

TE OGH 2021/12/16 4Ob117/21s

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 16.12.2021

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch den Senatspräsidenten Dr. Vogel als Vorsitzenden und die Hofräte Dr. Schwarzenbacher, Hon.-Prof. PD Dr. Rassi, MMag. Matzka sowie die Hofräatin Mag. Istjan, LL.M., als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei K* Gesellschaft m.b.H. & Co. KG., *, vertreten durch die Gheneff-Rami-Sommer Rechtsanwälte GmbH & Co KG in Wien, gegen die beklagten Parteien 1. A* GmbH, und 2. M* GmbH, *, beide vertreten durch Dr. Peter Zöchbauer, Rechtsanwalt in Wien, wegen Unterlassung (Streitwert 68.000 EUR) und Urteilsveröffentlichung (Streitwert 2.000 EUR), über die außerordentliche Revision der beklagten Parteien gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Wien als Berufungsgericht vom 28. April 2021, GZ 30 R 53/21s-26, den

Beschluss

gefasst:

Spruch

Die außerordentliche Revision wird gemäß § 508a Abs 2 ZPO mangels der Voraussetzungen des § 502 Abs 1 ZPO zurückgewiesen.

Text

Begründung:

[1] In der Tageszeitung „Ö“*, deren Medieninhaberin die Zweitbeklagte ist, war am 29. 3. 2020 folgende Doppelseite erschienen:



[2] Beiden Beklagten wurde auf Antrag der Klägerin – der Medieninhaberin einer anderen österreichweit erscheinenden Tageszeitung – verboten, im geschäftlichen Verkehr die wörtliche oder sinngemäße Behauptung

aufzustellen oder zu verbreiten, der von der Erstbeklagten – als Medieninhaberin, Fernsehveranstalterin und Veranstalterin eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf – betriebene Fernsehsender „oe24.tv“ sei „die Nr 1 bei News“.

Rechtliche Beurteilung

[3] Die dagegen und gegen die Ermächtigung zur Veröffentlichung erhobene Revision beider Beklagten zeigt keine erhebliche Rechtsfrage auf:

[4] 1. Der geltend gemachte Revisionsgrund der Mängelhaftigkeit des Berufungsverfahrens wird im Rechtsmittel nicht inhaltlich ausgeführt.

[5] 2.1. Der Frage, wie die angesprochenen Verkehrskreise eine Werbeaussage verstehen und ob sie demnach zur Irreführung geeignet ist, kommt keine über den Einzelfall hinausgehende Bedeutung zu, weshalb sie in der Regel keine erhebliche Rechtsfrage begründet (RS0107771).

[6] 2.2. Dass die Beurteilung der Vorinstanzen jedenfalls vertretbar ist, wonach in der Werbeaussage nach ihrem maßgebenden Gesamteindruck unzutreffend eine Spitzenstellung nicht nur gegenüber reinen Nachrichtensendern, sondern auch hinsichtlich jener TV-Sender behauptet werde, die (auch) Nachrichtenprogramme ausstrahlen, hat der erkennende Senat zu einer gleichlautenden Werbung, die „Nr 1 bei News“ zu sein, bereits zu 4 Ob 212/20k ausführlich dargelegt. Dass nunmehr an einer Stelle des hier beanstandeten Inserats von „News-TV“ und an einer anderen von „allen anderen News-Sendern“ die Rede ist, vermag an dieser Einschätzung nichts zu ändern.

[7] Auch aufgrund der nur Teletest-Daten zum Sender der Erstbeklagten herausstellenden Werbung kann ein angemessen gut unterrichteter und angemessen aufmerksamer und kritischer Werbungsadressat (vgl RS0114366) mangels Offenlegung von Vergleichszahlen weiterhin nicht erkennen oder gar nachvollziehen, dass nur reine Nachrichtensender zum Maß der behaupteten Spitzenstellung genommen werden sollten.

[8] Worin sonst ein gegenüber 4 Ob 212/20k anders zu beurteilender Sachverhalt vorliegen sollte, wird im Übrigen von der Revision nicht nachvollziehbar dargelegt.

[9] 3.1. Identifiziert sich ein Zeitungsunternehmen mit der Werbeankündigung eines Inserenten oder unterstützt es eine fremde Werbung in sonstiger Weise, dann kann nach Lage des Falls eine Haftung als Mittäterin oder Gehilfin in Betracht kommen; es handelt sich dann um eine Förderung fremden Wettbewerbs (vgl RS0078620 [T4]). Wegen des generellen Wegfalls der Wettbewerbsabsicht als Tatbestandsmerkmal des § 1 UWG durch die UWG-Nov 2007 kommt es nach ständiger Rechtsprechung dabei auch nicht mehr auf die Absicht an, fremden Wettbewerb zu fördern, sondern auf die Eignung des Verhaltens, sofern nicht bei objektiver Betrachtung eine andere Zielrichtung eindeutig überwiegt (RS0077619 [T20]; vgl RS0126548, RS0123244 [T1]).

[10] 3.2. Die Zweitbeklagte – die unstrittig eine 49,95%-ige Beteiligung an der Erstbeklagten hält und neben der Kaufzeitung „Ö*“ auch Medieninhaberin einer ebenfalls „oe24“ benannten Gratiszeitung ist – hat nach den Feststellungen die „oe24.tv“ betreffende Einschaltung nicht als Anzeige gekennzeichnet, wozu sie jedoch nach dem (von in der Revision sogar selbst angesprochenen) § 26 MedienG gehalten gewesen wäre. Diese Aspekte sowie der weitere Umstand, dass auch die Zweitbeklagte eigene Werbung selbst regelmäßig in gleichartig anmutender äußerer und qualitativer Aufmachung gestaltet (vgl etwa 4 Ob 38/19w), lassen es als im Einzelfall vertretbar erscheinen, die konkrete Einschaltung zumindest auch als Förderung des Wettbewerbs der Erstbeklagten anzusehen (vgl 4 Ob 139/20z); damit kann der Zweitbeklagte vertretbar eine aktive Mitwirkung am Lauterkeitsverstoß der Erstbeklagten zur Last gelegt werden.

[11] 4.1. Die Frage, ob und in welchem Umfang eine Veröffentlichung eines Urteils nach den Umständen des Falls zur Aufklärung des Publikums geboten ist, begründet ebenfalls keine erhebliche Rechtsfrage (RS0042967). Bei in Druckschrift begangenen Wettbewerbsverstößen ist die Urteilsveröffentlichung regelmäßig an der gleichen Stelle und in der gleichen Schrift vorzunehmen wie der Wettbewerbsverstoß (RS0079607).

[12] 4.2. Da die hier inkriminierte Einschaltung nicht in Normallettern erfolgt ist, erschließt sich nicht, warum eine Urteilsveröffentlichung in solchen Lettern dem Talionsprinzip entsprechen sollte. Im Übrigen hält sich die angeordnete Veröffentlichung in 20 bzw 16 Punkt großer Schrift im Rahmen der Rechtsprechung (vgl etwa 4 Ob 118/10x).

[13] 5. Einer weiteren Begründung bedarf dieser Beschluss nicht (§ 510 Abs 3 ZPO).

Textnummer

E133951

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2021:0040OB00117.21S.1216.000

Im RIS seit

01.03.2022

Zuletzt aktualisiert am

01.03.2022

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