jusline®
»» Recht. Schnell

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

# TE OGH 1987/9/15 4Ob358/87

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 15.09.1987

**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. Gamerith, Dr. Angst, Dr. Petrag und Dr. Kodek als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei S*** G*** U*** W***, Wien 4., Schwarzenbergplatz 14, vertreten durch Dr. Walter Prunbauer und Dr. Friedrich Prunbauer, Rechtsanwälte in Wien, wider die beklagte Partei C*** Gesellschaft m. b.H., Wien 3., Modecenterstraße 22/A-2, vertreten durch DDr. Walter Barfuß, DDr. Hellwig Torggler, Dr. Christian Hauer und Dr. Lothar Wiltschek, Rechtsanwälte in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert S 220.000,--), infolge Revision der klagenden Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichtes Wien als Berufungsgerichtes vom 27. März 1987, GZ 3 R 220/86-48, womit infolge Berufung der klagenden Partei das Urteil des Handelsgerichtes Wien vom 21. August 1986, GZ 37 Cg 88/84-43, bestätigt wurde, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

**Spruch**

Der Revision wird nicht Folge gegeben.

Die klagende Partei ist schuldig der beklagten Partei die mit S 10.808,25 bestimmten Prozeßkosten (darin S 720,75 Umsatzsteuer und S 2.880,-- Barauslagen) binnen 14 Tagen bei Exekution zu bezahlen.

**Text**

Entscheidungsgründe:

Der Kläger ist ein Verband zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbes. Die Beklagte ist die Ö***

V*** FÜR C***-Produkte; sie vertreibt unter

anderem Kopiergeräte, die Fotokopien auf Normalpapier herstellen. Die Beklagte warb seit November 1983 in Großanzeigen in österreichischen Tageszeitungen, mit Prospekten und Plakaten wie folgt:

Ein Faltprospekt (Beilage E), der die Abbildung des Gerätes PC 20 zeigt, enthält ua. folgende Werbeaussage:

"... Der meistgekaufte Normalpapier-Copierer der Welt ist deshalb so erfolgreich, weil er der einzig servicefreie ist..."; dabei sind die Worte "der einzige servicefreie" gegenüber dem übrigen, schwarz gedruckten Text durch Rotdruck hervorgehoben. In der Tageszeitung K*** vom 15. November 1983 (Beilage H) erschien ein ganzseitiges Inserat mit folgendem Inhalt:

"Ihre Abschreibung 1983 mit dem einzigen servicefreien Normalpapier-Copierer". Darunter befindet sich eine Abbildung des Gerätes PC 20. Links davon steht in kleinerem Druck der Hinweis "C*** PC - die meistgekauften Copierer 1983."

Weiters warb die Beklagte mit folgendem Plakattext (Beilage J):

"Der C*** copiert ohne Servicekosten, müssen sie wissen."

Zwischen den Worten "C***" und "copiert" befindet sich eine Abbildung des PC. Darüber stehen in wesentlich kleinerer Schrift die Worte "C*** PC-10/20 Normalpapierkopierer".

Mitte Mai 1985 warb die Beklagte mit einem Großplakat (Beilage HH) im Ausmaß von 12 x 3 m an Wiener Plakatwänden mit folgendem Werbetext:

"C***. Schreiben + Copieren um S 30.000,--." Über dem Wort "Schreiben" befand sich in wesentlich kleinerer Schrift das Wort "elektronisch", über dem Wort "Copieren" in derselben Weise das Wort "servicefrei". Unterhalb des Wortes "Schreiben" war eine Schreibmaschine, unterhalb des Wortes "Copieren" ein Kopiergerät abgebildet. Die Typenbezeichnungen dieser Geräte waren nicht leicht erkennbar.

Im Fernsehen warb die Beklagte nicht mit derartigen Werbebehauptungen.

Der Kläger begehrt die Verurteilung der Beklagten, es im geschäftlichen Verkehr beim Handel mit Fotokopierern zu unterlassen, den Normalpapierkopierer C*** als den einzig Servicefreien wahrheitswidrig und mehrdeutig anzukündigen; weiters verlangt sie die Ermächtigung zur Veröffentlichung des Urteilsspruches in drei Tageszeitungen. Für die von der Beklagten vertriebenen persönlichen Kopierer sei zwar der Austausch der wichtigsten Verschleißteile mit jeder neuen Toner-Füllung vorgesehen; dennoch seien auch diese Geräte nicht "servicefrei": Schon der Austausch der Patrone sei eine außergewöhnliche Belastung; darüber hinaus seien regelmäßige Reinigungsarbeiten zur Entfernung von Toner-Rückständen und Papierstaub durch einen geschulten Fachmann erforderlich. Weiters müßten die Kunststoff-Stahlzahnräder des Übertragungsmechanismus fallweise nachgeschmiert werden; auch der Austausch der Lampe sei in regelmäßigen Abständen erforderlich. Alle diese Arbeiten, aber auch die Behebung eines Papierstaues, seien als Servicearbeiten anzusehen. Die Toner-Kartusche, die als Sondermüll anzusehen sei, könne nur durch einen Fachmann entsorgt werden. Da der Servicebegriff mehrdeutig sei und nicht bloß die regelmäßige Wartung des Gerätes durch den Händler oder Erzeuger umfasse, müsse die Beklagte die ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen. Im übrigen beziehe sich die Plakatwerbung der Beklagten nicht ausschließlich auf PC-Kopierer, weil die Abbildung des Gerätes die Typenbezeichnung PC 20 nicht erkennen lasse; die Werbung sei daher auf alle von der Beklagten vertriebenen Kopierer zu beziehen. Auch im Fernsehen habe die Beklagte ohne Bezugnahme auf die Geräte PC 10/20 mit dem Schlagwort "Servicefreies Kopieren" geworben. Die Beklagte wandte ein, daß sie in ihrer Werbung lediglich die persönlichen Kopierer der Typen 10 und 20 als servicefrei bezeichnet habe. Bei diesen Geräten seien alle wichtigen Verschleißteile in der Toner-Patrone enthalten, die nach ca. 2000 Kopien ausgetauscht werde; dieser Vorgang sei mit einem Handgriff zu bewältigen. Ansonsten müßten lediglich von jedermann leicht zu bewerkstelligende Reinigungsarbeiten durchgeführt werden. Die Austauschpatrone sei kein Sondermüll. Die Behebung eines Papierstaues gehöre nicht zu den Wartungsarbeiten. Ein Nachschmieren der Zahnräder sei nicht erforderlich, weil sie eine Dauerschmierung aufwiesen; die Lampe müsse nicht regelmäßig gewechselt werden. Die Plakatwerbung vom Mai 1985 beziehe sich wegen des dort abgebildeten Kopierers nur auf PC-Kopierer. Das Wort "servicefrei" sei nicht größer geschrieben als die Produktbezeichnung auf dem Gerät PC 20. Das Gerät sei dem Publikum wegen der intensiven Werbung als PC-Kopierer bekannt. Die Preisangabe von S 30.000,-- für eine elektronische Schreibmaschine und ein Kopiergerät stelle klar, daß nicht für sämtliche Normalpapierkopierer aus dem Vertriebsprogramm der Beklagten geworben werde. Die beanstandete Werbung richte sich nur an Fachleute, die diese Grundkenntnisse über den Büromaschinenmarkt besäßen.

Das Erstgericht wies die Klage ab und stellte folgenden wesentlichen Sachverhalt fest:

Die von der Beklagten vertriebenen Kopiergeräte PC 10 und PC 20 sind sogenannte persönliche Kopierer und damit Kleingeräte, die nicht zur gewerblichen Herstellung von Fotokopien angeboten werden. Sie sind so konstruiert, daß jene Bauteile, die einem raschen Verschleiß unterliegen, wie Trommel, Primärcorona, Entwicklungszylinder und Reinigungsklinge, gemeinsam mit dem Tonervorrat in einer Einwegpatrone enthalten sind, die vom Benutzer nach Anfertigung von ca. 2000 Kopien an Hand der Bedienungsanleitung unschwer selbst ausgetauscht werden kann. Daß ein solcher Austausch erforderlich ist, wird durch eine an der Vorderseite des Gerätes befindliche Tonervorratsanzeige signalisiert. Der Maschinenoberteil ist mit drei in der Bedienungsanleitung genau beschriebenen Handgriffen zu öffnen. Sodann wird die benützte Patrone herausgenommen. Die neue Patrone ist waagrecht zu halten und soll vorsichtig mehrere Male um 90 Grad hin- und hergedreht werden. An der Patrone ist ein Lichtschutzverschluß, der geöffnet wird; mit geöffnetem Lichtschutzverschluß wird die Patrone sodann in den Kopierer eingesetzt. Danach ist der

auf der Patrone befindliche Dichtungsstreifen abzuziehen und die Vordertür zu schließen. Da die Trommel im Inneren des Kopierers lichtempfindlich ist, empfiehlt es sich, den Maschinenobterteil nicht lange geöffnet zu halten. Bei längerem Offenhalten des Gerätes können - laut Bedienungsanleitung - 10 bis 20 Kopien helle Streifen aufweisen. Der mitgelieferte Reiniger für die Fixiereinheit wird bei ebenfalls geöffnetem Maschinenoberteil ausgewechselt. Der Benützer hebt die obere Abdeckung der Fixiereinheit hoch und wechselt den Reiniger an der in der Bedienungsanleitung vorgeschriebenen Stelle aus. Danach werden die Abdeckung der Fixiereinheit und der Maschinenoberteil wieder geschlossen.

Unter der Oberabdeckung der Fixiereinheit ist die Fixierwalze angebracht. Eine etwaige Verunreinigung dieser Walze ist nicht vollkommen auszuschließen. Bei Auftreten einer solchen Verschmutzung können die Fixierwalzen mit einem Tuch gereinigt werden. An der oberen - beheizten - Fixierwalze liegt hingegen ein Reinigungsstreifen an, der mit Austausch der Patrone ebenfalls ausgetauscht wird.

Die Übertragungscorona ist außerhalb der Patrone angebracht und kann ebenso wie die Glasfaseroptik vom Benützer mit Wattestäbchen gereinigt werden.

Die Reinigung des Vorlagenglases, der Abdeckung der Originalauflage und der Führung des Papiereinzuges hat regelmäßig mit einem trockenen oder mit Wasser und einem neutralen Reinigungsmittel angefeuchteten Tuch zu erfolgen.

Eine Schmierung ist laut Bedienungsanleitung zu unterlassen, da die Werkstoffpaarung Metall-Kunststoff einen geringen Reibungskoeffizienten gewährleistet und eine Schmierung erübrigt. Der Elektromotor bedarf keiner besonderen Pflege.

Betriebsstörungen werden durch Blinken der Papierstauanzeige signalisiert. Die Ursache dafür kann sein, daß zu dünnes Papier verwendet wird oder daß nach Reinigung der Glasfaseroptik die Originalauflage nicht wieder in die Ausgangsposition zurückgeschoben wurde. Hält das Blinken trotz Behebung dieser Fehler an, dann ist die nächste Reparaturannahmestelle zu verständigen. Dem Kopierer ist eine ausführliche und mit Illustrationen versehene Bedienungsanleitung beigegeben. Sie beschreibt, für den Laien leicht verständlich, den Austausch der Patrone, die Vornahme von Reinigungsarbeiten sowie die Behebung kleiner Betriebsstörungen, etwa eines Papierstaus. Dem Kopierer sind spezielle Reinigungsbehelfe beigegeben.

Für die Kopierer PC 10 und PC 20 werden von der Beklagten keine Serviceverträge angeboten.

Die für den gewerblichen Einsatz vorgesehenen Normalpapierkopierer enthalten nicht die Einwegpatrone mit den wichtigsten Verschleißteilen. Für sie schreibt die Beklagte regelmäßige Wartung vor.

Rechtlich folgerte das Erstgericht, daß die Beklagte nur die Kopiergeräte PC 10 und PC 20 als "servicefrei" beworben habe, so daß ein Unterlassunganspruch nur bezüglich dieser beiden Geräte gerechtfertigt sein könne. Die von der Werbung für diese Kopierer in erster Linie angesprochenen Gewerbetreibenden und Angehörigen freier Berufe faßten das Wort "Service" im Sinne einer Dienstleistung des Herstellers oder Händlers auf; sie seien auch darüber informiert, daß Kopiergeräte einer derartigen Wartung regelmäßig - nach Herstellung einer bestimmten Anzahl von Kopien oder in bestimmten Zeitintervallen - bedürfen. Es handle sich dabei um vorsorgliche, pflegliche Wartungsarbeiten, wie Nachjustierungen, Reinigungsarbeiten und Erneuerung von Verschleißteilen. Für diese Art von Service würden üblicherweise eigene Serviceverträge angeboten. Unter "Reparatur" sei hingegen die Durchführung von Instandsetzungsarbeiten zur Wiederherstellung der Funktionstüchtigkeit zu verstehen. Reparaturen fielen unregelmäßig an und seien auch durch Service nicht zu vermeiden. Bei den in der Gebrauchsanweisung beschriebenen Arbeiten handle es sich um einfache Handgriffe, deren Durchführung durch den Benützer möglich sei. Das Berufungsgericht bestätigte das Ersturteil und sprach aus, daß der Wert des Streitgegenstandes S 60.000,--, nicht aber S 300.000,-- übersteige und die Revision zulässig sei. Es übernahm die Feststellungen des Erstgerichtes.

Rechtlich erwog das Berufungsgericht, daß die beanstandete Werbebehauptung "Servicefreiheit" nur im Zusammenhang mit Kopiergeräten der Typen PC 10 und PC 20 gebraucht worden sei; die Beklagte habe sich auch bei der Werbung für ein aus einer Schreibmaschine und einem Kopierer PC 20 bestehendes Geräteset erkennbar nur auf ein einziges Kopiergerät und nicht auf sämtliche von ihr angebotenen Normalpapierkopierer bezogen. Die angesprochenen Verkehrskreise - selbständige Gewerbetreibende und Angehörige freier Berufe - faßten das Wort "Service" in seiner im Wirtschaftsleben geläufigen Bedeutung, also im engeren Sinn von Dienstleistungen des

Herstellers oder Händlers der Ware auf. Daß technische Geräte fallweise vom Fachmann repariert oder vom Benützer selbst gereinigt und mit den zum Betrieb erforderlichen Stoffen nachgefüllt werden müßten, sage nichts darüber aus, ob ein regelmäßiges Service durch einen Fachmann erforderlich sei. Unter "Servicearbeiten" würden nicht solche einfachen Arbeiten verstanden, die der Benützer einer Sache selbst leicht ausführen könne.

Gegen dieses Urteil richtet sich die Revision der klagenden Partei - in welcher ohne Bezeichnung der Revisionsgründe inhaltlich Mangelhaftigkeit des Berufungsverfahrens und unrichtige rechtliche Beurteilung geltend gemacht werden - mit dem Antrag, die Berufungsentscheidung im Sinne einer Klagestattgebung abzuändern; hilfsweise wird ein Aufhebungsantrag gestellt.

Die beklagte Partei beantragt, der Revision nicht Folge zu geben.

**Rechtliche Beurteilung**

Die Revision ist nicht berechtigt.

Die behauptete Mangelhaftigkeit des Berufungsverfahrens liegt nicht vor (§ 510 Abs 3 ZPO).

Soweit der Revisionswerber in der Rechtsrüge weitwendig darzulegen sucht, entgegen der Ansicht der Vorinstanzen beziehe sich die Werbung der Beklagten nicht nur auf die Geräte PC 10 und PC 20, sondern auf sämtliche von der Beklagten angebotenen Normalpapierkopierer, ist ihm zu erwidern, daß im Rahmen einer Grundsatzrevision nur Rechtsfragen zu behandeln sind, denen über den konkreten Einzelfall hinausgehende, für die Wahrung der Rechtssicherheit oder Rechtsentwicklung erhebliche Bedeutung im Sinne des § 502 Abs 4 Z 1 ZPO zukommt. Die Frage, ob eine bestimmte Bekanntmachung oder Mitteilung nach ihrem Eindruck auf die angesprochenen Verkehrskreise auf sämtliche von der Beklagten angebotenen Normalpapierkopierer oder nur auf solche der Typen PC 10 und PC 20 zu beziehen ist, ist aber keine bedeutsame Rechtsfrage in diesem Sinn und daher im Rahmen der vorliegenden Revision nicht zu prüfen (vgl. ÖBl 1984, 79; ÖBl 1985, 163; JBl 1986, 192; ferner Petrasch, Das neue Revisionsrecht, ÖJZ 1983, 169 ff). Geht man aber davon aus, daß sich die Werbung der Beklagten auf die Typen PC 10 und PC 20 bezog, dann ist es unerheblich, ob der angesprochene Personenkreis unter der Bezeichnung PC "Persönlicher Kopierer" versteht oder nicht, ebenso der Umstand, ob andere Normalpapierkopierer aus dem Programm der Beklagten einer regelmäßigen Wartung bedürfen.

Der Frage, ob Konkurrenzunternehmen in jüngster Zeit ähnliche Produkte wie die Geräte der Beklagten PC 10 und PC 20 auf den Markt brachten, kommt, wie das Berufungsgericht richtig erkannt hat, für die Beurteilung, ob die beanstandete, in einen früheren Zeitraum fallende Werbung der Beklagten irreführend eine Alleinstellung vorgetäuscht hat, keine Bedeutung zu.

Es verbleibt daher lediglich zu prüfen, ob die Werbung der Beklagten für die von ihr angebotenen Gerätetypen PC 10 und PC 20 mit "Servicefreiheit" geeignet war, die angesprochenen Verkehrskreise zu täuschen. Als Adressatenkreis für die beanstandete Werbung kamen, wie die Vorinstanzen richtig erkannt haben, wohl kaum Unselbständige oder private Haushalte, sondern vor allem Gewerbetreibende und Angehörige freier Berufe in Betracht. Mag auch der Begriff des "Service" im allgemeinen Sprachgebrauch äußerst vieldeutig sein, so darf doch nicht übersehen werden, daß er hier im Zusammenhang mit einem technischen Geräte gebraucht wurde, von dem dem angesprochenen Publikum bekannt ist, daß es gewöhnlich regelmäßiger Wartung durch den Produzenten oder Händler - also durch einen Fachmann - bedarf, um funktionstüchtig zu bleiben. Diesen im allgemeinen Sprachgebrauch durchaus geläufigen Begriff des "Service" verwendet auch der Gesetzgeber in § 34 Abs 1 Z 8 GewO im Rahmen der Aufzählung der Rechte der Händler; er setzt ihn dort mit "regelmäßiger Wartung" gleich. In den bei Mache-Kinscher, GewO5, Anm. 20 zu § 34 zitierten Erläuternden Bemerkungen heißt es dazu ua:

"Die wirtschaftlich-technische Entwicklung hat es aber auch mit sich gebracht, daß im Haushalt neben Radio und Fernsehapparaten immer mehr Geräte verwendet werden, die einer regelmäßigen Wartung bedürfen (Waschmaschinen, Mixer, Rasierapparate usw). Dieses Bedürfnis nach Service können aber die hiezu in erster Linie berufenen Handwerke nur ausnahmsweise erfüllen, zumal es sich vielfach um Spezialapparate handelt, bei denen ein entsprechendes Service nur vom Erzeuger oder allenfalls durch vom Erzeuger geschulte Personen möglich ist." In dem a.a.O. Anm. 21 zitierten Durchführungserlaß zur GewO wird weiters klargestellt, daß unter regelmäßiger Wartung

("Service") gemäß dieser Bestimmung keine Instandsetzungs- und Reparaturarbeiten zu verstehen sind. Schließlich bestimmt § 34 Abs 2 GewO, daß sich der Händler bei Ausübung des in Abs 1 Z 8 angeführten Rechtes - regelmäßige Wartung ("Service") - entsprechend ausgebildeter und erfahrener Fachkräfte zu bedienen hat.

Den Vorinstanzen ist daher darin beizupflichten, daß insbesondere im Zusammenhang mit einem komplizierten technischen Gerät wie einem Kopierer unter "Service" die zum klaglosen Funktionieren erforderliche regelmäßige Wartung durch einen Fachmann zu verstehen ist. Reparaturarbeiten - etwa infolge des Unrundwerdens der Walzen nach längerem Nichtgebrauch - fallen ebensowenig unter diesen Begriff wie einfache, von jedem Benützer ohne besondere Einschulung an Hand der Bedienungsanleitung leicht durchführbare Wartungs- und Reinigungsarbeiten, wie etwa die Reinigung des Flusensiebes einer Waschmaschine, das Regenerieren des Entkalkers einer Geschirrspülmaschine oder die Kontrolle des Reifendruckes an einem PKW; dies auch dann, wenn einzelne Benützer derartige einfache Wartungsarbeiten von einem Fachmann vornehmen lassen oder Händler bzw. Werkstätten den Kunden im Rahmen eines angebotenen "Service" auch diese einfachen Handgriffe abnehmen.

Da die Vorinstanzen damit zu Recht eine Irreführung des angesprochenen Publikums durch die beanstandete Werbung verneint haben, war der Revision ein Erfolg zu versagen.

Die Entscheidung über die Kosten des Revisionsverfahrens beruht auf den §§ 41, 50 ZPO.

**Anmerkung**

E12072

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:1987:0040OB00358.87.0915.000

**Dokumentnummer**

JJT_19870915_OGH0002_0040OB00358_8700000_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