jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

TE OGH 2006/3/14 4Ob22/06y

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 14.03.2006

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat 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 T***** GmbH, *****, vertreten durch Schönherr Rechtsanwälte GmbH in Wien, gegen die beklagte Partei M***** GmbH, *****, vertreten durch Mag. Egon Stöger, Rechtsanwalt in Innsbruck, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Sicherungsverfahren 32.000 EUR), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der klagenden Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Innsbruck als Rekursgericht vom 15. Dezember 2005, GZ 2 R 270/05f-11, den Beschluss

gefasst:

Spruch

Der außerordentliche Revisionsrekurs wird gemäß §§ 78, 402 EO iVm § 526 Abs 2 Satz 1 ZPO mangels der Voraussetzungen des § 528 Abs 1 ZPO zurückgewiesen (§ 528a iVm § 510 Abs 3 ZPO).Der außerordentliche Revisionsrekurs wird gemäß Paragraphen 78,, 402 EO in Verbindung mit Paragraph 526, Absatz 2, Satz 1 ZPO mangels der Voraussetzungen des Paragraph 528, Absatz eins, ZPO zurückgewiesen (Paragraph 528 a, in Verbindung mit Paragraph 510, Absatz 3, ZPO).

Text

Begründung:

Rechtliche Beurteilung

Nach Auffassung des Rekursgerichts ist die blickfangartige Ankündigung „Inhalt: immer 20 + 5 kuvertierte Beutel ohne Metallklammer" auf einer Verpackung, in der sich 25 Teebeutel befinden, keine zur Irreführung geeignete Angabe im Sinne des § 2 UWG. Gegenüber einem mündigen Verbraucher werde dadurch nicht der unrichtige Eindruck einer besonderen Aktion oder eines Sonderangebots erweckt; der Kunde erhalte, was auf der Packung angegeben sei. Dass ein Teil der angebotenen Ware kostenlos sei, werde nicht versprochen.Nach Auffassung des Rekursgerichts ist die blickfangartige Ankündigung „Inhalt: immer 20 + 5 kuvertierte Beutel ohne Metallklammer" auf einer Verpackung, in der sich 25 Teebeutel befinden, keine zur Irreführung geeignete Angabe im Sinne des Paragraph 2, UWG. Gegenüber einem mündigen Verbraucher werde dadurch nicht der unrichtige Eindruck einer besonderen Aktion oder eines Sonderangebots erweckt; der Kunde erhalte, was auf der Packung angegeben sei. Dass ein Teil der angebotenen Ware kostenlos sei, werde nicht versprochen.

Diese Entscheidung folgt der Rechtsprechung, dass im geschäftlichen

Wettbewerb der Inhalt einer Ankündigung stets am Gesamteindruck zu

messen ist, den die angesprochenen Verkehrskreise gewinnen (4 Ob 56/97g = ÖBl 1998, 14 - Schwarzhörer willkommen mwN; RIS-Justiz RS0043590). Die Frage, wie die angesprochenen Verkehrskreise eine Werbeaussage verstehen und ob sie danach zur Irreführung geeignet ist, hat im Übrigen - wenn das Gericht zweiter Instanz wie hier den ihm eingeräumten Ermessensspielraum nicht überschritten hat - keine über den Einzelfall hinausgehende Bedeutung und ist daher nicht erheblich im Sinn des § 528 Abs 1 ZPO (4 Ob 129/00z = MR 2000, 321 - Halbjahres-Abonnement; 4 Ob 100/01m = ÖBl-LS 2001/122 - Wiener Werkstätten; 4 Ob 162/05k; RIS-Justiz RS0053112).

Die Zulassungsbeschwerde wirft dem Rekursgericht vor, von der Rechtsprechung abzuweichen, wonach der Werbende bei einer mehrdeutigen Angabe die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen muss („Unklarheiten-/Zweifels-Regel": 4 Ob 152/02k = MR 2002, 328 - Antenne 1 - die private Nummer 1; RIS-JustizRS0078524 [T12, T13]). Diese Ausführungen übersehen, dass die Regel dann nicht anzuwenden ist, wenn - wie hier - der Sinngehalt der beanstandeten Ankündigung nach dem Verständnis des unbefangenen Durchschnittsbetrachters in einer bestimmten Richtung klar ist (Koppensteiner, Wettbewerbsrecht³ § 24 Rz 23; Aicher in Aicher, Das Recht der Werbung 247 f; Rummel in Koziol, Haftpflichtrecht² II 283 f; ÖBl 1982, 66 - Stahlgold-Uhren; 4 Ob 51/93; 4 Ob 1072/94; RIS-Justiz RS0085169).Die Zulassungsbeschwerde wirft dem Rekursgericht vor, von der Rechtsprechung abzuweichen, wonach der Werbende bei einer mehrdeutigen Angabe die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen muss („Unklarheiten-/Zweifels-Regel": 4 Ob 152/02k = MR 2002, 328 - Antenne 1 - die private Nummer 1; RIS-Justiz RS0078524 [T12, T13]). Diese Ausführungen übersehen, dass die Regel dann nicht anzuwenden ist, wenn - wie hier - der Sinngehalt der beanstandeten Ankündigung nach dem Verständnis des unbefangenen Durchschnittsbetrachters in einer bestimmten Richtung klar ist (Koppensteiner, Wettbewerbsrecht³ Paragraph 24, Rz 23; Aicher in Aicher, Das Recht der Werbung 247 f; Rummel in Koziol, Haftpflichtrecht² römisch II 283 f; ÖBl 1982, 66 - Stahlgold-Uhren; 4 Ob 51/93; 4 Ob 1072/94; RIS-Justiz RS0085169).

Anmerkung

E80224 4Ob22.06y

Schlagworte

Kennung XPUBL Diese Entscheidung wurde veröffentlicht in ÖBl-LS 2006/86 XPUBLEND

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2006:0040OB00022.06Y.0314.000

Dokumentnummer

JJT_20060314_OGH0002_0040OB00022_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