

TE OGH 2003/6/24 4Ob118/03m

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 24.06.2003

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofs Dr. Kodek als Vorsitzenden sowie durch den Hofrat des Obersten Gerichtshofs Dr. Graf, die Hofräatinnen des Obersten Gerichtshofs Dr. Griß und Dr. Schenk und den Hofrat des Obersten Gerichtshofs Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei ***** Gesellschaft mbH, *****, vertreten durch Dr. Heinz Knoflach, MAS, und andere Rechtsanwälte in Innsbruck, gegen die beklagte Partei Österreichischer Rundfunk, *****, vertreten durch Korn Frauenberger Rechtsanwälte OEG in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren 65.403 EUR), über den außerordentlichen Revisionsrekurs des Beklagten gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Wien als Rekursgericht vom 28. März 2003, GZ 3 R 150/02d-10, den

Beschluss

gefasst:

Spruch

Der außerordentliche Revisionsrekurs wird gemäß §§ 78, 402 Abs 4 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 Absatz 4, 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).

Begründung:

Rechtliche Beurteilung

Der Beklagte macht als erhebliche Rechtsfrage geltend, dass eine Rechtsprechung zu einem vergleichbaren Sachverhalt fehle und dass der Auslegung der §§ 13 ff ORF-G über den Einzelfall hinaus Bedeutung zukomme. Der Beklagte legt im Einzelnen dar, welche Gründe gegen das Vorliegen einer unzulässigen Patronanzsendung, einer Schleichwerbung oder eines Product Placement sprechen sollen. Der Beklagte macht als erhebliche Rechtsfrage geltend, dass eine Rechtsprechung zu einem vergleichbaren Sachverhalt fehle und dass der Auslegung der Paragraphen 13, ff ORF-G über den Einzelfall hinaus Bedeutung zukomme. Der Beklagte legt im Einzelnen dar, welche Gründe gegen das Vorliegen einer unzulässigen Patronanzsendung, einer Schleichwerbung oder eines Product Placement sprechen sollen.

Der Beklagte übersieht dabei, dass aus der Verneinung dieser Tatbestände nicht die Zulässigkeit der beanstandeten Logoeinblendungen folgt. Gegenstand des Verfahrens ist die Ankündigung von Patronanzsendungen durch regionale Fernsehspots, in denen jeweils drei Sekunden lang das Logo des Sponsors gezeigt wird. Auch wenn diese Spots ("Programm-Trailer") - naturgemäß - nicht die damit angekündigte Patronanzsendung sind, so dass sie auch nicht den Anforderungen des § 17 ORF-G unterliegen, und auch wenn weder ein Product Placement im Sinne des § 14 Abs 5 ORF-

G noch - weil den Ankündigungen die Eignung fehlt, über den Werbezweck irrezuführen - eine Schleichwerbung im Sinne des § 14 Abs 2 ORF-G vorliegt, ändert dies nichts daran, dass der Beklagte damit für das Unternehmen wirbt, dessen Logo gezeigt wird. Der Beklagte übersieht dabei, dass aus der Verneinung dieser Tatbestände nicht die Zulässigkeit der beanstandeten Logoeinblendungen folgt. Gegenstand des Verfahrens ist die Ankündigung von Patronanzsendungen durch regionale Fernsehspots, in denen jeweils drei Sekunden lang das Logo des Sponsors gezeigt wird. Auch wenn diese Spots ("Programm-Trailer") - naturgemäß - nicht die damit angekündigte Patronanzsendung sind, so dass sie auch nicht den Anforderungen des Paragraph 17, ORF-G unterliegen, und auch wenn weder ein Product Placement im Sinne des Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G noch - weil den Ankündigungen die Eignung fehlt, über den Werbezweck irrezuführen - eine Schleichwerbung im Sinne des Paragraph 14, Absatz 2, ORF-G vorliegt, ändert dies nichts daran, dass der Beklagte damit für das Unternehmen wirbt, dessen Logo gezeigt wird.

Das erkennt auch der Beklagte. Er bringt vor, die Voraussetzung des§ 17 Abs 5 ORF-G zu erfüllen, wonach An- und Absagen von Patronanzsendungen in die höchstzulässige Werbezeit einzurechnen sind (AS 23). Das erkennt auch der Beklagte. Er bringt vor, die Voraussetzung des Paragraph 17, Absatz 5, ORF-G zu erfüllen, wonach An- und Absagen von Patronanzsendungen in die höchstzulässige Werbezeit einzurechnen sind (AS 23).

Unter An- und Absage ist die Kennzeichnung der Patronanzsendung durch den Namen oder das Firmenemblem des Auftraggebers am Anfang und am Ende der Sendung zu verstehen (§ 17 Abs 2 Z 2 ORF-G). Der Beklagte zeigt das Firmenemblem des Sponsors gegen Ende des Spots, mit dem die Patronanzsendung angekündigt wird. Dadurch, dass er die darauf entfallende Sendezeit in die höchstzulässige Werbezeit einrechnet, gibt er zu erkennen, dass auch er die Logoeinblendungen als (kommerzielle) Werbung wertet. Unter An- und Absage ist die Kennzeichnung der Patronanzsendung durch den Namen oder das Firmenemblem des Auftraggebers am Anfang und am Ende der Sendung zu verstehen (Paragraph 17, Absatz 2, Ziffer 2, ORF-G). Der Beklagte zeigt das Firmenemblem des Sponsors gegen Ende des Spots, mit dem die Patronanzsendung angekündigt wird. Dadurch, dass er die darauf entfallende Sendezeit in die höchstzulässige Werbezeit einrechnet, gibt er zu erkennen, dass auch er die Logoeinblendungen als (kommerzielle) Werbung wertet.

Kommerzielle Werbung unterliegt den Beschränkungen des§ 13 ORF-G. Sie ist durch optische und akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen (§ 13 Abs 3 Satz 2 ORF-G); Werbesendungen dürfen in Programmen des Fernsehens nur österreichweit ausgestrahlt werden (§ 13 Abs 7 Satz 1 ORF-G). Die Logoeinblendungen in den Ankündigungsspots des Beklagten verstößen gegen beide Bestimmungen: Es fehlt jede - akustische oder optische - Trennung von der Ankündigung der Sendung und vom nachfolgenden Programm; der Ankündigungsspot samt Sponsorenlogo wird nicht österreichweit, sondern nur regional gesendet. Kommerzielle Werbung unterliegt den Beschränkungen des Paragraph 13, ORF-G. Sie ist durch optische und akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen (Paragraph 13, Absatz 3, Satz 2 ORF-G); Werbesendungen dürfen in Programmen des Fernsehens nur österreichweit ausgestrahlt werden (Paragraph 13, Absatz 7, Satz 1 ORF-G). Die Logoeinblendungen in den Ankündigungsspots des Beklagten verstößen gegen beide Bestimmungen: Es fehlt jede - akustische oder optische - Trennung von der Ankündigung der Sendung und vom nachfolgenden Programm; der Ankündigungsspot samt Sponsorenlogo wird nicht österreichweit, sondern nur regional gesendet.

Der Beklagte kann seine gegenteilige Auffassung nicht mit guten Gründen vertreten. Wenn er geltend macht, dass§ 13 ORF-G nicht auf Patronanzsendungen anwendbar sei, so übersieht er, dass der beanstandete Werbespot keine Patronanzsendung, sondern deren Ankündigung ist. Auch wenn daher § 17 ORF-G keine Einschränkung der Ankündigung von Patronanzsendungen enthält, folgt daraus nicht, dass (kommerzielle) Werbung in Verbindung mit der Ankündigung von Patronanzsendungen uneingeschränkt zulässig wäre und den Beschränkungen des § 13 ORF-G nicht unterliege. Die Logoeinblendungen wären nur zulässig, wenn das Gesetz sie ausdrücklich erlaubte; dass sie nicht ausdrücklich untersagt werden, kann ihre Zulässigkeit nicht begründen, weil § 13 ORF-G Werbung in welchem Zusammenhang immer und damit auch Werbung in Verbindung mit der Ankündigung von Patronanzsendungen erfasst. Der Beklagte kann seine gegenteilige Auffassung nicht mit guten Gründen vertreten. Wenn er geltend macht, dass Paragraph 13, ORF-G nicht auf Patronanzsendungen anwendbar sei, so übersieht er, dass der beanstandete Werbespot keine Patronanzsendung, sondern deren Ankündigung ist. Auch wenn daher Paragraph 17, ORF-G keine Einschränkung der Ankündigung von Patronanzsendungen enthält, folgt daraus nicht, dass (kommerzielle) Werbung in Verbindung mit der Ankündigung von Patronanzsendungen uneingeschränkt zulässig wäre und den Beschränkungen des Paragraph 13, ORF-G nicht unterliege. Die Logoeinblendungen wären nur zulässig, wenn das

Gesetz sie ausdrücklich erlaubte; dass sie nicht ausdrücklich untersagt werden, kann ihre Zulässigkeit nicht begründen, weil Paragraph 13, ORF-G Werbung in welchem Zusammenhang immer und damit auch Werbung in Verbindung mit der Ankündigung von Patronanzsendungen erfasst.

Keine erhebliche Rechtsfrage liegt auch insoweit vor, als der Beklagte geltend macht, dass das Unterlassungsbegehr zu weit gefasst sei. Als Formkaufmann kann der Beklagte nur im geschäftlichen Verkehr handeln; einer Einschränkung auf Handlungen im geschäftlichen Verkehr bedarf es daher nicht. Das Gleiche gilt für die weiters begehrte Einschränkung auf Handlungen zu Zwecken des Wettbewerbs. Auch sie ist überflüssig, weil das Unterlassungsgebot schon seinem Inhalt nach (Verbot, Unternehmen ... zu bewerben) nur Handlungen zu Zwecken des Wettbewerbs erfasst. Einer Einschränkung auf ordnungsgemäß gekennzeichnete Logoeinblendungen bedarf es deshalb nicht, weil dem Beklagten nicht Schleichwerbung im Sinne des § 14 Abs 2 ORF-G, sondern Werbung untersagt wird, die gegen § 13 ORF-G verstößt. Keine erhebliche Rechtsfrage liegt auch insoweit vor, als der Beklagte geltend macht, dass das Unterlassungsbegehr zu weit gefasst sei. Als Formkaufmann kann der Beklagte nur im geschäftlichen Verkehr handeln; einer Einschränkung auf Handlungen im geschäftlichen Verkehr bedarf es daher nicht. Das Gleiche gilt für die weiters begehrte Einschränkung auf Handlungen zu Zwecken des Wettbewerbs. Auch sie ist überflüssig, weil das Unterlassungsgebot schon seinem Inhalt nach (Verbot, Unternehmen ... zu bewerben) nur Handlungen zu Zwecken des Wettbewerbs erfasst. Einer Einschränkung auf ordnungsgemäß gekennzeichnete Logoeinblendungen bedarf es deshalb nicht, weil dem Beklagten nicht Schleichwerbung im Sinne des Paragraph 14, Absatz 2, ORF-G, sondern Werbung untersagt wird, die gegen Paragraph 13, ORF-G verstößt.

Textnummer

E70092

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2003:0040OB00118.03M.0624.000

Im RIS seit

24.07.2003

Zuletzt aktualisiert am

17.09.2012

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