

TE OGH 2005/3/14 4Ob272/04k

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 14.03.2005

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch die Senatspräsidentin des Obersten Gerichtshofs Hon. Prof. Dr. Griß als Vorsitzende, die Hofrätin des Obersten Gerichtshofs Dr. Schenk und die Hofräte des Obersten Gerichtshofs Dr. Vogel, Dr. Jensik und Dr. Gitschthaler als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei S*****, vertreten durch Mag. Dr. Lothar Wiltschek, Rechtsanwalt in Wien, gegen die beklagte Partei S*****, Steinböckengasse 81, vertreten durch Dr. Franz J. Salzer, Rechtsanwalt KEG in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert 36.000 EUR), über die Revision der beklagten Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Wien als Berufungsgericht vom 16. September 2004, GZ 1 R 119/04h-13, womit das Urteil des Handelsgerichts Wien vom 24. Mai 2004, GZ 18 Cg 31/04d-7, bestätigt wurde, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Spruch

Der Revision wird nicht Folge gegeben.

Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei die mit 1.754,82 EUR (darin 292,47 EUR Umsatzsteuer) bestimmten Kosten der Revisionsbeantwortung binnen 14 Tagen zu ersetzen.

Text

Entscheidungsgründe:

Die Klägerin betreibt das von Eduard Sacher, einem Sohn des Erfinders der Sachertorte, 1876 gegründete Hotel Sacher in Wien. Sie vertreibt seit Jahrzehnten die „Original Sacher-Torte“ und ist Inhaberin einer internationalen Wort-Bildmarke, bestehend aus dem Schriftzug „Hotel Sacher Wien“ in weißer Schrift auf dunklem, ein Siegel darstellendem Untergrund.

Die Beklagte betreibt in Baden das sogenannte „Hotel Sacher Baden“, das Carl Sacher, der jüngste Sohn des Erfinders der Sachertorte Franz Sacher als Restaurant gegründet hat. Sie erzeugt und vertreibt (auch im Versandhandel) Sachertorten, die mit einem Siegel „Hotel Sacher Baden“ versehen sind. Die Beklagte hatte die Hotelliegenschaft in Baden (unter ihrer damaligen Firma Alfred W***** GmbH) von der Sacher's Kurhaus Helenental AG Nachfolger Sacher & Co käuflich erworben. Die Verkäuferin hatte sich davor in einem am 10. 7. 1980 zu 19 Cg 37/80 des Handelsgerichts Wien abgeschlossenen Vergleichs gegenüber der Rechtsvorgängerin der Klägerin bei sonstiger Exekution verpflichtet.

1. im geschäftlichen Verkehr bei der Erzeugung und beim Vertrieb von Back- und Konditorwaren insbesondere Torten und Tiefkühltorten, bei der Führung und beim Betrieb von Ladengeschäften zum Vertrieb dieser Waren sowie bei der Führung und beim Betrieb von gastgewerblichen Unternehmen selbst und auch bei Übertragung entsprechender Befugnisse an Dritte den Namen und das Zeichen „Sacher“ mindestens in der Verbindung „Familie Carl Sacher Baden“ oder „Familie Carl Sacher Helenental“ oder „Familie Carl Sacher Baden Helenental“ zu gebrauchen oder die Gebrauchsbefugnis zu übertragen. Dies ohne Hervorhebung des Namens Sacher, ohne Verwendung eines Siegels oder der von der (damals) klagenden Partei gebrauchten charakteristischen lateinischen Großbuchstaben S und T.

Unberührt bleibt das Recht der (Rechtsvorgängerin der Beklagten) zur Führung des Hotels in Baden unter der Etablissementbezeichnung „Hotel Sacher“;

2. die dieser Vereinbarung widersprechend gekennzeichneten Torten, soweit sie bereits erzeugt sind, in Österreich binnen drei Monaten, außerhalb Österreichs binnen sechs Monaten zu verkaufen oder zu vernichten und die ab heute erzeugten Torten entsprechend dem Punkt 1 zu kennzeichnen.

.....

5. bei der Erzeugung und dem Vertrieb von Sachertorten (als Gattungsbezeichnung verstanden) die Kennzeichnung dieser Torten als „Sachertorte“ oder „Original Sachertorte“ ohne weitere Zusätze zu unterlassen

In einer gleichzeitig mit dem Kaufvertrag über die Hotelliegenschaft geschlossenen Vereinbarung nahm die Verkäuferin - unter Bezugnahme auf diesen Vergleich - eine Rechteeinräumung wie folgt vor:

I. Festgestellt wird, dass die (Verkäuferin)

1. im aufrechten Besitz der Markenschutzrechte für „Familie Carl Sacher“ Baden ist,

2. am 10. 7. 1980 zu 19 Cg 37/80 des Handelsgerichts Wien mit der protokollierten Firma Hotel Sacher, Eduard Sacher KG, 1010 Wien, Philharmonikerstraße 4, einen Vergleich abgeschlossen hat, dessen Inhalt von (der Käuferin) vorbehaltlos zur Kenntnis genommen wurde, und in dessen Punkt 1. es im Zusammenhang mit einer Unterlassungsverpflichtung wörtlich heißt: „Unberührt bleibt das Recht der (Verkäuferin) zur Führung des Hotels in Baden unter der Etablissementbezeichnung „Hotel Sacher“.

III. Die (Verkäuferin) räumt hiemit der (Käuferin) das unentgeltliche und nicht befristete Recht ein, den Hotelbetrieb.... unter der Etablissementbezeichnung 'Hotel Sacher' zu führen, jedoch ausschließlich eingeschränkt auf die Führung des Hotels im Standorte Baden, *****, und unter Ausschluss jeglicher anderweitiger Benützung dieser Bezeichnung, insbesondere für den Vertrieb von Produkten jeglicher Art mit oder unter dieser Bezeichnung."

III. Die (Verkäuferin) räumt hiemit der (Käuferin) das unentgeltliche und nicht befristete Recht ein, den Hotelbetrieb.... unter der Etablissementbezeichnung 'Hotel Sacher' zu führen, jedoch ausschließlich eingeschränkt auf die Führung des Hotels im Standorte Baden, *****, und unter Ausschluss jeglicher anderweitiger Benützung dieser Bezeichnung, insbesondere für den Vertrieb von Produkten jeglicher Art mit oder unter dieser Bezeichnung."

Die Klägerin begehrt, die Beklagte schuldig zu erkennen,

1. ab sofort im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs die wahrheitswidrige Behauptung, das Hotel Sacher in Baden sei von Franz Sacher, dem Erfinder der Sachertorte, gegründet worden, und/oder sinnähnliche wahrheitswidrige Behauptungen zu unterlassen,

2. es ab sofort zu unterlassen, beim Betrieb eines gastgewerblichen Unternehmens und/oder beim Vertrieb von Back- und Konditorwaren den Namen „Sacher“ in Alleinstellung - insbesondere anders als in den Verbindungen „Familie Carl Sacher Baden“, „Familie Carl Sacher Helenental“ oder „Familie Carl Sacher Baden Helenental“ und ohne Hervorhebung des Namens „Sacher“ - zu gebrauchen, soweit der Name „Sacher“ nicht ausschließlich als Bestandteil der Etablissementbezeichnung „Hotel Sacher“ des Hotels der Beklagten in Baden zur Führung dieses Hotels verwendet wird, insbesondere die Bezeichnung „Sacher“ zur Kennzeichnung einer mit einem Siegel versehenen Torte und/oder die Bezeichnung „Sacherjause“ zu gebrauchen.

Sie begehrt ferner, sie zur Urteilsveröffentlichung auf Kosten der Beklagten im Textteil einer Sonntag-Gesamtösterreich-Ausgabe der „Kronen Zeitung“ und im Textteil je einer Samstag-Ausgabe der Tageszeitungen „Die Presse“ und „Standard“ zu ermächtigen. Die Angaben über den Gründer des Hotels in Baden seien unwahr und täuschten einen Zusammenhang mit dem Hotel der Klägerin in Wien vor. Die Behauptungen seien auch nach Klageeinbringung in der Internetwerbung aufrecht erhalten worden. Durch Ankündigung einer "Sacherjause" und einer mit Siegel versehenen "Sachertorte" verstoße die Beklagte gegen die von ihrer Rechtsvorgängerin übernommene, auf

sie überbundene Unterlassungsverpflichtung. Ihre Rechtsvorgängerin habe sich nämlich verpflichtet, den Inhalt des mit der Klägerin geschlossenen Vergleichs auf ihre Rechtsnachfolger zu überbinden. Dem entsprechend habe sie der Beklagten auch nur die Benutzung der Etablissementbezeichnung „Hotel Sacher“ gestattet. Die Beklagte leite ihre Rechte am Gebrauch der beanstandeten Bezeichnung aus der beim Kauf der Hotelliegenschaft getroffenen Vereinbarung ab; sie könne daher keine weiteren Rechte geltend machen als ihre Vertragspartnerin. Mit den Bezeichnungen „Sachertorte“ und „Sacherjause“ verletze sie im Übrigen prioritätsältere Zeichenrechte der Klägerin am Firmenschlagwort „Sacher“, an der Etablissementbezeichnung „Hotel Sacher“ und an den Marken der Klägerin mit dem Bestandteil „Sacher“.

Die Beklagte beantrage die Abweisung des Klagebegehrens. Sie habe die (unrichtige) Bezeichnung des Gründers ihres Unternehmens noch vor Klageeinbringung berichtigt. Wiederholungsgefahr sei insoweit weggefallen. Ein allfälliger Irrtum sei auch nicht relevant. Im Übrigen sei das Wettbewerbsverhältnis fraglich. Der Klägerin stünden aus dem Vergleich keine Rechte gegen die Beklagte zu. Die Beklagte verstoße auch nicht gegen Zeichenrechte der Klägerin. Sie verwende „Sacher“ nicht in Alleinstellung. „Sachertorte“ sei eine Gattungsbezeichnung und bezeichne das im Hotel der Beklagten hergestellte Backwerk. „Sacherjause“ werde für Veranstaltungen der Beklagten in ihrem Hotel in Baden verwendet.

Das Erstgericht gab dem Unterlassungsbegehren zur Gänze und dem Urteilsveröffentlichungsbegehren jeweils im Textteil einer Sonntag-Gesamtösterreich-Ausgabe der „Kronen Zeitung“ und in einer Samstag-Ausgabe der Tageszeitung „Die Presse“ statt. Das darüber hinausgehende Veröffentlichungsbegehren wies es - rechtskräftig - ab; (zugleich erließ das Erstgericht die nur zur Sicherung des Unterlassungsbegehrens zu Punkt 1 beantragte einstweilige Verfügung. Der gegen die Bestätigung dieser einstweiligen Verfügung erhobene außerordentliche Revisionsrekurs ist nicht Gegenstand der vorliegenden Entscheidung).

Das Erstgericht stellte noch fest, die Beklagte werbe für ihr Hotel in Baden mit der Behauptung, es sei vom Erfinder der Sachertorte Franz Sacher gegründet worden. Nach Beanstandung durch die Klägerin habe sie diese unrichtige Angabe auf ihrer eigenen Homepage zwar richtiggestellt, jedoch nichts dagegen unternommen, dass auf anderen, der Werbung für ihr Unternehmen dienenden Homepages auch weiterhin noch mit diesen unrichtigen Angaben geworben werde. Auch im englischsprachigen Teil des mit ihren Sachertorten-Versandrechnungen ausgesandten Werbeblatts behaupte die Beklagte weiterhin, dass ihr Hotel von Franz Sacher fünf Jahre nach dem gleichnamigen weltberühmten Hotel Sacher in Wien gegründet worden sei, wie folgt:

„Franz Sacher settled in Baden to establish the Hotel Sacher in 1881; this was just five years after founding the world-famous hotel of the same name in Vienna“. Die Beklagte versehe die von ihr erzeugten und vertriebenen Sachertorten mit einem Siegel, das die Bezeichnung „Hotel Sacher Baden“ trage und in dem die Bezeichnung „Sacher“ gegenüber den übrigen Kennzeichenbestandteilen hervortrete. Sie biete in ihrem Unternehmen sogenannte „Sacherjause“ an.

Rechtlich ging das Erstgericht von einem Wettbewerbsverhältnis zwischen den Streitparteien aus. Die wahrheitswidrige Behauptung der Beklagten über den Gründer ihres Hotels stelle einen in Wahrheit nicht bestehenden Bezug zum Erfinder der Sachertorte und zum weltberühmten Hotel der Klägerin in Wien her. Die Korrektur dieser Behauptung auf der Homepage der Beklagten habe die Wiederholungsgefahr nicht beseitigt, weil die Beklagte ihren Wettbewerbsverstoß noch im Verfahren verteidige und nichts unternommen habe, um die durch ihre irreführende Behauptung hervorgerufene Meinung bei Dritten zu korrigieren. Es sei daher anzunehmen, dass sie nicht willens sei, derartige Verstöße in Zukunft zu unterlassen. Das Unterlassungsbegehren zu Punkt 2 habe die Beklagte nicht bestritten. Sie verstoße gegen die von ihrer Rechtsvorgängerin übernommene Unterlassungsverpflichtung. Danach dürfe sie - mangels eigenen Kennzeichenrechts - den Namen „Sacher“ nur mit den Einschränkungen des Vergleichs und in Verbindung mit den dort angeführten Bezeichnungen verwenden. Die Ankündigung einer „Sacherjause“ verstoße ebenso gegen diese Vereinbarung wie die Kennzeichnung ihrer Torten mit der Aufschrift „Sacher“ in Verbindung mit einem Siegel. Die Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung in den Tageszeitungen „Kronen Zeitung“ und „Die Presse“ sei ausreichend. Das Berufungsgericht bestätigte diese Entscheidung und sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands 20.000 EUR übersteige und die ordentliche Revision mangels erheblicher Rechtsfragen nicht zulässig sei. Von den Feststellungen des Erstgerichts ausgehend bejahte auch das Berufungsgericht ein Wettbewerbsverhältnis zwischen den Streitparteien sowohl in Bezug auf Hotel- und Restaurantgäste als auch in Bezug auf Erzeugung und Vertrieb von Sachertorten. Die von der Beklagten veranlasste Irreführung über den Gründer ihres Hotels sei relevant; sie sei im Zusammenhang mit den Behauptungen der Beklagten über die von ihr angebotene

Sachertorte geeignet, eine in Wahrheit nicht bestehende Geschäftsbeziehung zum weltberühmten Hotel der Klägerin in Wien vorzutäuschen. Potenzielle Hotelgäste könnten dadurch veranlasst werden, das Hotel der Beklagten auf eine Stufe mit jenem der Klägerin zu stellen und sich aus Preisgründen oder wegen der ruhigeren Lage für das Hotel der Beklagten entscheiden. Davon abgesehen seien die unwahren Behauptungen auch geeignet, den Absatz der von der Beklagten angebotenen Sachertorte zu fördern, weil der Käufer annehmen werde, die vom Erfinder der Sachertorte gegründete Beklagte sei im Besitz des Originalrezepts. Auch Punkt 2 des Unterlassungsgebots sei berechtigt. Nach dem klaren Wortlaut des (auf die Beklagte überbundenen) Vergleichs und der mit ihrer Rechtsvorgängerin abgeschlossenen Vereinbarung habe die Beklagte lediglich das Recht zum Gebrauch der Etablissementbezeichnung „Hotel Sacher“, nicht jedoch das Recht zum Gebrauch der Bezeichnung „Sacher“ in Alleinstellung, etwa beim Vertrieb irgend eines Produkts erworben. Ein derartiges Recht habe ihre Rechtsvorgängerin auch nicht einräumen können. Das auf den von ihr erzeugten und vertriebenen Sachertorten angebrachte Siegel „Hotel Sacher Baden“ verstoße gegen den Vergleich. Seine Gestaltung - das Wort „Sacher“ sei durch Schreibweise und Größe hervorgehoben - bewirke zumindest Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn. Auch die Werbung für eine „Sacherjause“ verstoße gegen § 2 UWG. Diese Bezeichnung enthalte ein unterscheidungskräftiges Unternehmenskennzeichen der Klägerin, weshalb der Durchschnittsbetrachter annehmen müsse, das Angebot stamme in Wahrheit oder zumindest indirekt aus dem weltberühmten Haus Sacher oder stehe sonst mit dem Inhaber des weltberühmten Unternehmenskennzeichens „Sacher“ in Verbindung. Auch insofern liege Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn vor. Um dem entgegenzuwirken, sei mit der Rechtsvorgängerin der Beklagten ein Vergleich geschlossen worden, womit ihr lediglich das Recht zur Führung der Etablissementbezeichnung unter Ausschluss jeglicher anderweitiger Benützung des Zeichens, insbesondere für den Vertrieb von Produkten jeglicher Art mit oder unter dieser Bezeichnung eingeräumt worden sei. Die Bezeichnung ihrer Veranstaltung als „Sacherjause“ verletze das Kennzeichenrecht der Klägerin. Rechtlich ging das Erstgericht von einem Wettbewerbsverhältnis zwischen den Streitparteien aus. Die wahrheitswidrige Behauptung der Beklagten über den Gründer ihres Hotels stelle einen in Wahrheit nicht bestehenden Bezug zum Erfinder der Sachertorte und zum weltberühmten Hotel der Klägerin in Wien her. Die Korrektur dieser Behauptung auf der Homepage der Beklagten habe die Wiederholungsgefahr nicht beseitigt, weil die Beklagte ihren Wettbewerbsverstoß noch im Verfahren verteidige und nichts unternommen habe, um die durch ihre irreführende Behauptung hervorgerufene Meinung bei Dritten zu korrigieren. Es sei daher anzunehmen, dass sie nicht willens sei, derartige Verstöße in Zukunft zu unterlassen. Das Unterlassungsbegehren zu Punkt 2 habe die Beklagte nicht bestritten. Sie verstoße gegen die von ihrer Rechtsvorgängerin übernommene Unterlassungsverpflichtung. Danach dürfe sie - mangels eigenen Kennzeichenrechts - den Namen „Sacher“ nur mit den Einschränkungen des Vergleichs und in Verbindung mit den dort angeführten Bezeichnungen verwenden. Die Ankündigung einer „Sacherjause“ verstoße ebenso gegen diese Vereinbarung wie die Kennzeichnung ihrer Torten mit der Aufschrift „Sacher“ in Verbindung mit einem Siegel. Die Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung in den Tageszeitungen „Kronen Zeitung“ und „Die Presse“ sei ausreichend. Das Berufungsgericht bestätigte diese Entscheidung und sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands 20.000 EUR übersteige und die ordentliche Revision mangels erheblicher Rechtsfragen nicht zulässig sei. Von den Feststellungen des Erstgerichts ausgehend bejahte auch das Berufungsgericht ein Wettbewerbsverhältnis zwischen den Streitparteien sowohl in Bezug auf Hotel- und Restaurantgäste als auch in Bezug auf Erzeugung und Vertrieb von Sachertorten. Die von der Beklagten veranlasste Irreführung über den Gründer ihres Hotels sei relevant; sie sei im Zusammenhang mit den Behauptungen der Beklagten über die von ihr angebotene Sachertorte geeignet, eine in Wahrheit nicht bestehende Geschäftsbeziehung zum weltberühmten Hotel der Klägerin in Wien vorzutäuschen. Potenzielle Hotelgäste könnten dadurch veranlasst werden, das Hotel der Beklagten auf eine Stufe mit jenem der Klägerin zu stellen und sich aus Preisgründen oder wegen der ruhigeren Lage für das Hotel der Beklagten entscheiden. Davon abgesehen seien die unwahren Behauptungen auch geeignet, den Absatz der von der Beklagten angebotenen Sachertorte zu fördern, weil der Käufer annehmen werde, die vom Erfinder der Sachertorte gegründete Beklagte sei im Besitz des Originalrezepts. Auch Punkt 2 des Unterlassungsgebots sei berechtigt. Nach dem klaren Wortlaut des (auf die Beklagte überbundenen) Vergleichs und der mit ihrer Rechtsvorgängerin abgeschlossenen Vereinbarung habe die Beklagte lediglich das Recht zum Gebrauch der Etablissementbezeichnung „Hotel Sacher“, nicht jedoch das Recht zum Gebrauch der Bezeichnung „Sacher“ in Alleinstellung, etwa beim Vertrieb irgend eines Produkts erworben. Ein derartiges Recht habe ihre Rechtsvorgängerin auch nicht einräumen können. Das auf den von ihr erzeugten und vertriebenen Sachertorten angebrachte Siegel „Hotel Sacher Baden“ verstoße gegen den Vergleich. Seine Gestaltung - das Wort „Sacher“ sei durch Schreibweise und Größe hervorgehoben - bewirke zumindest

Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn. Auch die Werbung für eine „Sacherjause“ verstoße gegen Paragraph 2, UWG. Diese Bezeichnung enthalte ein unterscheidungskräftiges Unternehmenskennzeichen der Klägerin, weshalb der Durchschnittsbetrachter annehmen müsse, das Angebot stamme in Wahrheit oder zumindest indirekt aus dem weltberühmten Haus Sacher oder stehe sonst mit dem Inhaber des weltberühmten Unternehmenskennzeichens „Sacher“ in Verbindung. Auch insofern liege Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn vor. Um dem entgegenzuwirken, sei mit der Rechtsvorgängerin der Beklagten ein Vergleich geschlossen worden, womit ihr lediglich das Recht zur Führung der Etablissementbezeichnung unter Ausschluss jeglicher anderweitiger Benützung des Zeichens, insbesondere für den Vertrieb von Produkten jeglicher Art mit oder unter dieser Bezeichnung eingeräumt worden sei. Die Bezeichnung ihrer Veranstaltung als „Sacherjause“ verletze das Kennzeichenrecht der Klägerin.

Der Ausspruch des Berufungsgerichts, wonach der Wert des Entscheidungsgegenstands 20.000 EUR übersteige, ist im vorliegenden Fall so zu verstehen, dass jedes der von der Klägerin getrennt bewerteten Unterlassungsbegehren 20.000 EUR übersteige. Anhaltspunkte dafür, dass das Berufungsgericht eines der beiden Begehren unter 20.000 EUR hätte bewerten wollen, liegen nicht vor.

Rechtliche Beurteilung

Die Revision der Beklagten ist zulässig, weil Rechtsprechung zur Frage fehlt, ob und unter welchen Voraussetzungen Ansprüche aus einem Vergleich gegen den Rechtsnachfolger einer der Parteien geltend gemacht werden können, die Revision ist aber nicht berechtigt.

Zu Punkt 1. des Unterlassungsgebots:

Die Revision stellt die Unrichtigkeit der Behauptung, ihr Unternehmen sei vom Erfinder der Sachertorte gegründet worden, nicht mehr in Abrede, vertritt jedoch unter Hinweis auf die Entscheidung 4 Ob 59/03k die Auffassung, die beanstandete Behauptung sei nicht wettbewerbswidrig, weil sie keine erhebliche Nachfrageverlagerung bewirke. Aus diesem Grund sei auch ein Wettbewerbsverhältnis zwischen den Streitparteien nicht anzunehmen. Dem ist zu entgegen:

Die in der Revision zitierte Entscheidung 4 Ob 59/03k (= ÖBl 2004, 26

- -Strichaufzählung

Organisationsbeitrag II) fordert die Eignung zu einer nicht unerheblichen Nachfrageverlagerung als Voraussetzung für die Wettbewerbswidrigkeit eines Verhaltens. Sie trifft aber keine Aussagen zu den Voraussetzungen eines Wettbewerbsverhältnisses. Eine Nachfrageverlagerung kann nicht Voraussetzung, sondern nur mögliche Folge eines Wettbewerbsverhältnisses sein. Sie kann nämlich nur dann eintreten, wenn ein Wettbewerbsverhältnis vorliegt. Ob ein Wettbewerbsverhältnis besteht, ist nach der Verkehrsauffassung zu beurteilen. Es ist unter anderem immer dann anzunehmen, wenn sich die beteiligten Unternehmer an einen im Wesentlichen gleichartigen Abnehmerkreis wenden (ÖBl 2000, 115 - Einkaufszentrum U; ÖBl 2001, 72 Organisationsbeitrag römisch II) fordert die Eignung zu einer nicht unerheblichen Nachfrageverlagerung als Voraussetzung für die Wettbewerbswidrigkeit eines Verhaltens. Sie trifft aber keine Aussagen zu den Voraussetzungen eines Wettbewerbsverhältnisses. Eine Nachfrageverlagerung kann nicht Voraussetzung, sondern nur mögliche Folge eines Wettbewerbsverhältnisses sein. Sie kann nämlich nur dann eintreten, wenn ein Wettbewerbsverhältnis vorliegt. Ob ein Wettbewerbsverhältnis besteht, ist nach der Verkehrsauffassung zu beurteilen. Es ist unter anderem immer dann anzunehmen, wenn sich die beteiligten Unternehmer an einen im Wesentlichen gleichartigen Abnehmerkreis wenden (ÖBl 2000, 115 - Einkaufszentrum U; ÖBl 2001, 72

- -Strichaufzählung

Bodyguard uva). Dies ist hier zweifelsfrei der Fall. Beide Streitparteien wenden sich mit ihrem Angebot an Restaurant- und Hotelgäste, die Wien und Umgebung besuchen und dabei in einem Hotel gehobener Klasse wohnen wollen. Das Wettbewerbsverhältnis besteht insbesondere auch in Bezug auf den Vertrieb von (insbesondere den Versandhandel mit) Backwerk, insbesondere Sachertorten. Die Forderung der Beklagten nach der Eignung zu einer nicht unerheblichen Nachfrageverlagerung als Voraussetzung wettbewerbswidrigen Verhaltens spricht die Relevanz der durch eine unrichtige Behauptung hervorgerufenen Irreführung an. Nach ständiger Rechtsprechung setzt ein Verstoß gegen § 2 UWG nicht nur eine zur Irreführung geeignete Angabe über geschäftliche Verhältnisse voraus. Bodyguard uva). Dies ist hier zweifelsfrei der Fall. Beide Streitparteien wenden sich mit ihrem Angebot an Restaurant- und Hotelgäste, die Wien und Umgebung besuchen und dabei in einem Hotel gehobener Klasse wohnen wollen. Das Wettbewerbsverhältnis besteht insbesondere auch in Bezug auf den Vertrieb von

(insbesondere den Versandhandel mit) Backwerk, insbesondere Sachertorten. Die Forderung der Beklagten nach der Eignung zu einer nicht unerheblichen Nachfrageverlagerung als Voraussetzung wettbewerbswidrigen Verhaltens spricht die Relevanz der durch eine unrichtige Behauptung hervorgerufenen Irreführung an. Nach ständiger Rechtsprechung setzt ein Verstoß gegen Paragraph 2, UWG nicht nur eine zur Irreführung geeignete Angabe über geschäftliche Verhältnisse voraus.

Der unrichtige Eindruck muss auch geeignet sein, den Entschluss der angesprochenen Interessenten, sich mit dem Angebot näher zu befassen, zugunsten dieses Angebots zu beeinflussen (ÖBI 2002/24, 134 - galtuer.at mwN; ÖBI 1999, 77 - Ma-Tabletten uva). Diese

Voraussetzungen sind hier gegeben: Die unwahre Behauptung, das Hotel der Beklagten sei von Franz Sacher, dem Erfinder der Sachertorte, gegründet worden, ist geeignet, die Entscheidung des Publikums zugunsten der von der Beklagten angebotenen Sachertorte in erheblicher Weise zu beeinflussen, den Absatz der Beklagten zu Lasten der Klägerin zu fördern und zu einer nicht bloß unerheblichen

Nachfrageverlagerung zu führen. Für den angesprochenen Erwerber ist nämlich die Herkunft des Backwerks aus einem Unternehmen, das der Erfinder dieser Torte selbst gegründet hat, von ausschlaggebender Bedeutung, weil er davon ausgehen kann (und auch ausgehen wird), dass der Anbieter über das Originalrezept verfügt und die Torte auch danach herstellt. Ob die unrichtige Behauptung der Beklagten - wie die Vorinstanzen den Argumenten der Klägerin folgend meinen - auch geeignet ist, den Entschluss des Publikums zugunsten des Hotels der Beklagten in maßgeblicher Weise zu beeinflussen, kann offen bleiben. Das Unterlassungsgebot ist schon angesichts der im Hinblick auf den Tortenabsatz relevanten Irreführung berechtigt.

2. Zum Wegfall der Wiederholungsgefahr:

Die Revision macht geltend, die Beklagte habe die unrichtige Behauptung noch vor Klageeinbringung aus ihrer Homepage entfernt, die Wiederholungsgefahr sei daher in Ansehung des Unterlassungsgebots zu Punkt 1 weggefallen. Nach den Feststellungen der Vorinstanzen hat die Beklagte die beanstandete Behauptung lediglich aus der eigenen Website entfernt. Sie hat jedoch nicht veranlasst, dass sie auch aus anderen, der Bewerbung ihres Unternehmens dienenden Websites entfernt wurde, obgleich sie die rechtliche Möglichkeit hatte, eine Richtigstellung auch auf jenen Websites durchzusetzen, die ihren Hotelbetrieb unter Verwendung ihrer Angaben bewerben. Die Aufrechterhaltung der unrichtigen Angaben auf weiteren, ihr Unternehmen bewerbenden Websites spricht gegen ein ernsthaftes Bemühen der Beklagten, unwahre und irreführende Angaben zu vermeiden.

3. Zu Punkt 2. des Unterlassungsgebots:

Die Klägerin stützt ihr Unterlassungsgebot zu Punkt 2 in erster Linie auf den im Verfahren 19 Cg 37/80 des Handelsgerichtes Wien geschlossenen Vergleich. Sie macht geltend, die von der Rechtsvorgängerin der Beklagten in diesem Vergleich eingegangenen Verpflichtungen seien anlässlich des Ankaufs der Hotelliegenschaft auf die Beklagte überbunden worden.

Zunächst ist davon auszugehen, dass der Beklagten aus eigenem Recht keine Befugnisse zur Benutzung des Zeichens „Sacher“ zustehen. Sie hat die Berechtigung, dieses Zeichen zu nutzen, erst anlässlich des Erwerbs der Hotelliegenschaft von ihrer Rechtsvorgängerin - allerdings nur in dem Umfang, in dem diese nach dem Inhalt des 1980 geschlossenen Vergleichs zur Nutzung berechtigt war - vertraglich übertragen erhalten. Der 1980 geschlossene Vergleich gestattete der Rechtsvorgängerin der Beklagten zwar die Benutzung des Zeichens „Hotel Sacher“ als Etablissementbezeichnung ihres Hotels in Baden. Gleichzeitig verpflichtete sich diese jedoch, das Zeichen „Sacher“ im geschäftlichen Verkehr bei Erzeugung und Vertrieb von Back- und Konditorwaren, beim Betrieb von Ladengeschäften zum Vertrieb dieser Waren wie auch beim Betrieb gastgewerblicher Unternehmen selbst „mindestens in Verbindung 'Familie Carl Sacher Baden' oder 'Familie Carl Sacher Helenental' oder 'Familie Carl Sacher Baden Helenental' zu gebrauchen oder die Gebrauchsbefugnis zu übertragen“, und zwar „ohne Hervorhebung des Namens Sacher, ohne Verwendung eines Siegels oder der von der klagenden Partei gebrauchten charakteristischen lateinischen Großbuchstaben S und T“.

Die anlässlich des Verkaufs der Hotelliegenschaft geschlossene Vereinbarung vom 2. 8. 1994 verweist auf diesen gerichtlichen Vergleich, sein Inhalt wurde von der Beklagten ausdrücklich und „vorbehaltlos“ zur Kenntnis genommen (Punkt II der Vereinbarung). Dem entsprechend räumte die Verkäuferin der Beklagten nach Punkt III der Vereinbarung (nur) „das unentgeltliche und nicht befristete Recht ein, den Hotelbetrieb ... unter der Etablissementbezeichnung 'Hotel Sacher' zu führen, jedoch ausschließlich eingeschränkt auf die Führung des Hotels im Standort Baden ... und unter Ausschluss jeglicher anderweitiger Benützung dieser Bezeichnung, insbesondere für den Vertrieb von Produkten jeglicher Art mit oder unter dieser Bezeichnung“.

Zu prüfen ist, ob diese Vereinbarungen die Klägerin berechtigen, die Beklagte auf Erfüllung des Vergleichs in Anspruch zu nehmen. Grundsätzlich bindet ein Vergleich, ebenso wie jede andere Vereinbarung, nur diejenigen, die den Vergleich oder die Vereinbarung abgeschlossen haben. Wird die Verpflichtung aus dem Vergleich auf einen Dritten überbunden, so kann es dadurch zu einer bloßen Erfüllungsübernahme (§ 1404 ABGB) oder zu einer Schuldübernahme (§ 1405 ABGB) kommen. Aus der Erfüllungsübernahme erwächst dem Gläubiger unmittelbar kein Recht (§ 1404 Satz 2 ABGB); er kann daher den Dritten nicht auf Erfüllung des Vergleichs in Anspruch nehmen. Anders ist es bei der (privaten) Schuldübernahme, die allerdings neben der Überbindung der Verpflichtung auch die Zustimmung des Gläubigers voraussetzt (§ 1405 ABGB). Der Gläubiger kann seine Einwilligung dem Schuldner oder dem Übernehmer erklären (§ 1405 letzter Satz ABGB); die Zustimmungserklärung kann auch schon vor der Schuldübernahme abgegeben werden und auch konkludent erfolgen (Ertl in Rummel, ABGB3 § 1405 Rz 2 mwN). In diesem Sinn hat die Rechtsprechung eine vorweg erteilte Zustimmung des Gläubigers in Fällen angenommen, in denen sich ein Kunde in einem Bierbezugsvertrag verpflichtet hat, den Vertrag auf den jeweiligen Rechtsnachfolger zu überbinden (5 Ob 541/88 = JBl 1988, 720; 4 Ob 512/93 = RdW 1993, 275). Zu prüfen ist, ob diese Vereinbarungen die Klägerin berechtigen, die Beklagte auf Erfüllung des Vergleichs in Anspruch zu nehmen. Grundsätzlich bindet ein Vergleich, ebenso wie jede andere Vereinbarung, nur diejenigen, die den Vergleich oder die Vereinbarung abgeschlossen haben. Wird die Verpflichtung aus dem Vergleich auf einen Dritten überbunden, so kann es dadurch zu einer bloßen Erfüllungsübernahme (Paragraph 1404, ABGB) oder zu einer Schuldübernahme (Paragraph 1405, ABGB) kommen. Aus der Erfüllungsübernahme erwächst dem Gläubiger unmittelbar kein Recht (Paragraph 1404, Satz 2 ABGB); er kann daher den Dritten nicht auf Erfüllung des Vergleichs in Anspruch nehmen. Anders ist es bei der (privaten) Schuldübernahme, die allerdings neben der Überbindung der Verpflichtung auch die Zustimmung des Gläubigers voraussetzt (Paragraph 1405, ABGB). Der Gläubiger kann seine Einwilligung dem Schuldner oder dem Übernehmer erklären (Paragraph 1405, letzter Satz ABGB); die Zustimmungserklärung kann auch schon vor der Schuldübernahme abgegeben werden und auch konkludent erfolgen (Ertl in Rummel, ABGB3 Paragraph 1405, Rz 2 mwN). In diesem Sinn hat die Rechtsprechung eine vorweg erteilte Zustimmung des Gläubigers in Fällen angenommen, in denen sich ein Kunde in einem Bierbezugsvertrag verpflichtet hat, den Vertrag auf den jeweiligen Rechtsnachfolger zu überbinden (5 Ob 541/88 = JBl 1988, 720; 4 Ob 512/93 = RdW 1993, 275).

Im vorliegenden Fall hat sich die Rechtsvorgängerin der Beklagten im Vergleich verpflichtet, die von ihr übernommene Verpflichtung auf ihre Rechtsnachfolger zu überbinden. Die Klägerin hat der Überbindung und damit einer Schuldübernahme mit dem Abschluss des Vergleichs zugestimmt. Die Rechtsvorgängerin der Beklagten ist der gegenüber der Klägerin übernommenen Verpflichtung auch nachgekommen. Sie räumte ihr unter ausdrücklicher inhaltlicher Bezugnahme auf den Vergleichsinhalt nur die ihr aus dem Vergleich zustehenden Nutzungsrechte ein und schloss jegliche anderweitige Benutzung der Bezeichnung „Sacher“, insbesondere für den Vertrieb von Produkten jeglicher Art aus. Die Beklagte hat die Vereinbarung vom 2. 8. 1994 in Kenntnis der ihrer Vertragspartnerin im Vergleich zugestandenen Rechte und auferlegten Verpflichtungen, insbesondere auch in Kenntnis der eingegangenen Überbindungsverpflichtung geschlossen. Ihre Zustimmung zum Vertragsinhalt kann daher nur als Übernahme der Verpflichtungen ihrer Rechtsvorgängerin aus dem gerichtlichen Vergleich verstanden werden. Damit kann aber die Klägerin (als Rechtsnachfolgerin der damals aus dem Vergleich Berechtigten) die Beklagte aus der übernommenen

Verpflichtung direkt in Anspruch nehmen.

Nach dem Inhalt des - auf die Beklagte überbundenen Vergleichs - ist es ihr gestattet, das Zeichen „Sacher“ in Verbindung mit „Hotel Sacher“ als Etablissementbezeichnung ihres Hotels in Baden zu verwenden. Im geschäftlichen Verkehr bei Erzeugung und Vertrieb von Back- und Konditorwaren, beim Betrieb von Ladengeschäften sowie beim Betrieb gastgewerblicher Unternehmen selbst darf sie das Zeichen „Sacher“ nur in Verbindung mit den im Vergleich angeführten Hinweisen auf die Familie Carl Sacher Baden bzw Helenental gebrauchen; die Hervorhebung des Namens, die Verwendung eines Siegels oder der von der Klägerin gebrauchten charakteristischen lateinischen Großbuchstaben S und T ist ihr jedoch nicht gestattet. Die Benützung des Wortes „Sacher“ zur Kennzeichnung einer mit Siegel versehenen Torte und zur Bezeichnung von Veranstaltungen wie einer „Sacherjause“ verstößt insoweit gegen die von der Beklagten vertraglich übernommene Verpflichtung.

Ob der Begriff „Sachertorte“ zum Gattungsbegriff geworden ist und im Verkehr als solcher verwendet wird, ist im vorliegenden Fall ohne Bedeutung. Beanstandet und Gegenstand des Unterlassungsbegehrens ist nicht die Bezeichnung einer bestimmten Schokoladentorte im Sinn eines Gattungsbegriffs, sondern die vertragswidrige Verwendung des Namens „Sacher“ für eine mit Siegel versehene Torte.

Entgegen der Auffassung der Revision ist das Unterlassungsgebot keineswegs unbestimmt oder unverständlich, es orientiert sich am konkreten Verstoß der Beklagten gegen die übernommene vertragliche Verpflichtung.

Art und Umfang der Urteilsveröffentlichung in zwei Tageszeitungen stehen in angemessenem Verhältnis zur Wirkung des Verstoßes. Der unberechtigten Revision der Beklagten wird nicht Folge gegeben. Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 41 und 50 Abs 1 ZPO. Art und Umfang der Urteilsveröffentlichung in zwei Tageszeitungen stehen in angemessenem Verhältnis zur Wirkung des Verstoßes. Der unberechtigten Revision der Beklagten wird nicht Folge gegeben. Die Kostenentscheidung beruht auf Paragraphen 41 und 50 Absatz eins, ZPO.

Anmerkung

E76510 4Ob272.04k-2

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2005:0040OB00272.04K.0314.000

Dokumentnummer

JJT_20050314_OGH0002_0040OB00272_04K0000_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