jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 2000/4/12 4Ob108/00m

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 12.04.2000

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*****" ***** m. b. H., *****, vertreten durch Dr. Gottfried Korn und Dr. Peter Zöchbauer, Rechtsanwälte in Wien, gegen die beklagte Partei G***** AG & Co, *****, vertreten durch Wolf Theiss & Partner, Rechtsanwälte in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren 450.000 S), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der beklagten Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichtes Wien als Rekursgericht vom 25. Februar 2000, GZ 4 R 213/99v-15, den

Beschluss

gefasst:

Spruch

Der außerordentliche Revisionsrekurs der beklagten 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 beklagten 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

Ob ein Wettbewerbsverhältnis besteht, ist nach der Verkehrsauffassung zu beurteilen. Ein Wettbewerbsverhältnis wird nach ständiger Rechtsprechung immer dann bejaht, wenn sich die beteiligten Unternehmer an einem im Wesentlichen gleichen Abnehmerkreis wenden, wobei es genügt, dass die von ihnen vertriebenen Waren (oder Leistungen) ihre Art nach miteinander in Konkurrenz treten und einander nach der Verkehrsauffassung im Wettbewerb behindern können (ÖBl 1992, 265 - Product-Placement; ÖBl 1994, 217 - Satellitenprogramm je mwN). Der in § 14 UWG gebrauchte Begriff "verwandter Art" ist weit auszulegen; "verwandter Art" sind alle Waren und Leistungen, die geeignet sind, das gleiche Verkehrsbedürfnis zu befriedigen, und deshalb in Konkurrenz zueinander treten und sich im Absatz beeinträchtigen können; es genügt, dass sich die Parteien um denselben Kundenkreis bemühen (ÖBl 1992, 267 - Product-Placement; 4 Ob 53/00y).Ob ein Wettbewerbsverhältnis besteht, ist nach der Verkehrsauffassung zu beurteilen. Ein Wettbewerbsverhältnis wird nach ständiger Rechtsprechung immer dann bejaht, wenn sich die beteiligten Unternehmer an einem im Wesentlichen gleichen Abnehmerkreis wenden, wobei es genügt, dass die von ihnen vertriebenen Waren (oder Leistungen) ihre Art nach miteinander in Konkurrenz treten und einander nach der

Verkehrsauffassung im Wettbewerb behindern können (ÖBl 1992, 265 - Product-Placement; ÖBl 1994, 217 - Satellitenprogramm je mwN). Der in Paragraph 14, UWG gebrauchte Begriff "verwandter Art" ist weit auszulegen; "verwandter Art" sind alle Waren und Leistungen, die geeignet sind, das gleiche Verkehrsbedürfnis zu befriedigen, und deshalb in Konkurrenz zueinander treten und sich im Absatz beeinträchtigen können; es genügt, dass sich die Parteien um denselben Kundenkreis bemühen (ÖBl 1992, 267 - Product-Placement; 4 Ob 53/00y).

Der erkennende Senat hat wiederholt ausgesprochen, dass ein - die aktive Klagelegitimation begründendes - Wettbewerbsverhältnis zwischen verschiedenen Printmedien (dort: Zeitungen und Programmzeitschriften) bereits dann besteht, wenn die beteiligten Unternehmen als Mitbewerber um Inserate auftreten (4 Ob 259/99p; 4 Ob 300/99t; 4 Ob 4/00t). Ebenso sind der Betreiber eines Privatradios und der Medieninhaber einer Gratiszeitung als Mitbewerber zu beurteilen, weil beide gleichermaßen an Werbeeinschaltungen interessiert sind und sich dementsprechend um denselben Kundenkreis bemühen (MR 1998, 349 - Stadtradio). Verneint wurde das Bestehen eines Wettbewerbsverhältnisses zwischen dem Herausgeber von Wochenmagazinen, die sich an politisch und wirtschaftlich interessierte Leser wenden und Informationen über aktuelle politische und wirtschaftliche Ereignisse und Entwicklung im In- und Ausland, über Persönlichkeiten der Politik und des Sports sowie der Wirtschaft vermitteln, und dem Herausgeber einer Zeitschrift, die ausschließlich Denksportaufgaben (und keine Inserate Dritter) mit dem alleinigen Ziel enthält, den Leser zu unterhalten (4 Ob 53/00y).

Die angefochtene Entscheidung steht im Einklang mit dieser Rechtsprechung. Nach dem bescheinigten Sachverhalt enthalten die von der Klägerin herausgegebenen Wochenmagazine, deren inhaltlicher Schwerpunkt im politisch-wirtschaftlichen Bereich liegt, auch Beiträge und Artikel zu wissenschaftlichen Themen auf den Gebieten Natur, physikalische Abläufe, Gesundheit, Medizin sowie über Trends und Angebote im Freizeitbereich, etwa zum Thema Reisen. Die Zeitschrift der Beklagten befasst sich mit naturwissenschaftlichen Themen, insbesondere auf den Gebieten Geografie, Biologie, Physik, Medizin, Chemie und Umwelt, sowie Reisedokumentationen. Die Produkte der Streitteile enthalten Werbeinserate dritter Unternehmen, wobei die Werbenden teilweise identisch sind. Bei dieser Sachlage kann entgegen der Argumentation der Beklagten keine Rede davon sein, dass sich Leserkreise und Anzeigenkunden nicht zumindest teilweise überschnitten; in der Annahme eines Wettbewerbsverhältnisses durch das Rekursgericht liegt deshalb kein Rechtsirrtum.

Reklamegegenstände iSd § 9a Abs 2 Z 3 UWG sind Gegenstände - in der Regel Gebrauchsgegenstände -, die dadurch der Werbung dienen, dass man sie nicht verwenden kann, ohne dass die Aufmerksamkeit auf die auffallende Bezeichnung des werbenden Unternehmens gelenkt wird (ÖBl 1991, 108 - Sport-Sonnenbrille mwN; ÖBl 1992, 56 - Super-T-Shirt). Die Reklamebezeichnung muss so deutlich angebracht sein, dass sie auch bei flüchtigem Hinsehen auf den ersten Blick ins Auge fällt (Hohenecker/Friedl, Wettbewerbsrecht 133; ÖBl 1992, 56 - Super-T-Shirt; ÖBl 1995, 275 - Presse-Schirm je mwN; 4 Ob 45/00x); sie macht den Gegenstand zum Werbegegenstand und vermindert damit seinen Verkehrswert (Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht21, § 1 dZugV Rz 64; ÖBl 1991, 108 - Sport-Sonnenbrille; ÖBl 1992, 56 - Super-T-Shirt; MR 1993, 233 - Radiowecker). Ein Gegenstand, der einen nicht unerheblichen (Gebrauchs-)Wert hat und in diesem Wert durch den Reklameaufdruck, wenn überhaupt, nur unwesentlich gemindert ist, ist hingegen kein Reklamegegenstand im Sinne des Gesetzes (ÖBl 1994, 127 - Radiowecker; 4 Ob 1113/94 - Schirmkappe; 4 Ob 45/00x).Reklamegegenstände iSd Paragraph 9 a, Absatz 2, Ziffer 3, UWG sind Gegenstände - in der Regel Gebrauchsgegenstände -, die dadurch der Werbung dienen, dass man sie nicht verwenden kann, ohne dass die Aufmerksamkeit auf die auffallende Bezeichnung des werbenden Unternehmens gelenkt wird (ÖBl 1991, 108 - Sport-Sonnenbrille mwN; ÖBl 1992, 56 - Super-T-Shirt). Die Reklamebezeichnung muss so deutlich angebracht sein, dass sie auch bei flüchtigem Hinsehen auf den ersten Blick ins Auge fällt (Hohenecker/Friedl, Wettbewerbsrecht 133; ÖBl 1992, 56 - Super-T-Shirt; ÖBl 1995, 275 - Presse-Schirm je mwN; 4 Ob 45/00x); sie macht den Gegenstand zum Werbegegenstand und vermindert damit seinen Verkehrswert (Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht21, Paragraph eins, dZugV Rz 64; ÖBl 1991, 108 - Sport-Sonnenbrille; ÖBl 1992, 56 - Super-T-Shirt; MR 1993, 233 - Radiowecker). Ein Gegenstand, der einen nicht unerheblichen (Gebrauchs-)Wert hat und in diesem Wert durch den Reklameaufdruck, wenn überhaupt, nur unwesentlich gemindert ist, ist hingegen kein Reklamegegenstand im Sinne des Gesetzes (ÖBl 1994, 127 - Radiowecker; 4 Ob 1113/94 - Schirmkappe; 4 Ob 45/00x).

Das Rekursgericht hat in Übereinstimmung mit dieser Rechtsprechung den Zugabecharakter der Sportuhr bejaht. Die Frage, ob im Einzelfall der Wert eines Reklamegegenstands durch einen Werbeaufdruck so weit herabgemindert wurde, dass die angeführte Verhältnismäßigkeit zum Wert der Hauptware gegeben ist, ist nicht erheblich im Sinne des

Revisions-(Rekurs-)Rechts (4 Ob 1113/94; 4 Ob 45/00x).

Anmerkung

E57713 04A01080

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2000:0040OB00108.00M.0412.000

Dokumentnummer

JJT_20000412_OGH0002_0040OB00108_00M0000_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