jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 1988/6/28 4Ob30/88

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 28.06.1988

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Prof.Dr. Friedl als Vorsitzenden und durch die Hofräte des Obersten Gerichtshofes Dr. Klinger, Dr. Kodek, Dr. Niederreiter und Dr. Redl als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei S*** DER Ö*** L***, Wien 3, Zaunergasse 1-2,

vertreten durch DDr. Walter Barfuß, DDr. Hellwig Torggler, Dr. Christian Hauer, Dr. Lothar Wiltschek, Dr. Guido Kucsko, Dr. Christian Schmelz und Dr. Helmut Preyer, Rechtsanwälte in Wien, wider die beklagten Parteien 1) P*** F*** E***, 2) F*** E***, geboren 1950, Kaufmann, beide in St. Pölten-Unterradlberg, Gambrinusstraße 2, beide vertreten durch Dr. Klaus Reisch, Rechtsanwalt in Kitzbühel, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Gesamtstreitwert S 550.000,--) infolge Revision der beklagten Parteien gegen das Urteil des Oberlandesgerichtes Wien als Berufungsgerichtes vom 21. Jänner 1988, GZ 2 R 153/87-16, womit infolge Berufung der beklagten Parteien das Urteil des Landes- als Handelsgerichtes St. Pölten vom 31. März 1987, GZ 5 Cg 191/85-12, bestätigt wurde, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Spruch

Der Revision wird nicht Folge gegeben.

Die beklagten Parteien sind schuldig, der klagenden Partei die mit S 17.598,24 bestimmten Kosten des Revisionsverfahrens (darin enthalten S 1.599,84 Umsatzsteuer) binnen 14 Tagen bei sonstiger Exekution zu ersetzen.

Text

Entscheidungsgründe:

Satzungsmäßiger Zweck des klagenden Verbandes, dessen Tätigkeit sich auf das gesamte Gebiet der Republik Österreich erstreckt, ist unter anderem die Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbes auf dem Gebiet des Lebensmittelrechtes, und zwar auch durch Geltungmachung des Unterlassungsanspruches nach § 14 UWG. Ihm gehören auch die vier größten Bierproduzenten Österreichs, nämlich die

Ö*** B***-AG Linz, die S*** B***-AG Graz,

die O*** B*** H***-AG und die S***-B*** Salzburg,

als Mitglieder an. Diese Brauereien verfügten im Jahre 1984 in Österreich über einen Marktanteil von zusammen 70,9 %. Die Erstbeklagte ist eine im Handelsregister des Landesgerichtes St. Pölten zu HRA 1470 eingetragene offene Handelsgesellschaft mit dem Sitz in St. Pölten-Unterradlberg; ihr Unternehmensgegenstand ist die industriemäßige Erzeugung von Bier. Die Etiketten ihrer Bierflaschen weisen den deutlich erkennbaren Aufdruck "P*** F*** E***" auf. Persönlich haftender

Gesellschafter der Erstbeklagten sind der Zweitbeklagte sowie M*** E*** und E*** E***; diese drei Personen sind auch Geschäftsführer der F*** E*** Gesellschaft mbH.

Die Erstbeklagte wirbt für die von ihr erzeugten Produkte seit geraumer Zeit - zum Teil auch im Fernsehen und im Hörfunk - mit dem Slogan "E*** - das Naturbräu", wobei sie insbesondere darauf hinweist, daß ihr Bier "nur Wasser, Hopfen und Malz und sonst nichts" enthalte; dies entspreche dem "Reinheitsgebot von 1516". Erstmals am 8. November 1985 um 5 Uhr 55 wurde im Programm Ö3 des Österreichischen Rundfunks ein Werbespot mit folgendem Wortlaut gesendet, wobei der erste Sprecher für die beiden letzten Sätze einen abwertenden Tonfall verwendete:

Erster Sprecher: "Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum der E*** auf sein Naturbräu schreibt, was drinnen ist? Wasser, Hopfen, Malz und sonst nichts. Weil der E*** sein Naturbräu so braut, wie sich's gehört. Wie's andere tun, steht zumindest nicht auf der Flasche. Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum?"

Zweiter Sprecher: "E*** Naturbräu - Österreichs reinstes Bier."

Dieser Werbespot wurde oftmals wiederholt.

Der Kläger sieht in dieser Werbung vor allem einen Verstoß gegen § 1 UWG, weil damit nicht nur auf die Vorteile des Erzeugnisses der Erstbeklagten hingewiesen, sondern die Erzeugnisse der Mitbewerber in ungehöriger Weise attackiert würden. Es werde nämlich der einer Nachprüfung durch die Hörer entzogene Pauschalvorwurf erhoben, daß die Konkurrenten der Erstbeklagten ihr Bier nicht so brauten, "wie sich's gehört"; dem Hörer werde damit suggeriert, daß die Mitbewerber der Beklagten deshalb keine Produktdeklaration vornähmen, weil sie etwas zu verbergen hätten. Ein nicht unbeträchtlicher Teil der angesprochenen Hörer werde dadurch zu der Auffassung gelangen, nur die Erstbeklagte erzeuge ihr Bier vorschriftsgemäß. Die Konsumenten müßten die beanstandete Werbung als Hinweis auf die Minderwertigkeit der Erzeugnisse der der Klägerin als Mitglieder angehörenden, marktführenden Bierproduzenten verstehen; zumindest seien diese von der wettbewerbswidrigen Werbung mitbetroffen. Der beanstandete Werbespot sei aber auch irreführend, weil es nicht zutreffe, daß die Mitbewerber ihr Bier so brauten, "wie es sich nicht gehöre".

Der Kläger stellt daher das Begehren, den Beklagten eine Werbung zu untersagen, in der im Zusammenhang mit dem Slogan "E*** Naturbräu - Österreichs reinstes Bier" und der Frage "Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum der E*** auf sein Naturbräu schreibt, was drinnen ist?" ausgeführt wird: "Weil der E*** sein Naturbräu so braut, wie sich's gehört. Wie's andere tun, steht zumindest nicht auf der Flasche. Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum?"; außerdem verlangt er die Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung im Textteil je einer Samstag-Ausgabe der Tageszeitungen "Kurier" und "Neue Kronen-Zeitung" (einschließlich der Bundesländerausgaben) sowie die Verlesung des Urteilsspruches im Werbeblock des Hörfunkprogrammes Ö3. Das Begehren auf Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung in mehreren Medien begründet der Kläger damit, daß die Werbung der Beklagten einer breiten, unkontrollierbaren Öffentlichkeit zur Kenntnis gebracht worden sei. Die Beklagten bestreiten zunächst ihre Passivlegitimation, weil die Werbung von der F*** E*** Gesellschaft mbH und nicht von der Erstbeklagten "veranstaltet" worden sei. Das E***-Bier werde von der Erstbeklagten erzeugt und von der F*** E*** Gesellschaft mbH vertrieben; dabei lägen völlig getrennte Betriebsorganisationen vor, und es bestehe auch keinerlei Möglichkeit einer Einflußnahme. In der Sache selbst stellen die Beklagten jeden Gesetzesverstoß in Abrede. In dem beanstandeten Werbespot werde den Konsumenten lediglich mitgeteilt, daß E***-Bier nur mit Hopfen, Wasser und Malz "und sonst nichts" gebraut werde; eine Pauschalabwertung von Konkurrenzprodukten sei damit ebenso wenig erfolgt wie eine Bezugnahme auf bestimmte oder einzelne Mitbewerber. Wenn überhaupt, so liege darin nur eine Bezugnahme auf sämtliche anderen Biere. Ein Anspruch auf Urteilsveröffentlichung könne, wenn überhaupt, nur für jene Medien bestehen, in denen die beanstandete Handlung begangen worden sei.

Das Erstgericht gab dem Klagebegehren zur Gänze statt. Es stellte den eingangs dargelegten Sachverhalt fest und folgerte daraus in rechtlicher Hinsicht, daß die beanstandete Hörfunkwerbung gegen § 1 UWG verstoßen habe, weil danach ein erheblicher Teil des angesprochenen Publikums zu dem Schluß gelangen müsse, die Konkurrenten der Erstbeklagten fügten ihren Produkten Zusätze bei, die bei redlicher Herstellungsweise nicht Bestandteil des Biers sein dürften; von einer sachlichen Aufklärung des Publikums könne daher nicht mehr gesprochen werden. Die Erstbeklagte erhebe vielmehr einen unwahren und für das angesprochene Publikum unüberprüfbaren Pauschalvorwurf, der selbst dann sittenwidrig sei, wenn er sich nicht erkennbar gegen bestimmte Mitbewerber richte. Im vorliegenden Fall sei aber der Kreis der vier marktführenden Bierproduzenten sehr klein und leicht überschaubar.

Die Erstbeklagte hafte gemäß § 18 UWG für die beanstandete Hörfunkwerbung auch dann, wenn sie diese nicht selbst in Auftrag gegeben haben sollte; im Hinblick auf die vorliegende Identität ihrer persönlich haftenden Gesellschafter und der Geschäftsführer der F*** E*** Gesellschaft mbH könne sie die Möglichkeit einer Einflußnahme auf die Organe

dieser Kapitalgesellschaft nicht in Abrede stellen. Die Haftung des Zweitbeklagten ergebe sich aus seiner Stellung als persönlich haftender Gesellschafter der Erstbeklagten. Da die Werbung durch oftmalige Sendung im Hörfunk eine breite Öffentlichkeit erreicht habe, erscheine eine einmalige Verlesung des Urteilsspruches im Werbeblock des Senders Ö3 nicht ausreichend; im Interesse einer Aufklärung der Öffentlichkeit sei vielmehr darüber hinaus auch noch die Urteilsveröffentlichung in den zwei genannten Tageszeitungen notwendig.

Das Berufungsgericht bestätigte das Ersturteil und sprach aus, daß der Wert des Streitgegenstandes S 300.000,-- übersteige. Es billigte die Rechtsansicht des Erstgerichtes, weil sich der Werbespot nicht mit dem Herausstellen der Vorzüge des eigenen Biers begnügt, sondern mit den Sätzen "Wie's andere tun, steht zumindest nicht auf der Flasche. Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum?" einen abwertenden Vergleich mit sämtlichen Konkurrenzprodukten, insbesondere mit denen der vier als marktführende Bierproduzenten deutlich erkennbaren Mitbewerber, gezogen habe. Die gesamte Werbeaussage erwecke daher bei einem nicht unbeträchtlichen Teil des angesprochenen Publikums den Eindruck, daß nur E***-Bier vorschriftsmäßig gebraut werde, während andere Biere unsachgemäß bzw. aus verbotenen Materialien hergestellt oder mit verbotenen Zusätzen versehen würden, was die Erzeuger verständlicherweise nicht offen auf den Flaschenaufschriften deklarierten. Eine solche kritisierende vergleichende Werbung, die sich statt einer sachlichen Aufklärung des Publikums mit einem unüberprüfbaren abwertenden Pauschalvorwurf begnüge, "andere" - also die Mitbewerber der Erstbeklagten - bedienten sich einer Herstellungsmethode, die "sich nicht gehört", verstoße sogar ohne Bezugnahme auf deutlich erkennbare Mitbewerber gegen § 1 UWG; sie sei ohne Rücksicht darauf wettbewerbswidrig, ob die darin enthaltene Gegenüberstellung der Wahrheit entspreche.

Auch wenn nicht die Erstbeklagte selbst, sondern die F*** E*** Gesellschaft mbH den Werbespot veranlaßt haben sollte, wäre dieser doch der Erstbeklagten als Bierproduzentin zugute gekommen. Diese hätte im Sinne des § 18 UWG auf Grund ihrer Geschäftsbeziehungen zur F*** E*** Gesellschaft mbH, vor allem aber im Hinblick auf die Identität ihrer persönlich haftenden Gesellschafter mit den Geschäftsführern dieser Kapitalgesellschaft, die Möglichkeit gehabt, für eine Abstellung des Wettbewerbsverstoßes zu sorgen. In Übereinstimmung mit dem Erstgericht erachtete auch das Berufungsgericht die Urteilsveröffentlichung im beantragten und zugesprochenen Umfang im Interesse einer Aufklärung des Publikums über den Gesetzesverstoß der Beklagten wegen der oftmaligen Aussendung des Werbespots im Österreichischen Rundfunk als gerechtfertigt.

Dagegen richtet sich die Revision der beiden Beklagten aus den Anfechtungsgründen der Mangelhaftigkeit des Berufungsverfahrens und der unrichtigen rechtlichen Beurteilung mit dem Antrag auf Abänderung des angefochtenen Urteils im Sinne einer gänzlichen Klageabweisung, hilfsweise auf Urteilsaufhebung.

Der Kläger stellt den Antrag, dem Rechtsmittel der Beklagten nicht Folge zu geben.

Rechtliche Beurteilung

Die Revision ist nicht berechtigt.

Mit ihrer Mängelrüge vermögen die Beklagten keine Mangelhaftigkeit des Berufungsverfahrens aufzuzeigen; die Geltendmachung eines angeblichen Mangels des erstgerichtlichen Verfahrens ist ihnen aber in dritter Instanz schon deshalb verwehrt, weil eine entsprechende Rüge in der Berufung nicht erhoben worden ist. Im übrigen werden mit den Ausführungen zur Mängelrüge keinerlei Verstöße des Berufungsgerichtes gegen die Verfahrensgesetze dargetan; mit ihnen wird vielmehr ausschließlich das Vorliegen von - dem Revisionsgrund der unrichtigen rechtlichen Beurteilung zugehörigen - angeblichen Feststellungsmängeln geltend gemacht. Hiezu wird sogleich bei Behandlung der Rechtsrüge Stellung zu nehmen sein.

Mit dieser machen die Beklagten erstmals die mangelnde Aktivlegitimation des klagenden Schutzverbandes geltend. Im übrigen beharren sie auf ihrer Rechtsansicht, die beanstandete Rundfunkwerbung habe lediglich die Vorzüge des von der Erstbeklagten erzeugten Biers hervorgehoben, ohne die Mitbewerber schlechthin, geschweige denn bestimmte, namentlich genannte oder doch deutlich erkennbare Mitbewerber, unsachlich anzugreifen oder pauschal herabzusetzen. Mit dieser Werbemaßnahme hätte die Öffentlichkeit nur darauf aufme !sam gemacht werden sollen, daß die Erstbeklagte allein die Zusammensetzung ihres Produktes auch deklariere. Die Passivlegitimation der Beklagten sei auf Grund der vorliegenden Feststellungen noch nicht abschließend beurteilbar und daher zu Unrecht bejaht worden. Die Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung sei im Hinblick auf die inzwischen verstrichene lange Zeitspanne überhaupt verfehlt und - soweit sie auch in zwei Tageszeitungen zugesprochen wurde - jedenfalls zu

weitgehend. Alle diese Argumente der Revisionswerber erweisen sich aber aus nachstehenden Gründen als nicht stichhältig:

Die Aktivlegitimation des Klägers ist schon auf Grund der vorliegenden Tatsachenfeststellungen gegeben: Danach gehören nämlich dem Kläger auch die vier größten Bierproduzenten Österreichs als Mitglieder an; nach seiner Satzung soll er Handlungen gegen den unlauteren Wettbewerb bekämpfen. Damit ist aber ohne weiteres davon auszugehen, daß der klagende Schutzverband schon von seiner Mitgliederstruktur her im Sinne des § 14 UWG dazu bestimmt und geeignet ist, die wirtschaftlichen Interessen von Unternehmern zu fördern, weil nicht der geringste Anhaltspunkt dafür besteht, daß ihm etwa auch andere Personen als Unternehmer angehören. Solches haben die Beklagten im erstinstanzlichen Verfahren ebensowenig behauptet wie etwa einen Mißbrauch der Prozeßführungsbefugnis. Für das Vorliegen einer entsprechenden Mitgliederstruktur (nur Unternehmer oder auch öffentlich-rechtliche Körperschaften bzw. deren Gremien oder ähnliche Institutionen) ist aber im Gegensatz zur Meinung der Revision der Kläger nur im Bestreitungsfall beweispflichtig; dasselbe gilt für einen Mißbrauch der Prozeßführungsbefugnis (ÖBl. 1986, 10 und 100). In diesem Sinne sei nur der Vollständigkeit halber darauf hingewiesen, daß die Legitimation des Klägers zur Geltendmachung von Unterlassungsansprüchen nach § 14 UWG vom Obersten Gerichtshof bisher noch nie in Zweifel gezogen worden ist (vgl. etwa in jüngster Zeit: ÖBl. 1986, 63).

In der Sache selbst haben die Vorinstanzen im Gegensatz zur Meinung der Beklagten zutreffend erkannt, daß nach ständiger Rechtsprechung selbst wahrheitsgemäße vergleichende Werbung dann gegen § 1 UWG verstößt, wenn sich der Werbende nicht mit der Anpreisung der Vorzüge seiner Ware und Leistungen begnügt, sondern damit zugleich einen Hinweis auf die Minderwertigkeit der Waren oder Leistungen eines oder mehrerer bestimmter Mitbewerber oder auf sonstige Nachteile ihres Angebotes verbindet (Hohenecker-Friedl, Wettbewerbsrecht 67 f; Pöch in ÖJZ 1979, 543; ÖBl. 1981, 75; ÖBl. 1982, 12; ÖBl. 1985, 4; ÖBl. 1986, 42; ÖBl. 1988, 6 uva). Wer zu Werbezwecken Vergleiche zieht, muß dem angesprochenen Publikum alle wesentliche Umstände mitteilen, die es in die Lage versetzen, sich ein objektives Urteil über die Vorzüge der angebotenen Leistung gegenüber den Leistungen der Mitbewerber zu bilden; beschränkt er sich statt dessen auf eine der objektiven Nachprüfung entzogene, meist mit Schlagworten operierende Pauschalabwertung der Konkurrenten, dann verläßt er damit den Boden einer sachlichen Aufklärung des Publikums und verstößt so - unabhängig davon, ob die beanstandete Gegenüberstellung der Wahrheit entspricht - gegen § 1 UWG (ÖBl. 1980, 95; ÖBl. 1984, 5 je mwN; 4 Ob 343/87). Wie schon die Vorinstanzen richtig hervorgehoben haben, ist dies aber gerade hier der Fall: Der beanstandete Werbespot enthält - nicht zuletzt durch den abwertenden Tonfall des Sprechers - insofern einen für das angesprochene Publikum zwar deutlich erkennbaren, aber nicht überprüfbaren unsachlichen Angriff auf alle jene Bierproduzenten, die die Zusammensetzung ihres Produktes nicht auf dem Flaschenetikett deklarieren; ihnen allen wird pauschal der Vorwurf gemacht, daß sie dies gerade deshalb unterließen, weil ihr Bier eben nicht so gebraut wurde, "wie es sich gehört". Im Gegensatz zur Meinung der Beklagten sind diese Werbebehauptungen eindeutig gegen sämtliche anderen Biererzeuger gerichtet, also insbesondere auch gegen die vier größten Bierproduzenten Österreichs, die dem Kläger als Mitglieder angehören. Eine solche Vorgangsweise ist aber mit den Grundsätzen des lauteren Wettbewerbes nicht zu vereinbaren, weil damit - ohne Rücksicht auf den Wahrheitsgehalt der Behauptung - eine Pauschalabwertung sämtlicher Konkurrenzprodukte dahingehend verbunden ist, daß es sich dabei insgesamt um Bier handelt, das nicht so gebraut wurde, "wie es sich gehört". Ohne Rücksicht darauf, ob die Behauptung, nur das Bier der Erstbeklagten bestehe aus "Wasser, Hopfen und Malz und sonst nichts" den Tatsachen entspricht oder nicht, verstößt damit der beanstandete Werbespot bereits gegen § 1 UWG. Nähere Feststellungen über die Richtigkeit dieser Werbebehauptung waren demnach entbehrlich.

Ebensowenig bedurfte es zur abschließenden rechtlichen Beurteilung einer näheren Prüfung der Gestaltung der tatsächlichen und rechtlichen Beziehungen zwischen der Erstbeklagten und der F*** E*** Gesellschaft mbH. Das Berufungsgericht hat zutreffend erkannt, daß selbst bei Unterstellung der Richtigkeit des erstinstanzlichen Prozeßvorbringens der Beklagten, wonach die letztgenannte Kapitalgesellschaft die gegenständliche Rundfunkwerbung "veranstaltet" habe, die Erstbeklagte für die Unterlassungsverpflichtung gemäß § 18 UWG einstehen müßte. Nach ständiger Rechtsprechung werden nämlich der für die Haftung des Unternehmensinhabers erforderliche Zusammenhang und die Zurechnung der Wettbewerbshandlung zum Betrieb seines Unternehmens nicht dadurch ausgeschlossen, daß die "andere Person" ein rechtlich selbständiges Unternehmen führt; dem Inhaber des Unternehmens sind vielmehr selbst solche Handlungen seiner Geschäftspartner zuzurechnen, die sie in seinem geschäftlichen Interesse und im Zusammenhang mit seinem Betrieb vornehmen. Er kann daher selbst dann auf

Unterlassung des Wettbewerbsverstoßes in Anspruch genommen werden, wenn er vom Verstoß der anderen Person zunächst nichts wußte. Das Einstehenmüssen für die Unterlassungsverpflichtung nach § 18 UWG ist eine reine Erfolgshaftung, die allerdings grundsätzlich voraussetzt, daß der Unternehmensinhaber die Möglichkeit hat, kraft seiner Beziehung zu der anderen Person für das Unterbleiben der wettbewerbswidrigen Handlung zu sorgen (SZ 48/137; SZ 49/147; ÖBl. 1983, 86; ÖBl. 1985, 136; WBl. 1987, 98; ÖBl. 1988, 26 ua). Wenn aber die F*** E*** Gesellschaft mbH nach den Prozeßbehauptungen der Beklagten für den Vertrieb des von der Erstbeklagten erzeugten Bieres zuständig war, dann lag die der Verkaufsförderung dienende Werbemaßnahme sehr wohl im Interesse des Bierproduzenten, dem diese Handlungsweise zugute kommen mußte. Es genügt, daß die Erstbeklagte auf Grund ihrer vertraglichen Beziehungen zur F*** E*** Gesellschaft mbH - welcher der Biervertrieb ja nicht nur rein faktisch überlassen worden sein konnte - in der Lage gewesen wäre, die Sendung des Werbespots zu verhindern. Diese Möglichkeit ist aber vom Berufungsgericht schon deshalb mit Recht bejaht worden, weil nach den Feststellungen zwischen den persönlich haftenden Gesellschaftern der Erstbeklagten und den drei Geschäftsführern der F*** E*** Gesellschaft mbH Personenidentität besteht. Soweit die Beklagten dies nunmehr in Abrede stellen, verlassen sie die festgestellte Tatsachengrundlage und führen insoweit die Rechtsrüge der Revision nicht gesetzmäßig aus. Im übrigen beharren sie auf ihrem Rechtsstandpunkt, daß für die Erstbeklagte keinerlei Möglichkeit einer Einflußnahme bestanden habe; dabei übersehen sie aber, daß nur die rechtliche Möglichkeit entscheidend ist und diese jedenfalls gegeben war. Für die Anwendung des § 18 UWG ist es hingegen bedeutungslos, ob der Inhaber des Unternehmnns tatsächlich die Möglichkeit hatte, das Verhalten der einzelnen verbotswidrig handelnden Personen zu verhindern, kommt es doch nur auf den Erfolg, nicht aber auf ein Verschulden des Inhabers des Unternehmens an (ÖBl. 1980, 128; 3 Ob 117, 118/87 ua). Aus der von den Beklagten in diesem Zusammenhang zitierten Rechtsprechung läßt sich für ihren Standpunkt schon deshalb nichts gewinnen, weil diese Entscheidungen nicht zum Problemkreis der Unternehmerhaftung des § 18 UWG ergangen sind, sondern zu der Frage, unter welchen Voraussetzungen das Organ einer Kapitalgesellschaft als unmittelbarer Begeher eines Wettbewerbsverstoßes in Anspruch genommen werden kann.

Schließlich liegen entgegen der Auffassung der Beklagten auch die Voraussetzungen für eine Urteilsveröffentlichung überhaupt, aber auch für eine solche im begehrten und zugesprochenen Umfang vor, weil gerade mit Rücksicht auf die Intensität der oftmals wiederholten Rundfunkwerbung eine Aufklärung des durch die wettbewerbswidrige Handlung irregeführten Publikums trotz des bis zum Schluß der Verhandlung erster Instanz (11. November 1986) verflossenen Zeitraumes von - höchstens - einem Jahr geboten ist (ÖBl. 1975, 43; ÖBl. 1979, 80; ÖBl. 1980, 159; ÖBl. 1981, 51 ua). Im Hinblick auf die festgestellte oftmalige Wiederholung des mit Recht beanstandeten Werbespots im Hörfunkprogramm Ö3 ist aber auch davon auszugehen, daß die Werbeaussage einem unbestimmten und nicht näher eingrenzbaren Kreis von Radiohörern in ganz Österreich zur Kenntnis gelangt ist. Zur Aufklärung des Publikums reicht daher die bloß einmalige Verlesung des Urteilsspruches (daß nur eine solche einmalige Verlesung zugesprochen wurde, ergibt sich unmißverständlich aus den Entscheidungsgründen des Erstgerichtes) im Werbeblock des Österreichischen Rundfunks (Programm Ö3) nicht aus; die darüber hinausgehende Einschaltung des Urteilsspruches in den beiden größten Tageszeitungen Österreichs entspricht vielmehr im vorliegenden Fall durchaus dem Ausmaß und der Intensität der gesetzwidrigen Werbung und ist daher auch in diesem Umfang gerechtfertigt (vgl. ÖBl. 1985, 8).

Der Revision mußte daher aus allen diesen Gründen ein Erfolg versagt bleiben.

Der Ausspruch über die Kosten des Revisionsverfahrens beruht auf den §§ 41, 50 ZPO.

Anmerkung

E14863

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1988:0040OB00030.88.0628.000

Dokumentnummer

JJT_19880628_OGH0002_0040OB00030_8800000_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