jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 2000/10/3 4Ob246/00f

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 03.10.2000

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr. Kodek als Vorsitzenden, den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Graf, die Hofrätinnen des Obersten Gerichtshofes Dr. Griß und Dr. Schenk und den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei B***** GmbH, *****, vertreten durch Dr. Eugen Wiederkehr und Dr. Werner Loos, Rechtsanwälte in Wien, gegen die beklagte Partei M***** Gesellschaft m.b.H., *****, vertreten durch Dr. Leonhard Romig, Rechtsanwalt in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren 640.000 S), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der klagenden Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichtes Wien als Rekursgericht vom 14. August 2000, GZ 5 R 106/00w-11, den

Beschluss

gefasst:

Spruch

Der außerordentliche Revisionsrekurs der klagenden Partei 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 der klagenden Partei 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

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). Richtet sich die beanstandete Werbeaussage - wie hier - allein an Fachkreise, ist für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung dieser Werbebehauptung daher allein die Verkehrsauffassung dieser Fachkreise maßgebend (stRsp ua SZ 59/101 = ÖBl 1987, 78 - Wärmeabgabetabellen; ÖBl 1995, 273 - Kanalverbaugeräte).

Mit dieser Rechtsprechung steht die angefochtene Entscheidung im Einklang.

Die Vorinstanzen haben für bescheinigt erachtet, dass nach den Fachinformationen das beworbene Medikament der Beklagten zur Behandlung bei degenerativen Gelenkerkrankungen (Arthrosen) und Entzündungen sowie Schmerzen bei Arthrose indiziert ist; in der Zulassung ist die Indikation mit den Worten "zur symptomatischen Linderung der Beschwerden bei der Behandlung der Osteoarthritis" beschrieben. Es konnte nicht festgestellt werden, dass in den angesprochenen Fachkreisen (oder zumindest in nicht unbeträchtlichen Teilen davon) Osteoarthritis nicht allgemein als Synonym für Arthrose verstanden wird. Wird bei dieser Sachlage das Medikament der Beklagten mit dem Slogan "Eintritt in die zeitgemäße Arthrosetherapie" beworben, kann darin - auch bei Berücksichtigung der zu § 2 UWG entwickelten Unklarheitenregel - keine Bewerbung einer durch die Fachinformation nicht gedeckten Indikation erblickt werden. Entscheidend ist nicht, wie die Rechtsmittelwerberin vermeint, ob eine Ankündigung mehrere vertretbare Auslegungen zulässt, sondern ob nicht zu vernachlässigende Teile der Adressaten die Ankündigung in unterschiedlichem Sinn verstehen; letzteres ist nicht bescheinigt.Die Vorinstanzen haben für bescheinigt erachtet, dass nach den Fachinformationen das beworbene Medikament der Beklagten zur Behandlung bei degenerativen Gelenkerkrankungen (Arthrosen) und Entzündungen sowie Schmerzen bei Arthrose indiziert ist; in der Zulassung ist die Indikation mit den Worten "zur symptomatischen Linderung der Beschwerden bei der Behandlung der Osteoarthritis" beschrieben. Es konnte nicht festgestellt werden, dass in den angesprochenen Fachkreisen (oder zumindest in nicht unbeträchtlichen Teilen davon) Osteoarthritis nicht allgemein als Synonym für Arthrose verstanden wird. Wird bei dieser Sachlage das Medikament der Beklagten mit dem Slogan "Eintritt in die zeitgemäße Arthrosetherapie" beworben, kann darin - auch bei Berücksichtigung der zu Paragraph 2, UWG entwickelten Unklarheitenregel - keine Bewerbung einer durch die Fachinformation nicht gedeckten Indikation erblickt werden. Entscheidend ist nicht, wie die Rechtsmittelwerberin vermeint, ob eine Ankündigung mehrere vertretbare Auslegungen zulässt, sondern ob nicht zu vernachlässigende Teile der Adressaten die Ankündigung in unterschiedlichem Sinn verstehen; letzteres ist nicht bescheinigt.

Ob das beworbene Medikament der Beklagten hingegen bei jeder Arthroseform indiziert ist, bedurfte keiner weiteren Prüfung, weil ein solcher Sinngehalt - dass nämlich das Medikament zur Behandlung von Arthrose in ihren sämtlichen Erscheinungsformen schlechthin geeignet sei - der beanstandeten Werbung nicht unterlegt werden kann. Die angesprochenen Fachkreise erwarten von einer schlagwortartigen Medikamentenwerbung regelmäßig keine detaillierte und vollständige Aufklärung über den genauen Anwendungsbereich des beworbenen Produkts (der ja der Fachinformation und dem Beipackzettel zu entnehmen ist), sofern nur die Indikation im Allgemeinen zutreffend beschrieben ist. Auch die Gefahr einer Irreführung durch Verschweigen besteht demnach hier nicht.

Dem Rekursgericht ist aber auch keine Fehlbeurteilung unterlaufen, wenn es das Vorliegen einer unrichtigen Alleinstellungswerbung und sittenwidrigen Pauschalabwertung der Mitbewerber mit der Begründung verneint hat, das Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise vom beanstandeten Slogan sei dahin zu deuten, die Beklagte verfüge nunmehr (ebenso wie ihre Mitbewerber) über ein Arzneimittel, das in seiner Entwicklung der gegenwärtigen Zeit entspreche, ohne dass damit (auch nur indirekt) die Behauptung aufgestellt werde, die Beklagte alleine biete eine gänzlich neue, bessere, wirksamere oder mit weniger Nebenwirkungen verbundene Therapieform an als ihre Mitbewerber. Es entspricht der allgemeinen Lebenserfahrung, dass auf dem Markt üblicherweise mehrere

Medikamente verschiedener Hersteller zur Behandlung derselben Erkrankung angeboten werden. Die Bewerbung eines Medikaments als zur zeitgemäßen Therapie geeignet kann unter diesen Umständen nicht als Alleinstellungswerbung oder Herabsetzung der Konkurrenzporodukte verstanden werden. Schon nach dem allgemeinen Sprachverständnis ist der "Eintritt in eine zeitgemäße Therapieform" dahin aufzufassen, dass ein bereits bestehender Standard erreicht wird; von einem "Vorstoß in neue Dimensionen der Arthrosebehandlung" oä ist jedenfalls nicht die Rede. Ob eine Ankündigung im Einzelfall zur Irreführung geeignet ist, ist im übrigen keine erhebliche Rechtsfrage (stRsp zuletzt etwa 4 Ob 32/99f; 4 Ob 45/99t; 4 Ob 118/99b).

Anmerkung

E59338 04A02460

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2000:0040OB00246.00F.1003.000

Dokumentnummer

JJT_20001003_OGH0002_0040OB00246_00F0000_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