jusline®
»» Recht. Schnell

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

# TE OGH 2004/9/28 4Ob171/04g

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 28.09.2004

**Kopf**

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofs Dr. Kodek als Vorsitzenden und durch die Hofrätinnen des Obersten Gerichtshofs Hon. Prof. Dr. Griß und Dr. Schenk sowie die Hofräte des Obersten Gerichtshofs Dr. Vogel und Dr. Jensik als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei B***** Verlag GmbH, *****, vertreten durch Dr. Lucas Lorenz, Rechtsanwalt in Innsbruck, gegen die beklagte Partei N***** Verlagsgesellschaft m.b.H., *****, vertreten durch Dr. Karl Haas & Dr. Georg Lugert Rechtsanwaltspartnerschaft in St. Pölten, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Sicherungsverfahren 32.700 EUR), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der klagenden Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Wien als Rekursgericht vom 24. Mai 2004, GZ 2 R 34/04s-11, in nichtöffentlicher Sitzung den

Beschluss

gefasst:

**Spruch**

Der außerordentliche Revisionsrekurs 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 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**

Bescheinigt ist, dass die beworbene Gratis-Sonderausgabe des von der Beklagten herausgegebenen Printmediums "Burgenländische Volkszeitung" an sämtliche Haushalte im Burgenland verteilt worden ist.

Das Rekursgericht hat die Aussage der Beklagten, ihre Gratis-Sonderausgabe sei ein "Reichweiten-Rolls Royce" und erreiche im Burgenland eine hundertprozentige Reichweite bzw knapp 278.000 Leser (welche Zahl der Einwohnerzahl des Burgenlands entspricht), als zulässige marktschreierische Anpreisung beurteilt. Diese Auffassung steht mit der zur zulässigen marktschreierischen Anpreisung ergangenen Rechtsprechung (MR 2001, 176 - Ganz Vorarlberg liest Wann und Wo; RIS-Justiz RS0078301) in Einklang.

Der Werbebehauptung kann allenfalls der Tatsachenkern entnommen werden, die Zeitschrift werde im gesamten Burgenland verteilt; dies trifft aber - bei einer Abgabe an sämtliche burgenländische Haushalte - tatsächlich zu. Soweit der Eindruck einer sämtliche Einwohner des Burgenlands umfassenden Leserzahl erweckt wird, ist es keine durch Sachentscheidung korrekturbedürftige Fehlbeurteilung, wenn das Rekursgericht meint, dies werde von den

angesprochenen Verkehrskreisen nicht wörtlich genau genommen, sondern sogleich als nicht ernstzunehmende Übertreibung erkannt. Marktschreierisch und damit der Beurteilung nach § 2 UWG entzogen sind nämlich Werbebehauptungen, die jedermann sogleich als nicht ernst gemeinte reklamehafte Übertreibung erkennt und auf ihren tatsächlichen Gehalt zurückführt, welcher deutlich erkennbar nicht in einer ernst gemeinten Tatsachenbehauptung, sondern in einer ohne Anspruch auf Glaubwürdigkeit auftretenden Anpreisung liegt (MR 2000, 320 - Ihr neues Nr. 1 Magazin; 4 Ob 38/04y - Maximale Reichweite, maximaler Erfolg).Der Werbebehauptung kann allenfalls der Tatsachenkern entnommen werden, die Zeitschrift werde im gesamten Burgenland verteilt; dies trifft aber - bei einer Abgabe an sämtliche burgenländische Haushalte - tatsächlich zu. Soweit der Eindruck einer sämtliche Einwohner des Burgenlands umfassenden Leserzahl erweckt wird, ist es keine durch Sachentscheidung korrekturbedürftige Fehlbeurteilung, wenn das Rekursgericht meint, dies werde von den angesprochenen Verkehrskreisen nicht wörtlich genau genommen, sondern sogleich als nicht ernstzunehmende Übertreibung erkannt. Marktschreierisch und damit der Beurteilung nach Paragraph 2, UWG entzogen sind nämlich Werbebehauptungen, die jedermann sogleich als nicht ernst gemeinte reklamehafte Übertreibung erkennt und auf ihren tatsächlichen Gehalt zurückführt, welcher deutlich erkennbar nicht in einer ernst gemeinten Tatsachenbehauptung, sondern in einer ohne Anspruch auf Glaubwürdigkeit auftretenden Anpreisung liegt (MR 2000, 320 - Ihr neues Nr. 1 Magazin; 4 Ob 38/04y - Maximale Reichweite, maximaler Erfolg).

Entgegen der Auffassung der Klägerin ist die gedankliche Gleichsetzung der beworbenen Reichweite für das Printmedium der Beklagten mit einer Nobel-Automarke auch nicht notwendig als - dem Wahrheitsgebot verpflichtete - Alleinstellungswerbung mit objektiven Tatsachen zu beurteilen, weil die Frage nach der "besten Automarke" von den angesprochenen Verkehrskreisen als solche der subjektiven Meinung angesehen wird und am Markt für Luxusfahrzeuge mehrere Anbieter auftreten.

**Textnummer**

E74702

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:2004:0040OB00171.04G.0928.000

**Im RIS seit**

28.10.2004

**Zuletzt aktualisiert am**

27.02.2012

**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