

**Schriften zum Wirtschaftsrecht**

---

**Band 107**

**Die Haftung der  
Stiftung Warentest für  
Schäden der Verbraucher  
aufgrund irreführender  
Testinformationen**

**Zugleich ein Beitrag zur Dogmatik der  
außervertraglichen Auskunftshaftung**

**Von**

**Tobias Heinrich Boecken**



**Duncker & Humblot · Berlin**

**TOBIAS HEINRICH BOECKEN**

**Die Haftung der Stiftung Warentest  
für Schäden der Verbraucher aufgrund  
irreführender Testinformationen**

**Schriften zum Wirtschaftsrecht**

**Band 107**

# **Die Haftung der Stiftung Warentest für Schäden der Verbraucher aufgrund irreführender Testinformationen**

**Zugleich ein Beitrag zur Dogmatik der  
außervertraglichen Auskunftshaftung**

**Von**

**Tobias Heinrich Boecken**



**Duncker & Humblot · Berlin**

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

**Boecken, Tobias Heinrich:**

Die Haftung der Stiftung Warentest für Schäden der Verbraucher  
aufgrund irreführender Testinformationen : zugleich ein Beitrag zur  
Dogmatik der außervertraglichen Auskunftshaftung / von Tobias  
Heinrich Boecken. – Berlin : Duncker und Humblot, 1998

(Schriften zum Wirtschaftsrecht ; Bd. 107)

Zugl.: Berlin, Freie Univ., Diss., 1996/97

ISBN 3-428-09100-0

D 188

Alle Rechte vorbehalten

© 1998 Duncker & Humblot GmbH, Berlin

Fotoprint: Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin

Printed in Germany

ISSN 0582-026X

ISBN 3-428-09100-0

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier  
entsprechend ISO 9706 ☺

## Vorwort

Diese Schrift lag der Juristischen Fakultät der Freien Universität Berlin im Wintersemester 1996/97 als Dissertation vor. Für die Drucklegung habe ich versucht, Rechtsprechung und Literatur bis Juli 1997 zu berücksichtigen.

Dank gebührt insbesondere meinem Doktorvater, Herrn Univ.-Prof. Dr. Detlef Leenen, an dessen Arbeitsbereich ich eine lehrreiche Zeit verbringen und die Dissertation erstellen konnte. Ferner danke ich Herrn Univ.-Prof. Dr. Jürgen Prölss für die zügige Erstellung des Zweitgutachtens. Großen Anteil an dem Erfolg der Arbeit haben Herr Univ.-Prof. Dr. Winfried Boecken sowie mein damaliger Kollege, Herr Rechtsanwalt Matthias Boehme. Beide gaben mir in vielen Diskussionen hilfreiche Anregungen und Unterstützung. Schließlich danke ich meiner Frau für ihren immerwährenden Zuspruch.

Diese Arbeit widme ich meinen Eltern.

Berlin, im Juli 1997

*Tobias Boecken*



# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	<b>15</b>
<i>Erster Teil</i>	
<b>Die Stiftung Warentest als privatrechtliche Institution zum Schutz der Verbraucher</b>	<b>20</b>
I. Zur Entstehung und Errichtung der Stiftung Warentest.....	20
II. Die Aufgaben der Stiftung Warentest .....	22
III. Die Finanzierung der Stiftung Warentest.....	24
IV. Die Organisationsstruktur der Stiftung Warentest .....	25
1. Organe der Stiftung.....	25
2. Fachbeiräte und Mitarbeiter .....	26
V. Die Informationstätigkeit der Stiftung Warentest in der Praxis .....	27
1. Die Informationsermittlung durch Waren- und Dienstleistungstests .....	27
a) Die Methode des klassischen vergleichenden Warentests.....	27
aa) Vorschlag eines Vorhabens.....	27
bb) Planung und Marktanalyse .....	28
cc) Auswahl und Einkauf der Prüfobjekte.....	28
dd) Erstellung eines Prüfprogramms .....	30
ee) Durchführung des Tests, Fixierung und Bewertung der Ergebnisse....	30
ff) Preisermittlung.....	32
b) Der vergleichende Dienstleistungstest .....	33
c) Der Neuheitentest.....	34
d) Zusammenarbeit mit ausländischen Einrichtungen.....	34
2. Informationsverbreitung.....	35

a) Die Zeitschriften der Stiftung Warentest.....	35
aa) Die Zeitschrift "test" .....	35
bb) Die Zeitschrift "FINANZtest" .....	36
b) Sonderpublikationen .....	36
c) Presseveröffentlichungen .....	37
d) Rundfunk, Fernsehen und Internet-Online-Service.....	37
e) Anbieterwerbung.....	38
VI. Tatsächliche Wirkungen der Informationstätigkeit.....	41
VII. Die Stiftung zwischen öffentlichem Recht und Privatrecht .....	45
1. Zur Organisations- und Handlungsform der Stiftung Warentest.....	45
2. Zur Geltung des Verwaltungsprivatrechts für die Informationstätigkeit der Stiftung Warentest.....	47
a) Die Entstehungsgeschichte und finanzielle Beteiligung des Bundes .....	53
b) Die Kontrollbefugnisse des Bundes als Stifterin.....	55

### *Zweiter Teil*

<b>Zu den Ursachen fehlerhafter Warentests und den informations- spezifischen Gefahren für die Verbraucher</b>	60
I. Einführung .....	60
II. Begriffe .....	69
1. Warentest .....	69
2. Testnutzer.....	69
III. Ursachen der Irreführung durch Warentestinformationen.....	70
1. Fehlerhafte Tatsachenmitteilungen im Testbericht .....	71
2. Unwahre und unvollständige Tatsachenbasis für die Bewertung.....	72
3. Fehlerhafter Bewertungsvorgang .....	77
4. Behauptung der Neutralität .....	79
IV. Die Gefahren für die allgemeinen Vermögensinteressen und die sonstigen Rechtsgüter der Verbraucher.....	80

*Dritter Teil*

<b>Die Haftung der Stiftung Warentest für reine Vermögensschäden infolge fehlerhafter Warentestinformationen</b>	<b>84</b>
I. Die Grundlagen der Informationshaftung .....	84
II. Die Unanwendbarkeit des Wettbewerbsrechts .....	90
III. Der unzulängliche Schutz des Deliktsrechts bei reinen Vermögensschäden infolge irreführender Warentestinformationen .....	92
1. § 823 Abs.1 BGB .....	93
2. § 823 Abs.2 BGB i.V.m. Schutzgesetzen .....	94
3. § 824 Abs.1 BGB .....	96
4. § 826 BGB .....	96
5. § 831 Abs.1 BGB .....	97
6. § 1 Abs.1 ProdhaftG .....	98
IV. Haftung aus einer vertraglichen oder quasi-vertraglichen Rechtsbeziehung zwischen der Stiftung Warentest und einzelnen Testnutzern .....	98
1. Ablehnung einer Haftung aufgrund einer vertraglichen Sonderbeziehung ..	99
a) Keine Haftung aus dem (Kauf)Vertrag, der dem Erwerb der Testzeit- schriften zugrundeliegt .....	99
b) Keine Haftung aus einem stillschweigend geschlossenen Auskunfts- vertrag .....	105
2. Quasi-vertragliche Haftung der Stiftung Warentest durch "Selbstbindung ohne Vertrag" .....	116
3. Die Auskunftsverantwortlichkeit der Stiftung Warentest auf der Grund- lage einer quasi-vertraglichen Sonderbeziehung kraft objektiven Rechts .....	120
a) Zum Haftungsgrund einer Informationshaftung der Stiftung Warentest ...	121
aa) Sozial- / Verbraucherschutz als Haftungsgrund .....	121
bb) "Vertrauen" als Haftungsgrund quasi-vertraglicher Schutzpflichten ...	124
(1) "Vertrauen" als Haftungsgrund der culpa in contrahendo im Ver- hältnis von Geschäftspartnern .....	124
(2) "Vertrauen" als Haftungsgrund der Eigenhaftung Dritter bei För- derung fremden geschäftlichen Kontakts .....	126
(a) Eigenes wirtschaftliches Interesse .....	127

(b) Inanspruchnahme besonderen Vertrauens.....	129
(aa) Haftung von Verhandlungshelfen.....	131
(bb) Qualifizierte zivilrechtliche Prospekthaftung.....	134
(cc) Die Inanspruchnahme "besonderen Vertrauens" durch die Stiftung Warentest.....	136
c) Kritik an der Vertrauenslehre und die Berücksichtigung der Sicherheit und Reibungslosigkeit des rechtsgeschäftlichen Verkehrs als entscheidendes Kriterium für die Statuierung quasi-vertraglicher Pflichten zur Förderung der rechtsgeschäftlichen Willensbildung.....	142
b) Zum Bestehen einer quasi-vertraglichen Sonderbeziehung zwischen der Stiftung Warentest und den Testnutzern .....	162
4. Exkurs: Zur Frage einer quasi-vertraglichen Sonderbeziehung zwischen der Stiftung Warentest und dem Handel.....	174
V. Ergebnis zum 3. Teil .....	175

### *Vierter Teil*

<b>Der Haftungstatbestand im einzelnen</b>	176
I. Die Pflichten zur Förderung der rechtsgeschäftlichen Willensbildung von testnutzenden Verbrauchern.....	176
1. Ausgestaltung der Pflichten im Sinne unklagbarer Schutzpflichten .....	176
2. Inhaltliche Konkretisierung der Pflichten .....	178
a) Schutzpflicht in bezug auf Tatsachenmitteilungen.....	178
aa) Qualitätsmerkmale .....	178
bb) Preisinformationen .....	180
cc) Aktualität der Daten.....	183
b) Schutzpflicht in bezug auf die Qualitätsurteile als Werturteile.....	184
c) Das Verständnis des "durchschnittlichen Verbrauchers" als maßgeblicher Beurteilungshorizont für die Gefahr einer Irreführung durch Testergebnisse .....	188
3. Die Schaffung und Unterhaltung einer Irreführungsgefahr als Pflichtverletzungstatbestand .....	196
a) Inverkehrbringen von fehlerhaften Testinformationen.....	197

aa) Verbreitung irreführender Testinformationen durch Publikationen der Stiftung Warentest.....	197
bb) Verbreitung der Testberichte durch andere Medien .....	199
(1) Abdruck in anderen Presseerzeugnissen, Verbreitung im Rundfunk und im Fernsehen.....	200
(2) Verbreitung von Testergebnissen durch Anbieter- und Herstellerwerbung.....	203
(a) Korrekte Wiedergabe fehlerhafter Testergebnisse .....	204
(b) Irreführende Wiedergabe richtiger Testberichte durch den Werbenden.....	205
b) Unterlassene Richtigstellung irreführender Testberichte .....	210
aa) Pflicht zur Richtigstellung eigener irreführender Publikationen.....	210
bb) Pflicht zur Richtigstellung fremder irreführender Publikationen .....	214
(1) Irreführende Publikationen durch Medien, die in die Verbreitung der Testberichte als Erfüllungsgehilfen eingeschaltet sind .....	214
(2) Irreführende Testwerbung.....	214
cc) Keine allgemeine Schutzpflicht zur nachträglichen Aktualisierung von Testberichten .....	216
(1) Qualitative und preisliche Veränderung der getesteten Produkte seitens der Anbieter.....	216
(2) Veränderungen infolge wissenschaftlichen oder technischen Wandels.....	221
II. Das Verschulden (§§ 276 ff. BGB).....	222
1. Ablehnung einer verschuldensunabhängigen Haftung.....	222
2. Der Verschuldensmaßstab - Haftung für jede Fahrlässigkeit .....	225
a) Begrenzung der Fahrlässigkeitshaftung kraft objektiven Rechts.....	226
aa) Gemeinnützigkeit und Idealzweck der Stiftung Warentest, Unentgeltlichkeit der Informationen .....	226
bb) Haftungsbeschränkung nach dem Vorbild der Haftung von Börseninformationsdiensten .....	228
cc) Haftungsbeschränkung mangels rechtsgeschäftlichen Kontakts.....	229
dd) Die "Unüberschaubarkeit" der Informationshaftung als haftungsmildernder Umstand .....	235
b) Freizeichnungsmöglichkeiten .....	240

III. Inhalt und Umfang des Schadensersatzanspruchs gemäß §§ 249 ff. BGB.....	245
1. Ersatz des Vertrauensschadens gemäß § 249 S.1 BGB.....	245
a) Ersatz des Vertrauensschadens.....	246
b) Keine Begrenzung durch das Erfüllungsinteresse.....	254
2. Ersatzfähige primäre Vermögensschäden irreführender Testnutzer.....	255
a) Primäre Vermögensschäden infolge fehlerhafter rechtsgeschäftlicher Willensbildung.....	255
aa) Das ex post unerwünschte Rechtsgeschäft als Vermögensschaden.....	256
bb) Im Zusammenhang mit der Fehldisposition stehende Aufwendungen als Vermögensschaden.....	259
cc) Entgangener Gewinn (§ 252 BGB).....	260
b) Adäquate Kausalität des geltend gemachten Schadens.....	260
c) Der Schutzzweck der Informationspflicht als normatives Korrektiv.....	261
aa) Haftungsausschluß wegen Schutzzweckverfehlung.....	262
(1) Haftungsausschluß bei Bestehen von Rechten auf negativen oder positiven Vertrauensschutz aus dem ex post unerwünschten Rechtsgeschäft.....	262
(2) Rechtslage bei Insolvenz des Vertragspartners sowie bei Ausschluß oder Verjährung vertraglicher Rechte.....	268
(a) Insolvenz des Vertragspartners.....	268
(b) Haftungsausschluß im Verhältnis eines Testnutzers zu seinem Geschäftspartner aufgrund Gesetzes oder Vertragsvereinbarung.....	270
(c) Verjährung von vertraglichen (Gewährleistungs)Rechten.....	271
bb) Der Schutzzweck der Pflicht zur richtigen Information als haftungsbeschränkendes Kriterium.....	273
3. Formen des Schadensausgleichs.....	275
a) Vollständige Vertragsfolgenbeseitigung.....	276
b) Teilweise Vertragsfolgenbeseitigung.....	278
4. Mitverschulden (§ 254 BGB).....	279
a) § 254 Abs.1 BGB.....	279
b) § 254 Abs.2, S.1 BGB.....	282
c) §§ 254 Abs.2, S.2, 278 BGB.....	283

Inhaltsverzeichnis .....	13
IV. Verjährung des Anspruchs .....	283
1. Absolute Verjährung in drei Jahren .....	284
2. Zur relativen Verjährungsfrist (sechs Monate) bei Kenntnis oder Kenntnismüssen des Haftungstatbestandes.....	291
V. Beweisfragen.....	293
VI. Ergebnis zum 4. Teil .....	298

### *Fünfter Teil*

<b>Die Haftung für Verletzungen von absolut geschützten Rechtsgütern der Verbraucher</b>	303
I. Gefährdungshaftung gemäß § 1 Abs.1 ProdHaftG.....	304
II. §§ 823 Abs.1, 86, 31 BGB.....	306
III. § 831 Abs.1 BGB.....	310
IV. Haftung aufgrund der quasi-vertraglichen Sonderbeziehung zwischen der Stiftung Warentest und einem Testnutzer .....	312
V. Ergebnis zum 5. Teil .....	317
<b>Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse</b>	318
<b>Literaturverzeichnis</b>	325
<b>Stichwortverzeichnis</b>	349



## Einleitung

Verbraucherschutz ist das Schlagwort, das die wirtschaftspolitische Diskussion - und damit auch die Privatrechtsentwicklung - seit Beginn der 60er Jahre in Deutschland nachhaltig geprägt hat.<sup>1</sup> Zu den wesentlichen Instrumenten des Verbraucherschutzes gehörte von Beginn an die Verbesserung des Informationsstandes der Verbraucher über marktrelevante Daten.<sup>2</sup> Durch die Zunahme des Warenangebotes infolge eines rasanten Wirtschaftswachstums kam es für die Konsumenten zwangsläufig zu einer Intransparenz des Marktes,<sup>3</sup> was bedeuten mußte, daß die Konsumententscheidungen kaum noch auf fundierte Produkt- bzw. Marktkenntnis gestützt werden konnten und die Konsumenten die Wahl eines bestimmten Produkts oft als risikobehaftet empfanden. Neben der Vergrößerung des Warenangebotes ist erschwerend hinzugekommen, daß die Hersteller und Anbieter von Waren und Dienstleistungen sich mehr und mehr von einer sachlich-informativen Werbung abwendeten. Die Veränderung der Werbung hin zu einer wenig aussagekräftigen suggestiven Marketingstrategie ist nicht zuletzt durch das deutsche Wettbewerbsrecht gefördert worden. Denn danach sind vergleichende Aussagen über die Produkte von Wettbewerbern in der Werbung nach wie vor nur unter besonderen Voraussetzungen zulässig.<sup>4</sup> Auch der Handel als Bindeglied zwischen Herstellern und Verbrauchern hat das Informationsdefizit der Verbraucher nicht ausgleichen können. Die Aussagen der Anbieter sind im wesentlichen von deren Absatzwunsch geprägt. Sie können die von den Verbrauchern empfundenen Kauf- bzw. Konsumrisiken nicht oder nur unwesentlich vermindern.<sup>5</sup> Neutrale Stellungnahmen über Pro-

---

<sup>1</sup> Zur Entwicklung des Verbraucherschutzes in den westlichen Industrienationen: Hippel, Verbraucherschutz, S.3 ff. Für weiterführende Literatur siehe bei Assmann/Kübler, Verbraucherinformation, S.9 Fn.2 und S.20 Fn.40.

<sup>2</sup> Vgl. zu den Methoden des Verbraucherschutzes Hippel, Verbraucherschutz, S.25 ff., insbesondere zu Informationsmethoden, S.34 ff.

<sup>3</sup> Siehe nur Scherhorn, Konsumgütermärkte, in: Streißler, Informationen der Wirtschaft, S.182; ders. in: Dedler u.a., Informationsdefizit, Vorwort; Hüttenrauch, Nutzen, MA 1968, S.262 ff., 264.

<sup>4</sup> Eine ausführliche Darstellung findet sich bei Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, Rn.332 ff. mwN in Rn.332, 333.

<sup>5</sup> Grunert in: Dedler u.a., Informationsdefizit, S.103.

dukteigenschaften sind zwar zuweilen von anderen Konsumenten zu erhalten, die auf eigene Erfahrungen zurückgreifen können. Doch zumeist fehlt es an deren Fachkompetenz, die Angaben beziehen sich auf veraltete Produkte und/oder die Bedürfnisse des ratgebenden Verbrauchers sind nicht identisch mit denen des ratsuchenden.<sup>6</sup>

Die fehlende Markttransparenz aus Sicht der Verbraucher, welche bis heute fortbesteht und sich durch die Internationalisierung der Produktmärkte noch verstärkt hat, führte schon Ende der 50er Jahre dazu, daß sich insbesondere Verbraucherverbände dieses Problems annahmen und nach einer Verbesserung der Marktübersicht für Konsumenten strebten.<sup>7</sup> Ein Instrument dieser Verbraucheraufklärung sollte der vergleichende Warentest sein, der in den USA schon in den 20er Jahren entwickelt worden war.<sup>8</sup>

Heute sind die Publikationen vergleichender Warentests sowie andere Formen der Verbraucherinformation nicht nur auf die zahlreichen Verbraucherorganisationen<sup>9</sup>, wie etwa die Verbrauchersentralen der Länder oder die Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände, beschränkt. Vergleichende Produktinformationen zur Erhöhung von Markttransparenz<sup>10</sup> werden in unzähligen (Fach)Zeitschriften, Wirtschaftsmagazinen oder in sonstigen Medien angeboten.<sup>11</sup>

---

<sup>6</sup> Grunert a.a.O., S.103.

<sup>7</sup> E. Ulmer in: Ulmer u.a., Vergleichende Warentests, S.12.

<sup>8</sup> Vgl. zu der Entwicklung in den USA insbesondere Udo Müller, Ökonomische Probleme, Diss. Würzburg 1965, S.34 ff.; Schirmer, Warentests, MA 1967, S.292 ff., 292; E. Ulmer in: Ulmer u.a., Vergleichende Warentests, S.14.

<sup>9</sup> Siehe die Liste der Verbrauchereinrichtungen, die der Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände e.V. angehören, in: Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände e.V. (Hrsg.), 30 Jahre Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände, S.30 f.

<sup>10</sup> Markttransparenz bedeutet Kenntnis der und Überblick über die für den Markt bedeutenden Daten und Faktoren (Schenk, Preisvergleich, S.14). Man unterscheidet zwischen Waren- und Anbietertransparenz. Warentransparenz unterteilt sich wiederum in Marken-, Qualitäts- und Preistransparenz (vgl. dazu Hart/Silberer, Werbung, GRUR 1983, S.691, 693; Hüttenrauch, Nutzen, MA 1968, S.262 ff., 264; Schenk, Preisvergleich, S.14).

<sup>11</sup> So ist insbesondere auf die vielen Fachzeitschriften für Fototechnik, Unterhaltungselektronik und Kraftfahrzeuge hinzuweisen, die immer wieder durch vergleichende Wareninformationen Hilfestellung für Konsumententscheidungen leisten wollen. In diesem Zusammenhang muß vor allem auch die ADAC Verlag GmbH genannt werden. Mit ihrer Zeitschrift "Motorwelt" druckt diese Tochtergesellschaft des ADAC die auflagenstärkste Zeitschrift Europas (vgl. DER TAGESSPIEGEL vom 22.7.1995, S.15) und erreicht damit nicht nur Mitglieder des Vereins. Zur Haftung des ADAC für Warentest-

Die in der Bundesrepublik bekannteste Einrichtung für vergleichende Produktinformationen ist die Stiftung Warentest. Die Auflagen der von ihr herausgegebenen Zeitschriften haben einen Umfang erreicht, der es der Stiftung Warentest vermutlich ermöglichen würde, ihre Druckwerke auch ohne den von der Bundesrepublik Deutschland als Stifterin gewährten jährlichen Zuschuß frei von Werbeanzeigen der anbietenden Wirtschaft herauszugeben. Von Anfang an war es der Stiftung Warentest kraft ihrer Satzung untersagt, Produktwerbung in ihre Druckwerke aufzunehmen. In dieser Unabhängigkeit von der gewerblichen Wirtschaft unterscheidet sich die Stiftung Warentest maßgeblich von anderen (Fach)Zeitschriften, die mit Ergebnissen über vergleichende Untersuchungen am Zeitschriftenmarkt auftreten.<sup>12</sup>

Die folgende Untersuchung beschäftigt sich ausschließlich mit der Haftung der Stiftung Warentest für fehlerhafte Testinformationen. Sicherlich steht die Stiftung Warentest in bezug auf ihre Informationstätigkeit beispielhaft für viele andere Informationsanbieter auf dem Zeitschriftenmarkt. Dies gilt jedenfalls, soweit man nur auf die Informationsart des vergleichenden Testberichterstattung schaut. Zugleich nimmt diese Einrichtung aber auch eine deutlich exponierte Stellung ein. Diese Stellung ergibt sich nicht nur aus ihrer fast 30jährigen Erfahrung<sup>13</sup> mit der Ermittlung und Veröffentlichung vergleichender Produktinformationen, sondern vor allem auch aus ihrem - wohl durch die wirtschaftliche Unabhängigkeit von Werbeeinnahmen begründeten - enormen Wirkungskreis. Es ist gerade dieser große Wirkungskreis der Stiftung Warentest, der die Frage nach der Verantwortlichkeit dieser Einrichtung für fehlerhafte Informationen so interessant erscheinen läßt. Denn die Konsumlenkungsmacht der Stiftung Warentest - das kann hier schon vorweggenommen werden - ist derart ausgeprägt, daß fehlerhafte Informationen der Einrichtung gesamtwirtschaftlich betrachtet immense Schäden auf Anbieter- wie auch auf Verbraucherseite verursachen können.<sup>14</sup> Wer durch reine Informationstätigkeit derartigen Einfluß auf die Konsumgütermärkte ausübt, steht im Hinblick auf die Aufrechterhaltung eines fairen Wettbewerbs - im Sinne eines verbraucherorientierten Wettbewerbs - unter einer besonderen Verantwortung.<sup>15</sup> Wirtschaftlich sinnvolles

---

veröffentlichungen gegenüber Herstellern und Anbietern von Produkten: LG Mannheim vom 30.3.1981, (abgedruckt bei Horn/Piepenbrock (Hrsg.), Warentest, S.119 ff.) und OLG Düsseldorf vom 25.6.1981 (DAR 1982, S.65 ff. m. Anm. W. Brinkmann, S.59 ff. [= BB 1982, S.62 m. Anm. Lachmann, S.65 ff.]).

<sup>12</sup> Vgl. OLG Koblenz vom 18.4.1988, NJW-RR 1989, S.166 f.

<sup>13</sup> Der erste Warentestbericht erschien im Jahre 1966.

<sup>14</sup> Vgl. Brüggemeier, DelR, Rn. 406; siehe näher unten S.41 ff.

<sup>15</sup> BGH vom 3.12.1985 (Warentest III), GRUR 1986, S.330 ff., 331 [= NJW 1986, S.981].