jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 2000/6/15 4Ob149/00s

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 15.06.2000

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 W*****, vertreten durch Dr. Wolf Schuler, Rechtsanwalt in Salzburg, gegen die beklagten Parteien 1. M***** GmbH, 2. M***** GmbH & Co KG, ***** vertreten durch Dr. Gottfried Korn und Dr. Peter Zöchbauer, Rechtsanwälte in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren 480.000 S), über den Revisionsrekurs der beklagten Parteien gegen den Beschluss des Oberlandesgerichtes Wien als Rekursgericht vom 25. Februar 2000, GZ 4 R 265/99s-10, womit der Beschluss des Handelsgerichtes Wien vom 19. Oktober 1999, GZ 38 Cg 65/99s, 67/99k-6, abgeändert und die einstweilige Verfügung erlassen wurde, den

Beschluss

gefasst:

Spruch

Dem Revisionsrekurs wird nicht Folge gegeben.

Die klagende Partei hat die Kosten ihrer Revisionsrekursbeantwortung vorläufig selbst zu tragen.

Die beklagten Parteien haben die Kosten ihres Revisionsrekurses endgültig selbst zu tragen.

Text

Begründung:

Die Zweitbeklagte ist Verlegerin der periodischen Druckschrift N*****, die Erstbeklagte ist Komplementärin der Zweitbeklagten. Im April und Mai 1999 veranstaltete die Zweitbeklagte Gewinnspiele, die jeweils nicht auf den Titelseiten der Zeitungsausgabe angekündigt waren. Das Gewinnspiel "Rot-weiß-rote Urlaubsideen" fand sich in den Ausgaben der N***** vom 18. bis 22. 4. 1999. Am 18. 4. 1999 veröffentlichte die Zweitbeklagte einen Artikel unter der Überschrift "Rot-weiß-rote Urlaubsideen. Entspannte Ferien in der Heimat - Gewinnen Sie einen von 18 Urlauben zu zwei in den schönsten Orten Österreichs", worin sie Vorzüge und steigende Beliebtheit von Urlauben in Österreich schilderte und ankündigte, die N***** verlose gemeinsam mit der Österreichwerbung 80 Urlaube für zwei Personen in den schönsten Regionen Österreichs. Am Ende des Artikels fand sich ein Teilnahmeschein ("Gewinnschein"), der eine zu beantwortende Gewinnfrage und den Hinweis enthielt, dass die Antwort - bei gleicher Gewinnchance - auch auf einer Postkarte eingesendet werden könne. Der Artikel endet mit dem Hinweis "Morgen lesen sie: das Urlaubsland Kärnten". Veröffentlichung gleichartigen Inhalts fanden sich in den Ausgaben der N***** vom 19. bis 22. 4. 1999.

In der Ausgabe der N***** vom 1. 5. 1999 kündigte die Zweitbeklagte unter der Überschrift "Telefon-Bingo" und "Mit Ihrer Telefonnummer 10.000 Schilling gewinnen!" ein weiteres Gewinnspiel an, bei dem pro Tag zehn willkürlich aus

den öffentlichen Telefonbüchern ausgewählte Personen je 10.000 S gewinnen konnten. Die ausgewählten Telefonnummern waren der der Auswahl folgenden Zeitungsausgabe zu entnehmen. Die Veröffentlichung enthielt den weiteren Hinweis, es gebe pro Tag zehn glückliche Gewinner, das bedeute, dass pro Tag 100.000 S zu gewinnen seien und dass jede Person, deren Telefonnummer ausgewählt werde, von der N***** automatisch 10.000 S geschenkt erhalte; auch dann, wenn sie während des Gewinnspiels auf Urlaub sein sollte und die Zeitung nicht zur Hand habe, um die Nummern zu vergleichen, sei dieser Gewinn von 10.000 S garantiert. Der Gewinner brauche sich nicht zu melden, der Gewinn werde automatisch per Post überwiesen, der Kauf der Zeitung daher nicht Bedingung.

Die Folgeausgaben der N***** bis einschließlich 15. 5. 1999 enthielten gleichartige Angaben und veröffentlichten die jeweiligen "Gewinnnummern" des Vortags. Das Gewinnspiel wurde auch auf allen Selbstbedienungsverkaufstaschen wie folgt beworben: "Täglich S 100.000 zu gewinnen!", "Telefon-Bingo", "Die K***** veröffentlicht täglich 10 Telefonnummern. Jede dieser Telefonnummern hat damit gewonnen. Der Gewinner erhält dann automatisch 10.000 S per Post angewiesen. Daher kein Kaufzwang".

Zur Sicherung seiner inhaltsgleichen Unterlassungsansprüche begehrt der klagende Verein, den Beklagten mit einstweiliger Verfügung aufzutragen, es im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs zu unterlassen, in den von ihnen verlegten Zeitungen und Zeitschriften, insbesondere in der "N*****", 1. den Verbrauchern neben diesen periodischen Druckwerken unentgeltliche Zugaben, nämlich die Teilnahmemöglichkeit an Preisausschreiben, hier an dem unter Titel "Rot-weiß-rote Urlaubsideen" angekündigten Gewinnspiel mit der "Gewinnfrage: In welchem Bundesland wollen Sie Ihren nächsten Österreichurlaub verbringen?" anzubieten, anzukündigen und/oder zu gewähren; oder 2. auf sonstigen Werbemitteln wie Plakaten bei den Selbstbedienungsverkaufstaschen für die von ihnen verlegten Zeitungen täglich hohe, den Zeitungspreis um ein Vielfaches übersteigende Gratisgaben anzukündigen, hier im Rahmen des genannten "Telefon-Bingo" die Gewährung von täglich 100.000 S dergestalt anzukündigen, dass die Gewinner dieser Gratisangaben als Telefonnummerninhaber von Festnetzanschlüssen und Handy-Nummern täglich willkürlich aus allen in Österreich öffentlich zugänglichen Telefonbüchern ausgewählt und die jeweiligen Gewinnnummern (Telefonnummern) täglich über einen längeren Zeitraum, hier 15 Tage lang, in einer von den beklagten Parteien verlegten Zeitung oder Zeitschrift, insbesondere in der "N*****" veröffentlicht werden. Die Ankündigung zum Gewinnspiel "Rot-weiß-rote Urlaubsideen" verstoße gegen § 9a UWG, jene des Gewinnspiels "Telefon-Bingo" gegen §§ 1 und 2 UWG; der potentielle Käufer wurde durch die Ankündigung, es könnten täglich 100.000 S gewonnen werden, wogegen jede gezogene Nummer nur 10.000 S erhalte, irregeführt. Der Kläger sei aktiv legitimiert. Seine Aufgabe bestehe unter anderem in der Wahrung und Förderung der Interessen der in Österreich tätigen Unternehmen und der Bekämpfung aller Erscheinungsformen des unlauteren Wettbewerbs, insbesondere auch durch Geltendmachung des Unterlassungsanspruches gemäß § 14 UWG. Dem Kläger gehörten ausschließlich Unternehmer, insbesondere aus der Branche der Beklagten, sowie zahlreiche Landesgremien und Innungen der Handelskammern verschiedener Bundesländer an.Zur Sicherung seiner inhaltsgleichen Unterlassungsansprüche begehrt der klagende Verein, den Beklagten mit einstweiliger Verfügung aufzutragen, es im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs zu unterlassen, in den von ihnen verlegten Zeitungen und Zeitschriften, insbesondere in der "N*****", 1. den Verbrauchern neben diesen periodischen Druckwerken unentgeltliche Zugaben, nämlich die Teilnahmemöglichkeit an Preisausschreiben, hier an dem unter Titel "Rot-weiß-rote Urlaubsideen" angekündigten Gewinnspiel mit der "Gewinnfrage: In welchem Bundesland wollen Sie Ihren nächsten Österreichurlaub verbringen?" anzubieten, anzukündigen und/oder zu gewähren; oder 2. auf sonstigen Werbemitteln wie Plakaten bei den Selbstbedienungsverkaufstaschen für die von ihnen verlegten Zeitungen täglich hohe, den Zeitungspreis um ein Vielfaches übersteigende Gratisgaben anzukündigen, hier im Rahmen des genannten "Telefon-Bingo" die Gewährung von täglich 100.000 S dergestalt anzukündigen, dass die Gewinner dieser Gratisangaben als Telefonnummerninhaber von Festnetzanschlüssen und Handy-Nummern täglich willkürlich aus allen in Österreich öffentlich zugänglichen Telefonbüchern ausgewählt und die jeweiligen Gewinnnummern (Telefonnummern) täglich über einen längeren Zeitraum, hier 15 Tage lang, in einer von den beklagten Parteien verlegten Zeitung oder Zeitschrift, insbesondere in der "N*****" veröffentlicht werden. Die Ankündigung zum Gewinnspiel "Rot-weiß-rote Urlaubsideen" verstoße gegen Paragraph 9 a, UWG, jene des Gewinnspiels "Telefon-Bingo" gegen Paragraphen eins und 2 UWG; der potentielle Käufer wurde durch die Ankündigung, es könnten täglich 100.000 S gewonnen werden, wogegen jede gezogene Nummer nur 10.000 S erhalte, irregeführt. Der Kläger sei aktiv legitimiert. Seine Aufgabe bestehe unter anderem in der Wahrung und Förderung der Interessen der in Österreich tätigen Unternehmen und der Bekämpfung aller Erscheinungsformen des unlauteren Wettbewerbs, insbesondere auch durch Geltendmachung des

Unterlassungsanspruches gemäß Paragraph 14, UWG. Dem Kläger gehörten ausschließlich Unternehmer, insbesondere aus der Branche der Beklagten, sowie zahlreiche Landesgremien und Innungen der Handelskammern verschiedener Bundesländer an.

Die Beklagten beantragen, den Sicherungsantrag abzuweisen. Ein Rechtsschutzbedürfnis des Klägers sei zu verneinen; er habe die Klage auf Weisung der ***** N***** GmbH (nunmehr ***** N***** GmbH) eingebracht, die nach § 9 der Statuten des klagenden Verbands auch die Kostendeckung übernehme. Die Beklagten hätten mit der ***** N***** GmbH & Co KG (nunmehr ***** N*****gesellschaft mbH & Co KG) einen vollstreckbaren Unterlassungsvergleich geschlossen, den N***** aufgrund der verfahrensgegenständlichen Veröffentlichung zum Anlass genommen habe, Exekution gegen die Beklagten beim Bezirksgericht Döbling zu führen. Dem Kläger fehle das Rechtsschutzinteresse, die Klage sei rechtsmissbräuchlich erhoben. Im Übrigen sei der Kläger nicht aktiv legitimiert, er bemühe sich um die Interessen von Unternehmen der Kfz-Branche, seine Behauptungen, auch Presse- und Verlagsunternehmen gehörten zu seinen Mitgliedern, sei nicht ausreichend; er sei nur insoweit aktiv legitimiert, als er Unternehmen vertrete, die durch die als wettbewerbswidrig beanstandete Handlung berührt werden. Es reiche daher nicht aus, dass der Kläger irgendwelche Verlagsunternehmen vertrete, solange dazu nicht auch solche gehörten, die im unmittelbaren Wettbewerbsverhältnis zu den Beklagten stünden. Im Übrigen habe kein dem Vorstand des Klägers angehörender Gremienvorsteher der Handelskammern der Klageführung zugestimmt. Es fehle daher an einer Zustimmung des Vorstands im Sinn des § 13 Abs 1 und § 13 Abs 8 der Statuten. Die Beklagten hätten keinen Wettbewerbsverstoß begangen. Ein Anlockeffekt scheide mangels Ankündigung der Gewinnspiele auf der Titelseite aus. Die Veröffentlichungen seien im Übrigen so gestaltet, dass kein Anlass zum Kauf weiterer Zeitungsexemplare - auch nicht zu Zwecken der Information über die Gewinnspiele - bestehe. Der abgedruckte Gewinnschein sei nicht Voraussetzung der Teilnahme am Gewinnspiel "Rot-weiß-rote Urlaubsideen"; die Beklagten hätten vielmehr eine gleichwertige Alternative durch Verwendung einer Postkarte angeboten. Die Verständigung der Gewinner des Gewinnspiels "Telefon-Bingo" sei automatisch erfolgt, ohne dass es erforderlich gewesen wäre, die Zeitung zu erwerben.Die Beklagten beantragen, den Sicherungsantrag abzuweisen. Ein Rechtsschutzbedürfnis des Klägers sei zu verneinen; er habe die Klage auf Weisung der ***** N***** GmbH (nunmehr ***** N***** GmbH) eingebracht, die nach Paragraph 9, der Statuten des klagenden Verbands auch die Kostendeckung übernehme. Die Beklagten hätten mit der ***** N***** GmbH & Co KG (nunmehr ***** N*****gesellschaft mbH & Co KG) einen vollstreckbaren Unterlassungsvergleich geschlossen, den N***** aufgrund der verfahrensgegenständlichen Veröffentlichung zum Anlass genommen habe, Exekution gegen die Beklagten beim Bezirksgericht Döbling zu führen. Dem Kläger fehle das Rechtsschutzinteresse, die Klage sei rechtsmissbräuchlich erhoben. Im Übrigen sei der Kläger nicht aktiv legitimiert, er bemühe sich um die Interessen von Unternehmen der Kfz-Branche, seine Behauptungen, auch Presse- und Verlagsunternehmen gehörten zu seinen Mitgliedern, sei nicht ausreichend; er sei nur insoweit aktiv legitimiert, als er Unternehmen vertrete, die durch die als wettbewerbswidrig beanstandete Handlung berührt werden. Es reiche daher nicht aus, dass der Kläger irgendwelche Verlagsunternehmen vertrete, solange dazu nicht auch solche gehörten, die im unmittelbaren Wettbewerbsverhältnis zu den Beklagten stünden. Im Übrigen habe kein dem Vorstand des Klägers angehörender Gremienvorsteher der Handelskammern der Klageführung zugestimmt. Es fehle daher an einer Zustimmung des Vorstands im Sinn des Paragraph 13, Absatz eins und Paragraph 13, Absatz 8, der Statuten. Die Beklagten hätten keinen Wettbewerbsverstoß begangen. Ein Anlockeffekt scheide mangels Ankündigung der Gewinnspiele auf der Titelseite aus. Die Veröffentlichungen seien im Übrigen so gestaltet, dass kein Anlass zum Kauf weiterer Zeitungsexemplare - auch nicht zu Zwecken der Information über die Gewinnspiele - bestehe. Der abgedruckte Gewinnschein sei nicht Voraussetzung der Teilnahme am Gewinnspiel "Rot-weiß-rote Urlaubsideen"; die Beklagten hätten vielmehr eine gleichwertige Alternative durch Verwendung einer Postkarte angeboten. Die Verständigung der Gewinner des Gewinnspiels "Telefon-Bingo" sei automatisch erfolgt, ohne dass es erforderlich gewesen wäre, die Zeitung zu erwerben.

Das Erstgericht wies den Sicherungsantrag ab. Angesichts des Umstands, dass der Kläger eine Replik unterlassen hatte, nahm es als unstrittig an, dass die ***** N***** GmbH & Co KG (nunmehr ***** N***** Beteiligungs GmbH & Co KG) gegen die Beklagten Exekution führe und der Kläger den vorliegenden Anspruch auf Weisung von N***** eingebracht habe. Es beurteilte das Vorgehen des Klägers als rechtsmissbräuchlich. Gehe ein Mitbewerber wegen eines behaupteten Wettbewerbsverstoßes nicht nur selbst vor, sondern veranlasse er auch einen Schutzverband dazu, dies

zu tun, könne eine Offenlegung dahin verlangt werden, dass der Schutzverband nur Interessen von Mitgliedern vertrete, die nicht ohnedies bereits über einen Titel verfügen. Dies habe der Kläger unterlassen, sein Rechtsschutzbedürfnis fehle.

Das Rekursgericht erließ die einstweilige Verfügung und sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands 260.000 S übersteige und der ordentliche Revisionsrekurs zulässig sei, weil eine abschließende Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofes zur Aktivlegitimation von Schutzverbänden fehle. Es stellte noch fest, dem Kläger gehörten ausschließlich teils natürliche, teils juristische Personen als Gewerbetreibende, Handelsgesellschaften und 23 Körperschaften öffentlichen Rechts als Mitglieder an. Unter anderem gehörten ihm auch Mitglieder aus der Branche Presse- und Verlagswesen, insbesondere Zeitungs-, Buch-, Kunst- und Musikalienverlag, Herausgabe, Herstellung und Verbreitung periodischer Druckwerke (Tageszeitungen, Zeitschriften, Illustrierte und nichtillustrierte Magazine etc) und Kleinverkauf solcher Werke an. Dass die Klage auf Weisung der ***** N***** GmbH eingebracht wurde, sei genausowenig bescheinigt wie dass die ***** N***** GmbH wegen der verfahrensgegenständlichen Gewinnspiele Exekution gegen die Beklagten führe. Dass diese Umstände unstrittig seien, habe das Erstgericht in aktenwidriger Weise angenommen. Dabei handle es sich nur um eine Behauptung der Beklagten, die sie in keiner Weise bescheinigt habe. Bescheinigt sei jedoch, dass dem Kläger nur Unternehmer angehören; er sei zur Klageführung somit aktiv legitimiert. Er sei auch nicht dazu verhalten, seine Mitglieder offenzulegen. Das Rechtsschutzbedürfnis des klagenden Verbands falle nicht dadurch weg, dass andere Mitbewerber bereits über einen Exekutionstitel verfügen. Es könnte nur dann entfallen, wenn zwischen verschiedenen Klageberechtigten solche tatsächlichen oder rechtlichen Bindungen bestünden, dass nach der Lebenserfahrung mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlich anzunehmen sei, das schutzwürdige Interesse eines Klageberechtigten werde durch eine andere natürliche oder juristische Person, die schon über einen entsprechenden Unterlassungstitel verfüge oder gerade dabei sei, sich einen solchen zu verschaffen, vollwertig gewahrt. Diese Voraussetzungen lägen hier jedoch nicht vor.

Der Einwand der fehlenden Zustimmung des Vorstandes der Klägerin zur Klageführung sei zum einen unmaßgeblich, zum anderen nicht bescheinigt. Die Ankündigung des Gewinnspiels "Rot-weiß-rote Urlaubsideen" verstoße gegen § 9a UWG. Der ausdrückliche Hinweis auf eine Fortsetzung des Gewinnspiels in der jeweils nächsten Ausgabe bewirke den verpönten Anlockeffekt. Im Übrigen sei die nur in Kleindruck angeführte Alternative einer Teilnahme mit Postkarte nicht gleichwertig. Selbst wenn man die Teilnahmemöglichkeit mittels Postkarte als gleichwertig ansehen wollte, erwecke die Ankündigung doch den Eindruck der Abhängigkeit der Zuwendung vom Erwerb der Zeitung, weil sich der angesprochene Teilnehmer nach der Lebenserfahrung eine größere Chance bei Verwendung des zur Verfügung gestellten Gewinnscheins ausrechne.Der Einwand der fehlenden Zustimmung des Vorstandes der Klägerin zur Klageführung sei zum einen unmaßgeblich, zum anderen nicht bescheinigt. Die Ankündigung des Gewinnspiels "Rot-weiß-rote Urlaubsideen" verstoße gegen Paragraph 9 a, UWG. Der ausdrückliche Hinweis auf eine Fortsetzung des Gewinnspiels in der jeweils nächsten Ausgabe bewirke den verpönten Anlockeffekt. Im Übrigen sei die nur in Kleindruck angeführte Alternative einer Teilnahme mit Postkarte nicht gleichwertig. Selbst wenn man die Teilnahmemöglichkeit mittels Postkarte als gleichwertig ansehen wollte, erwecke die Ankündigung doch den Eindruck der Abhängigkeit der Zuwendung vom Erwerb der Zeitung, weil sich der angesprochene Teilnehmer nach der Lebenserfahrung eine größere Chance bei Verwendung des zur Verfügung gestellten Gewinnscheins ausrechne.

Das Gewinnspiel "Telefon-Bingo" verstoße mangels Akzessorietät zwischen Haupt- und Nebenware nicht gegen§ 9a UWG, sei aber sittenwidrig im Sinn des§ 1 UWG, weil es gleich einem Zugabenverstoß wirke. Es werde auf Plakaten an Selbstbedienungskauftaschen beworben und besitze denselben Anlockeffekt wie die Ankündigung eines Gewinnspiels auf der Titelseite einer Zeitung. Der Interessent könne der Ankündigung nicht entnehmen, was für die Teilnahme am Spiel zu tun sei und müsse daher dazu eine Ausgabe der Zeitung erwerben.Das Gewinnspiel "Telefon-Bingo" verstoße mangels Akzessorietät zwischen Haupt- und Nebenware nicht gegen Paragraph 9 a, UWG, sei aber sittenwidrig im Sinn des Paragraph eins, UWG, weil es gleich einem Zugabenverstoß wirke. Es werde auf Plakaten an Selbstbedienungskauftaschen beworben und besitze denselben Anlockeffekt wie die Ankündigung eines Gewinnspiels auf der Titelseite einer Zeitung. Der Interessent könne der Ankündigung nicht entnehmen, was für die Teilnahme am Spiel zu tun sei und müsse daher dazu eine Ausgabe der Zeitung erwerben.

Rechtliche Beurteilung

Der Revisionsrekurs der Beklagten ist zulässig, aber nicht berechtigt.

Der erkennende Senat hat sich in seiner Entscheidung 4 Ob 116/00p ausführlich mit der Frage der Klagelegitimation nach § 14 UWG auseinandergesetzt. Er ist in Fortsetzung und Weiterentwicklung der Rechtsprechung zum mittlerweile außer Kraft getretenen § 12 Abs 1 RabG zum Ergebnis gelangt, dass es für die Legitimation eines Verbandes nach § 14 UWG genügt, dass entweder unter seinen Mitgliedern überhaupt Mitbewerber des Beklagten sind, oder dass (im Sinne der Entscheidung SZ 58/200 = EvBl 1986/76 = ÖBl 1986, 9 = GRURInt 1986, 656 [Knaak]-Wecker-Rabatt) der Verband die durch die Handlung berührten Interessen durch außergerichtliche Aktivitäten fördert. In den bisher entschiedenen Fällen war bescheinigt, dass der dort klagende Verband nicht nur Gerichtsverfahren führt, sondern daneben auch als Seminarveranstalter auftritt und der Presseförderung dienende Aktivitäten entfaltet (4 Ob 116/00p; 4 Ob 136/00d; 4 Ob 121/00y), oder zumindest in den Bereichen Beratung, Streitschlichtung und Information über neuere Judikatur tätig ist (4 Ob 140/00t; 4 Ob 141/00i). Die angeführte neben der Prozessführung entfaltete Förderungstätigkeit geht nach Ansicht des erkennenden Senats über jene Aktivitäten hinaus, die zwischen einem Anwalt und seinem Klienten üblich sind, und reicht aus, die Aktivlegitimation des Verbands unabhängig davon zu bejahen, ob dem Verein Mitbewerber des jeweils Beklagten als Mitglieder angehören.Der erkennende Senat hat sich in seiner Entscheidung 4 Ob 116/00p ausführlich mit der Frage der Klagelegitimation nach Paragraph 14, UWG auseinandergesetzt. Er ist in Fortsetzung und Weiterentwicklung der Rechtsprechung zum mittlerweile außer Kraft getretenen Paragraph 12, Absatz eins, RabG zum Ergebnis gelangt, dass es für die Legitimation eines Verbandes nach Paragraph 14, UWG genügt, dass entweder unter seinen Mitgliedern überhaupt Mitbewerber des Beklagten sind, oder dass (im Sinne der Entscheidung SZ 58/200 = EvBl 1986/76 = ÖBl 1986, 9 = GRURInt 1986, 656 [Knaak]-Wecker-Rabatt) der Verband die durch die Handlung berührten Interessen durch außergerichtliche Aktivitäten fördert. In den bisher entschiedenen Fällen war bescheinigt, dass der dort klagende Verband nicht nur Gerichtsverfahren führt, sondern daneben auch als Seminarveranstalter auftritt und der Presseförderung dienende Aktivitäten entfaltet (4 Ob 116/00p; 4 Ob 136/00d; 4 Ob 121/00y), oder zumindest in den Bereichen Beratung, Streitschlichtung und Information über neuere Judikatur tätig ist (4 Ob 140/00t; 4 Ob 141/00i). Die angeführte neben der Prozessführung entfaltete Förderungstätigkeit geht nach Ansicht des erkennenden Senats über jene Aktivitäten hinaus, die zwischen einem Anwalt und seinem Klienten üblich sind, und reicht aus, die Aktivlegitimation des Verbands unabhängig davon zu bejahen, ob dem Verein Mitbewerber des jeweils Beklagten als Mitglieder angehören.

Im vorliegenden Fall steht nicht fest, ob der Kläger über seine Tätigkeit als Prozessführungsverein hinaus wirtschaftliche Unternehmerinteressen fördert. Seine Klagelegitimation hängt somit davon ab, ob ihm Mitbewerber der Beklagten als Mitglieder angehören. Die Beklagten haben eine Reihe von Mitbewerbern angeführt, die nach ihrem Vorbringen verneint haben, Mitglied des klagenden Verbands zu sein. Sie haben aber unter Hinweis auf § 9 der Statuten des klagenden Verbands auch vorgebracht, die Klageführung erfolge im Auftrag der ***** N***** GmbH, diese habe auch die Haftung für die Verfahrenskosten übernommen. § 9 der Vereinsstatuten enthält die Rechte und Pflichten von Mitgliedern, zu denen auch die Tragung von dem Verein im Zusammenhang mit einer Prozessführung entstehenden Kosten gehört, wenn dieses Verfahren auf Ersuchen des betreffenden Mitglieds eingeleitet wurde. Damit haben die Beklagten aber mit der erforderlichen Deutlichkeit vorgebracht, dass die ***** N***** GmbH, somit ein Mitbewerber der Beklagten, zu den Mitgliedern des klagenden Verbands gehört. Dies reicht aus, um seine Aktivlegitimation zu begründen. § 14 UWG verlangt im Gegensatz zu § 13d UWG nicht, dass dem klagenden Verband eine erhebliche Zahl von Mitbewerbern angehören. Es genügt vielmehr, dass unter den Vereinsmitgliedern überhaupt Mitbewerber des Beklagten sind (4 Ob 116/00p). Dies ist nach dem eigenen Vorbringen der Beklagten hier der Fall. Das Rekursgericht hat die Aktivlegitimation im Ergebnis daher zu Recht bejaht.Im vorliegenden Fall steht nicht fest, ob der Kläger über seine Tätigkeit als Prozessführungsverein hinaus wirtschaftliche Unternehmerinteressen fördert. Seine Klagelegitimation hängt somit davon ab, ob ihm Mitbewerber der Beklagten als Mitglieder angehören. Die Beklagten haben eine Reihe von Mitbewerbern angeführt, die nach ihrem Vorbringen verneint haben, Mitglied des klagenden Verbands zu sein. Sie haben aber unter Hinweis auf Paragraph 9, der Statuten des klagenden Verbands auch vorgebracht, die Klageführung erfolge im Auftrag der ***** N***** GmbH, diese habe auch die Haftung für die Verfahrenskosten übernommen. Paragraph 9, der Vereinsstatuten enthält die Rechte und Pflichten von Mitgliedern, zu denen auch die Tragung von dem Verein im Zusammenhang mit einer Prozessführung entstehenden Kosten gehört, wenn dieses Verfahren auf Ersuchen des betreffenden Mitglieds eingeleitet wurde. Damit haben die Beklagten aber mit der erforderlichen Deutlichkeit vorgebracht, dass die ***** N***** GmbH, somit ein Mitbewerber der Beklagten, zu den Mitgliedern des klagenden Verbands gehört. Dies reicht aus, um seine Aktivlegitimation zu begründen. Paragraph 14, UWG verlangt im Gegensatz zu Paragraph 13 d, UWG nicht, dass dem klagenden Verband eine

erhebliche Zahl von Mitbewerbern angehören. Es genügt vielmehr, dass unter den Vereinsmitgliedern überhaupt Mitbewerber des Beklagten sind (4 Ob 116/00p). Dies ist nach dem eigenen Vorbringen der Beklagten hier der Fall. Das Rekursgericht hat die Aktivlegitimation im Ergebnis daher zu Recht bejaht.

Bei Beurteilung des Rechtsschutzbedürfnisses ist das Rekursgericht - ohne das von den Beklagten angebotene Bescheinigungsmittel der Einvernahme einer Auskunftsperson aufzunehmen - von der negativen Feststellung ausgegangen, es könne nicht feststellen, dass die Klageführung im Auftrag der ***** N***** GmbH erfolgt sei und die Letztgenannte wegen der hier beanstandeten Gewinnspiele bereits Exekution führe. Insoweit macht der Revisionsrekurs zu Recht eine Mangelhaftigkeit des Rekursverfahrens geltend. Sie wirkt sich jedoch auf die im Ergebnis zutreffende Beurteilung nicht aus. Das Rechtsschutzbedürfnis des klagenden Verbands ist nämlich unabhängig davon zu bejahen, ob die ***** N***** GmbH den Kläger zur Klageführung veranlasst hat. Nach ständiger Rechtsprechung fällt das Rechtsschutzbedürfnis eines nach § 14 UWG Klageberechtigten nicht allein dadurch weg, dass andere Mitbewerber oder Verbände bereits einen Exekutionstitel auf Unterlassung der in Rede stehenden Wettbewerbshandlungen bewirkt haben. Dieses Interesse kann nur dann verneint werden, wenn im Einzelfall zwischen verschiedenen Klageberechtigten solche tatsächlichen oder rechtlichen Bindungen bestehen, dass nach der Lebenserfahrung mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit anzunehmen ist, das schutzwürdige Interesse eines Klageberechtigten werde durch eine andere natürliche oder juristische Person, die schon über einen entsprechenden Unterlassungstitel verfügt, vollwertig gewahrt (SZ 63/21 = ÖBl 1990, 119 - Zinsertragssteuer- Rückvergütung mwN; ÖBl 1986, 102 - Nr 1 im Fensterbau; ÖBl 1989, 14; ecolex 1991, 262 - Konzernverflechtung; ecolex 1996, 930; MR 1994, 34 - Singer-Werbung; 4 Ob 201/98g mwN; 4 Ob 7/98b; RIS-Justiz RS0079356). Dies wurde in Einzelfällen konzernmäßiger Verflechtung dann angenommen, wenn die betroffenen Unternehmen schon bisher gemeinsam vorgegangen sind (ecolex 1991, 262 - Konzernverflechtung; 4 Ob 7/98b) oder es sich um Schwestergesellschaften handelte und jeweils eine dieser Gesellschaften schon über einen Exekutionstitel verfügte (OLG Wien, WBl 1989, 279). Diese Voraussetzungen sind im vorliegenden Fall nicht gegeben. § 14 UWG verschafft dem klagenden Verband unter den gegebenen Voraussetzungen ein selbständiges Klagerecht. Sein Rechtsschutzbedürfnis richtet sich nicht nach den zwischen der ***** N***** GmbH und der ***** N***** GmbH & Co KG bestehenden tatsächlichen oder rechtlichen Bindungen, sondern ist im Verhältnis des hier klagenden Verbands zur Inhaberin des Exekutionstitels (der ***** N***** GmbH & Co KG) zu prüfen. Tatsächliche und rechtliche Bindungen zwischen dem Verband und der Titelinhaberin, die mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit annehmen ließen, dass das schutzwürdige Interesse des Klägers durch die Titelinhaberin vollwertig gewahrt würde, sind nicht zu erkennen. Schon die Möglichkeit einer Einflussnahme des Klägers darauf, dass die ***** N***** GmbH & Co KG Prozess- oder Exekutionsverfahren anstrengt oder unterlässt, ist von vornherein nicht gegeben. Aus diesen Gründen scheidet ein Missbrauch des Klagerechts durch den klagenden Verband von vornherein aus. Nach dem Vorbringen der Beklagten hat die V***** N***** GmbH den Kläger mit der Klageführung beauftragt, obwohl eine ihr konzernmäßig verbundene Gesellschaft bereits über einen Titel verfügt und Exekution geführt habe. Ihr Missbrauchvorwurf richtet sich daher inhaltlich gegen die behauptete Auftraggeberin und entbehrt im Verhältnis zum klagenden Verband jeder Grundlage.Bei Beurteilung des Rechtsschutzbedürfnisses ist das Rekursgericht - ohne das von den Beklagten angebotene Bescheinigungsmittel der Einvernahme einer Auskunftsperson aufzunehmen - von der negativen Feststellung ausgegangen, es könne nicht feststellen, dass die Klageführung im Auftrag der ***** N***** GmbH erfolgt sei und die Letztgenannte wegen der hier beanstandeten Gewinnspiele bereits Exekution führe. Insoweit macht der Revisionsrekurs zu Recht eine Mangelhaftigkeit des Rekursverfahrens geltend. Sie wirkt sich jedoch auf die im Ergebnis zutreffende Beurteilung nicht aus. Das Rechtsschutzbedürfnis des klagenden Verbands ist nämlich unabhängig davon zu bejahen, ob die ***** N***** GmbH den Kläger zur Klageführung veranlasst hat. Nach ständiger Rechtsprechung fällt das Rechtsschutzbedürfnis eines nach Paragraph 14, UWG Klageberechtigten nicht allein dadurch weg, dass andere Mitbewerber oder Verbände bereits einen Exekutionstitel auf Unterlassung der in Rede stehenden Wettbewerbshandlungen bewirkt haben. Dieses Interesse kann nur dann verneint werden, wenn im Einzelfall zwischen verschiedenen Klageberechtigten solche tatsächlichen oder rechtlichen Bindungen bestehen, dass nach der Lebenserfahrung mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit anzunehmen ist, das schutzwürdige Interesse eines Klageberechtigten werde durch eine andere natürliche oder juristische Person, die schon über einen entsprechenden Unterlassungstitel verfügt, vollwertig gewahrt (SZ 63/21 = ÖBl 1990, 119 - Zinsertragssteuer- Rückvergütung mwN; ÖBl 1986, 102 - Nr 1 im Fensterbau; ÖBl 1989, 14; ecolex 1991, 262 - Konzernverflechtung; ecolex 1996, 930; MR 1994, 34 - Singer-Werbung; 4 Ob 201/98g mwN; 4 Ob 7/98b; RIS-Justiz RS0079356). Dies wurde in Einzelfällen konzernmäßiger

Verflechtung dann angenommen, wenn die betroffenen Unternehmen schon bisher gemeinsam vorgegangen sind (ecolex 1991, 262 - Konzernverflechtung; 4 Ob 7/98b) oder es sich um Schwestergesellschaften handelte und jeweils eine dieser Gesellschaften schon über einen Exekutionstitel verfügte (OLG Wien, WBl 1989, 279). Diese Voraussetzungen sind im vorliegenden Fall nicht gegeben. Paragraph 14, UWG verschafft dem klagenden Verband unter den gegebenen Voraussetzungen ein selbständiges Klagerecht. Sein Rechtsschutzbedürfnis richtet sich nicht nach den zwischen der ***** N***** GmbH und der ***** N***** GmbH & Co KG bestehenden tatsächlichen oder rechtlichen Bindungen, sondern ist im Verhältnis des hier klagenden Verbands zur Inhaberin des Exekutionstitels (der ***** N***** GmbH & Co KG) zu prüfen. Tatsächliche und rechtliche Bindungen zwischen dem Verband und der Titelinhaberin, die mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit annehmen ließen, dass das schutzwürdige Interesse des Klägers durch die Titelinhaberin vollwertig gewahrt würde, sind nicht zu erkennen. Schon die Möglichkeit einer Einflussnahme des Klägers darauf, dass die ***** N***** GmbH & Co KG Prozess- oder Exekutionsverfahren anstrengt oder unterlässt, ist von vornherein nicht gegeben. Aus diesen Gründen scheidet ein Missbrauch des Klagerechts durch den klagenden Verband von vornherein aus. Nach dem Vorbringen der Beklagten hat die V***** N***** GmbH den Kläger mit der Klageführung beauftragt, obwohl eine ihr konzernmäßig verbundene Gesellschaft bereits über einen Titel verfügt und Exekution geführt habe. Ihr Missbrauchvorwurf richtet sich daher inhaltlich gegen die behauptete Auftraggeberin und entbehrt im Verhältnis zum klagenden Verband jeder Grundlage.

Die Beklagten halten ihren Einwand, die Klageführung sei schon deshalb unzulässig, weil die nach den Statuten des Klägers erforderliche Zustimmung von Vorstandsmitgliedern fehle, im Revisionsrekurs nicht mehr aufrecht. Im Übrigen hätte die fehlende Zustimmung eines dem Vorstand angehörenden Mitglieds nur Bedeutung im Innenverhältnis, könnte jedoch die Gültigkeit der nach § 14 der Statuten vom Obmann im Außenverhältnis gesetzten Vertretungshandlung nicht beeinflussen.Die Beklagten halten ihren Einwand, die Klageführung sei schon deshalb unzulässig, weil die nach den Statuten des Klägers erforderliche Zustimmung von Vorstandsmitgliedern fehle, im Revisionsrekurs nicht mehr aufrecht. Im Übrigen hätte die fehlende Zustimmung eines dem Vorstand angehörenden Mitglieds nur Bedeutung im Innenverhältnis, könnte jedoch die Gültigkeit der nach Paragraph 14, der Statuten vom Obmann im Außenverhältnis gesetzten Vertretungshandlung nicht beeinflussen.

Der Kläger hat die beanstandete Ankündigung des Gewinnspiels "Rot-weiß-rote Urlaubsideen" zutreffend als Verstoß gegen § 9a UWG beurteilt. Der erkennende Senat hat schon wiederholt ausgesprochen (ÖBl 1994, 160 - Bub oder Mädel II; MR 1997, 227 - Krone-Aktion), dass dieselbe Wirkung wie durch die Ankündigung eines Gewinnspiels auf der Titelseite auch dadurch erzielt werden kann, dass Gewinnspiele so regelmäßig veranstaltet werden, dass durch die Aufeinanderfolge in den angesprochenen Leserkreisen der sichere Eindruck erweckt wird, dass in künftigen Ausgaben der Zeitung wieder ein (neues) Gewinnspiel oder die neue Fortsetzung eines begonnenen Gewinnspiels enthalten sein wird. Die Ankündigung im Blattinneren, dass in der Folgenummer ein Gewinnspiel enthalten sein werde, kann für den Erwerb künftiger Ausgaben einer Zeitung maßgebend sein. Die im vorliegenden Fall beanstandete Ankündigung enthält einen Hinweis auf die Fortsetzung des Gewinnspieles in der nächsten Zeitungsausgabe. Dass damit derselbe Anlockeffekt erzielt wird, wie mit einer Ankündigung auf der Titelseite, und der Leser schon deshalb geneigt sein wird, die Zeitung auch am Folgetag zu erwerben, um die (neue) Gewinnfrage zu erfahren, hat das Rekursgericht zutreffend erkannt. Entgegen der Auffassung der Revisionsrekurswerber musste der Leser dem auf dem Gewinnschein in Kleinstdruck angeführten Einsendeschluss hingegen nicht entnehmen, dass die Gewinnfrage auch an den Folgetagen gleich sein werde.Der Kläger hat die beanstandete Ankündigung des Gewinnspiels "Rot-weiß-rote Urlaubsideen" zutreffend als Verstoß gegen Paragraph 9 a, UWG beurteilt. Der erkennende Senat hat schon wiederholt ausgesprochen (ÖBl 1994, 160 - Bub oder Mädel II; MR 1997, 227 - Krone-Aktion), dass dieselbe Wirkung wie durch die Ankündigung eines Gewinnspiels auf der Titelseite auch dadurch erzielt werden kann, dass Gewinnspiele so regelmäßig veranstaltet werden, dass durch die Aufeinanderfolge in den angesprochenen Leserkreisen der sichere Eindruck erweckt wird, dass in künftigen Ausgaben der Zeitung wieder ein (neues) Gewinnspiel oder die neue Fortsetzung eines begonnenen Gewinnspiels enthalten sein wird. Die Ankündigung im Blattinneren, dass in der Folgenummer ein Gewinnspiel enthalten sein werde, kann für den Erwerb künftiger Ausgaben einer Zeitung maßgebend sein. Die im vorliegenden Fall beanstandete Ankündigung enthält einen Hinweis auf die Fortsetzung des Gewinnspieles in der nächsten Zeitungsausgabe. Dass damit derselbe Anlockeffekt erzielt wird, wie mit einer Ankündigung auf der Titelseite, und der Leser schon deshalb geneigt sein wird, die Zeitung auch am Folgetag zu

erwerben, um die (neue) Gewinnfrage zu erfahren, hat das Rekursgericht zutreffend erkannt. Entgegen der Auffassung der Revisionsrekurswerber musste der Leser dem auf dem Gewinnschein in Kleinstdruck angeführten Einsendeschluss hingegen nicht entnehmen, dass die Gewinnfrage auch an den Folgetagen gleich sein werde.

Die Revisionsrekurswerber vertreten die Auffassung, die auf dem Gewinnschein angeführte Alternative (Teilnahme mittels Postkarte) schließe den Zugabencharakter aus. Der erkennende Senat hat wohl die dem Teilnehmer bei einem weder auf der Titelseite noch sonst in der Werbung angekündigten Zeitungsgewinnspiel eingeräumte Möglichkeit, statt der der Zeitung beiliegenden Antwortkarte eine Postkarte zu verwenden, als eine dem Zeitungskauf gleichwertige Alternative gewertet (MR 1997, 67 - Millionenschatzsuche; ÖBl 1998, 305 - Österreich-Millionenspiel), den Zugabencharakter des angekündigten Gewinnspiels jedoch nur unter der Voraussetzung verneint, dass die Alternative mit dem gleichen Auffälligkeitswert angekündigt wird wie die Zuwendung und deren Abhängigkeit vom Erwerb einer bestimmten Ware. Nur dann wird nämlich dem Interessenten - an dessen Aufmerksamkeit keine hohen Anforderungen gestellt werden können - bewusst, dass ihm auch andere Möglichkeiten der Teilnahme am Gewinnspiel offenstehen (ÖBl 1998, 305 - Österreich-Millionenspiel mwN). Dies ist hier nicht der Fall. Während Gewinnspielankündigung und Teilnahmebedingungen teilweise in Fett-, teilweise in Normaldruck verfasst sind (der auszuschneidende Gewinnschein weist Fettdruck in besonders großen Lettern auf), scheint die alternative Teilnahmemöglichkeit durch Postkarte nur in schlecht lesbarem Kleinstdruck auf. Überdies wird der Leser nicht darüber aufgeklärt, dass die Gewinnfrage während der gesamten Dauer des Gewinnspiels gleich bleiben und somit ein Ankauf der Zeitung zwecks Teilnahme an den Folgetagen nicht erforderlich sein werde. Der auf dem Gewinnschein angeführte Einsendeschluss bedeutet entgegen der Auffassung der Revisionsrekurswerber keinen ausreichenden Hinweis. Die von den Beklagten gebotene alternative Teilnahmemöglichkeit wurde somit weder gleich auffällig angekündigt noch konnte sie den mit der Ankündigung verbundenen Anlockeffekt zum Kauf weiterer Zeitungsausgaben verhindern.

Die Revisionsrekurswerber vertreten die Auffassung, das Gewinnspiel "Telefon-Bingo" verstoße weder gegen§ 9a UWG noch gegen § 1 UWG. Jeder Konsument und Leser könne der Ankündigung entnehmen, dass täglich zehn Gewinntelefonnummern gezogen werden und die Gewinner 10.000 S per Post erhalten. Erwerb und Lektüre der N***** seien somit von keinem Vorteil.Die Revisionsrekurswerber vertreten die Auffassung, das Gewinnspiel "Telefon-Bingo" verstoße weder gegen Paragraph 9 a, UWG noch gegen Paragraph eins, UWG. Jeder Konsument und Leser könne der Ankündigung entnehmen, dass täglich zehn Gewinntelefonnummern gezogen werden und die Gewinner 10.000 S per Post erhalten. Erwerb und Lektüre der N***** seien somit von keinem Vorteil.

Die Beklagten bewerben das Gewinnspiel "Telefon-Bingo" unter anderem mit Plakaten auf Selbstbedienungsverkaufstaschen, in denen sie ankündigen, die N***** veröffentliche täglich zehn Telefonnummern, von denen jede gewonnen habe, der Gewinner erhalte automatisch 10.000 S per Post angewiesen, es bestehe daher kein Kaufzwang. Wie die Auswahl der Telefonnummern erfolgt und ob sie für eine Teilnahme an diesem Gewinnspiel irgend etwas beizutragen haben, bleibt für die angesprochenen Konsumenten gänzlich offen. Neben der von den Beklagten hier gewählten Möglichkeit einer zufälligen Auswahl aus öffentlichen Telefonverzeichnissen wäre auch die Einsendung von Telefonnummern - allenfalls verbunden mit der Beantwortung einer Gewinnfrage - denkbar, aus denen dann die Auswahl der Gewinnnummern getroffen wird. Der interessierte, durch die zunehmende Häufigkeit von Gewinnspielen mit derartigen Ankündigungen vertraute Leser wird annehmen, er werde für den Fall einer Teilnahme am angekündigten Gewinnspiel irgendeine Handlung vornehmen müssen und wird - um die näheren Teilnahmebedingungen zu erfahren - die Zeitung erwerben. Damit ist aber der für die Annahme einer Zugabe erforderliche Zuammenhang zwischen der Zuwendung und dem Bezug der Hauptware hergestellt, ist doch ein Gewinnspiel auch dann unzulässig (weil vom Warenbezug nicht völlig unabhängig), wenn bei seiner Durchführung bloß psychischer Kaufzwang ausgeübt wird. Dies wird auch dann angenommen, wenn der Erwerb der Hauptware als förderlich anzusehen ist (ÖBl 1993, 24 - "Welt des Wohnens"; ÖBl 1993, 250 - Penaten-Creme). Abgesehen davon, dass eine Zugabe zum Kauf der Hauptware nicht zwingen muss - es reicht aus, dass sie dazu "reizt" - findet sich der Hinweis "kein Kaufzwang" in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Hinweis auf die automatische Anweisung des Gewinns und vermittelt so den Eindruck, der Kauf der Zeitung sei nicht erforderlich, um zu erfahren, ob man gewonnen hat. Dieser Hinweis kann aber nicht darüber aufklären, dass der Ankauf der Zeitung keinen Informationsvorteil für das Gewinnspiel und dessen Teilnahme mit sich bringt. Damit übt aber das Plakat der Beklagten auf ihren Selbstbedienungsverkaufstaschen genau denselben Anlockeffekt aus, wie ihn die Ankündigung auf der Titelseite einer

Zeitschrift entfaltet. Die Beklagten haben mit ihrer Ankündigung auf dem Plakat einen Zugabenverstoß nach § 9a UWG verwirklicht.Die Beklagten bewerben das Gewinnspiel "Telefon-Bingo" unter anderem mit Plakaten auf Selbstbedienungsverkaufstaschen, in denen sie ankündigen, die N***** veröffentliche täglich zehn Telefonnummern, von denen jede gewonnen habe, der Gewinner erhalte automatisch 10.000 S per Post angewiesen, es bestehe daher kein Kaufzwang. Wie die Auswahl der Telefonnummern erfolgt und ob sie für eine Teilnahme an diesem Gewinnspiel irgend etwas beizutragen haben, bleibt für die angesprochenen Konsumenten gänzlich offen. Neben der von den Beklagten hier gewählten Möglichkeit einer zufälligen Auswahl aus öffentlichen Telefonverzeichnissen wäre auch die Einsendung von Telefonnummern - allenfalls verbunden mit der Beantwortung einer Gewinnfrage - denkbar, aus denen dann die Auswahl der Gewinnnummern getroffen wird. Der interessierte, durch die zunehmende Häufigkeit von Gewinnspielen mit derartigen Ankündigungen vertraute Leser wird annehmen, er werde für den Fall einer Teilnahme am angekündigten Gewinnspiel irgendeine Handlung vornehmen müssen und wird - um die näheren Teilnahmebedingungen zu erfahren - die Zeitung erwerben. Damit ist aber der für die Annahme einer Zugabe erforderliche Zuammenhang zwischen der Zuwendung und dem Bezug der Hauptware hergestellt, ist doch ein Gewinnspiel auch dann unzulässig (weil vom Warenbezug nicht völlig unabhängig), wenn bei seiner Durchführung bloß psychischer Kaufzwang ausgeübt wird. Dies wird auch dann angenommen, wenn der Erwerb der Hauptware als förderlich anzusehen ist (ÖBl 1993, 24 - "Welt des Wohnens"; ÖBl 1993, 250 - Penaten-Creme). Abgesehen davon, dass eine Zugabe zum Kauf der Hauptware nicht zwingen muss - es reicht aus, dass sie dazu "reizt" - findet sich der Hinweis "kein Kaufzwang" in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Hinweis auf die automatische Anweisung des Gewinns und vermittelt so den Eindruck, der Kauf der Zeitung sei nicht erforderlich, um zu erfahren, ob man gewonnen hat. Dieser Hinweis kann aber nicht darüber aufklären, dass der Ankauf der Zeitung keinen Informationsvorteil für das Gewinnspiel und dessen Teilnahme mit sich bringt. Damit übt aber das Plakat der Beklagten auf ihren Selbstbedienungsverkaufstaschen genau denselben Anlockeffekt aus, wie ihn die Ankündigung auf der Titelseite einer Zeitschrift entfaltet. Die Beklagten haben mit ihrer Ankündigung auf dem Plakat einen Zugabenverstoß nach Paragraph 9 a, UWG verwirklicht.

Dem unberechtigten Revisionsrekurs wird ein Erfolg versagt.

Die Kostenentscheidung beruht in Ansehung des Klägers auf § 393 Abs 1 EO, in Ansehung der Beklagten auf §§ 78 und 402 Abs 4 EO iVm §§ 41 und 50 Abs 1 ZPO.Die Kostenentscheidung beruht in Ansehung des Klägers auf Paragraph 393, Absatz eins, EO, in Ansehung der Beklagten auf Paragraphen 78 und 402 Absatz 4, EO in Verbindung mit Paragraphen 41 und 50 Absatz eins, ZPO.

Anmerkung

E58509 04A01490

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2000:0040OB00149.00S.0615.000

Dokumentnummer

JJT_20000615_OGH0002_0040OB00149_00S0000_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