jusline®
»» Recht. Schnell

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

# TE OGH 2005/11/29 4Ob210/05v

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 29.11.2005

**Kopf**

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch die Senatspräsidentin 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. Gitschthaler als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei I***** - srl, *****, vertreten durch Kraft & Winternitz Rechtsanwälte-Gesellschaft mbH in Wien, gegen die beklagte Partei A***** KG, *****, vertreten durch Dr. Jörg Lindpaintner, Rechtsanwalt in Innsbruck, wegen Unterlassung (Streitwert 30.000 EUR) und Widerruf (Streitwert 5.000 EUR), über die außerordentliche Revision der klagenden Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Innsbruck als Berufungsgericht vom 14. Juli 2005, GZ 2 R 115/05m-43, 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**

1. Das Berufungsgericht hat den Erklärungswert der beanstandeten Äußerung, das Produkt der Klägerin sei eine nicht autorisierte „exakte Nachbildung" des Produkts der Beklagten, die ihrem Vorbild nicht nur „technisch nachempfunden, sondern auch optisch verwechslungsfähig [...] sei", im Gesamtzusammenhang nach deren Gesamteindruck unter Zugrundelegung eines objektiven Verständnisses beurteilt. Diese Beurteilung hält sich damit im Rahmen der Rechtsprechung zu § 7 UWG (vgl RIS-Justiz RS0031883).1. Das Berufungsgericht hat den Erklärungswert der beanstandeten Äußerung, das Produkt der Klägerin sei eine nicht autorisierte „exakte Nachbildung" des Produkts der Beklagten, die ihrem Vorbild nicht nur „technisch nachempfunden, sondern auch optisch verwechslungsfähig [...] sei", im Gesamtzusammenhang nach deren Gesamteindruck unter Zugrundelegung eines objektiven Verständnisses beurteilt. Diese Beurteilung hält sich damit im Rahmen der Rechtsprechung zu Paragraph 7, UWG vergleiche RIS-Justiz RS0031883).

Dass sich die Produkte der Streitteile nach den Feststellungen in - ihren Gesamteindruck nicht entscheidend prägenden - Details unterscheiden, weshalb begrifflich keine „exakte Nachbildung" vorliegt, mag unter rein sprachlichen Gesichtspunkten zutreffen, macht aber die beanstandete Äußerung - legt man das in vertretbarer Weise ermittelte Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise zugrunde - deshalb noch nicht unwahr. Ist aber der Sinngehalt der beanstandeten Behauptungen nach dem Verständnis des unbefangenen Durchschnittsbetrachters in

einer bestimmten Richtung klar, so kommt schon aus diesem Grund die Anwendung der sogenannten "Unklarheitenregel" nicht mehr in Betracht (Koppensteiner, Wettbewerbsrecht³ § 24 Rz 23; Aicher in Aicher, Das Recht der Werbung 247 f; Rummel in Koziol, Haftpflichtrecht² II 283 f; 4 Ob 1072/94; 4 Ob 262/01k; RIS-Justiz RS0085169).Dass sich die Produkte der Streitteile nach den Feststellungen in - ihren Gesamteindruck nicht entscheidend prägenden - Details unterscheiden, weshalb begrifflich keine „exakte Nachbildung" vorliegt, mag unter rein sprachlichen Gesichtspunkten zutreffen, macht aber die beanstandete Äußerung - legt man das in vertretbarer Weise ermittelte Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise zugrunde - deshalb noch nicht unwahr. Ist aber der Sinngehalt der beanstandeten Behauptungen nach dem Verständnis des unbefangenen Durchschnittsbetrachters in einer bestimmten Richtung klar, so kommt schon aus diesem Grund die Anwendung der sogenannten "Unklarheitenregel" nicht mehr in Betracht (Koppensteiner, Wettbewerbsrecht³ Paragraph 24, Rz 23; Aicher in Aicher, Das Recht der Werbung 247 f; Rummel in Koziol, Haftpflichtrecht² römisch II 283 f; 4 Ob 1072/94; 4 Ob 262/01k; RIS-Justiz RS0085169).

2. Das Berufungsgericht hat den Wahrheitsbeweis auch für die Äußerung als erbracht angesehen, das Produkt der Klägerin sei geeignet, das Publikum über seine wahre Herkunft zu täuschen. Dem hält die Zulassungsbeschwerde entgegen, die festgestellte deutliche Kennzeichnung der Produkte jeweils mit den Firmenschlagwörtern der Parteien stehe einer Herkunftstäuschung entgegen. Die Klägerin lässt dabei außer Acht, dass beim Publikum, selbst wenn es die unterschiedlichen Firmenschlagwörter im Zusammenhang mit den Produkten der Streitteile wahrnehmen sollte, infolge deren nahezu identen Gestaltung der Anschein eines - hier nicht bestehenden - besonderen Zusammenhangs wirtschaftlicher oder organisatorischer Natur der beiden Unternehmen erweckt werden kann (RIS-Justiz RS0079190 [T15]. Weshalb hier eine solche Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne und damit eine Herkunftstäuschung ausgeschlossen sein soll, ist nicht zu sehen.

Sie wird auch nicht dadurch ausgeschlossen, dass Käufer oder Mieter mobiler Eisanlagen üblicherweise vor dem Kauf oder der Miete mit dem Verkäufer/Vermieter in Kontakt treten. Auch wenn ihnen dadurch bewusst wird, dass die Klägerin nicht mit der Beklagten identisch ist, werden sie aufgrund der weitgehenden Übereinstimmung der beiden Eisanlagen in Wahrheit nicht bestehende Verbindungen zwischen den beiden Unternehmen annehmen.

**Textnummer**

E79215

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:2005:0040OB00210.05V.1129.000

**Im RIS seit**

29.12.2005

**Zuletzt aktualisiert am**

21.11.2011

**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