jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 2004/8/18 4Ob141/04w

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 18.08.2004

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr. Kodek als Vorsitzenden, durch die Hofrätinnen des Obersten Gerichtshofes Hon. Prof. Dr. Griß und Dr. Schenk und die Hofräte des Obersten Gerichtshofes Dr. Vogel und Dr. Jensik als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei M***** GmbH, ***** vertreten durch Dr. Manfred Hintersteininger, Rechtsanwalt in Wien, gegen die beklagte Partei K***** GmbH, ***** vertreten durch Dr. Georg Prantl, Rechtsanwalt in Wien, wegen Urteilsveröffentlichung (Streitwert 6.950 EUR), über die Revision der beklagten Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichtes Wien als Berufungsgericht vom 23. Februar 2004, GZ 2 R 198/03g-15, womit das Urteil des Handelsgerichtes Wien vom 18. Juli 2003, GZ 24 Cg 33/03s-11, bestätigt wurde, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Spruch

1. Der Revision wird teilweise Folge gegeben.

Die Urteile der Vorinstanzen, deren Kostenaussprüche unberührt bleiben, werden in der Hauptsache teilweise abgeändert, sodass die Entscheidung unter Einschluss des bestätigten Ausspruchs wie folgt zu lauten hat:

"Die beklagte Partei ist schuldig, den Spruch des über die Klage ergehenden Urteils (einschließlich des bereits ergangenen Teilanerkenntnisurteils) mit Ausnahme der Kostenentscheidung innerhalb von sechs Monaten ab Rechtskraft dieses Urteils auf eigene Kosten auf ihrer Homepage "www.k*****.de" für einen Zeitraum von 30 Tagen mit gesperrt geschriebenen Prozessparteien, der Überschrift "Im Namen der Republik" in Fettdruck mit Fettumrahmung, zu veröffentlichen, wobei die Veröffentlichung in einem Fenster in der Größe eines Viertels der Bildschirmoberfläche zu erfolgen hat, das sich bei Aufrufen jener Seite öffnet (Pop-Up-Fenster), auf der die Produkte der Beklagten vorgestellt werden.

2. Das Mehrbegehren, die Beklagte zu verpflichten, die Urteilsveröffentlichung ganz generell auf ihrer Homepage (und nicht beschränkt auf ein Pop-Up-Fenster) vorzunehmen, wird abgewiesen."

3. Die Beklagte ist schuldig, der klagenden Partei die mit EUR 499,39 (darin EUR 83,83 Umsatzsteuer) bestimmten Kosten des Revisionsverfahrens zu ersetzen.

Text

Entscheidungsgründe:

Die Klägerin beschäftigt sich mit der Entwicklung, Herstellung und dem Vertrieb kaufmännischer Software und der Erbringung von Dienstleistungen in der automatischen Datenverarbeitung und Informationstechnik. Sie entwickelt Softwarestandardlösungen für kleinere und mittlere Unternehmen und vertreibt diese über ein Vertragshändlernetz. Eine Vertragsbeziehung zur Beklagten besteht nicht.

Die Beklagte vertreibt unter anderem die Software "S*****" gleichfalls eine Standardlösung für kleine und mittlere

Unternehmen. Sie ist Inhaberin der Internet-Homepage www.k*****.de". Auf Veranlassung der Beklagten erschien bei Eingabe des als Marke geschützten Firmenbestandteils der Klägerin "M*****" in der Internet-Suchmaschine "Google" bis zum 5. 3. 2003 unter der Überschrift "Sponsoren-Links" die mit der Homepage der Beklagten verlinkte Anzeige "S***** Softwarelösungen für kleine bis mittlere Unternehmen www.k*****.de". Von dieser Anzeige gelangte man über ein Link direkt auf die Homepage der Beklagten, welche keine Informationen über Produkte oder Angebote der Klägerin enthielt, wohl aber Informationen zu den von der Beklagten vertriebenen Konkurrenzprodukten.

Die Klägerin begehrte Unterlassung und Urteilsveröffentlichung.

Nach Anerkenntnis des Unterlassungsanspruches fällte das Erstgericht ein Teilanerkenntnisurteil, womit es der Beklagten gebot, es im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs, insbesondere im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen und damit verbundenen Werbemaßnahmen im Internet zu unterlassen, auf Trefferlisten-Seiten von Internet-Suchmaschinen zum Suchwort "m*****" oder zu Suchworten mit dem Bestandteil "m*****" mit einem Link auf ihre eigene Homepage zu verweisen, wenn diese keine Aussage oder Angebote von M*****-Produkten oder Aussagen über andere Produkte, insbesondere S*****, enthalte.

Die Klägerin begehrt zuletzt noch, die Beklagte schuldig zu erkennen, den Spruch des über die Klage ergehenden Urteils (einschließlich des bereits ergangenen Teilanerkenntnisurteils) mit Ausnahme der Kostenentscheidung auf Kosten der Beklagten innerhalb von sechs Monaten ab Rechtskraft des Urteils auf der Homepage der Beklagten "www.k*****.de" für einen Zeitraum von 30 Tagen mit gesperrt geschriebenen Prozessparteien, der Überschrift "Im Namen der Republik" in Fettdruck mit Fettumrahmung zu veröffentlichen. Sie habe ein berechtigtes Interesse an der Urteilsveröffentlichung, weil die Beklagte durch die Verwendung des Internets für ihre wettbewerbswidrige Maßnahme die darin gelegene Täuschung einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht habe.

Die Beklagte beantragt die Abweisung des Urteilsveröffentlichungsbegehrens. Es stehe nach Art und Umfang nicht in angemessenem Verhältnis zur Wirkung des Wettbewerbsverstoßes. Über den Suchbegriff "M*****" sei in der Zeit zwischen 15. 2. bis 5. 3. 2003 nur 28mal auf ihre Website zugegriffen worden. Darin seien bereits Verlinkungen über die Seite "google.de" enthalten.

Das Erstgericht verpflichtete die Beklagte antragsgemäß zur Urteilsveröffentlichung. Es stellte noch fest, die Beklagte habe die beanstandete Anzeige zwischenzeitig zu einem nicht feststellbaren Zeitpunkt löschen lassen. Sie sei aber zumindest zwischen 15. 2. und 5. 3. 2003 auf den Trefferlisten-Seiten von google.de sichtbar gewesen. In dieser Zeit sei das Wort "M*****" 2008mal in die Suchmaschine google eingegeben worden, jede diese Eingaben habe zu der die vorliegende Anzeige der Beklagten aufweisenden Treffer-Listen-Seite geführt. In der Folge hätten 28 Besucher die Website der Beklagten angeklickt. Nicht feststellbar sei, wieviele Eingaben über die Top-Level-Domain "google.de" und wieviele über "google.at" erfolgten.

Rechtlich führte das Erstgericht aus, Zweck der Urteilsveröffentlichung sei es, das Publikum über einen Gesetzesverstoß aufzuklären und die beteiligten Verkehrskreise über die wahre Sachlage zu informieren. Die Beklagte habe die am Produkt der Klägerin interessierten Internet-Nutzer gezielt auf ihre eigene Homepage umgeleitet bzw umzuleiten versucht. Zur Aufklärung dieses Publikums sei die Urteilsveröffentlichung auf der Homepage der Beklagten erforderlich und während eines Zeitraums von 30 Tagen angemessen.

D a s Berufungsgericht bestätigte dieses Urteil und sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands 4.000 EUR, nicht aber 20.000 EUR übersteige und die ordentliche Revision zulässig sei, weil Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofs zur Frage fehle, ob der Medieninhaber oder eine Person mit einer ihm vergleichbaren Stellung direkt zur Urteilsveröffentlichung verpflichtet werden könne. Gegen eine Verpflichtung der Beklagten zur Vornahme der Urteilsveröffentlichung bestehe im vorliegenden Fall kein Einwand. § 25 Abs 7 UWG räume der zur Urteilsveröffentlichung ermächtigten Partei einen klagbaren Anspruch gegen den Medieninhaber auf Vornahme der Veröffentlichung ein, sodass auch eine direkte Verpflichtung des Medieninhabers möglich sein müsse. Die Beklagte habe als Betreiberin der Homepage eine dem Medieninhaber vergleichbare Stellung.

Rechtliche Beurteilung

Die Revision der Beklagten ist zulässig und zum Teil berechtigt.

Die Revision bestreitet ein berechtigtes Interesse der Klägerin an der Urteilsveröffentlichung nicht mehr, macht jedoch geltend, § 25 Abs 3 UWG enthalte nur eine Ermächtigung der obsiegenden Partei, das über die Klage ergehende Urteil

auf Kosten ihres Gegners zu veröffentlichen. Eine unmittelbare Leistungspflicht der Beklagten im Sinn der Besorgung der Veröffentlichung sei im Gesetz jedoch nicht vorgesehen. § 25 Abs 7 UWG verpflichte den Medieninhaber zwar, die Urteilsveröffentlichung einzuschalten, Voraussetzung dafür sei aber ein vollstreckbarer, die obsiegende Partei zur Urteilsveröffentlichung ermächtigender Titel und ein zivilrechtlicher Auftrag der obsiegenden Partei an den Medieninhaber. Beides liege hier nicht vor. Der Senat hat erwogen:

§ 25 Abs 3 UWG ermächtigt die obsiegende Partei, die Urteilsveröffentlichung auf Kosten des Prozessgegners vorzunehmen. Der Gesetzgeber ging bei dieser Bestimmung erkennbar davon aus, dass die Urteilsveröffentlichung im Medium eines Dritten erfolgen werde, weshalb er die obsiegende Partei zur entsprechenden Veranlassung auf Kosten des unterlegenen Prozessgegners ermächtigte, zugleich den Medieninhaber zur unverzüglichen Vornahme der angeordneten Veröffentlichung verpflichtete (§ 25 Abs 7 UWG) und überdies eine Regelung für den Ersatz der Einschaltungskosten durch die unterlegene Partei vorsah. Den Fall, dass der zur Unterlassung verpflichtete Verfahrensbeteiligte - wie hier - zugleich auch Inhaber des zur Veröffentlichung bestimmten Mediums ist, hat der Gesetzgeber offenbar nicht bedacht und wohl auch deshalb eine Verpflichtung des Unterlegenen, die Veröffentlichung in seinem Medium vorzunehmen, nicht ausdrücklich festgelegt. Eine derartige Verpflichtung ist nach dem Gesamtzusammenhang der Regelung in Verbindung mit ihrem Zweck jedoch zu bejahen:

Der Senat hat aus § 25 Abs 7 UWG bereits eine aus Kontrahierungszwang sich ergebende zivilrechtliche Verpflichtung des Medieninhabers zur Veröffentlichung abgeleitet und der zur Urteilsveröffentlichung ermächtigten Partei einen privatrechtlichen, erforderlichenfalls mit Klage durchsetzbaren Anspruch gegen den Medieninhaber, in dessen Medium die Urteilsveröffentlichung vorzunehmen ist, zuerkannt (SZ 64/16 = ÖBl 1991, 117 - Veröffentlichungspflicht = RIS-Justiz RS0079975). Diese Auffassung ist im Schrifttum auf Zustimmung gestoßen (Ciresa, Handbuch der Urteilsveröffentlichung[2] Rz 374; Schuhmacher, WBl 1991, 238; Swoboda, Die Veröffentlichungspflicht des Medienunternehmers, RdW 1992, 263).

Die Veröffentlichungspflicht des Medieninhabers nach § 25 Abs 7 UWG trifft bei Verstößen im Internet aber auch den Inhaber jener Website, auf der - nach Anordnung des Gerichts - die Veröffentlichung vorgenommen werden soll, um jene Verkehrskreise zu erreichen, denen gegenüber die beanstandete wettbewerbswidrige Handlung wirksam geworden ist (ÖBl 2003, 31 = MR 2002, 396 - BOSS Zigaretten IV; 4 Ob 177/02m). Auch er ist dem zur Urteilsveröffentlichung Berechtigten gegenüber zivilrechtlich verpflichtet, die Veröffentlichung auf seiner Website vorzunehmen.

Zweck der Urteilsveröffentlichung ist es, die durch eine wettbewerbswidrige Handlung angesprochenen Verkehrskreise über den wahren Sachverhalt aufzuklären. Diese Aufklärung wird durch eine Veröffentlichung des stattgebenden Urteils in jenem Medium ermöglicht, in dem die beanstandete (irreführende) Ankündigung erfolgte. Nur dadurch können jene Verkehrskreise erreicht werden, denen gegenüber die beanstandete Werbung wirksam geworden ist.

Im vorliegenden Fall hat die Beklagte den Wettbewerbsverstoß dadurch begangen, dass sie an Leistungen der Klägerin interessierte Verkehrsteilnehmer durch Linksetzung auf ihre Homepage "umleitete". Aufzuklären sind daher jene Verkehrsteilnehmer, die über die Suchmaschine Google die Marke der Klägerin aufsuchten und auf die Homepage der Beklagten gelangten. Diese Aufklärung ist - dem Talionsprinzip entsprechend - auf der Homepage der Beklagten durch sie selbst vorzunehmen. In einem Fall, in dem die Beklagte selbst als Medieninhaberin nach § 25 Abs 7 UWG zur Urteilsveröffentlichung nach Ermächtigung des Klägers im Sinn des § 25 Abs 3 UWG verpflichtet wäre, wäre es aber unnötiger Formalismus, den Kläger zunächst nur zur Urteilsveröffentlichung im Medium der Beklagten zu ermächtigen, eine entsprechende Verpflichtung der Beklagten aber noch nicht auszusprechen, zumal dieser Ausspruch die Rechtsposition der Beklagten nicht verschlechtert. Als Medieninhaberin ist sie ohnehin nach § 25 Abs 7 UWG zur Veröffentlichung verpflichtet. Als Verfahrensbeteiligte kann sie - anders als ein dritter, nicht verfahrensbeteiligter Medieninhaber - auch Einwände gegen Art und Umfang der Urteilsveröffentlichung schon im Verfahren vorbringen. Eine Verletzung ihres Gehörs ist daher in diesen Fällen nicht zu befürchten.

Auch die Fassung des § 25 Abs 3 UWG steht einer sofortigen Inanspruchnahme der beklagten Medieninhaberin nicht entgegen, stellt diese doch - wie dargelegt - auf Fälle ab, in denen die Veröffentlichung durch einen am Verfahren nicht beteiligten Medieninhaber vorgenommen werden soll.

Ist daher der Kläger wie im vorliegenden Fall berechtigt, die Urteilsveröffentlichung in einem Medium der Beklagten zu verlangen, kann er auch sofort die Verurteilung der Beklagten zur Veröffentlichung begehren, ohne davor im Sinn des § 25 Abs 3 UWG formal dazu ermächtigt worden zu sein.

Zum Umfang des Veröffentlichungsbegehrens im Internet erschien es zweckmäßig, wie schon in früher entschiedenen Verfahren (MR 2002, 396 - Boss Zigaretten IV und 4 Ob 177/02m) die Veröffentlichung in Form eines Pop-Up-Fensters vorzunehmen, sobald der Internet-Nutzer auf eine bestimmte Seite gelangt. Diese Einschränkung des Veröffentlichungsbegehrens bedeutet einen Kompromiss zwischen den Interessen des Klägers an der entsprechenden Information von Besuchern der Website der Beklagten und dem Interesse der Beklagten an einer freien Gestaltung und Nutzung der eigenen Website (siehe auch Pöchhacker zu MR 2002, 396 [402]). Zur angeordneten Größe des Pop-Up-Fensters erschien auch hier ein Viertel der Bildschirmoberfläche ausreichend.

Der Revision der Beklagten wird daher teilweise Folge gegeben und die Urteilsveröffentlichung im dargelegten - eingeschränkten - Umfang bewilligt.

Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 43 Abs 2 und 50 ZPO. Die Klägerin ist nur mit einem verhältnismäßig geringfügigen Teil des Veröffentlichungsbegehrens unterlegen, dessen Geltendmachung keine besondere Kosten verursacht hat.

Textnummer

E74315

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2004:0040OB00141.04W.0818.000

Im RIS seit

17.09.2004

Zuletzt aktualisiert am

21.02.2011

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