

# TE OGH 2006/8/9 4Ob117/06v

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 09.08.2006

## Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch die Vizepräsidentin des Obersten Gerichtshofs Hon. Prof. Dr. Griß als Vorsitzende, durch die Hofrätin des Obersten Gerichtshofs Dr. Schenk sowie die Hofräte des Obersten Gerichtshofs Dr. Vogel, Dr. Jensik und Dr. Musger als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei Staatlich genehmigte Gesellschaft der Autoren, Komponisten und Musikverleger regGenmbH (AKM), \*\*\*\*\*, vertreten durch Dr. Herbert Holzinger, Rechtsanwalt in Wien, gegen die beklagte Partei A\*\*\*\*\* GmbH, \*\*\*\*\*, vertreten durch Dr. Heinrich H. Rösch, Rechtsanwalt in Wien, wegen Unterlassung (Streitwert 21.800 EUR), über die Revision der beklagten Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Wien als Berufungsgericht vom 20. März 2006, GZ 4 R 259/05w-14, womit das Urteil des Landesgerichts Wiener Neustadt als Handelsgericht vom 17. Juni 2005, GZ 22 Cg 220/04k-10, abgeändert wurde, in nichtöffentlicher Sitzung den Beschluss

gefasst:

## Spruch

Die Revision wird zurückgewiesen.

Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei die mit 1.189,44 EUR bestimmten Kosten des Revisionsverfahrens (darin 198,24 EUR USt) binnen 14 Tagen zu ersetzen.

## Text

Begründung:

Die Klägerin ist ausschließlich zur Vermittlung der Rechte zur öffentlichen Aufführung von Werken der Tonkunst mit oder ohne Text befugt, zu deren Aufführung es nach den gesetzlichen Bestimmungen der Einwilligung des Berechtigten bedarf. Sie ist berechtigt, die Werknutzungsbewilligung zu erteilen und das Entgelt hiefür einzuheben.

Die Beklagte hat im Verkaufsraum ihres Autohauses unmittelbar neben dem Verkaufspult (Kassa/Information) vier Autoradios samt vier Einbaulautsprechern angebracht, um diese Kunden vorzuführen. Im Verkaufslokal gibt es keine anderen Lautsprecher. Beim Einschalten eines der Radios ist die von den Lautsprechern ausgehende Musik oder Radiosendung im gesamten Verkaufsraum hörbar. Bei Wahl großer Lautstärke hat die im Kassenbereich tätige Angestellte Probleme zu telefonieren. Wird die Lautstärke so gewählt, dass die Angestellte problemlos telefonieren kann, ist die Musik oder Radiosendung im eigentlichen Verkaufsraum, also dort, wo die Fahrzeuge ausgestellt sind, hörbar. Im hinteren Bereich des Verkaufsraums bei der Reparaturannahme und in der Kundenwartezone ist die Musik zwar auch hörbar, aber nicht so laut wie im Verkaufsraum. Bei den von der Beklagten verkauften Autos sind Radios nicht serienmäßig eingebaut; die Beklagte verkauft etwa 150 bis 200 Autoradios pro Jahr. An der Verkaufswand ist es den Kunden möglich, die Radios auszuprobieren. Die Beklagte beabsichtigt nicht, mit den ausgestellten Radios den Verkaufsraum als Ganzes zu beschallen.

Bei einem Kontrollbesuch der Klägerin war ein ausgestelltes Radio in Betrieb und für ihren Mitarbeiter über den Lautsprecher zu hören. Nach diesem Kontrollbesuch wies der Geschäftsführer der Beklagten deren Mitarbeiter an, die Radios auf dem Verkaufsständen nach dem Gebrauch wieder abzudrehen. Er wiederholte diese zunächst mündliche Weisung später auch noch schriftlich.

Bei einer weiteren Kontrolle war für den Mitarbeiter der Klägerin im Verkaufsraum etwa für zwanzig Minuten Musik zu hören. Während dieser Zeit interessierte sich kein Kunde für die ausgestellten Radios oder Lautsprecher. Auch bei einem weiteren Kontrollbesuch war im Verkaufsraum Musik aus ausgestellten Radios zu hören. Während des zehnminütigen Aufenthalts des Mitarbeiters der Klägerin war die Musik deutlich hörbar, sie wurde während seines Aufenthalts nicht abgeschaltet, obwohl im Verkaufsraum kein anderer Kunde anwesend war. Während laufenden Verfahrens ließ die Beklagte eine Zeitschaltuhr einbauen, sodass sich die Radios nach fünfzehn Minuten automatisch abschalten.

Die Klägerin begehrte, der Beklagten zu verbieten, Werke der Tonkunst, welche durch die Zugehörigkeit des Textdichters, Komponisten und Musikverlegers zur Klägerin oder einer dieser durch Gegenseitigkeitsvertrag angeschlossenen ausländischen Urhebergesellschaft dem Werkbestand der Klägerin angehören, durch lebende oder mechanische Musik, welcher Art immer, soweit es hiezu der Einwilligung der Urheber bedarf, öffentlich aufzuführen. Die Aufführungen im Autohaus der Beklagten hätten den Charakter von Hintergrundmusikdarbietungen. Die Beklagte habe die Aufforderung der Klägerin, die Aufführungsbewilligung zu erwerben, abgelehnt und dem ausdrücklich ausgesprochenen Aufführungsverbot zuwider gehandelt. Die Beklagte wendete ein, eine Beschallung durch Rundfunkempfänger finde nicht statt. Sie handle unter anderem mit Autoradios und führe daher einen Geschäftsbetrieb iSd § 56 UrhG. Ihre Kunden schalteten lediglich kurzfristig von der Beklagten angebotene Autoradiomodelle ein. Die Mitarbeiter seien angewiesen, die Radios danach immer wieder abzuschalten. Die Lautsprecher seien für eine Beschallung des gesamten öffentlichen Bereichs gar nicht geeignet. Die Klägerin begehrte, der Beklagten zu verbieten, Werke der Tonkunst, welche durch die Zugehörigkeit des Textdichters, Komponisten und Musikverlegers zur Klägerin oder einer dieser durch Gegenseitigkeitsvertrag angeschlossenen ausländischen Urhebergesellschaft dem Werkbestand der Klägerin angehören, durch lebende oder mechanische Musik, welcher Art immer, soweit es hiezu der Einwilligung der Urheber bedarf, öffentlich aufzuführen. Die Aufführungen im Autohaus der Beklagten hätten den Charakter von Hintergrundmusikdarbietungen. Die Beklagte habe die Aufforderung der Klägerin, die Aufführungsbewilligung zu erwerben, abgelehnt und dem ausdrücklich ausgesprochenen Aufführungsverbot zuwider gehandelt. Die Beklagte wendete ein, eine Beschallung durch Rundfunkempfänger finde nicht statt. Sie handle unter anderem mit Autoradios und führe daher einen Geschäftsbetrieb iSd Paragraph 56, UrhG. Ihre Kunden schalteten lediglich kurzfristig von der Beklagten angebotene Autoradiomodelle ein. Die Mitarbeiter seien angewiesen, die Radios danach immer wieder abzuschalten. Die Lautsprecher seien für eine Beschallung des gesamten öffentlichen Bereichs gar nicht geeignet.

Das Erstgericht wies das Klagebegehren ab. Die Beklagte sei gemäß § 56 Abs 1 und 2 UrhG berechtigt, die Autoradios und Einbaulautsprecher dem interessierten Publikum vorzuführen. Das Abspielen von Rundfunksendungen diene hier lediglich dazu, dem Kaufinteressenten die technische Wirkungsweise der angebotenen Geräte vorzuführen. Der mittlerweile erfolgte Einbau einer Zeitschaltuhr für fünfzehn Minuten Spieldauer spreche eindeutig dafür, dass Zweck nicht die Beschallung des Verkaufsraums, sondern die Präsentation der Geräte sei. Das Berufungsgericht gab dem Unterlassungsbegehren statt und sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands 20.000 EUR übersteige und die ordentliche Revision zulässig sei, weil die einzige jüngere Entscheidung des Obersten Gerichtshofs zur freien Werknutzung nach § 56 UrhG einen Sachverhalt mit weiterreichender „Musikberieselung“ zum Gegenstand gehabt habe und eine Abgrenzung freier Werknutzung nach § 56 UrhG und verkaufsfördernder Hintergrundmusikdarbietung erforderlich sei. Für die Zurechnung der zweifellos als öffentlich iSd § 18 Abs 3 UrhG zu beurteilenden Aufführung sei nicht entscheidend, ob die Radios von Mitarbeitern der Beklagten oder von ihren Kunden eingeschaltet werden. Die Beklagte ermögliche dies. Die Beklagte habe zumindest in zwei Fällen den gesamten Verkaufsraum mit Musik beschallt, obwohl keine Kunden anwesend gewesen seien, die Interesse an einem der ausgestellten Autoradios gehabt hätten. Damit sei die Einwendung der Beklagten widerlegt, die Vorführung diente allein dem Zweck, den Absatz der Autoradios im Rahmen konkreter Kundenvorführung und -beratung zu fördern. Um die Bedienung von Autoradios vorzuführen, wäre es durchaus möglich, Lautsprecher so auszuwählen oder einzustellen, dass die Musik im Wesentlichen nur von den unmittelbar beim Verkaufspult aufhältigen Kunden wahrgenommen werden kann. Es gehe hier nicht darum, die

Klangqualität zu überprüfen. Da ein Autohaus in den überwiegenden Fällen nicht wegen eines Autoradios, sondern wegen des Interesses an einem Auto aufgesucht werde, könne die Beschallung des gesamten Verkaufsraums (und ohne konkreten Kundenwunsch) nicht mit einer freien Werknutzung nach § 56 UrhG gerechtfertigt werden. Das Erstgericht wies das Klagebegehren ab. Die Beklagte sei gemäß Paragraph 56, Absatz eins und 2 UrhG berechtigt, die Autoradios und Einbaulautsprecher dem interessierten Publikum vorzuführen. Das Abspielen von Rundfunksendungen diene hier lediglich dazu, dem Kaufinteressenten die technische Wirkungsweise der angebotenen Geräte vorzuführen. Der mittlerweile erfolgte Einbau einer Zeitschaltuhr für fünfzehn Minuten Spieldauer spreche eindeutig dafür, dass Zweck nicht die Beschallung des Verkaufsraums, sondern die Präsentation der Geräte sei. Das Berufungsgericht gab dem Unterlassungsbegehren statt und sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands 20.000 EUR übersteige und die ordentliche Revision zulässig sei, weil die einzige jüngere Entscheidung des Obersten Gerichtshofs zur freien Werknutzung nach Paragraph 56, UrhG einen Sachverhalt mit weiterreichender „Musikberieselung“ zum Gegenstand gehabt habe und eine Abgrenzung freier Werknutzung nach Paragraph 56, UrhG und verkaufsfördernder Hintergrundmusikdarbietung erforderlich sei. Für die Zurechnung der zweifellos als öffentlich iSd Paragraph 18, Absatz 3, UrhG zu beurteilenden Aufführung sei nicht entscheidend, ob die Radios von Mitarbeitern der Beklagten oder von ihren Kunden eingeschaltet werden. Die Beklagte ermöglche dies. Die Beklagte habe zumindest in zwei Fällen den gesamten Verkaufsraum mit Musik beschallt, obwohl keine Kunden anwesend gewesen seien, die Interesse an einem der ausgestellten Autoradios gehabt hätten. Damit sei die Einwendung der Beklagten widerlegt, die Vorführung diente allein dem Zweck, den Absatz der Autoradios im Rahmen konkreter Kundenvorführung und -beratung zu fördern. Um die Bedienung von Autoradios vorzuführen, wäre es durchaus möglich, Lautsprecher so auszuwählen oder einzustellen, dass die Musik im Wesentlichen nur von den unmittelbar beim Verkaufspult aufhältigen Kunden wahrgenommen werden kann. Es gehe hier nicht darum, die Klangqualität zu überprüfen. Da ein Autohaus in den überwiegenden Fällen nicht wegen eines Autoradios, sondern wegen des Interesses an einem Auto aufgesucht werde, könne die Beschallung des gesamten Verkaufsraums (und ohne konkreten Kundenwunsch) nicht mit einer freien Werknutzung nach Paragraph 56, UrhG gerechtfertigt werden.

### **Rechtliche Beurteilung**

Die Revision der Beklagten ist entgegen dem den Obersten Gerichtshof nicht bindenden Zulassungsausspruch des Berufungsgerichts (§ 508a Abs 1 ZPO) nicht zulässig. Die Revision der Beklagten ist entgegen dem den Obersten Gerichtshof nicht bindenden Zulassungsausspruch des Berufungsgerichts (Paragraph 508 a, Absatz eins, ZPO) nicht zulässig.

Der Oberste Gerichtshof hat sich in der ausführlich begründeten Entscheidung 4 Ob 210/97d (= ÖBl 1998, 85 - Musikberieselung) mit der Reichweite der freien Werknutzung des § 56 UrhG befasst. Danach dürfen Geschäftsbetriebe, die Bild- oder Schallträger und Abspielgeräte vertreiben oder instandsetzen, Musikwerke insoweit vorführen, als es notwendig ist, den Absatz von Abspielgeräten und Tonträgern zu steigern. Allein die durch konkrete Kundenvorführung und -beratung eröffnete Absatzmöglichkeit rechtfertigt die freie Werknutzung. Eine allgemeine Kundenwerbung, die durch „Musikberieselung“ ein angenehmes Kaufklima schaffen und die Kauflust der Kunden ganz allgemein anregen will, wird hingegen vom Zweck der Bestimmung nicht erfasst, weil der Urheber aus einer solchen Vorführung keinen (mittelbaren) Nutzen zieht. Es muss immer der Zusammenhang mit dem Zweck der Vorführung gewahrt sein, der darin besteht, den Absatz des vorgeführten Tonträgers oder Abspielgeräts zu fördern. Nur dann besteht die Möglichkeit, dass die Wiedergabe in eine konkrete Kundenvorführung und -beratung übergeht. Ist die Musik auch in anderen Abteilungen des betreffenden Geschäftsbetriebs zu hören, so ist es Sache des Betriebsinhabers, geeignete Vorkehrungen (etwa durch entsprechende Ausrichtung der Lautsprecher) zu treffen, um eine „Musikberieselung“ anderer Abteilungen zu verhindern. Die freie Werknutzung ist nur gerechtfertigt, wenn die Vorführung (nur) in der jeweiligen Abteilung und damit in einem Bereich erfolgt, der von Kunden betreten wird, die sich für Schallträger und/oder Vorrichtungen zu ihrem Gebrauch interessieren. Der Oberste Gerichtshof hat sich in der ausführlich begründeten Entscheidung 4 Ob 210/97d (= ÖBl 1998, 85 - Musikberieselung) mit der Reichweite der freien Werknutzung des Paragraph 56, UrhG befasst. Danach dürfen Geschäftsbetriebe, die Bild- oder Schallträger und Abspielgeräte vertreiben oder instandsetzen, Musikwerke insoweit vorführen, als es notwendig ist, den Absatz von Abspielgeräten und Tonträgern zu steigern. Allein die durch konkrete Kundenvorführung und -beratung eröffnete Absatzmöglichkeit rechtfertigt die freie Werknutzung. Eine allgemeine Kundenwerbung, die durch „Musikberieselung“ ein angenehmes Kaufklima schaffen und die Kauflust der Kunden ganz allgemein anregen will, wird hingegen vom

Zweck der Bestimmung nicht erfasst, weil der Urheber aus einer solchen Vorführung keinen (mittelbaren) Nutzen zieht. Es muss immer der Zusammenhang mit dem Zweck der Vorführung gewahrt sein, der darin besteht, den Absatz des vorgeführten Tonträgers oder Abspielgeräts zu fördern. Nur dann besteht die Möglichkeit, dass die Wiedergabe in eine konkrete Kundenvorführung und -beratung übergeht. Ist die Musik auch in anderen Abteilungen des betreffenden Geschäftsbetriebs zu hören, so ist es Sache des Betriebsinhabers, geeignete Vorkehrungen (etwa durch entsprechende Ausrichtung der Lautsprecher) zu treffen, um eine „Musikberieselung“ anderer Abteilungen zu verhindern. Die freie Werknutzung ist nur gerechtfertigt, wenn die Vorführung (nur) in der jeweiligen Abteilung und damit in einem Bereich erfolgt, der von Kunden betreten wird, die sich für Schallträger und/oder Vorrichtungen zu ihrem Gebrauch interessieren.

Die angefochtene Entscheidung steht mit diesen Grundsätzen im Einklang. Ob das Abspielen geschützter Musikstücke im Einzelfall über jenes Maß hinausgeht, das notwendig ist, um den Absatz der Abspielgeräte zu steigern, ist nach den Umständen des konkreten Falls zu beurteilen. Dass das Berufungsgericht hiebei die maßgeblichen Abgrenzungskriterien (konkrete Kundenvorführung/allgemeine Kundenwerbung im Sinn Schaffung eines angenehmen Kaufklimas, Musikberieselung) missachtet hätte, vermag die Revisionswerberin nicht darzulegen.

Nach dem festgestellten Sachverhalt war jedenfalls zwei Mal Musik im gesamten Verkaufsraum der Beklagten, ein Mal für zehn Minuten und ein Mal für zwanzig Minuten, zu hören, ohne dass sich ein Kunde für die Autoradios interessiert hätte oder sich unmittelbar bei den ausgestellten Geräten aufgehalten hätte. Die Musikvorführung war daher nicht durch die freie Werknutzung des § 56 UrhG gedeckt. Dass die Beklagte mittlerweile eine Zeitschaltuhr installieren ließ, schließt künftige Verstöße nicht aus. Die Zeitschaltuhr kann nur sicherstellen, dass die Radios spätestens nach 15 Minuten abgeschaltet werden; sie vermag jedoch nicht zu gewährleisten, dass die Radios nur eingeschaltet werden, um sie interessierten Kunden vorzuführen und damit ihren Absatz zu fördern. Nach dem festgestellten Sachverhalt war jedenfalls zwei Mal Musik im gesamten Verkaufsraum der Beklagten, ein Mal für zehn Minuten und ein Mal für zwanzig Minuten, zu hören, ohne dass sich ein Kunde für die Autoradios interessiert hätte oder sich unmittelbar bei den ausgestellten Geräten aufgehalten hätte. Die Musikvorführung war daher nicht durch die freie Werknutzung des Paragraph 56, UrhG gedeckt. Dass die Beklagte mittlerweile eine Zeitschaltuhr installieren ließ, schließt künftige Verstöße nicht aus. Die Zeitschaltuhr kann nur sicherstellen, dass die Radios spätestens nach 15 Minuten abgeschaltet werden; sie vermag jedoch nicht zu gewährleisten, dass die Radios nur eingeschaltet werden, um sie interessierten Kunden vorzuführen und damit ihren Absatz zu fördern.

Die Revision war daher zurückzuweisen.

Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 41, 50 ZPO; die Klägerin hat auf die Unzulässigkeit der Revision der Beklagten hingewiesen. Die Kostenentscheidung beruht auf Paragraphen 41., 50 ZPO; die Klägerin hat auf die Unzulässigkeit der Revision der Beklagten hingewiesen.

#### **Anmerkung**

E81625 4Ob117.06v

#### **Schlagworte**

Kennung XPUBL - XBEITR Diese Entscheidung wurde veröffentlicht in MR 2006,317 (Walter) XPUBLEND

#### **European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:2006:0040OB00117.06V.0809.000

#### **Dokumentnummer**

JJT\_20060809\_OGH0002\_0040OB00117\_06V0000\_000

**Quelle:** Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>