jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 2000/3/21 4Ob53/00y

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 21.03.2000

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. Gottfried Korn und Dr. Peter Zöchbauer, Rechtsanwälte in Wien, gegen die beklagte Partei G*****, vertreten durch Wolf Theiss & Partner, Rechtsanwälte in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren S 450.000,--), über den Revisionsrekurs der klagenden Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichtes Wien als Rekursgericht vom 16. Dezember 1999, GZ 1 R 213/99x-12, womit der Beschluss des Handelsgerichtes Wien vom 1. September 1999, GZ 37 Cg 75/99d-8, bestätigt wurde, den

Beschluss

gefasst:

Spruch

Dem Revisionsrekurs wird nicht Folge gegeben.

Die klagende Partei ist schuldig, der beklagten Partei die mit S 19.845,-- (darin S 3.307,50 USt) bestimmten Kosten der Revisionsrekursbeantwortung binnen 14 Tagen zu ersetzen.

Text

Begründung:

Die Klägerin ist Medieninhaberin der periodischen Druckschriften Profil und Trend, die Beklagte ist Medieninhaberin der periodischen Druckschriften P.M. und P.M. Logik-Trainer. Die Wochenzeitschrift Profil bezeichnet sich als "das unabhängige Nachrichtenmagazin Österreichs" und wendet sich an politische und wirtschaftlich interessierte Leser. Sie enthält in erster Linie Artikel zu aktuellen, politischen und wirtschaftlichen Ereignissen und Entwicklungen in Österreich, aber auch im Ausland und befasst sich überdies mit wissenschaftlichen und kulturellen Themen, unterrichtet über Trends und Persönlichkeiten der Gesellschaft und des Sports und veröffentlicht unter der Rubrik "Meinung" auch Beiträge politischen Inhalts. Der wissenschaftliche Teil dieser Zeitschrift nimmt durchschnittlich nur 4,8 bis 8,5 % des Gesamtumfangs jeder Ausgabe ein und enthält insbesondere Beiträge zu den Gebieten Gesundheit und Medizin, Computer und Medien sowie natur- und physikalischen Ereignissen und Abläufen.

Die Zeitschrift Trend (Untertitel "das Österreichische Wirtschaftsmagazin") erscheint monatlich und wendet sich an ein wirtschaftlich bzw wirtschaftspolitisch interessiertes Publikum. Sie enthält Artikel zu aktuellen wirtschaftlichen und wirtschaftspolitischen Ereignissen und Entwicklungen, berichtet über konkrete Unternehmen und deren Probleme und/oder Vorhaben, über Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik, gibt dem Leser auch Ratschläge für sein

persönliches Verhalten im wirtschaftlichen Bereich und bringt Überblicke über Angebote an bestimmten Waren oder Dienstleistungen. Sie befasst sich auch mit Rechtsfragen und berichtet unter der Rubrik "Modernes Leben" über Trends und Angebote im Freizeitbereich.

Das populärwissenschaftliche Magazin P.M. (Untertitel "Peter Moosleitners interessantes Magazin") erscheint monatlich und richtet sich an Leser, die an wissenschaftlichen Themen interessiert sind und sich gleichzeitig auch unterhalten wollen. Es enthält beinahe ausschließlich Artikel und Beiträge zu wissenschaftlichen Themen, insbesondere zu den Gebieten Medizin und Natur des Menschen, Biologie und Umwelt, Physik und Technik. Politische Reportagen bilden eine Ausnahme und sind nicht in jeder Ausgabe zu finden. Finanzielle und wirtschaftliche Aspekte werden - wenn überhaupt - nur am Rand erwähnt. Über aktuelle politische, wirtschaftliche und/oder wirtschaftspolitische Ereignisse und Entwicklungen wird nicht unterrichtet. In jeder Ausgabe befinden sich ein oder mehrere Rätsel und unter der Überschrift "P.M. Logik-Trainer" eine Denksportaufgabe.

Die Zeitschrift P.M.-Logik-Trainer (Untertitel "28mal Probleme lösen-28mal Spaß haben") erscheint monatlich als eigenständige Sonderausgabe von P.M.. Sie wird zu einem eigenen Preis angeboten und kann unabhängig von der Zeitschrift P.M. bezogen werden. Sie richtet sich an ein Publikum, das sich mit der Lösung von Denksportaufgaben unterhalten will und enthält 28 Denksportaufgaben samt Lösungen. Sie dient ausschließlich der Unterhaltung und nicht der Information über wissenschaftliche, politische oder wirtschaftliche Themen. Die Denksportaufgaben sind anhand der vorgegebenen Hinweise mit logischem Denken zu lösen.

Während sich in der Zeitschrift P.M. Logik-Trainer nur Eigeninserate der Beklagten finden, enthalten Profil, Trend und P.M. Werbeinserate dritter Unternehmen.

Die Titelseite der Ausgabe Nr 4/99 der Zeitschrift P.M. Logik-Trainer enthält neben der bildlichen Darstellung eines Videorecorders den Hinweis "Zu gewinnen: 10 Videorecorder in der Ankündigung". Die näheren Bedingungen des Preisausschreibens finden sich auf der Rückseite (S 2 der Ausgabe).

Zur Sicherung ihres inhaltsgleichen Unterlassungsanspruchs beantragt die Klägerin, der Beklagten mit einstweiliger Verfügung ab sofort zu gebieten, es im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs zu unterlassen, auf der Titelseite von Druckschriften, insbesondere auf der Titelseite der Druckschrift P.M. Gewinnspiele, insbesondere ein Gewinnspiel, bei dem man 10 Videorecorder gewinnen kann, anzukündigen, sofern dadurch der Eindruck erweckt wird und/oder werden kann, dass der Erwerb der Zeitschrift Voraussetzung für die Teilnahme am Gewinnspiel oder aber zumindest hiezu förderlich ist. Die Beklagte habe durch ihre Ankündigung auf der Titelseite ihrer Zeitschrift P.M. Logik-Trainer gegen § 9a Abs 1 UWG verstoßen, weil der Kauf der Zeitschrift nach Einschätzung der angesprochenen Verkehrskreise Voraussetzung für die Teilnahme am Gewinnspiel sei. Die Klägerin und Beklagte stünden schon deshalb in einem Wettbewerbsverhältnis, weil sie gleichartige Waren, nämlich Druckschriften verkauften. Der Inhalt von P.M. und Profil überschneide sich. Beide Medien richteten sich nicht nur an einen überschneidenden Leserkreis, sondern auch an einen identen Kreis von Inseratenkunden. P.M. Logik-Trainer erscheine als Sonderausgabe der Zeitschrift P.M.Zur Sicherung ihres inhaltsgleichen Unterlassungsanspruchs beantragt die Klägerin, der Beklagten mit einstweiliger Verfügung ab sofort zu gebieten, es im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs zu unterlassen, auf der Titelseite von Druckschriften, insbesondere auf der Titelseite der Druckschrift P.M. Gewinnspiele, insbesondere ein Gewinnspiel, bei dem man 10 Videorecorder gewinnen kann, anzukündigen, sofern dadurch der Eindruck erweckt wird und/oder werden kann, dass der Erwerb der Zeitschrift Voraussetzung für die Teilnahme am Gewinnspiel oder aber zumindest hiezu förderlich ist. Die Beklagte habe durch ihre Ankündigung auf der Titelseite ihrer Zeitschrift P.M. Logik-Trainer gegen Paragraph 9 a, Absatz eins, UWG verstoßen, weil der Kauf der Zeitschrift nach Einschätzung der angesprochenen Verkehrskreise Voraussetzung für die Teilnahme am Gewinnspiel sei. Die Klägerin und Beklagte stünden schon deshalb in einem Wettbewerbsverhältnis, weil sie gleichartige Waren, nämlich Druckschriften verkauften. Der Inhalt von P.M. und Profil überschneide sich. Beide Medien richteten sich nicht nur an einen überschneidenden Leserkreis, sondern auch an einen identen Kreis von Inseratenkunden. P.M. Logik-Trainer erscheine als Sonderausgabe der Zeitschrift P.M.

Die Beklagte beantragt die Abweisung des Sicherungsantrags. Zwischen den Streitteilen bestehe in Ansehung des angesprochenen Leserkreises kein Wettbewerbsverhältnis. Inhalt, Stil und Leserkreis der genannten Zeitschriften seien gänzlich verschieden, sie seien daher weder substituierbar noch auch nur teilweise kongruent. Überdies sei das angeführte Preisausschreiben nicht wettbewerbswidrig, eine Nachfrageverlagerung sei nicht zu befürchten.

Das Erstgericht wies den Sicherungsantrag ab. Vom eingangs wiedergegebenen Sachverhalt ausgehend verneinte es ein Wettbewerbsverhältnis. Bei den Zeitschriften der Beklagten handle es sich nicht um eine (einheitliche) periodische Druckschrift, sondern um zwei getrennt zu beurteilende Produkte, die sich inhaltlich grundlegend unterschieden und jeweils um einen eigenen Preis unabhängig voneinander bezogen werden könnten. Die gänzlich unterschiedliche Ausrichtung beider Zeitschriften schließe eine Beeinträchtigung des Absatzes von Profil und Trend aus. Für Leser, die an politischen und wirtschaftlichen Themen interessiert seien, bilde keines dieser Magazine eine Alternative zu den Zeitschriften der Klägerin. Für den Leser stelle sich daher beim Kauf nicht die Frage "entweder/oder", sondern bestenfalls "sowohl - als auch". Es könne ausgeschlossen worden, dass ein erhöhter Absatz der Zeitschrift P.M. die Klägerin im Vertrieb ihrer Magazine beeinträchtigen könnte. P.M. und Profil seien auch im Hinblick auf die darin angesprochenen wissenschaftlichen Themen nicht substitutionsfähig und daher nicht geeignet, denselben Bedarf zu decken. Gleiches gelte auch für die als Werbende in Betracht kommenden Unternehmen. Die Einschaltung von Inseraten diene ausschließlich dazu, Leser auf die beworbenen Produkte oder Leistungen aufmerksam zu machen und sie zum Kauf anzuregen. Werbeinserate in einer Zeitung sollten jene Leserkreis ansprechen, den die jeweilige Zeitschrift nach ihrer Blattlinie und inhaltlichen Ausgestaltung "verkörpere". Da sich die Zeitschrift der Beklagten P.M. einerseits und jene der Klägerin andererseits an ein gänzlich unterschiedliches Publikum richteten, seien sie auch für Werbende nicht substituierbar. P.M. Logik-Trainer enthalte überdies keine Werbeinserate dritter Unternehmen, sodass schon aus diesem Grund kein Wettbewerbsverhältnis begründet werden könne.

Das Rekursgericht bestätigte die Abweisung des Sicherungsbegehrens und sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands S 260.000,-- übersteige und der ordentliche Revisionsrekurs zulässig sei, weil der Oberste Gerichtshof einen unmittelbar vergleichbaren Sachverhalt noch nicht beurteilt habe. Nach dem bescheinigten Sachverhalt seien die von den Medien der Streitteile angesprochenen Leserkreise völlig verschieden, und könnten die von den Streitteilen jeweils vertriebenen Produkte nicht durch jene der Gegenseite substituiert werden. Daraus folge aber, dass die Streitteile zueinander nicht in einem Wettbewerbsverhältnis stünden, weshalb die Klägerin zur Verfolgung des geltend gemachten Unterlassungsanspruchs nicht berechtigt sei. Überdies seien die Zeitschriften P.M. und P.M. Logik-Trainer kein einheitliches Erzeugnis, sondern zwei getrennte Zeitschriften, die nach dem bescheinigten Sachverhalt jeweils zu einem eigenen Preis und unabhängig voneinander bezogen werden könnten. Ihr Inhalt spreche auch unterschiedliche Leserkreise an. Da die zu beurteilende Glücksspielankündigung auf der Titelseite der Zeitschrift P.M. Logik-Trainer erschienen sei, komme es nur auf ein allfälliges Wettbewerbsverhältnis zwischen dieser Druckschrift und den von der Klägerin vertriebenen Zeitschriften an. Dabei werde aber die Unterschiedlichkeit des angesprochenen Leserpublikums noch deutlicher. Mangels Vorliegens eines Wettbewerbsverhältnisses erübrigten sich weitere Überlegungen zur Zulässigkeit der Gewinnspielankündigung.

Rechtliche Beurteilung

Der Revisionsrekurs der Klägerin ist aus den vom Rekursgericht angeführten Gründen zulässig, aber nicht berechtigt.

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).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).

Anlass der Klageführung war eine Gewinnspielankündigung der Beklagten in ihrer Zeitschrift P.M. Logik-Trainer. Nach dem bescheinigten Sachverhalt unterscheiden sich die Magazine der Beklagten P.M. und P.M. Logik-Trainer in Inhalt- und Blattlinie grundlegend und sprechen ganz unterschiedliche Leserkreise - populärwissenschaftlich oder an Denksportaufgaben Interessierte - an. Jede dieser Zeitschriften kann zu einem eigenen Preis und unabhängig von der jeweils anderen bezogen werden. Sie sind damit entgegen der Auffassung der Revisionsrekurswerberin kein einheitliches Erzeugnis, sondern vielmehr ein - auch in der Frage des Wettbewerbsverhältnisses - getrennt zu beurteilendes Produkt. Die Zeitschriften der Beklagten entsprechen auch jede für sich der gesetzlichen Definition eines periodischen Medienwerks oder Druckwerks (§ 1 Abs 1 Z 5 MedG; vgl Hanusch, MedG Rz 13 zu § 1 MedG).Anlass der Klageführung war eine Gewinnspielankündigung der Beklagten in ihrer Zeitschrift P.M. Logik-Trainer. Nach dem bescheinigten Sachverhalt unterscheiden sich die Magazine der Beklagten P.M. und P.M. Logik-Trainer in Inhalt- und Blattlinie grundlegend und sprechen ganz unterschiedliche Leserkreise - populärwissenschaftlich oder an Denksportaufgaben Interessierte - an. Jede dieser Zeitschriften kann zu einem eigenen Preis und unabhängig von der jeweils anderen bezogen werden. Sie sind damit entgegen der Auffassung der Revisionsrekurswerberin kein einheitliches Erzeugnis, sondern vielmehr ein - auch in der Frage des Wettbewerbsverhältnisses - getrennt zu beurteilendes Produkt. Die Zeitschriften der Beklagten entsprechen auch jede für sich der gesetzlichen Definition eines periodischen Medienwerks oder Druckwerks (Paragraph eins, Absatz eins, Ziffer 5, MedG; vergleiche Hanusch, MedG Rz 13 zu Paragraph eins, MedG).

Der der Beklagten vorgeworfene Wettbewerbsverstoß erfolgte in der Zeitschrift P.M. Logik-Trainer. Anhaltspunkte dafür, dass eine derartige Ankündigung auch in der Zeitschrift P.M. erfolgte oder erfolgen könnte, fehlen; derartiges hat die Klägerin auch nicht behauptet. Für die Beurteilung des Wettbewerbsverhältnisses ist daher maßgeblich, ob die Zeitschrift P.M. Logik-Trainer geeignet ist, den gleichen Bedarf wie die Magazine der Klägerin zu decken. Im Gegensatz zu Profil und Trend, 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, enthält P.M. Logik-Trainer ausschließlich Denksportaufgaben mit dem alleinigen Ziel, den Leser zu unterhalten. Über wissenschaftliche, wirtschaftliche oder politischen Themen wird der Leser hingegen nicht aufgeklärt. Die angebotenen Erzeugnisse (P. M. Logik-Trainer einerseits und Profil und Trend andererseits) sind daher in Bezug auf interessierte Leser nicht substituierbar, sodass jedenfalls insoweit ein Wettbewerbsverhältnis zwischen den Magazinen der Klägerin und der Zeitschrift P.M. Logik-Trainer der Beklagten nicht besteht.

Eine allfällige Überschneidung der Kreise jener Leser, die sich für politisch und wirtschaftliche Frage interessieren mit jenen, die Denksportaufgaben lösen möchten, vermag mangels Substituierbarkeit der Produkte ein Wettbewerbsverhältnis nicht zu begründen. Es ist geradezu auszuschließen, dass ein an politisch- und wirtschaftlichen Fragen interessierter Leser - bewogen durch den Anlockeffekt eines Gewinnspieles - die seinen Informationsbedarf nicht deckende Zeitschrift der Beklagten anstelle jener der Klägerin erwirbt. Er wird vielmehr - sollte er annehmen, die Zeitschrift der Beklagten erwerben zu müssen, um am gewünschten Gewinnspiel teilnehmen zu können - sowohl das seinen Bedarf deckende Produkt der Klägerin, als auch jenes der Beklagten erwerben.

Zwischen den Streitteilen besteht aber auch in Bezug auf Inserenten schon deshalb kein Wettbewerbsverhältnis, weil die zu beurteilende Zeitschrift der Beklagten keine Inserate dritter Kunden enthält. Es ist daher schon von vorneherein ausgeschlossen, dass eine allfällige, durch Zugabenverstoß verwirklichte Erhöhung des Absatzes dieser Zeitschrift zu vermehrten Inseratenaufträgen zu Lasten der Magazine der Klägerin führen könnte.

Die Vorinstanzen haben daher zu Recht das für die aktive Klagelegitimation erforderliche Wettbewerbsverhältnis verneint. Dem unberechtigten Revisionsrekurs der Klägerin wird ein Erfolg versagt.

Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 41 und 50 Abs 1 ZPODie Kostenentscheidung beruht auf Paragraphen 41 und 50 Absatz eins, ZPO.

Anmerkung

E57318 04A00530

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2000:0040OB00053.00Y.0321.000

Dokumentnummer

JJT_20000321_OGH0002_0040OB00053_00Y0000_000

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, http://www.ogh.gv.at

© 2026 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at