

TE OGH 2006/8/9 4Ob107/06y

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 und 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 W*****, vertreten durch Dr. Johannes Hintermayr und andere Rechtsanwälte in Linz, gegen die beklagte Partei H***** A***** Gesellschaft m.b.H. & Co KG, *****, vertreten durch Mag. Bernd Thiele, Rechtsanwalt in Linz/Puchenau, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert 36.340 EUR), über die außerordentliche Revision des Klägers gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Linz als Berufungsgericht vom 4. April 2006, GZ 3 R 6/06g-15, den Beschluss gefasst:

Spruch

Die außerordentliche Revision wird gemäß § 508a Abs 2 ZPO mangels der Voraussetzungen des § 502 Abs 1 ZPO zurückgewiesen (§ 510 Abs 3 ZPO). Die außerordentliche Revision wird gemäß Paragraph 508 a, Absatz 2, ZPO mangels der Voraussetzungen des Paragraph 502, Absatz eins, ZPO zurückgewiesen (Paragraph 510, Absatz 3, ZPO).

Begründung:

Rechtliche Beurteilung

Die Beklagte bezeichnete die von ihr hergestellten Betonsteine (Kunststeine) in einem Katalog mit Begriffen, die bei isolierter Betrachtung auf Natursteine hindeuteten (zB „Mühlviertler Granit“ oder „Nordwald Granit“). In den Produktbeschreibungen verwendete sie auch Formulierungen wie „Natursteinoberfläche“ und „Natursteinoptik“. Die Vorinstanzen haben die Irreführungseignung dieser Werbung verneint, da bei der nach § 2 UWG gebotenen Gesamtbetrachtung keinerlei Zweifel an der Herstellung der Steine aus Beton bestünden. Ob eine Ankündigung zur Irreführung geeignet ist, bildet regelmäßig keine erhebliche Rechtsfrage iSv § 502 Abs 1 ZPO (RIS-Justiz RS0053112, RS0043000). Eine vom Obersten Gerichtshof wahrzunehmende Fehlbeurteilung liegt nicht vor. Die Vorinstanzen haben richtig erkannt, dass es nicht auf einzelne herausgegriffene Teile der Werbung ankommt, sondern auf den Gesamteindruck (RIS-Justiz RS0078524, RS0078352). Dieser lässt keinen Zweifel daran, dass es sich nicht um Natursteine handelt. Die Beklagte verwendet schon auf dem Titelblatt und dann immer wieder den Begriff „Betonstein“. In der Vorstellung ihres Unternehmens auf den ersten Seiten verweist sie auf langjährige Erfahrung mit der Betonsteinerzeugung, sie stellt auch die Zusammensetzung ihrer Produkte grafisch dar. Der Begriff „Natursteinoptik“ macht deutlich, dass es sich gerade nicht um echte Natursteine handelt. Auf dieser Grundlage wird kein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher, der eine dem Anlass angemessene Aufmerksamkeit aufwendet (vgl 4 Ob 196/00b = SZ 73/161 - Lego-Klemmbausteine; zuletzt etwa 4 Ob 58/06t - Breitbandinternet), annehmen, dass im Katalog tatsächlich Natursteine angeboten werden. Die Ausführungen der Zulassungsbeschwerde geben keinen Anlass, von dieser Auffassung abzugehen. In den darin angeführten Entscheidungen Die Beklagte

bezeichnete die von ihr hergestellten Betonsteine (Kunststeine) in einem Katalog mit Begriffen, die bei isolierter Betrachtung auf Natursteine hindeuteten (zB „Mühlviertler Granit" oder „Nordwald Granit"). In den Produktbeschreibungen verwendete sie auch Formulierungen wie „Natursteinoberfläche" und „Natursteinoptik". Die Vorinstanzen haben die Irreführungseignung dieser Werbung verneint, da bei der nach Paragraph 2, UWG gebotenen Gesamtbetrachtung keinerlei Zweifel an der Herstellung der Steine aus Beton bestünden. Ob eine Ankündigung zur Irreführung geeignet ist, bildet regelmäßig keine erhebliche Rechtsfrage iSv Paragraph 502, Absatz eins, ZPO (RIS-Justiz RS0053112, RS0043000). Eine vom Obersten Gerichtshof wahrzunehmende Fehlbeurteilung liegt nicht vor. Die Vorinstanzen haben richtig erkannt, dass es nicht auf einzelne herausgegriffene Teile der Werbung ankommt, sondern auf den Gesamteindruck (RIS-Justiz RS0078524, RS0078352). Dieser lässt keinen Zweifel daran, dass es sich nicht um Natursteine handelt. Die Beklagte verwendet schon auf dem Titelblatt und dann immer wieder den Begriff „Betonstein". In der Vorstellung ihres Unternehmens auf den ersten Seiten verweist sie auf langjährige Erfahrung mit der Betonsteinerzeugung, sie stellt auch die Zusammensetzung ihrer Produkte grafisch dar. Der Begriff „Natursteinoptik" macht deutlich, dass es sich gerade nicht um echte Natursteine handelt. Auf dieser Grundlage wird kein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher, der eine dem Anlass angemessene Aufmerksamkeit aufwendet vergleiche 4 Ob 196/00b = SZ 73/161 - Lego-Klemmbausteine; zuletzt etwa 4 Ob 58/06t - Breitbandinternet), annehmen, dass im Katalog tatsächlich Natursteine angeboten werden. Die Ausführungen der Zulassungsbeschwerde geben keinen Anlass, von dieser Auffassung abzugehen. In den darin angeführten Entscheidungen

zur Irreführungseignung von Steinbezeichnungen (4 Ob 390/82 = ÖBI

1983, 44 - Tauerngold; 4 Ob 510/31 = SZ 13/222 - weiße Saphire) ging

es um die Verwendung der jeweils strittigen Bezeichnung in Alleinstellung. Demgegenüber ist der vorliegende Fall davon gekennzeichnet, dass der Gesamtzusammenhang jeden (vernünftigen) Zweifel ausschließt. Auch die strenge Rechtsprechung zur Werbung mit Umwelthinweisen (RIS-Justiz RS0078176, RS0078217, RS0078210; zuletzt etwa 4 Ob 200/05y - naturrein) ist nicht einschlägig. Denn der Begriff „Naturstein" - der als solcher zudem gar nicht verwendet wurde - ist eine allgemein bekannte Gattungsbezeichnung; ein Hinweis auf besondere Umweltfreundlichkeit kann daraus nicht abgeleitet werden (anders als etwa beim Begriff „Bio-Ziegel": 4 Ob 90/94 = ecolex 1995, 192).

Anmerkung

E81621 4Ob107.06y

Schlagworte

Kennung XPUBL Diese Entscheidung wurde veröffentlicht in ÖBI-LS 2006/164 XPUBLEND

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2006:0040OB00107.06Y.0809.000

Dokumentnummer

JJT_20060809_OGH0002_0040OB00107_06Y0000_000

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

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at