

TE OGH 2009/7/14 4Ob122/09h

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 14.07.2009

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch die Senatspräsidentin Dr. Schenk als Vorsitzende sowie die Hofräte Dr. Vogel, Dr. Jensik, Dr. Musger und Dr. Schwarzenbacher als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei S***** GmbH, ***** vertreten durch Knoflach-Kroker-Tonini, Rechtsanwälte in Innsbruck, gegen die beklagte Partei E***** GmbH, ***** vertreten durch Dr. Lucas Lorenz und Mag. Sebastian Strobl, Rechtsanwälte in Innsbruck, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren 35.000 EUR), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der beklagten Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Innsbruck als Rekursgericht vom 18. Mai 2009, GZ 2 R 109/09k-11, den Beschluss

gefasst:

Spruch

Der außerordentliche Revisionsrekurs wird zurückgewiesen.

Text

Begründung:

Die Vorinstanzen verboten der Beklagten (unter anderem) den Anzeigenpreisvergleich zwischen zwei periodischen Druckschriften unter Heranziehung der gedruckten und/oder verbreiteten Auflage sowie den Anzeigenpreisvergleich bestimmter periodischer Druckschriften, wenn nicht zugleich deutlich auf alle preisbestimmenden Faktoren hingewiesen wird, insbesondere auf die Reichweite der miteinander verglichenen Medien in ihrem Verbreitungsgebiet. Die Auflagenhöhe sei für die Werbewirksamkeit der verglichenen Dienstleistung (Inserat) nicht aussagekräftig, weil die verbreitete Auflage einer Zeitung keinen Schluss darauf zulasse, wie viele Personen mit der Werbung tatsächlich erreicht werden. Daran ändere auch der Umstand nichts, dass das Medium der Beklagten an sämtliche Haushalte eines bestimmten Gebiets versandt werde. Auch die 100%ige Haushaltsabdeckung sei für Anzeigenkunden kein wesentliches Entscheidungskriterium; dies sei allein die Leserzahl (Reichweite).

Die Beklagte macht als erhebliche Rechtsfrage geltend, der hier zu beurteilende Sachverhalt unterscheide sich wesentlich von jenem, der vom Rekursgericht herangezogenen Entscheidung 4 Ob 23/03s zugrunde gelegen sei. Hier sei die 100%ige Haushaltsabdeckung, auf die hingewiesen worden sei, als zusätzliches Sachverhaltselement zu berücksichtigen, weil diese auf die größtmögliche Präsenz des Trägermediums für Inserate schließen lasse.

Rechtliche Beurteilung

Der Oberste Gerichtshof sprach aus, dass die Auflagenhöhe für die Werbewirksamkeit der verglichenen Dienstleistung (Inserat in einem Printmedium) nicht aussagekräftig ist, weil die verbreitete Auflage einer Zeitung keinen Schluss darauf zulässt, wie viele Personen mit diesem Werbeträger tatsächlich erreicht werden (4 Ob 23/03s = MR 2003, 175 [Korn]). Die hier beanstandete Werbung weist neben der Druckauflage auch darauf hin, dass das beworbene Medium

an die Haushalte einer bestimmten Region zugestellt werde. Dass damit gleich viele (oder sogar mehr) Leser erreicht würden als mit dem hinsichtlich der Anzeigenpreise verglichenen Medium der Klägerin legt die beanstandete Werbung nicht dar. Die von der Beklagten nunmehr gewünschte Verknüpfung von regionweiter Haushaltzzustellung und Reichweite wird daher nicht offenkundig. Das Rekursgericht weist in diesem Zusammenhang auch darauf hin, dass die Versendung eines Mediums an den Haushalt nichts darüber aussagt, wie viele Personen in weiterer Folge tatsächlich mit dem Medium und seinem Inhalt (Anzeigen) in Kontakt kommen. In diesem Zusammenhang ist vielmehr auf die (negative) Feststellung zu verweisen, dass die tatsächliche Reichweite/Leseranzahl der verglichenen Medien nicht feststeht. Der behauptete Widerspruch zur Rechtsprechung bzw das Fehlen von Rechtsprechung zum vom bisher beurteilten abweichenden Sachverhalt besteht daher nicht.

Anmerkung

E915194Ob122.09h

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2009:0040OB00122.09H.0714.000

Zuletzt aktualisiert am

14.09.2009

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