechung des BGH</b>	139
I. Die erste Entscheidung des BGH zur DM	139
1. Sachverhalt	139
2. Entscheidungsgründe des BGH	142
3. Stellungnahme	144
II. <i>Warentest I – Leberwurst</i>	145
1. Sachverhalt	145
2. Entscheidungsgründe des BGH	148
3. Stellungnahme	149
III. <i>Warentest II – Skisicherheitsbindungen</i>	150
1. Sachverhalt	150
2. Entscheidungsgründe des BGH	152
3. Reaktionen der Literatur auf die Entscheidung	156
4. Stellungnahme	162

IV. <b>Warentest III</b> – Preisvergleich	165
1. Sachverhalt	165
2. Entscheidungsgründe des BGH	167
3. Stellungnahme	168
V. <b>Warentest IV</b> – Komposthäcksler	170
1. Sachverhalt	170
2. Entscheidungsgründe des BGH	171
3. Reaktionen der Literatur	175
4. Stellungnahme	178
VI. <b>Warentest V</b> – Lautsprecherboxen	179
1. Sachverhalt	179
2. Entscheidungsgründe des BGH	180
3. Stellungnahme	182
VII. <b>Warentest VI</b> – Druckerlabel	183
1. Sachverhalt	183
2. Entscheidungsgründe des BGH	184
3. Reaktionen der Literatur	186
4. Stellungnahme	186
VIII. Zwischenergebnis	187
<b>6. Kapitel: Die Anwendbarkeit des Wettbewerbsrechts auf den Warentest</b>	189
I. Eröffnung des Anwendungsbereiches des Wettbewerbsrechts	189
1. Die Voraussetzungen des UWG	191
2. Stellungnahme	191
II. Die wettbewerbsrechtliche Rechtsprechung zur kritischen Wirtschaftsberichterstattung und zum Warentest	192
1. Die geschäftliche Handlung zur Förderung des eigenen Absatzes	192
a. Förderung des eigenen Absatzes durch die Berichterstattung	193
b. Förderung des eigenen Absatzes durch den Verkauf von Anzeigen	194
aa. <i>Anzeigengeschäft</i>	194
bb. <i>Anzeigen und Warentest</i>	195
2. Die geschäftliche Handlung zur Förderung des fremden Absatzes	196
a. durch die allgemeine Berichterstattung	196
b. durch den Warentest	201
c. Kritik an der derzeitigen Rechtsprechung	204

d. Stellungnahme	207
e. Berichterstattung und Anzeigen	209
aa. <i>Das Trennungsgebot</i>	209
bb. <i>Die Platzierung der Anzeige</i>	210
cc. <i>Stellungnahme</i>	212
f. Testwerbung der Hersteller	212
III. Zwischenergebnis	214
<b>7. Kapitel: Vorgaben des Art 5 I GG – Die Anforderungen an Äußerungen im Warentest</b>	215
I. Die allgemeinen Auslegungsgrundsätze des Art. 5 I GG	215
II. Der Inhalt der Äußerung	216
1. Der Sinn der Äußerung	216
2. Der Kontext der Äußerung	218
3. Der Empfängerhorizont	220
a. Der durchschnittliche Leser	220
b. Kritik an dem geltenden Auslegungsmaßstab	221
c. Stellungnahme	223
4. Die Abgrenzung von Tatsachen und Werturteilen	225
a. Die Abgrenzungstheorien	226
aa. <i>Meinungsäußerungen</i>	226
bb. <i>Tatsachenbehauptungen</i>	228
cc. <i>Die Zweifelsregelung</i>	229
b. Die Diskussion um die Abgrenzungstheorien	230
c. Stellungnahme	232
5. Die Abgrenzung zwischen Meinungsäußerungen und Tatsachenbehauptungen im Warentest	234
a. Die Abgrenzung in den Warentest-Entscheidungen des BGH	234
b. Stellungnahme	236
c. Die Abgrenzung in der Rechtsprechung der Instanzgerichte	236
d. Die Zweifelsregelung beim Warentest	238
e. Die Abgrenzung in der Literatur zum Warentest	239
6. Sonderfälle der Abgrenzung	239
a. Die Einordnung gemischter Äußerungen	239
aa. <i>Die Behandlung gemischter Äußerungen in der Rechtsprechung</i>	239
bb) <i>Die Zweifelsregelsregelung bei gemischten Äußerungen</i>	242
cc) <i>Gemischte Äußerungen im Warentest</i>	243

dd) Kritik an der Einordnung von gemischten Äußerungen im Warentest durch die Rechtsprechung	244
ee) Stellungnahme	247
ff) Zwischenergebnis	252
b. Die Einordnung mehrdeutiger Äußerungen	252
c. Die <i>Stolpe</i> -Rechtsprechung des BVerfG	254
aa) Kritik an der <i>Stolpe</i> -Rechtsprechung	257
bb. Stellungnahme	262
cc. Zwischenergebnis	264
d. Verdeckte Tatsachenbehauptungen	264
aa. Verdeckte Tatsachenbehauptungen als Sonderfall der mehrdeutigen Äußerung	264
bb. Die verdeckte Äußerung im Warentest	265
cc. Die unvollständige Tatsachenbehauptung	267
<b>8. Kapitel: Die deliktsrechtlichen Ansprüche gegen den Warentest (Unterlassung und Schadensersatz)</b>	269
I. Rechtsschutz gegen Meinungsäußerungen, § 823 I BGB	270
1. Anwendungsbereich	270
2. Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb	270
3. Rechtswidrigkeit des Eingriffes	272
a. Auswirkungen des Art. 5 I GG	273
b. Allgemeine Grenzen	274
c. Zulässigkeitskriterien des BGH für den Warentest	275
d. Einengung der Meinungsfreiheit des Testanbieters durch die Abwägungskriterien des BGH	277
aa. Reaktionen der Literatur	277
bb. Stellungnahme	280
cc. Zwischenergebnis	286
4. Exkulpation gemäß § 831 I 2 BGB	287
5. Rechtsfolgen	288
a. Anspruch auf Unterlassung	288
aa. vorbeugender Unterlassungsanspruch	289
bb. nachträglicher Unterlassungsanspruch	290
cc. Anspruchsinhalt	291
b. Anspruch auf Schadensersatz	291
aa. Verschulden	291
bb. Kausalität des Schadens	291
cc. Anspruchsinhalt	292
6. Darlegungs- und Beweislast	293

II. Rechtsschutz gegen Ehrverletzungen, § 823 II BGB i.V.m. §§ 185 ff StGB	294
III. Rechtsschutz gegen unwahre Tatsachenbehauptungen, § 824 BGB	295
1. Tathandlung	295
2. Unwahre Tatsachen	296
3. Schädigungseignung	298
4. Rechtswidrigkeit und Verschulden	299
a. Schutz durch Art. 5 GG	299
b. Wahrnehmung berechtigter Interessen gemäß § 824 II BGB	301
5. Rechtsfolgen	305
a. Anspruch auf Unterlassung nach § 1004 BGB	305
b. Anspruch auf Schadensersatz	306
6. Darlegungs- und Beweislast	306
IV. Rechtsschutz gegen sittenwidrige Schädigung, § 826 BGB	307
V. Der Fall „Ritter Sport Voll-Nuss“	309
1. Sachverhalt	309
2. Die Entscheidung des LG München	311
3. Die Entscheidung des OLG München	315
4. Stellungnahme	320

## **9. Kapitel: Der ökologische Warentest und die Öko-Test-Berichterstattung**

<b>9. Kapitel: Der ökologische Warentest und die Öko-Test-Berichterstattung</b>	325
I. Aufladung des ökologischen Konflikts	325
1. Begriffsbestimmungen	325
2. Das Aufkommen der Umweltbewegungen	326
a. Erste umweltpolitische Strömungen in Deutschland	326
b. Entstehung der modernen Umweltbewegungen	328
II. Ökologische Berichterstattung	333
1. Die Rolle der Medien im ökologischen Konflikt	333
2. Wissenschaftspopularisierung	334
III. Die Situation der Verbraucher im ökologischen Konflikt	336
1. Angst der Verbraucher vor Gesundheitsgefahren	336
2. Ökologische Produkteigenschaften	337
IV. Die Entstehung der Zeitschrift Öko-Test	341
1. Das Konzept von Öko-Test	341
2. Inhaltliche Konzeption des Magazins	341
3. Der ökologische Warentest und seine Testpraxis	344
V. Die Entwicklung von Öko-Test	347
1. Organisation	347

2. Publikationen	348
3. Konzeption und Testpraxis	348
VI. Testpraxis und Aufbau des ökologischen Warentests bei Öko-Test	350
1. Grundsätze der Arbeitsweise des Öko-Test-Magazins	350
2. Festlegung der Themen und Testparameter	351
a. Themen	351
b. Testparameter	351
c. Grenzwerte	352
d. Untersuchungsmethoden	353
e. Auswahl und Einkauf der Testprodukte	354
f. Auswertung der Untersuchungsergebnisse und Bewertungsstruktur	354
3. Aufbau und Darstellung eines Tests	355
VII. Auflage und Leser des Öko-Test-Magazins	357
VIII. Auswirkungen von Öko-Test	359
1. Auf die Hersteller der getesteten Produkte	359
2. Auf die öffentliche Diskussion	360
3. Auf die Umsetzung des Verbraucher- und Umweltschutzes	361
4. Bedeutung des Öko-Test-Magazins	363
IX. Das Öko-Test-Label	364
X. Kritik an Öko-Test	365
XI. Öko-Test und Stiftung Warentest	367
1. Das Verhältnis der Testanbieter	367
2. Ökologische Testparameter in den Warentests der Stiftung Warentest	368
XII. Verbraucher und ökologischer Konflikt heute	369
<b>10. Kapitel: Die Anwendbarkeit der Warentest-Rechtsprechung des BGH auf die Ökotest-Berichterstattung</b>	<b>375</b>
I. Bezüge zur Stiftung Warentest in der Warentest-Rechtsprechung des BGH	375
1. Die Warentest-Rechtsprechung	375
2. Zwischenergebnis	377
II. Beschränkung der Warentest-Rechtsprechung auf die Stiftung Warentest	378
1. Aufgrund eines Sonderstatus der Stiftung Warentest wegen ihrer Funktion als staatliche Verbraucheraufklärung	378
a. Die Stiftung Warentest als staatliche Einrichtung	378

b. Stellungnahme	380
aa. <i>Keine Gründung der Stiftung als staatliche Stelle</i>	380
bb. <i>Keine staatliche Lenkung durch Einwirkungsmöglichkeiten der Bundesrepublik Deutschland als Stifterin</i>	383
cc. <i>Zwischenergebnis</i>	384
2. Aufgrund der Satzung der Stiftung Warentest	384
a. Die Satzung der Stiftung Warentest	384
b. Stellungnahme	386
3. Aufgrund ihrer besonderen Bedeutung und Stellung im Meinungsmarkt	387
a. Die Bedeutung der Stiftung Warentest	387
b. Stellungnahme	388
III. Keine Beschränkung der Warentest-Rechtsprechung auf die Stiftung Warentest	391
IV. Stellungnahme	393
V. Zulässige Rechtsform des Testanbieters	395
VI. Grundsätzliche Anwendbarkeit der Warentest-Rechtsprechung auf den ökologischen Warentest	398

## **11. Kapitel: Die äußerungsrechtliche Behandlung des ökologischen Warentests**

	401
I. Der Kontext der Äußerung	401
1. Der Gesamtkontext des ökologischen Warentests	401
2. Stellungnahme	403
II. Der Empfängerhorizont	405
1. Der Leser in der Rechtsprechung des (ökologischen) Warentests	405
2. Stellungnahme	406
3. Anwendung des wettbewerbsrechtlichen Verbraucherbegriffs auf den (ökologischen) Warentest	409
a. Der wettbewerbsrechtliche Verbraucher	409
b. Übertragung des wettbewerbsrechtlichen Auslegungsmaßstabes auf das Äußerungsrecht	411
c. Stellungnahme	413
III. Die Abgrenzung zwischen Meinungsäußerungen und Tatsachenbehauptungen im ökologischen Warentest	414
1. Allgemeine Angrenzung	414
2. Fach- und Rechtsbegriffe im ökologischen Warentest	416

<b>12. Kapitel: Das Kriterium Neutralität und der ökologische Warentest</b>	423
I. Definition des Kriteriums Neutralität	423
1. Warentest-Rechtsprechung des BGH	423
2. Abgrenzung zum Tatbestandsmerkmal der geschäftlichen Handlung im Sinne des Wettbewerbsrechts	423
3. Definitionen in der Literatur	425
4. Stellungnahme	426
II. Fehlende Neutralität des Testanbieters	427
1. Werbeanzeigen und Testanbieter	427
2. Stellungnahme	430
3. Der Fall <i>Zahnungsmittel</i>	431
4. Wirtschaftliche Verbindungen zwischen Testanbieter und Hersteller	432
III. Fehlende Neutralität des Testers. Der Fall <i>Vaterschaftstest</i>	432
1. Hintergrund des Tests	432
2. Testaufbau und Bewertungsstruktur	433
3. Testergebnis	435
4. Verfahren vor dem LG Frankfurt	435
5. Verfahren vor dem OLG Frankfurt	437
6. Verfahren vor dem Deutschen Presserat e.V.	438
7. Stellungnahme	439
IV. Fehlende Neutralität der Durchführung des Tests	440
1. Der Fall <i>Gelenkkapseln</i>	441
2. Stellungnahme	442
V. Fehlende Neutralität der Darstellung des Tests	444
VI. Zwischenergebnis	446
<b>13. Kapitel: Sachkunde und der ökologische Warentest</b>	449
I. Definition des Kriteriums Sachkunde	449
1. Warentest-Rechtsprechung des BGH	449
2. Definitionen in der Literatur	450
3. Stellungnahme	451
II. Mangelnde Sachkunde bei der Durchführung des Tests	452
1. Der Fall <i>Zahnungsmittel</i>	452
a. Die Testveröffentlichung	452
b. Parteivorbringen	453
c. Urteil des LG Hamburg	454
d. Stellungnahme	455
III. Mangelnde Sachkunde bei der Darstellung des Tests	456
1. Der Fall <i>Frischfleisch</i>	456
2. Stellungnahme	456

<b>14. Kapitel: Das sorgfältige Bemühen um objektive Richtigkeit und der ökologische Warentest</b>	457
I. Definition des Kriteriums sorgfältiges Bemühen um objektive Richtigkeit	457
1. Warentest-Rechtsprechung des BGH	457
2. Definitionen in der Literatur	457
3. Stellungnahme	459
II. Auswahl und Vergleichbarkeit der Testobjekte sowie Bewertungsstruktur	461
1. Auswahl und Vergleichbarkeit der Testobjekte	461
2. Bewertung der Testergebnisse	461
III. Der Fall <i>Salat</i>	462
1. Die Testveröffentlichung	463
2. Verfahren vor dem LG Köln	467
a. Parteivorbringen	467
b. Entscheidung des LG Köln	468
3. Verfahren vor dem OLG Köln	470
4. Stellungnahme	472
a. Anwendung der Warentest-Rechtsprechung	472
b. Auswahl der Testobjekte und Vergleichbarkeit	473
c. Strukturelle Benachteiligung in der Gesamtbewertung der Anbieter	476
d. „Gesamturteil Ladenkette“	478
e. Warentests im Bereich Qualitäts- und Sortimentstests	479
5. Zwischenergebnis	482
IV. Der Fall <i>Goleo</i>	483
1. Die Testveröffentlichung	483
2. Die Herstellerin	483
3. Inhaltsstoff und Testumfang	484
a. Dibutylzinn	484
b. Testumfang	486
4. Fragestellung	487
5. Parteivorbringen	488
a. Herstellerin	488
b. Öko-Test	490
6. Verfahrensgang	491
a. Einstweiliges Verfügungsverfahren	491
aa. Landgericht Coburg	491
bb. OLG Bamberg	493
b. Schadensersatzverfahren	493
7. Stellungnahme	496

V. Der Fall <i>Shrimps</i>	500
1. Sachverhalt (gekürzt)	500
a. Die Vorbereitung der Testveröffentlichung	500
b. Chloramphenicol und Testmethode	500
2. Fragestellung	502
3. Parteivorbringen der Herstellerin	503
4. Einstweiliges Verfügungsverfahren	503
5. Stellungnahme	506
a. Rechtsgrundlage der Entscheidung	507
b. Ermessensspielraum des Testanbieters hinsichtlich der Darstellung des Tests	508
c. Vorbeugender Unterlassungsanspruch	509
VI. Zwischenergebnis	509
<b>15. Kapitel: Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse</b>	<b>511</b>
I. Warentestberichterstattung	511
II. Ökologische Warentests	512
III. Auswirkungen von (ökologischen) Warentests	512
IV. Sonderbehandlung des (ökologischen) Warentests nach der BGH-Rechtsprechung	514
V. Die Anwendung der Warentest-Rechtsprechung	517
VI. Äußerungsrechtliche Behandlung des Warentests	518
1. Auslegung der Äußerung	518
2. Empfängerhorizont des (ökologischen) Warentests	518
3. Gesamtkontext des (ökologischen) Warentests	519
4. Anspruch auf Klarstellung	519
VII. Anwendung des Wettbewerbsrechts auf den ökologischen Warentest	520
VIII. Die Anwendung der Kriterien der Warentest- Rechtsprechung auf den ökologischen Warentest	521
1. Neutralität	521
2. Sachkunde	523
3. Sorgfältiges Bemühen um objektive Richtigkeit	524
c. <i>Richtigkeitskontrolle des (ökologischen) Warentests</i>	524
d. <i>Auswahl der Testobjekte</i>	525
e. <i>Eigene Festlegung von Grenzwerten</i>	526
IX. Die Anwendung der Warentest-Rechtsprechung auf den ökologischen Warentest durch die Instanzgerichte	527
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>529</b>