

TE OGH 2000/2/15 4Ob31/00p

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 15.02.2000

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr. Kodek als Vorsitzenden, den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Graf, die Hofräatinnen 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 M***** GesmbH & Co KG, *****, vertreten durch Dr. Ewald Weiß, Rechtsanwalt in Wien, gegen die beklagte Partei S***** AG, *****, vertreten durch Dr. Heinrich Kammerlander und andere Rechtsanwälte in Graz, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren 480.000 S), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der klagenden Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichtes Graz als Rekursgericht vom 15. Dezember 1999, GZ 6 R 154/99k-12, 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

Seit der UWG-Nov 1988 hält der erkennende Senat in stRsp jedes wahrheitsgemäße Herausstellen der eigenen besseren Leistung im Wege einer Gegenüberstellung mit der schlechteren Leistung namentlich genannter Mitbewerber an Hand objektiv überprüfbarer Daten grundsätzlich für zulässig, sofern es nicht iS des § 2 UWG zur Irreführung geeignet ist oder - etwa durch Pauschalabwertungen, unnötiges Bloßstellen oder aggressive Tendenzen - das Sachlichkeitsgebot verletzt und damit gegen § 1 UWG verstößt (SZ 63/101 = ÖBI 1990, 154 - Media-Analyse 1988; SZ 68/89 = MR 1995, 190 - Teure S 195.-; ÖBI 1995, 267 - Media-Markt; ÖBI 1996, 28 - Teure S 185.-; ÖBI 1998, 178 - Dualwerbung; ÖBI 1998, 238 - Zocord "R"). Seit der UWG-Nov 1988 hält der erkennende Senat in stRsp jedes wahrheitsgemäße Herausstellen der eigenen besseren Leistung im Wege einer Gegenüberstellung mit der schlechteren Leistung namentlich genannter Mitbewerber an Hand objektiv überprüfbarer Daten grundsätzlich für zulässig, sofern es nicht iS des Paragraph 2, UWG zur Irreführung geeignet ist oder - etwa durch Pauschalabwertungen, unnötiges Bloßstellen oder aggressive Tendenzen - das Sachlichkeitsgebot verletzt und damit gegen Paragraph eins, UWG verstößt (SZ 63/101 = ÖBI 1990, 154 - Media-Analyse 1988; SZ 68/89 = MR 1995, 190 - Teure S 195.-; ÖBI 1995, 267

- Media-Markt; ÖBI 1996, 28 - Teure S 185.-; ÖBI 1998, 178 - Dualwerbung; ÖBI 1998, 238 - Zcord "R").

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 ÖBI 1994, 73 - Verkauf zum Fabrikspreis; ÖBI 1995, 67 - Führerschein auf Anhieb; ÖBI 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo uva). Entscheidend ist - bei dem hier vorliegenden Sachverhalt ohne Auswirkungen auf den gemeinsamen Markt - der Gesamteindruck der Ankündigung bei flüchtiger Betrachtung und durchschnittlicher Aufmerksamkeit (ÖBI 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo mwN; MR 1997, 170 = ÖBI 1998, 14 - Schwarzhörer willkommen mwN). Bei einer mehrdeutigen Angabe muss der Werbende die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen (ÖBI 1995, 167 - Exklusivinterview; ÖBI 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 = ÖBI 1998, 14 - Schwarzhörer willkommen mwN). 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 Qualitäts-Zeitung 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 ÖBI 1994, 73 - Verkauf zum Fabrikspreis; ÖBI 1995, 67 - Führerschein auf Anhieb; ÖBI 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo uva). Entscheidend ist - bei dem hier vorliegenden Sachverhalt ohne Auswirkungen auf den gemeinsamen Markt - der Gesamteindruck der Ankündigung bei flüchtiger Betrachtung und durchschnittlicher Aufmerksamkeit (ÖBI 1997, 20 - Steirischer Medienjumbo mwN; MR 1997, 170 = ÖBI 1998, 14 - Schwarzhörer willkommen mwN). Bei einer mehrdeutigen Angabe muss der Werbende die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen (ÖBI 1995, 167 - Exklusivinterview; ÖBI 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 = ÖBI 1998, 14 - Schwarzhörer willkommen mwN). 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 Qualitäts-Zeitung mwN).

Abgesehen davon, dass es immer eine Frage der Beurteilung im Einzelfall ist, wie eine Ankündigung von den angesprochenen Verkehrskreisen aufgefasst wird (JBI 1986, 192; MR 1995, 233 - Inseraten-Preisliste; 4 Ob 222/97v; 4 Ob 336/97h; 4 Ob 33/98a), liegt in der Auslegung durch das Rekursgericht, die Ankündigung der Zeitung der Beklagten als "Österreichs meistgelesene Bundesländerzeitung" werde von den angesprochenen Verkehrskreisen dahin verstanden, eine im gesamten Bundesgebiet nur in verschiedenen "Mutationsausgaben" (mit jeweils unterschiedlichen spezifisch lokalen Berichten und unterschiedlichen Werbeeinschaltungen) erscheinende überregionale Tageszeitung (mit dem Sitz ihrer zentralen Verwaltung in Wien) in sonst einheitlicher äußerer Gestaltung (Layout) mit den gleichen wesentlichen Redaktionsbestandteilen (Außenpolitik, überregionale Innenpolitik, internationale Berichte und Kommentare, Kolumnen) und dem gleichen inhaltlichen Gesamtkonzept sei keine Bundesländerzeitung, keine im Sinne der Rechtssicherheit wahrzunehmende Fehlbeurteilung.

Dass ein nicht unbeträchtlicher Teil des angesprochenen Publikums die Mutationsausgaben der "N*****", darunter jene für die Steiermark mit der zusätzlichen Bezeichnung "S*****", ungeachtet deren weitgehender inhaltlicher und formaler Identität mit dem vorwiegend in Wien vertriebenen "Stammbuch" gleichermaßen als Bundesländerzeitung beurteilte wie etwa die nur in der Steiermark und in Kärnten erscheinende "K*****", die keinerlei Bezug zur Bundeshauptstadt aufweist, ist nicht erkennbar.

Ist aber die "S*****" keine Bundesländerzeitung im dargestellten Sinn, fehlen jegliche Anhaltspunkte dafür, die von der Beklagten behauptete Alleinstellung wäre falsch; dass nämlich ein anderes - als Bundesländerzeitung zu beurteilendes - Presseprodukt Anfang März 1999 (Zeitpunkt der Veröffentlichung des Werbevergleichs) eine größere Reichweite und Auflage besessen hätte als die Zeitung der Beklagten, wurde weder behauptet noch für bescheinigt erachtet.

Anmerkung

E57021 04A00310

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2000:0040OB00031.00P.0215.000

Dokumentnummer

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