

TE OGH 2002/4/9 4Ob89/02w

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 09.04.2002

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr. Kodek als Vorsitzenden und durch den Hofrat des Obersten Gerichtshofs Dr. Graf, die Hofrättinnen des Obersten Gerichtshofs Dr. Griß und Dr. Schenk sowie den Hofrat des Obersten Gerichtshofs Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei I***** AG, *****, vertreten durch Dr. Karlheinz Kux, Rechtsanwalt in Wien, gegen die beklagte Partei P***** GmbH, *****, vertreten durch Dr. Helmut Klement und andere Rechtsanwälte in Graz, wegen Unterlassung (Streitwert im Sicherungsverfahren 36.336,42 EUR), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der klagenden Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichtes Graz als Rekursgericht vom 27. Februar 2002, GZ 6 R 34/02w-11, 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).

Begründung:

Rechtliche Beurteilung

Der Oberste Gerichtshof beurteilt in ständiger Rechtsprechung die (unmittelbare) Übernahme eines fremden Werbemittels dann als sittenwidrige "schmarotzerische Ausbeutung" einer fremden Leistung, wenn das Arbeitsergebnis eines anderen ohne jede ins Gewicht fallende eigene Leistung glatt übernommen wird und der Übernehmer das damit beworbene Produkt im Hinblick auf seine Kostenersparnis preisgünstiger anbieten kann, sodass er letztlich dem Mitbewerber mit dessen eigener Leistung Konkurrenz macht (ÖBI 1991, 217 - Umweltspezialist für Tiefbau-Rohre; ÖBI 1991, 213 - Cartes Classiques; ÖBI 1995, 14 - Pizzamännchen; MR 1993, 72 - Programmzeitschrift; WBI 1994, 30 = ÖBI 1993, 156 - Loctite; ÖBI 1997, 34 - Mutan-Beipackzettel; ÖBI-LS 2000/37 uva).

Glatt übernommen wird ein Arbeitsergebnis, wenn Vervielfältigungsmethoden eingesetzt werden oder wenn die Leistung des Geschädigten - zB mit Mühe und Kosten entwickelte allgemeine Geschäftsbedingungen - einfach durch Abschreiben übernommen wird (ÖBI 1993, 156 - Loctite; ÖBI 2001, 22 - JOBSERVICE). Trotzdem lässt sich aber nicht ganz allgemein der Rechtssatz aufstellen, dass die unmittelbare Aneignung eines fremden Arbeitsergebnisses wettbewerbswidrig sei. Entscheidend ist nicht, welches Mittel zur Vervielfältigung angewendet wird, sondern ob die Anwendung dieses Mittels unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls bewirkt, dass der Schöpfer des Originaldrucks in unbilliger Weise um die Früchte seiner Arbeit gebracht wird (ÖBI 1997, 34 - Mutan-Beipackzettel).

Die Auffassung des Rekursgerichtes, das einen Verstoß gegen § 1 UWG durch unmittelbare Übernahme eines fremden Werbemittels verneint hat, steht mit dieser Rechtsprechung in Einklang. Eine Fehlbeurteilung ist schon deshalb nicht zu erkennen, weil die Beklagte ihren Werbeprospekt (anders als etwa im Fall ÖBI 1991, 217 - Umweltspezialist für Tiefbau-Rohre) unter Aufwendung eigener Mühe, wenn auch unter Verwendung gleichartiger gestalterischer Merkmale und Formulierungen, hergestellt hat (ähnlich auch 4 Ob 347/99d). Die Rechtsmittelwerberin gesteht selbst zu, dass die Beklagte bestrebt gewesen sei, in der äußeren Aufmachung des von den Beklagten gestalteten Prospekts eine Unterscheidung zum Werbemittel der Klägerin zu erreichen; auch enthalten beide Prospekte deutliche - eine mittelbare Verwechslungsgefahr ausschließende - Hinweise auf das jeweils anbietende Unternehmen. Dass die Beklagte aber ein ähnliches neues Produkt zur Pensionsvorsorge wie die Klägerin bewirbt, ist für sich allein noch nicht wettbewerbswidrig. Die Auffassung des Rekursgerichtes, das einen Verstoß gegen Paragraph eins, UWG durch unmittelbare Übernahme eines fremden Werbemittels verneint hat, steht mit dieser Rechtsprechung in Einklang. Eine Fehlbeurteilung ist schon deshalb nicht zu erkennen, weil die Beklagte ihren Werbeprospekt (anders als etwa im Fall ÖBI 1991, 217 - Umweltspezialist für Tiefbau-Rohre) unter Aufwendung eigener Mühe, wenn auch unter Verwendung gleichartiger gestalterischer Merkmale und Formulierungen, hergestellt hat (ähnlich auch 4 Ob 347/99d). Die Rechtsmittelwerberin gesteht selbst zu, dass die Beklagte bestrebt gewesen sei, in der äußeren Aufmachung des von den Beklagten gestalteten Prospekts eine Unterscheidung zum Werbemittel der Klägerin zu erreichen; auch enthalten beide Prospekte deutliche - eine mittelbare Verwechslungsgefahr ausschließende - Hinweise auf das jeweils anbietende Unternehmen. Dass die Beklagte aber ein ähnliches neues Produkt zur Pensionsvorsorge wie die Klägerin bewirbt, ist für sich allein noch nicht wettbewerbswidrig.

Textnummer

E65117

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2002:0040OB00089.02W.0409.000

Im RIS seit

09.05.2002

Zuletzt aktualisiert am

11.02.2014

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