jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 1998/3/31 4Ob86/98w

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 31.03.1998

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 sowie den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei Eugen K***** Gesellschaft mbH, *****, vertreten durch Dr. Franz Thienen-Adlerflycht, Rechtsanwalt in Wien, wider die beklagten Parteien 1.) A***** OHG; 2.) Ulfried H*****; 3.) Elmar J*****, alle vertreten durch Kraft & Winternitz Rechtsanwälte-Partnerschaft in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren S 450.000.-), infolge außerordentlichen Revisionsrekurses der beklagten Parteien gegen den Beschluß des Oberlandesgerichtes Wien als Rekursgericht vom 4. Februar 1998, GZ 4 R 3/98k, 4/98g-16, den

Beschluß

gefaßt:

Spruch

Der außerordentliche Revisionsrekurs der beklagten Parteien 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 Parteien 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

Nach ständiger Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofs handelt wettbewerbswidrig, wer mit seiner Werbung den Angesprochenen schon darüber täuscht, daß er überhaupt Adressat einer Werbebotschaft ist; derartige - dem Offenkundigkeitsgrundsatz widersprechende - Täuschungen unterliegen der Generalklausel des § 1 UWG, weil es wettbewerbswidrig ist, eine Werbemaßnahme so zu tarnen, daß sie als solche dem Umworbenen nicht erkennbar ist (MR 1988, 208 - Erlagscheinwerbung I mwN).Nach ständiger Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofs handelt wettbewerbswidrig, wer mit seiner Werbung den Angesprochenen schon darüber täuscht, daß er überhaupt Adressat einer Werbebotschaft ist; derartige - dem Offenkundigkeitsgrundsatz widersprechende - Täuschungen unterliegen der Generalklausel des Paragraph eins, UWG, weil es wettbewerbswidrig ist, eine Werbemaßnahme so zu tarnen, daß sie als solche dem Umworbenen nicht erkennbar ist (MR 1988, 208 - Erlagscheinwerbung römisch eins mwN).

Besonders deutlich ist es vom Werbenden hervorzuheben, wenn es sich bloß um ein Angebot handelt, die Form der Werbung beim Adressaten aber leicht den Eindruck erwecken kann, es liege eine bereits bestehende

Geschäftsverbindung vor, in deren Zuge er schon eine Bestellung gemacht habe. Diese Grundsätze wurden für jene Fallgruppen ausgesprochen, in denen für Waren oder Leistungen in der Form geworben wird, daß gleichzeitig Erlagscheine beigelegt werden, deren sich die Adressaten bedienen sollen, wenn sie von dem Angebot Gebrauch machen wollen (ÖBl 1995, 64 - Fachbuchverlag; MR 1988, 208 - Erlagscheinwerbung I; ÖBl 1989, 74 - Erlagscheinwerbung III); in den Fällen ÖBl 1964, 63 und ÖBl 1970, 70 - Branchenverzeichnis-Werbung, waren auf den Rückseiten der Erlagscheine jeweils aus den Branchenverzeichnissen des amtlichen Telefonbuches ausgeschnittene Inserate der Adressaten aufgeklebt worden. Verlangt wird in solchen Fällen, daß der Werbende unmißverständlich und auch graphisch deutlich entweder auf der Vorderseite der Rechnung oder des Erlagscheines (ÖBl 1975, 83 - Telex-Buch) oder in einem Begleitschreiben (4 Ob 376/77) darauf hinweist, daß es sich um eine Vertragsofferte handelt, die der Umworbene erst anzunehmen hat.Besonders deutlich ist es vom Werbenden hervorzuheben, wenn es sich bloß um ein Angebot handelt, die Form der Werbung beim Adressaten aber leicht den Eindruck erwecken kann, es liege eine bereits bestehende Geschäftsverbindung vor, in deren Zuge er schon eine Bestellung gemacht habe. Diese Grundsätze wurden für jene Fallgruppen ausgesprochen, in denen für Waren oder Leistungen in der Form geworben wird, daß gleichzeitig Erlagscheine beigelegt werden, deren sich die Adressaten bedienen sollen, wenn sie von dem Angebot Gebrauch machen wollen (ÖBl 1995, 64 - Fachbuchverlag; MR 1988, 208 - Erlagscheinwerbung I; ÖBl 1989, 74 - Erlagscheinwerbung römisch III); in den Fällen ÖBl 1964, 63 und ÖBl 1970, 70 - Branchenverzeichnis-Werbung, waren auf den Rückseiten der Erlagscheine jeweils aus den Branchenverzeichnissen des amtlichen Telefonbuches ausgeschnittene Inserate der Adressaten aufgeklebt worden. Verlangt wird in solchen Fällen, daß der Werbende unmißverständlich und auch graphisch deutlich entweder auf der Vorderseite der Rechnung oder des Erlagscheines (ÖBl 1975, 83 - Telex-Buch) oder in einem Begleitschreiben (4 Ob 376/77) darauf hinweist, daß es sich um eine Vertragsofferte handelt, die der Umworbene erst anzunehmen hat.

Der hier zu beurteilende Sachverhalt unterscheidet sich von den oben dargestellten nur dadurch, daß dem als Offert zu qualifizierenden Werbeschreiben kein Erlagschein beilag, im übrigen aus dem Schreiben aber die in Auftrag zu gebende Leistung in Form einer Kopie eines bereits in einer anderen Zeitschrift erschienenen Inserates ersichtlich war. Dieser Unterschied ist für die maßgeblichen Wertungen der zitierten Rechtsprechung ohne Bedeutung. Insbesondere wurde bereits ausgesprochen, daß die angesprochene Aufklärungspflicht auch dann besteht, wenn sich das Anbot an Unternehmer richtet (ÖBl 1975, 83 - Telex-Buch) und wenn darin kein Bezug auf einen amtlichen Geschäftspartner genommen wird (ÖBl 1995, 64 - Fachbuchverlag).

Die weitere Frage, ob die Beklagte dieser Aufklärungspflicht bei der konkreten Gestaltung des beanstandeten Schriftstückes entsprochen hat oder ob dieses zur Irreführung über das Bestehen einer Geschäftsverbindung des Adressaten zum Absender bzw. einer Verbindlichkeit diesem gegenüber geeignet ist, ist keine erhebliche Rechtsfrage iS des § 528 Abs 1 ZPO (MR 1988, 208 - Erlagscheinwerbung I). Die Rechtsansicht der zweiten Instanz, die die Irreführungseignung bejaht hat, ist auf den Einzelfall abgestellt und unterliegt daher keiner Überprüfung durch den Obersten Gerichtshof.Die weitere Frage, ob die Beklagte dieser Aufklärungspflicht bei der konkreten Gestaltung des beanstandeten Schriftstückes entsprochen hat oder ob dieses zur Irreführung über das Bestehen einer Geschäftsverbindung des Adressaten zum Absender bzw. einer Verbindlichkeit diesem gegenüber geeignet ist, ist keine erhebliche Rechtsfrage iS des Paragraph 528, Absatz eins, ZPO (MR 1988, 208 - Erlagscheinwerbung römisch eins). Die Rechtsansicht der zweiten Instanz, die die Irreführungseignung bejaht hat, ist auf den Einzelfall abgestellt und unterliegt daher keiner Überprüfung durch den Obersten Gerichtshof.

Anmerkung

E49666 04A00868

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1998:0040OB00086.98W.0331.000

Dokumentnummer

JJT_19980331_OGH0002_0040OB00086_98W0000_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