

TE OGH 2003/1/21 4Ob284/02x

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 21.01.2003

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofs Dr. Kodek als Vorsitzenden und durch den Hofrat des Obersten Gerichtshofs Dr. Graf, die Hofräatinnen des Obersten Gerichtshofs Dr. Griß und Dr. Schenk sowie den Hofrat des Obersten Gerichtshofs Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Parteien 1. Dr. Johannes H******, 2. Dr. Michael K******, 3. Dr. Franz H******, 4. Dr. Georg M******, 5. Dr. Peter B******, alle Rechtsanwälte, Linz, Marienstraße 4, alle vertreten durch die fünftklagende Partei, gegen die beklagte Partei Z***** GmbH, *****, vertreten durch Dr. Michael Metzler, Rechtsanwalt in Linz, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Sicherungsverfahren 34.340 EUR), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der beklagten Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Linz als Rekursgericht vom 23. Oktober 2002, GZ 1 R 162/02b-9, 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

Ob entgeltliche Einschaltungen als solche gekennzeichnet werden müssen, hängt davon ab, ob Zweifel über die Entgeltlichkeit durch Gestaltung oder Anordnung ausgeschlossen werden können. Dabei ist entscheidend, ob das angesprochene Publikum - an dessen Aufmerksamkeit, Erfahrung und Fachkunde ein Durchschnittsmaßstab anzulegen ist - den entgeltlichen Charakter einer Veröffentlichung zweifelsfrei erkennen kann. Dabei ist in die Beurteilung das gesamte Erscheinungsbild der Druckschrift einzubeziehen, in der die Einschaltung erfolgt. Sind redaktioneller Teil und Inseratenteil nicht getrennt und werden auch in redaktionellen Beiträgen die Vorzüge bestimmter Waren oder Dienstleistungen herausgestrichen, dann müssen entgeltliche Einschaltungen schon dann als entgeltlich gekennzeichnet werden, wenn sie nach ihrem Inhalt und ihrer Gestaltung nicht deutlich von den redaktionellen Beiträgen unterschieden sind (stRsp MR 1994, 81 - Singer-Werbung mwN; MR 1997, 161 - Smokebusters) und ihrem Inhalt nach (auch) als redaktionelle Beiträge verstanden werden können (MR 1999, 188 - Zementindustrie mwN; EvBl 2001/74 = MR 2000, 388 = ÖBI 2001, 75 - Ja! Natürlich.). Eine Wettbewerbsmaßnahme so zu tarnen, dass sie als solche dem Umworbenen nicht erkennbar wird, ist als Verstoß gegen § 26 MedG und damit auch

als sittenwidrig iSd § 1 UWG zu beurteilen (MR 1999, 188 - Zementindustrie mwN). Die Prüfung, ob die Kennzeichnung der im § 26 MedG genannten Einschaltungen als Werbung deutlich ist, kann ebenso wie die Frage, wann durch "Ausgestaltung oder Anordnung" einer Anzeige Zweifel über die Entgeltlichkeit ausgeschlossen werden, immer nur auf Grund der besonderen Umstände des Einzelfalles beurteilt werden (MR 1999, 188 - Zementindustrie mwN). Eine Kennzeichnung als Werbung in "unauffälligem Kleinstdruck" (MR 1991, 75) oder an einer der entgeltlichen, aber als redaktioneller Beitrag erscheinenden Einschaltung nicht zuzuordnenden Stelle (MR 1991, 209) reicht aber nicht aus. Ob entgeltliche Einschaltungen als solche gekennzeichnet werden müssen, hängt davon ab, ob Zweifel über die Entgeltlichkeit durch Gestaltung oder Anordnung ausgeschlossen werden können. Dabei ist entscheidend, ob das angesprochene Publikum - an dessen Aufmerksamkeit, Erfahrung und Fachkunde ein Durchschnittsmaßstab anzulegen ist - den entgeltlichen Charakter einer Veröffentlichung zweifelsfrei erkennen kann. Dabei ist in die Beurteilung das gesamte Erscheinungsbild der Druckschrift einzubeziehen, in der die Einschaltung erfolgt. Sind redaktioneller Teil und Inseratenteil nicht getrennt und werden auch in redaktionellen Beiträgen die Vorzüge bestimmter Waren oder Dienstleistungen herausgestrichen, dann müssen entgeltliche Einschaltungen schon dann als entgeltlich gekennzeichnet werden, wenn sie nach ihrem Inhalt und ihrer Gestaltung nicht deutlich von den redaktionellen Beiträgen unterschieden sind (stRsp MR 1994, 81 - Singer-Werbung mwN; MR 1997, 161 - Smokebusters) und ihrem Inhalt nach (auch) als redaktionelle Beiträge verstanden werden können (MR 1999, 188 - Zementindustrie mwN; EvBI 2001/74 = MR 2000, 388 = ÖBI 2001, 75 - Ja! Natürlich.). Eine Wettbewerbsmaßnahme so zu tarnen, dass sie als solche dem Umworbenen nicht erkennbar wird, ist als Verstoß gegen Paragraph 26, MedG und damit auch als sittenwidrig iSd Paragraph eins, UWG zu beurteilen (MR 1999, 188 - Zementindustrie mwN). Die Prüfung, ob die Kennzeichnung der im Paragraph 26, MedG genannten Einschaltungen als Werbung deutlich ist, kann ebenso wie die Frage, wann durch "Ausgestaltung oder Anordnung" einer Anzeige Zweifel über die Entgeltlichkeit ausgeschlossen werden, immer nur auf Grund der besonderen Umstände des Einzelfalles beurteilt werden (MR 1999, 188 - Zementindustrie mwN). Eine Kennzeichnung als Werbung in "unauffälligem Kleinstdruck" (MR 1991, 75) oder an einer der entgeltlichen, aber als redaktioneller Beitrag erscheinenden Einschaltung nicht zuzuordnenden Stelle (MR 1991, 209) reicht aber nicht aus.

Die Bejahung des Verstoßes gegen § 26 MedienG im vorliegenden Einzelfall durch das Rekursgericht entspricht dieser ständigen Rechtsprechung und dem von ihr vorgegebenen strengen Maßstab bei der Prüfung, ob jegliche Zweifel über die Entgeltlichkeit ausgeschlossen sind (MR 1999, 188 - Zementindustrie mwN). Dass die in der beanstandeten Beilage "ChefINFO SPEZIAL" enthaltenen Beiträge zum Themenkreis Steuer und Recht - zum Teil - von namentlich genannten (Gast-)Autoren verfasst worden sind, nimmt ihnen für sich allein noch nicht den äußeren Schein einer von der Redaktion verantworteten Berichterstattung, die höhere Glaubwürdigkeit besitzt als Werbung; Schutzzweck der verletzten Norm ist ja nicht, dass der Leser den Verfasser eines Beitrags, sondern dessen Entgeltlichkeit erkennen können soll. Die Beiträge besitzen aber auch deshalb publizistischen Charakter, weil am Beginn der Beilage damit geworben wird, dass ChefINFO eine Auswahl bester Spezialisten vorstellt (S. 47). Demgegenüber tritt die (an versteckter Stelle im Impressum auf S. 98 enthaltene) Inserentenliste völlig in den Hintergrund. Der Revisionsrekurs war daher wegen Fehlens einer erheblichen Rechtsfrage im Sinne des § 528 Abs 1 ZPO als unzulässig zurückzuweisen. Die Bejahung des Verstoßes gegen Paragraph 26, MedienG im vorliegenden Einzelfall durch das Rekursgericht entspricht dieser ständigen Rechtsprechung und dem von ihr vorgegebenen strengen Maßstab bei der Prüfung, ob jegliche Zweifel über die Entgeltlichkeit ausgeschlossen sind (MR 1999, 188 - Zementindustrie mwN). Dass die in der beanstandeten Beilage "ChefINFO SPEZIAL" enthaltenen Beiträge zum Themenkreis Steuer und Recht - zum Teil - von namentlich genannten (Gast-)Autoren verfasst worden sind, nimmt ihnen für sich allein noch nicht den äußeren Schein einer von der Redaktion verantworteten Berichterstattung, die höhere Glaubwürdigkeit besitzt als Werbung; Schutzzweck der verletzten Norm ist ja nicht, dass der Leser den Verfasser eines Beitrags, sondern dessen Entgeltlichkeit erkennen können soll. Die Beiträge besitzen aber auch deshalb publizistischen Charakter, weil am Beginn der Beilage damit geworben wird, dass ChefINFO eine Auswahl bester Spezialisten vorstellt (S. 47). Demgegenüber tritt die (an versteckter Stelle im Impressum auf S. 98 enthaltene) Inserentenliste völlig in den Hintergrund. Der Revisionsrekurs war daher wegen Fehlens einer erheblichen Rechtsfrage im Sinne des Paragraph 528, Absatz eins, ZPO als unzulässig zurückzuweisen.

Anmerkung

E68278 4Ob284.02x

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2003:0040OB00284.02X.0121.000

Dokumentnummer

JJT_20030121_OGH0002_0040OB00284_02X0000_000

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