jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 2000/1/18 4Ob352/99i

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 18.01.2000

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 V***** Gesellschaft mbH, *****, vertreten durch Dr. Gerald Ganzker, Rechtsanwalt in Wien, gegen die beklagte Partei "W*****" *****Verlagsgesellschaft mbH, *****, vertreten durch Giger, Ruggenthaler & Simon Rechtsanwälte KEG 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 24. November 1999, GZ 5 R 203/99f-9, 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

Die Frage, wie die angesprochenen Verkehrskreise eine Werbeaussage verstehen und ob sie demnach zur Irreführung geeignet ist, hat keine über den Einzelfall hinausgehende Bedeutung und ist daher nicht erheblich im Sinne des § 528 Abs 1 ZPO (stRsp JBl 1986, 192; MR 1995, 233 - Inseraten-Preisliste;4 Ob 222/97v; 4 Ob 177/98b); eine gravierende Fehlbeurteilung des Rekursgerichts, die im Interesse der Rechtssicherheit wahrgenommen werden muss, liegt nicht vor.Die Frage, wie die angesprochenen Verkehrskreise eine Werbeaussage verstehen und ob sie demnach zur Irreführung geeignet ist, hat keine über den Einzelfall hinausgehende Bedeutung und ist daher nicht erheblich im Sinne des Paragraph 528, Absatz eins, ZPO (stRsp JBl 1986, 192; MR 1995, 233 - Inseraten-Preisliste; 4 Ob 222/97v; 4 Ob 177/98b); eine gravierende Fehlbeurteilung des Rekursgerichts, die im Interesse der Rechtssicherheit wahrgenommen werden muss, liegt nicht vor.

Zur Irreführung geeignete Angaben iS des § 2 UWG liegen nur dann vor, wenn zwischen dem Umstand, dass die durch die Ankündigung hervorgerufene Vorstellung nicht den Tatsachen entspricht, und dem Entschluss der angesprochenen

Interessenten, sich mit dem Angebot näher zu befassen, ein Zusammenhang ("wettbewerbliche Relevanz") besteht (stRsp ÖBl 1995, 30 - Kodacolor mwN; MR 1996, 118 - Steirischer Medienjumbo). Dass der Kaufentschluss eines Lesers der beanstandeten Werbeankündigung durch den nach Ansicht des Rekursgerichts dabei zu gewinnenden Eindruck, er könne dem nächsten Heft der Zeitschrift der Beklagten die Gewinnfragen zur Teilnahme am angekündigten Gewinnspiel entnehmen, maßgeblich beeinflusst wird, kann auch dann nicht zweifelhaft sein, wenn gleichzeitig auf eine (kostenlose) telefonische Abfragemöglichkeit für die Gewinnfragen oder deren Abrufbarkeit im Internet hingewiesen wird. Die von der Rechtsmittelwerberin aufgeworfene Frage, ob auch solche Angaben zur Irreführung geeignet sind, die für das Verhalten der Adressaten keine Bedeutung haben, bedarf daher im vorliegenden Zusammenhang keiner Klärung.Zur Irreführung geeignete Angaben iS des Paragraph 2, UWG liegen nur dann vor, wenn zwischen dem Umstand, dass die durch die Ankündigung hervorgerufene Vorstellung nicht den Tatsachen entspricht, und dem Entschluss der angesprochenen Interessenten, sich mit dem Angebot näher zu befassen, ein Zusammenhang ("wettbewerbliche Relevanz") besteht (stRsp ÖBl 1995, 30 - Kodacolor mwN; MR 1996, 118 - Steirischer Medienjumbo). Dass der Kaufentschluss eines Lesers der beanstandeten Werbeankündigung durch den nach Ansicht des Rekursgerichts dabei zu gewinnenden Eindruck, er könne dem nächsten Heft der Zeitschrift der Beklagten die Gewinnfragen zur Teilnahme am angekündigten Gewinnspiel entnehmen, maßgeblich beeinflusst wird, kann auch dann nicht zweifelhaft sein, wenn gleichzeitig auf eine (kostenlose) telefonische Abfragemöglichkeit für die Gewinnfragen oder deren Abrufbarkeit im Internet hingewiesen wird. Die von der Rechtsmittelwerberin aufgeworfene Frage, ob auch solche Angaben zur Irreführung geeignet sind, die für das Verhalten der Adressaten keine Bedeutung haben, bedarf daher im vorliegenden Zusammenhang keiner Klärung.

Anmerkung

E56836 04A03529

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2000:0040OB00352.99I.0118.000

Dokumentnummer

JJT_20000118_OGH0002_0040OB00352_99I0000_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