

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

TE OGH 2000/3/14 40b49/00k

JUSLINE Entscheidung

② Veröffentlicht am 14.03.2000

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 S*****, vertreten durch Schönherr, Barfuss, Torggler & Partner, Rechtsanwälte in Wien, gegen die beklagte Partei Johann H*****, vertreten durch Dr. Andreas Oberbichler und Dr. Michael Kramer, Rechtsanwälte in Feldkirch, wegen Unterlassung, Widerruf und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren 480.000 S), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der beklagten Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichtes Innsbruck als Rekursgericht vom 17. Jänner 2000, GZ 2 R 3/00h-7, den

Beschluss

gefasst:

Spruch

Der außerordentliche Revisionsrekurs wird gemäß §§ 78 und 402 Abs 4 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 und 402 Absatz 4, 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

Sinn und Bedeutungsinhalt einer Äußerung richten sich nach dem Gesamtzusammenhang und dem dadurch vermittelten Gesamteindruck der beanstandeten Äußerung nach dem Verständnis des unbefangenen Durchschnittslesers. Sie ist so auszulegen, wie sie von den angesprochenen Verkehrskreisen - hier Konsumenten, die sich für eine Kaminsanierung interessieren - bei ungezwungener Auslegung verstanden wird. Was der Werbende selbst mit seiner Äußerung gemeint hat, ist hingegen unerheblich (stRsp ua ÖBI 1994, 73 - Verkauf zum Fabrikspreis; ÖBI 1995, 67 - Führerschein auf Anhieb; ÖBI 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo uva). Entscheidend ist der Gesamteindruck der Ankündigung bei flüchtiger Betrachtung und durchschnittlicher Aufmerksamkeit (ÖBI 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo mwN), wobei bei einer mehrdeutigen Angabe der Werbende die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen muss (ÖBI 1995, 167 - Exklusivinterview; ÖBI 1996, 130 - Preis'n Kracher I uva), wenn ein nicht unbeträchtlicher Teil des angesprochenen Publikums die Äußerung tatsächlich in diesem ungünstigen Sinn verstehen kann (ÖBI 1998, 14 - Schwarzhörer willkommen). Die Frage, welche Wirkung eine Aussage auf die beteiligten Verkehrskreise hat, ist eine Rechtsfrage, wenn zu ihrer Beurteilung die Erfahrungen des täglichen Lebens

ausreichen (MR 1995, 189 - Österreichs größte Qualitätszeitung mwN; 4 Ob 45/99t uva). Sinn und Bedeutungsinhalt einer Äußerung richten sich nach dem Gesamtzusammenhang und dem dadurch vermittelten Gesamteindruck der beanstandeten Äußerung nach dem Verständnis des unbefangenen Durchschnittslesers. Sie ist so auszulegen, wie sie von den angesprochenen Verkehrskreisen - hier Konsumenten, die sich für eine Kaminsanierung interessieren - bei ungezwungener Auslegung verstanden wird. Was der Werbende selbst mit seiner Äußerung gemeint hat, ist hingegen unerheblich (stRsp ua ÖBI 1994, 73 - Verkauf zum Fabrikspreis; ÖBI 1995, 67 - Führerschein auf Anhieb; ÖBI 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo uva). Entscheidend ist der Gesamteindruck der Ankündigung bei flüchtiger Betrachtung und durchschnittlicher Aufmerksamkeit (ÖBI 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo mwN), wobei bei einer mehrdeutigen Angabe der Werbende die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen muss (ÖBI 1995, 167 - Exklusivinterview; ÖBI 1996, 130 - Preis'n Kracher römisch eins uva), wenn ein nicht unbeträchtlicher Teil des angesprochenen Publikums die Äußerung tatsächlich in diesem ungünstigen Sinn verstehen kann (ÖBI 1998, 14 - Schwarzhörer willkommen). Die Frage, welche Wirkung eine Aussage auf die beteiligten Verkehrskreise hat, ist eine Rechtsfrage, wenn zu ihrer Beurteilung die Erfahrungen des täglichen Lebens ausreichen (MR 1995, 189 - Österreichs größte Qualitätszeitung mwN; 4 Ob 45/99t uva).

Der Auffassung des Rekursgerichts, dass die angesprochenen Konsumenten unter "herkömmlichen Kaminen aus Schamotte" auch jene der Klägerin verstehen und den Eindruck gewinnen, dass diese wie alle anderen Schamottekamine nicht säurebeständig seien, ist nicht zu beanstanden. Dass die hier angesprochenen Verkehrskreise (Konsumenten die sich im Internet über Kaminsanierungen informieren wollen) "herkömmliche Kaminsysteme" nicht als Fachbegriff im Sinn einschlägiger Fachliteratur und fachspezifischer Normen verstehen, liegt auf der Hand. Auf dieses Verständnis der Konsumenten (und nicht jenes von Fachleuten) kommt es bei der Beurteilung des Verständnisses im vorliegenden Fall jedoch an. Danach erweist sich die Werbeaussage der Beklagten jedoch als unrichtig und geeignet, den Betrieb des klägerischen Unternehmens zu schädigen.

Anmerkung

E57187 04A00490

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2000:0040OB00049.00K.0314.000

Dokumentnummer

JJT_20000314_OGH0002_0040OB00049_00K0000_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