jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 2002/4/9 4Ob63/02x

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 09.04.2002

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofs Dr. Kodek als Vorsitzenden und durch den Hofrat des Obersten Gerichtshofs Dr. Graf, die Hofrätinnen des Obersten Gerichtshofs Dr. Griß und Dr. Schenk sowie den Hofrat des Obersten Gerichtshofs Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei F***** Handelsgesellschaft m.b.H., *****, vertreten durch Dr. Manfred C. Müllauer, Rechtsanwalt in Wien, gegen die beklagte Partei W***** Gesellschaft mbH, *****, vertreten durch Dr. Johann Grandl, Rechtsanwalt in Mistelbach, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Sicherungsverfahren 32.702,78 EUR), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der beklagten Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Wien als Rekursgericht vom 28. November 2001, GZ 4 R 171/01y-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).

Begründung:

Rechtliche Beurteilung

Seit der UWG-Nov 1988 hält der erkennende Senat in stRsp jedes wahrheitsgemäße Herausstellen der eigenen besseren Leistung im Wege einer Gegenüberstellung mit der schlechteren Leistung namentlich genannter Mitbewerber an Hand objektiv überprüfbarer Daten grundsätzlich für zulässig, sofern es nicht iS des § 2 UWG zur Irreführung geeignet ist oder - etwa durch Pauschalabwertungen, unnötiges Bloßstellen oder aggressive Tendenzen - das Sachlichkeitsgebot verletzt und damit gegen § 1 UWG verstößt (MR 1999, 186 - Negative Smile; MR 1999, 299 - Zwergerl je mwN uva).Seit der UWG-Nov 1988 hält der erkennende Senat in stRsp jedes wahrheitsgemäße Herausstellen der eigenen besseren Leistung im Wege einer Gegenüberstellung mit der schlechteren Leistung namentlich genannter Mitbewerber an Hand objektiv überprüfbarer Daten grundsätzlich für zulässig, sofern es nicht iS des Paragraph 2, UWG zur Irreführung geeignet ist oder - etwa durch Pauschalabwertungen, unnötiges Bloßstellen oder aggressive Tendenzen - das Sachlichkeitsgebot verletzt und damit gegen Paragraph eins, UWG verstößt (MR 1999, 186 - Negative Smile; MR 1999, 299 - Zwergerl je mwN uva).

Die Bedeutung einer Werbeankündigung richtet sich danach, wie sie die angesprochenen Verkehrskreise verstehen, wogegen das, was der Werbende selbst mit seiner Äußerung gemeint hat, unerheblich ist (stRsp ua ÖBl 1994, 73 -

Verkauf zum Fabrikspreis; ÖBl 1995, 67 - Führerschein auf Anhieb; ÖBl 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo uva). Entscheidend ist der Gesamteindruck der Ankündigung bei flüchtiger Betrachtung und durchschnittlicher Aufmerksamkeit (ÖBl 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo mwN). Bei einer mehrdeutigen Angabe muss der Werbende die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen (ÖBl 1995, 167 - Exklusivinterview; ÖBl 1996, 130 - Preiß`n Kracher I uva), wenn ein nicht unbeträchtlicher Teil des angesprochenen Publikums die Äußerung tatsächlich in diesem ungünstigen Sinn verstehen kann (MR 1997, 170 = ÖBl 1998, 14 - Schwarzhörer willkommen mwN).Die Bedeutung einer Werbeankündigung richtet sich danach, wie sie die angesprochenen Verkehrskreise verstehen, wogegen das, was der Werbende selbst mit seiner Äußerung gemeint hat, unerheblich ist (stRsp ua ÖBl 1994, 73 - Verkauf zum Fabrikspreis; ÖBl 1995, 67 - Führerschein auf Anhieb; ÖBl 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo uva). Entscheidend ist der Gesamteindruck der Ankündigung bei flüchtiger Betrachtung und durchschnittlicher Aufmerksamkeit (ÖBl 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo mwN). Bei einer mehrdeutigen Angabe muss der Werbende die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen (ÖBl 1995, 167 - Exklusivinterview; ÖBl 1996, 130 - Preiß`n Kracher römisch eins uva), wenn ein nicht unbeträchtlicher Teil des angesprochenen Publikums die Äußerung tatsächlich in diesem ungünstigen Sinn verstehen kann (MR 1997, 170 = ÖBl 1998, 14 - Schwarzhörer willkommen mwN).

Die Frage, welche Wirkung eine Werbeaussage auf die beteiligten Verkehrskreise hat, ist eine Rechtsfrage, wenn zu ihrer Beurteilung die Erfahrungen des täglichen Lebens ausreichen; sie ist immer dann eine Tatfrage, wenn dies nicht der Fall ist (stRsp ua ÖBl 1990, 231 = WBl 1990, 245 - Familia II; MR 1993, 116 = WBl 1993, 337 - Reichweitenrekord; MR 1995, 189 - Österreichs größte Qualitäts-Zeitung; 4 Ob 246/00f uva).

Mit dieser Rechtsprechung steht die angefochtene Entscheidung im Einklang. Die Klägerin bewirbt ihre Produkte österreichweit mit dem - einem breiten Publikum bekannten - Spruch "Mehr darf der Spaß nicht kosten!". Nachdem über das Vermögen der Klägerin das Ausgleichsverfahren eröffnet worden ist, warb die Beklagte, eine Mitbewerberin der Klägerin, für ihre Produkte und Leistungen mit dem Werbeslogan "Mehr darf der Spaß nicht kosten - manchem kostet er das Leben! Bei uns bekommen sie günstige Preise plus Qualitätsarbeit! Auch in Zukunft!". Die Wirkung dieser Werbeaussage auf die beteiligten Verkehrskreise ist hier eine Rechtsfrage. Die Auffassung des Rekursgerichtes, damit werde (ua) bei den angesprochenen Verkehrskreisen die Klägerin entgegen § 1 UWG pauschal und unsachlich herabgesetzt, hält sich in der Beurteilung des Einzelfalles im Rahmen der zitierten höchstgerichtlichen Rechtsprechung und bedarf keiner Korrektur im Interesse der Wahrung der Rechtseinheit. Eine Rechtsfrage iS des § 528 Abs 1 ZPO liegt damit nicht vor.Mit dieser Rechtsprechung steht die angefochtene Entscheidung im Einklang. Die Klägerin bewirbt ihre Produkte österreichweit mit dem - einem breiten Publikum bekannten - Spruch "Mehr darf der Spaß nicht kosten!". Nachdem über das Vermögen der Klägerin das Ausgleichsverfahren eröffnet worden ist, warb die Beklagte, eine Mitbewerberin der Klägerin, für ihre Produkte und Leistungen mit dem Werbeslogan "Mehr darf der Spaß nicht kosten - manchem kostet er das Leben! Bei uns bekommen sie günstige Preise plus Qualitätsarbeit! Auch in Zukunft!". Die Wirkung dieser Werbeaussage auf die beteiligten Verkehrskreise ist hier eine Rechtsfrage. Die Auffassung des Rekursgerichtes, damit werde (ua) bei den angesprochenen Verkehrskreisen die Klägerin entgegen Paragraph eins, UWG pauschal und unsachlich herabgesetzt, hält sich in der Beurteilung des Einzelfalles im Rahmen der zitierten höchstgerichtlichen Rechtsprechung und bedarf keiner Korrektur im Interesse der Wahrung der Rechtseinheit. Eine Rechtsfrage iS des Paragraph 528, Absatz eins, ZPO liegt damit nicht vor.

Textnummer

E65058

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2002:0040OB00063.02X.0409.000

Im RIS seit

09.05.2002

Zuletzt aktualisiert am

14.01.2014

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