jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 1999/2/23 4Ob7/99d

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 23.02.1999

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr. Kodek als Vorsitzenden, die Hofräte des Obersten Gerichtshofes Dr. Graf und Dr. Pimmer, die Hofrätin des Obersten Gerichtshofes Dr. Schenk und den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei S***** AG, ***** vertreten durch Kammerlander, Piaty & Partner, Rechtsanwälte in Graz, wider die beklagten Parteien 1. M***** Gesellschaft mbH & Co KG, 2. M***** Gesellschaft mbH, beide ***** vertreten durch Dr. Ewald Weiss, Rechtsanwalt in Wien, wegen Unterlassung (Streitwert im Provisorialverfahren 522.000 S), infolge außerordentlichen Revisionsrekurses der beklagten Parteien gegen den Beschluß des Oberlandesgerichtes Wien als Rekursgericht vom 27. November 1998, GZ 3 R 149/98y-9, womit der Beschluß des Handelsgerichtes Wien vom 15. Juli 1998, GZ 38 Cg 28/98y-5, abgeändert wurde, den

Beschluß

gefaßt:

Spruch

Dem Revisionsrekurs wird Folge gegeben.

Der angefochtene Beschluß wird dahin abgeändert, daß die Entscheidung des Erstgerichtes wieder hergestellt wird.

Die klagende Partei ist schuldig, den beklagten Parteien die mit 33.898,58 S bestimmten Kosten des Rechtsmittelverfahrens (darin 5.649,76 Umsatzsteuer) binnen 14 Tagen zu ersetzen.

Text

Begründung:

Die Klägerin ist Medieninhaberin und Verlegerin der periodischen Druckschrift "Kleine Zeitung", die hauptsächlich in Kärnten und in der Steiermark erscheint. Die Erstbeklagte ist Verlegerin der Tageszeitung "Neue Kronen Zeitung", die in der Steiermark unter der Bezeichnung "Steirer Krone" und in Kärnten unter dem Titel "Kärntner Krone" erscheint. Der Erstbeklagten fließen sämtliche Anzeigen- und Verkaufserlöse aus der "Neuen Kronen Zeitung" zu. Die Zweitbeklagte ist persönlich haftende Gesellschafterin der Erstbeklagten und besorgt deren Geschäftsführung.

In der Ausgabe der "Neuen Kronen Zeitung - Steirer Krone" vom 20. März 1998 veröffentlichten die Beklagten unter dem Titel "Der Mount Everest unter den Zeitungen" nachstehende Graphik:

Die Klägerin begehrt zur Sicherung ihres inhaltsgleichen Unterlassungsanspruches, den Beklagten mit einstweiliger Verfügung bis zur Rechtskraft des über die Klage ergehenden Urteils zu gebieten, es im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs zu unterlassen, unter Bezugnahme auf eine Reichweitenuntersuchung den Reichweitenunterschied zwischen der "Neuen Kronen Zeitung" und der "Kleinen Zeitung" in graphischer Form in einer den Ergebnissen der zitierten Reichweitenuntersuchung widersprechenden Weise darzustellen, insbesondere dadurch,

daß bei Darstellung der Reichweiten der verglichenen Zeitungen mittels graphischer Balken bei einem dem Ergebnis der Untersuchung entsprechenden Verhältnis der Balkenlänge der verglichenen Zeitungen die Balkenbreite lediglich bei dem die Reichweite der "Neuen Kronen Zeitung" darstellenden Balken größer ist als bei den übrigen, in den Vergleich aufgenommenen Zeitungen.

Die in der Graphik der Beklagten dargestellte Länge der einzelnen Balken gebe zwar die für die einzelnen Zeitungen jeweils erhobene Reichweite verhältnismäßig und richtig wieder, die Balkenbreite sei jedoch bei Darstellung der "Neuen Kronen Zeitung" um das 2,5-fache stärker als jener der Mitbewerber gestaltet. Diese Darstellung bewirke damit eine blickfangartige Hervorhebung der Reichweite der "Neuen Kronen Zeitung", die rechnerisch nicht begründbar sei und beim unbefangenen Leser eine Überlegenheit erwecke, die in diesem Ausmaß keine Grundlage in der Media-Analyse 1997 finde. Diese Darstellung sei zur Irreführung über die nationale Reichweite der "Neuen Kronen Zeitung" geeignet.

Die Beklagten beantragten die Abweisung des Sicherungsantrages. Die gewählte graphische Darstellung benachteilige die Klägerin nicht, sondern begünstige sie sogar. Denn während bei der Länge (= Höhe) des Reichweitensymbols das Verhältnis der Reichweiten genau eingehalten worden sei, müßte bei verhältnismäßiger Berechnung auch der Breite der Balken die Breite des die Zeitung der Klägerin darstellenden Balkens lediglich 0,68 cm anstatt wie dargestellt 1 cm betragen. Eine den Wettbewerb verzerrende Irreführung liege sohin nicht vor. Die Klägerin werde vielmehr durch die gewählte Darstellung begünstigt; sie wirke sich auf einen allfälligen Kaufentschluß von Interessenten nicht aus. In der graphischen Darstellung sei nur der Umstand blickfangartig hervorgehoben, daß die Reichweite der "Neuen Kronen Zeitung" nach der bezogenen Media-Analyse jene ihrer Mitbewerber um zumindest das Dreieinhalbfache übertreffe, was auch für das Publikum sofort und gerade durch die Bezugnahme auf den Mount Everest als höchsten Berg dadurch nachvollziehbar sei, daß bei der graphischen Darstellung Reichweiten der verschiedenen Printmedien auch die von der Media-Analyse 1997 ermittelten durchschnittlichen Reichweiten (in Zahlen) wiedergegeben worden seien.

Das Erstgericht wies den Sicherungsantrag ab. Es verneinte die Irreführungseignung des Balkendiagramms. Die Graphik zeige den auch tatsächlich bestehenden Vorsprung der Leserzahlen der "Neuen Kronen Zeitung" und sei rechnerisch begründbar. Der Gesamteindruck werde durch das blickfangartige Herausragen der die "Neue Kronen Zeitung" darstellenden Röhre geprägt, wobei dieser Eindruck zusätzlich durch die - nicht der tatsächlichen Reichweite entsprechende - Breite des Balkens verstärkt werde. Bei Einhalten der tatsächlichen Verhältnisse auch in der Stärke der Balken wären diese zwar verschieden breit, der Gesamteindruck aber nicht zugunsten der Klägerin, sondern zu ihren Ungunsten ausgefallen, da weiterhin der Balken der "Neuen Kronen Zeitung" nicht nur an Länge, sondern auch an Stärke herausragen, jener der "Kleinen Zeitung" hingegen schmäler würde. Es sei daher weder die Darstellung allein noch diese im Zusammenhang mit der Überschrift geeignet, die Umworbenen über die tatsächlichen Verhältnisse in für den Kaufentschluß relevanter Weise in die Irre zu führen.

Das Rekursgericht erließ den Sicherungsantrag und sprach aus, daß der Wert des Entscheidungsgegenstandes 260.000 S übersteige und der ordentliche Revisionsrekurs nicht zulässig sei. Der Mitteilungsgehalt einer komplexen Angabe sei grundsätzlich anhand ihres Gesamteindruckes zu erschließen; dieser richte sich in Fällen blickfangartiger Herausstellung von Ankündigungsteilen nach diesen Heraushebungen, weil die Gefahr bestehe, daß sich das Publikum durch die Hervorhebung mit dem übrigen Teil der Ankündigung gar nicht befasse. Wenngleich die von der "Neuen Kronen Zeitung" eingenommene Spitzenstellung nicht in Zweifel zu ziehen sei, und die Reichweitenverhältnisse im Längsausmaß der einzelnen Balken den tatsächlichen Gegebenheiten entsprächen, hätten die Beklagten nicht berücksichtigt, daß die Reichweite der einzelnen Zeitschriften auch über die Breite der Balken zum Ausdruck komme. Durch die gewählte Darstellungsweise ergebe sich für die "Neue Kronen Zeitung" ein der tatsächlichen Reichweite nicht entsprechender, in der Fläche 9,3 mal so großer Balken, während die "Neue Kronen Zeitung" bloß eine 3,6-fache höhere Gesamtleserzahl als die "Kleine Zeitung" habe. Die Darstellung sei trotz konkreter Angabe der Leserzahlen zur Irreführung geeignet, weil bei flüchtiger Betrachtung der - der Media-Analyse 1997 nicht entsprechende - Eindruck entstehe, die "Neue Kronen Zeitung" habe um rund 9,3 mal mehr Leser als die "Kleine Zeitung".

Rechtliche Beurteilung

Der außerordentliche Revisionsrekurs der Beklagten ist zulässig, weil ein gleichartiger Sachverhalt noch nicht Gegenstand der Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofes war. Er ist auch berechtigt.

Die Beklagten machen geltend, eine relevante Irreführung scheide schon deshalb aus, weil die in der Graphik

ersichtliche Breite des Balkens der "Kleinen Zeitung" zu deren Vorteil im Vergleich zur Breite des Balkens der "Neuen Kronen Zeitung" größer ausgeführt worden sei als es dem Verhältnis der Reichweiten beider Zeitungen entspreche. Überdies seien nicht nur die Reichweitebalken, sondern auch die - richtig wiedergegebenen - Leserzahlen gleich auffällig und blickfangartig herausgestellt worden, so daß der Graphik selbst ein flüchtiger Durchschnittsbetrachter nichts Unwahres entnehmen könne. Das Rekursgericht gehe bei seiner Beurteilung nicht von einem mündigen Verbraucher, sondern von grenzdebilen Lesern aus, die trotz Wiedergabe der Reichweite in absoluten Zahlen den Eindruck eines verzerrten Reichweiteverhältnisses gewonnen haben sollten. Dazu war zu erwägen:

Nach ständiger Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofes ist die sogenannte vergleichende Werbung - bei welcher die eigene bessere Leistung im Wege ihrer Gegenüberstellung mit der schlechteren Leistung namentlich genannter Mitbewerber anhand objektiv überprüfbarer Daten verglichen wird - unzulässig, wenn sie im Sinn des § 2 UWG zur Irreführung geeignet ist (SZ 63/108 = MR 1990, 144; ÖBl 1990, 154 - Media-Analyse 1988; ÖBl 1993, 237 - Reichweitenvergleich). Ob eine Angabe zur Irreführung geeignet ist, hängt davon ab, wie die angesprochenen Verkehrskreise diese Angabe verstehen. Eine Angabe ist irreführend im Sinn des § 2 UWG, wenn die Vorstellungen, welche die Umworbenen über ihre Bedeutung haben, mit den wirklichen Verhältnissen nicht in Einklang stehen (MR 1995, 66 - Graz aktiv; Koppensteiner, Österreichisches und europäisches Wettbewerbsrecht3 523 mwN). Dabei kommt es nach ständiger Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofes darauf an, ob die Aussage nach ihrem Gesamteindruck bei flüchtiger Betrachtung durch einen Kunden mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit irrige Vorstellungen erwecken kann (Fitz/Gamerith Wettbewerbsrecht2 23; ÖBl 1983, 43 - A/B-Schichtleser; ÖBl 1996, 28 - Teure S 185,- mwN; MR 1996, 118 - Steirischer Medienjumbo). Der Mitteilungsgehalt einer komplexen Angabe ist danach anhand ihres Gesamteindruckes zu erschließen. Gesamteindruck einer Ankündigung und ihr Gesamtinhalt sind jedoch nicht immer identisch. Stellt der Werbende Teile seiner Ankündigung blickfangartig heraus, so richten sich Gesamteindruck und Irreführungseignung nach diesen Teilen (Koppensteiner aaO 523, Fitz/Gamerith aaO 23; ÖBl 1983, 43 - A/B-Schichtleser; ÖBl 1996, 28 - Teure S 185,-).Nach ständiger Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofes ist die sogenannte vergleichende Werbung - bei welcher die eigene bessere Leistung im Wege ihrer Gegenüberstellung mit der schlechteren Leistung namentlich genannter Mitbewerber anhand objektiv überprüfbarer Daten verglichen wird - unzulässig, wenn sie im Sinn des Paragraph 2, UWG zur Irreführung geeignet ist (SZ 63/108 = MR 1990, 144; ÖBl 1990, 154 - Media-Analyse 1988; ÖBl 1993, 237 - Reichweitenvergleich). Ob eine Angabe zur Irreführung geeignet ist, hängt davon ab, wie die angesprochenen Verkehrskreise diese Angabe verstehen. Eine Angabe ist irreführend im Sinn des Paragraph 2, UWG, wenn die Vorstellungen, welche die Umworbenen über ihre Bedeutung haben, mit den wirklichen Verhältnissen nicht in Einklang stehen (MR 1995, 66 - Graz aktiv; Koppensteiner, Österreichisches und europäisches Wettbewerbsrecht3 523 mwN). Dabei kommt es nach ständiger Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofes darauf an, ob die Aussage nach ihrem Gesamteindruck bei flüchtiger Betrachtung durch einen Kunden mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit irrige Vorstellungen erwecken kann (Fitz/Gamerith Wettbewerbsrecht2 23; ÖBl 1983, 43 - A/B-Schichtleser; ÖBl 1996, 28 - Teure S 185,- mwN; MR 1996, 118 - Steirischer Medienjumbo). Der Mitteilungsgehalt einer komplexen Angabe ist danach anhand ihres Gesamteindruckes zu erschließen. Gesamteindruck einer Ankündigung und ihr Gesamtinhalt sind jedoch nicht immer identisch. Stellt der Werbende Teile seiner Ankündigung blickfangartig heraus, so richten sich Gesamteindruck und Irreführungseignung nach diesen Teilen (Koppensteiner aaO 523, Fitz/Gamerith aaO 23; ÖBl 1983, 43 - A/B-Schichtleser; ÖBl 1996, 28 - Teure S 185,-).

Im vorliegenden Fall gibt die in der Graphik der Beklagten dargestellte Länge der einzelnen Balken die für die Zeitschriften jeweils erhobene Reichweite den Zahlenverhältnissen entsprechend und richtig wieder. Sie hebt die in Relation gesetzten Leserzahlen durch das Balkendiagramm insoweit blickfangartig hervor, als sie einerseits den seiner Länge nach dem Verhältnis der Leserzahlen entsprechenden Balken der "Neuen Kronen Zeitung" in Relation zu den Balken der übrigen Medien verbreitert und andererseits die richtig in Relation gesetzten Leserzahlen in gleich auffälliger Weise wie die bildliche Darstellung durch Balken in konkreten Zahlen anführt. Während nun die in der Graphik dargestellten Balkenlängen, wie auch die hervorgehobenen Leserzahlen, die für die einzelnen Zeitungen jeweils erhobenen Reichweiten in absoluten Zahlen und im Verhältnis zueinander richtig wiedergeben, wurde der für die "Neue Kronen Zeitung" abgebildete Balken insoweit herausgehoben als seine Breite um das 2,5-fache stärker dargestellt wird als jene der übrigen Zeitungen. Entgegen der Ansicht des Rekursgerichtes vermag diese Darstellung eine Irreführung im Sinn des § 2 UWG nicht zu begründen:Im vorliegenden Fall gibt die in der Graphik der Beklagten dargestellte Länge der einzelnen Balken die für die Zeitschriften jeweils erhobene Reichweite den Zahlenverhältnissen entsprechend und richtig wieder. Sie hebt die in Relation gesetzten Leserzahlen durch das Balkendiagramm insoweit

blickfangartig hervor, als sie einerseits den seiner Länge nach dem Verhältnis der Leserzahlen entsprechenden Balken der "Neuen Kronen Zeitung" in Relation zu den Balken der übrigen Medien verbreitert und andererseits die richtig in Relation gesetzten Leserzahlen in gleich auffälliger Weise wie die bildliche Darstellung durch Balken in konkreten Zahlen anführt. Während nun die in der Graphik dargestellten Balkenlängen, wie auch die hervorgehobenen Leserzahlen, die für die einzelnen Zeitungen jeweils erhobenen Reichweiten in absoluten Zahlen und im Verhältnis zueinander richtig wiedergeben, wurde der für die "Neue Kronen Zeitung" abgebildete Balken insoweit herausgehoben als seine Breite um das 2,5-fache stärker dargestellt wird als jene der übrigen Zeitungen. Entgegen der Ansicht des Rekursgerichtes vermag diese Darstellung eine Irreführung im Sinn des Paragraph 2, UWG nicht zu begründen:

Zum einen sind die auf den Balken blickfangartig hervorgehobenen Ziffern der Leserzahlen in gleich auffälliger Weise gestaltet ist wie die Balken selbst. Dadurch besteht keine Gefahr, die Aufmerksamkeit eines flüchtigen Lesers könnte sich bloß auf den hervorgehobenen Balken beschränken und der Leser könnte die in gleich auffälliger Weise angegebene Leserzahl übersehen und dadurch einen unrichtigen Eindruck gewinnen. Wird der Leser auf den durch seine Länge und Breite hervorstechenden - die Zeitung der Beklagten betreffenden - Balken aufmerksam, kann auch die darauf auffällig angeführte Leserzahl seiner Aufmerksamkeit nicht entgehen. Zum anderen ist schon auf den ersten Blick erkennbar, daß sämtliche Balken mit Ausnahme jenes der "Neuen Kronen Zeitung" die gleiche Basisbreite aufweisen, obwohl die jeweiligen Leserzahlen stark differieren. Damit wird aber auch für den flüchtigen Leser deutlich, daß die Basisbreite der Balken für die angegebenen Relationen ohne Bedeutung ist. Die in Verbindung mit der Überschrift "Der Mount Everest unter den Zeitungen" gewählte breitere Basis und die sich daraus ergebende größere Fläche des Balkens bringt - wenngleich flächenmäßig übertrieben - nur die auch tatsächlich gegebene Vorrangstellung der "Neuen Kronen Zeitung" zum Ausdruck, ohne einen durchschnittlich aufmerksamen Leser in Irrtum zu führen.

Dem außerordentlichen Revisionsrekurs der Beklagten wird Folge gegeben und die - den Sicherungsantrag abweisende - Entscheidung des Erstgerichtes wiederhergestellt.

Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 78 und 402 Abs 4 EO iVm §§ 41 und 50 ZPODie Kostenentscheidung beruht auf Paragraphen 78 und 402 Absatz 4, EO in Verbindung mit Paragraphen 41 und 50 ZPO.

Anmerkung

E52999 04A00079

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1999:0040OB00007.99D.0223.000

Dokumentnummer

JJT_19990223_OGH0002_0040OB00007_99D0000_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