jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 1963/10/15 4Ob348/63

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 15.10.1963

Norm

Rabattgesetz §9 Z1
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb §2

Kopf

SZ 36/127

Spruch

Wahrheitswidrige Anpreisung gemäß § 2 UWG. durch Bezeichnung eines Schreibmaschinenhändlers als "Lehrers für Büromaschinen an Handelsschulen" und durch Vorspiegelung einer Rabattgewährung.

§ 9 Z. 1 RabattG. ist auf den Verkauf von Schreibmaschinen an Handelsschüler unanwendbar.

Entscheidung vom 15. Oktober 1963, 4 Ob 348/63.

I. Instanz: Landesgericht Salzburg; II. Instanz: Oberlandesgericht Linz.

Text

Festgestellt wurde bzw. unbestritten ist: 1. Im Juli 1962 sandte der Beklagte jedem Schüler der Handelsschule St. einen Brief folgenden Inhaltes:

"Sehr geehrter Handelsschüler"

So wie jedes Jahr erlaube ich mir auch heuer wieder, eine Verkaufsaktion der speziell für Handelsschulen geeigneten Kofferschreibmaschinen zu veranstalten. Da ich selbst als Lehrer für Büromaschinen an Handelsschulen fungiere und außerdem für Büromaschinen gerichtlich beeideter Sachverständiger bin, glaube ich auch mit Sicherheit, Ihnen immer die richtige Schreibmaschine anbieten zu können. Diesmal biete ich an:

1 OLIVETTI Kofferschreibmaschine, Modell LL 22, in einem wunderschönen Koffer gehalten mit normalem deutschen Einheitstastenfeld, wie von Handelsschulen verlangt. Schwarz-rotes Farbband, Tabulator, Putzzeug, Putzlappen, Schutzhülle zum außergewöhnlich günstigen Preis von 1980 S. Für den Fall, daß Sie die Maschine Kassa zahlen sollten, reduziere ich Ihnen den Preis um

200 S auf 1780 S, ... außerdem erhalten Sie eine wunderschöne

Aktentasche gratis ... Ihr Wolfram T., gerichtlich beeideter

Sachverständiger". Der Beklagte verkaufte einigen Handelsschülern auf Grund der in diesem Schreiben enthaltenen Bedingungen die darin erwähnte Schreibmaschine. Der Beklagte wurde im Oktober 1957 vom Bezirksgericht W. zum gerichtlichen Sachverständigen für Büro- und Nähmaschinen bestellt und vereidigt. Er war aber niemals Lehrer an Handelsschulen. Er hat nur in der Zeit von 1958 bis 1961 den Schülern der zweiten (Abschluß-) Klasse der Handelsschule St. insgesamt zwei bis drei Vorträge über Rechen- und Buchungsmaschinen in der Dauer von je

eineinhalb bis zwei Stunden gehalten. An der Handelsschule ist Maschinschreiben Pflichtfach. Der Besitz einer Schreibmaschine kann den Schüler bei der Erreichung des Lehrzieles fördern, notwendig ist er nicht.

2. Im Herbst 1962 brachte der Beklagte auf dem Dach seines Lieferwagens eine Reklametafel an. Diese war 160 cm breit und 55 cm hoch. Auf jeder Seite waren vier verschiedene Gegenstände, wie eine Schreibmaschine, eine Wäscheschleuder, ein Kühlschrank usw. gezeichnet. Die Mitte jeder Seite nahm ein rotes Quadrat von 26 cm Seitenlänge ein, in welchem mit weißen 13 cm hohen Schriftzeichen "20%" stand. Über dem Quadrat stand das Wort "bis", darunter die Worte "Ersparnis d. zfr. Teilzahlung", beides mit Buchstaben, die ohne Ober- oder Unterlänge nur 6 mm, sonst 10 mm hoch waren.

Das Erstgericht hat mit Punkt 1. seines Urteiles den Beklagten schuldig erkannt, sofort zu unterlassen, a) zum Zwecke des Wettbewerbes sich in geschäftlichen Ankündigungen und Werbeschreiben als Lehrer für Büromaschinen in Handelsschulen und als gerichtlich beeideter Sachverständiger für Büromaschinen zu bezeichnen, b) beim Verkauf einer Kofferschreibmaschine, Marke Olivetti, Modell LL 22, im Werte von 1980 S einen unzulässigen Rabatt von 200 S anzukundigen und zu gewähren, c) anzukundigen, daß er dem Käufer einer solchen Schreibmaschine eine Aktentasche dazugeben werde.

Das Erstgericht hat aber mit Punkt 2. seines Urteils das Klagebegehren abgewiesen, der Beklagte habe die Ankündigung und Gewährung eines unzulässigen Rabattes von 20% zu unterlassen, desgleichen auch das Begehren auf Urteilsveröffentlichung.

Das Berufungsgericht hat der Berufung des Beklagten nicht Folge gegeben, der Berufung der klagenden Partei hingegen teilweise Folge gegeben und das Ersturteil in seinem Punkt 1 a) bis c) bestätigt, im übrigen das Ersturteil dahin abgeändert, daß Punkt 2. zu lauten hat:

"2. Der Beklagte ist weiter schuldig, die Erweckung eines Anscheines der Ankündigung einer Rabattgewährung von 20% zu unterlassen.

3. Der Beklagte ist schuldig, der klagenden Partei die mit 3665 S 40 g bestimmten Prozeßkosten binnen 14 Tagen bei Zwangsfolge zu ersetzen.

4. Der klagenden Partei wird die Befugnis erteilt, den Urteilsausspruch binnen vier Wochen nach Rechtskraft des Urteils in drei Salzburger Tageszeitungen und in der "Salzburger Wirtschaft" auf Kosten des Beklagten zu veröffentlichen.

5. Hingegen wird das über Punkt 2. des Urteilsspruches hinausgehende Begehren der klagenden Partei (Verbot der Ankündigung und Gewährung eines Unzulässigen Rabattes bis zu 20%) abgewiesen."

Schließlich wurde der Beklagte noch schuldig erkannt, der klagenden Partei die mit 1782 S 61 g bestimmten Kosten des Berufungsverfahrens zu ersetzen.

Der Oberste Gerichtshof gab der Revision des Beklagten, der das Berufungsurteil a) hinsichtlich des Verbotes der Ankündigung eines Preisnachlasses von 200 S beim Verkauf einer Kofferschreibmaschine an Handelsschüler, b) hinsichtlich des Verbotes der Ankündigung der Zugabe einer Aktentasche im gleichen Zusammenhang, c) hinsichtlich des Verbotes, sich im geschäftlichen Verkehr als gerichtlich beeideter Sachverständiger zu bezeichnen, unangefochten ließ, nicht Folge.

Rechtliche Beurteilung

Aus den Entscheidungsgründen:

I. Zum Verbot der Bezeichnung als Lehrer für Büromaschinen: Hier versucht der Beklagte vergeblich darzutun, er sei berechtigt, sich im geschäftlichen Verkehr so zu bezeichnen, weil er zwischen 1958 und 1961 an der Handelsschule St. Fachvorträge über Büromaschinen gehalten habe. Die von ihm gebrauchte Ausdrucksweise "als Lehrer fungiere" sei daher nicht wahrheitswidrig. Bei diesen Rechtsausführungen weicht der Beklagte von den Feststellungen der Untergerichte ab, wonach er in der Zeit von 1958 bis 1961 den Schülern der zweiten Klasse der Handelsschule St. insgesamt nur zwei bis drei Vorträge über Rechnungs- und Buchungsmaschinen in der Dauer von je 1 1/2 bis 2 Stunden gehalten hat. Diese nur sehr geringe Vortragstätigkeit rechtfertigt nicht die Behauptung des Beklagten, er fungiere an Handelsschulen als Lehrer für Büromaschinen; die vom Beklagten gebrauchte Ausdrucksweise erweckt

beim unbefangenen Leser des Werbeschreibens die Meinung, der Beklagte übe an Handelsschulen die Funktion eines Lehrers aus, er sei dort als Lehrer angestellt. Die Untergerichte haben daher mit Recht dem Kläger diese Werbung als wahrheitswidrig und damit gegen § 2 UWG. verstoßend verboten.

II. Zum Verbot der Ankündigung und Gewährung eines Preisnachlasses von 200 S beim Verkauf einer Olivetti-Kofferschreibmaschine an Handelsschüler:

Soweit die Untergerichte dem Beklagten die Ankündigung eines solchen Preisnachlasses verboten haben, hat der Beklagte auf Rechtsmittel verzichtet, soweit ihm die Gewährung eines solchen Preisnachlasses verboten wurde, meint der Beklagte, ein solcher Preisnachlaß sei zulässig, weil es sich im gegebenen Fall um einen erlaubten Sondernachlaß nach § 9 Z. 1 Rabattgesetz gehandelt habe, nämlich um eine "Schüleraktion" für Handelsschüler der Handelsschule in St. Auch Handelsschüler gehörten nach Meinung des Beklagten zum Personenkreis des § 9 Z. 1 RabattG., wie sich aus der Häufigkeit von "Schüler- und Absolventenaktionen" ergebe. Die Untergerichte hätten den Begriff "verwerten" im § 9 Z. 1 RabattG. unrichtig ausgelegt. Gerade der Absolvent einer Handelsschule, der unmittelbar vor einer beruflichen Tätigkeit stehe, der aber auch noch während der Schulzeit eine Schreibmaschine sehr wohl zu Übungszwecken verwenden könne und werde, gehöre zu dem begünstigten Personenkreis der genannten Gesetzesstelle. Der Zweck dieser Ausnahmebestimmung sei die Förderung minderbemittelter Personen zur Erleichterung ihrer beruflichen Tätigkeit. Wenn das Berufungsgericht anführe, daß der Sondernachlaß an Handelsschüler nur dann gerechtfertigt wäre, wenn feststunde, daß die angepriesene Schreibmaschine zur beruflichen oder gewerblichen Tätigkeit der Handelsschüler gebraucht werde, so sei diese Auffassung zu streng und geeignet, gerade Schüleraktionen, die das Gesetz begünstigen wolle, zu unterbinden.

Diesen Rechtsausführungen kann nicht gefolgt werden. Entgegen dem allgemeinen Verbot, Sondernachlässe oder Sonderpreise zu gewähren, dürfen solche nach § 9 Z. 1 RabattG. hingegen gewährt werden "an Personen, die die Ware ... in ihrer beruflichen oder gewerblichen Tätigkeit verwerten, sofern dieser Nachlaß seiner Art und Höhe nach orts- oder handelsüblich ist." Verwerten im Sinne dieser Gesetzesstelle ist nicht einfach gleichbedeutend mit benützen oder verwenden; darunter ist vielmehr "notwendigerweise benützen" zu verstehen (vgl. Tetzner, Rabattgesetz, S. 142). Die Ware muß die berufliche Tätigkeit erst ermöglichen oder wesentlich fördern (Hohenecker - Friedl, Wettbewerbsrecht, S. 145), und zwar in einer für die betreffende Tätigkeit typischen Weise (Baumbach - Hefermehl, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht[8], S. 731). Handelsschüler üben noch keinen Beruf aus, sondern bereiten sich erst auf einen solchen vor. Auch wenn sie den Angehörigen des Berufes gleichgesetzt werden könnten, auf den sie sich vorbereiten (vgl. Michel - Weber - Gries, Rabattgesetz[2], S. 73), ist für sie eine Schreibmaschine kein Gegenstand der Verwertung im obigen Sinn bei der Berufsausbildung, sondern höchstens ein Lernbehelf, der nach Auskunft der Handelsschule St. an dieser Anstalt in genügendem Ausmaß zur Verfügung steht. Die Untergerichte haben daher mit Recht auf die vom Kläger den Handelsschülern gewährten Nachlässe § 9 Z. 1 RabattG. nicht angewendet; der von ihm angekundigte und gewährte Nachlaß von rund 10% bei Barzahlung stellt somit nicht einen erlaubten Sondernachlaß im Sinne des § 9 Z. 1 RabattG., sondern einen nach § 2 (weil 3% übersteigend) verbotenen Barzahlungsnachlaß dar. Bei dieser Rechtslage war nicht zu erheben, ob der vom Beklagten den Handelsschülern eingeräumte Nachlaß orts- oder handelsüblich ist.

III. Zum Verbot der Erweckung des Anscheines der Ankündigung einer Rabattgewährung von 20%:

Die klagende Partei hat zu dem eingangs unter 2. angeführten Sachverhalt beantragt, den Beklagten schuldig zu erkennen, die Ankündigung und Gewährung eines unzulässigen Rabatts von 20% zu unterlassen. Das Erstgericht hat dieses Begehren abgewiesen, das Berufungsgericht hat aber in teilweiser Stattgebung der Berufung der klagenden Partei den Beklagten schuldig erkannt, die Erweckung eines Anscheines der Ankündigung einer Rabattgewährung von 20% zu unterlassen und hat das darüber hinausgehende Begehren der klagenden Partei abgewiesen. Es meint, daß die Reklametafel in der vorliegenden Form nicht die Ankündigung eines Rabattes enthalte, weil der Beklagte damit lediglich den Anschein einer derartigen Ankündigung erwecken wollte. Es sei daher nicht möglich, dem Beklagten eine derartige Ankündigung nach dem Rabattgesetz zu untersagen, wohl aber unterfalle seine Handlungsweise dem § 1 UWG. insofern, als damit zu Zwecken des Wettbewerbes gegen die guten Sitten verstoßende Handlungen vorgenommen wurden. Es könne kein Zweifel sein, daß eine derart unklare und überdies unrichtige Ankündigung grundsätzlich von allen sich nach dem Gesetz verhaltenden Mitbewerbern des Beklagten verurteilt werde. Dies reiche aus, die Handlungsweise des Beklagten als sittenwidrig anzusehen. Lediglich dann, wenn deutlich zu erkennen gewesen wäre, daß der Beklagte eine allgemeine, an keinerlei Bedingungen geknüpfte Preissenkung anzeigen wollte, könnte von einem wettbewerbsrechtlichen Verstoß des Beklagten nicht gesprochen werden. Es sei daher dem

Beklagten nach § 1 UWG. zu verbieten, den Anschein der Ankündigung einer Rabattgewährung von 20% zu unterlassen (richtig: zu erwecken).

Nach Ansicht des Revisionswerbers hat das Berufungsgericht damit das Klagebegehren überschritten, weil die Klage nur auf § 1 RabattG. gestützt wurde. Dieses Vorbringen ist aktenwidrig. Die klagende Partei hat ihr Urteilsbegehren zum Sachverhalt 2. ausdrücklich auch auf das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb gestützt.

Der Beklagte macht weiter den Revisionsgrund der Z. 3 des§ 503 ZPO. geltend, weil das Berufungsgericht auf S. 8, 7. Zeile von unten, unrichtig ausgeführt habe, daß auf der Reklametafel jede Erläuterung fehle, was es für eine Bewandtnis mit den groß herausgestellten "20%" habe. Dieses Vorbringen ist zwar richtig, für die rechtliche Beurteilung aber ohne jede Bedeutung, weil die Worte "bis" und "Ersparung d. zfr. Teilzahlung" nach den getroffenen Feststellungen so klein geschrieben waren, daß sie schon aus kurzer Entfernung und vor allem bei fahrendem Auto nicht zu lesen waren. Ein großer Teil der durch diese Reklametafel angesprochenen Verbraucher war daher nicht in der Lage, zu erkennen, welche Bewandtnis es mit den angekundigten 20% hat. Dadurch wurde zumindestens ein nicht unbeträchtlicher Teil der angesprochenen Verbraucherkreise zur irrigen Annahme bewogen, daß der Beklagte Preisnachlässe von 20% für Schreibmaschinen, Kühlschränke u. dgl. ankundige. Es ist nicht richtig, daß das Berufungsgericht mit seinem Urteil jede "Blickfangreklame" schlechthin als unsittlich hinstellte. Das Berufungsgericht hat nicht die Blickfangreklame, sondern nur die bewußt unklare und einen nicht unerheblichen Teil der Verbraucher irreführende Reklame des Beklagten als unlauteren Wettbewerb beurteilt und dies mit Recht. Allerdings liegt nach Ansicht des Obersten Gerichtshofes nicht ein Verstoß gegen § 1 UWG., sondern gegen § 2 UWG. vor, wonach unrichtige Angabe in öffentlichen Bekanntmachungen ... über die Preisbemessung, die geeignet sind, den Anschein eines besonders günstigen Angebotes hervorzurufen, verboten sind. Unrichtig ist eine Angabe nicht nur, wenn sie rein objektiv einen falschen Sachverhalt behauptet, sondern auch dann, wenn ihr trotz sachlicher Richtigkeit von den Personen, an die sie sich wendet, etwas Unwahres entnommen werden kann. Auch an sich wahre Behauptungen können unter Umständen - vor allem durch die Form, in die sie eingekleidet werden - zu unrichtigen Angaben im Sinne des Gesetzes werden. Grundsätzlich kommt es dabei nicht darauf an, was sich der Ankundigende selbst bei der Formulierung seiner Mitteilung gedacht hat, sondern nur darauf, wie die Ankündigung vom Verkehr aufgefaßt und welche Bedeutung ihr hier beigelegt wird. Läßt eine Angabe mehrere Bedeutungen zu, muß jede von ihnen vertretbar und stichhältig sein. Wer mehrdeutige Äußerungen macht, muß immer die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen, gleichgültig, ob er sich der Mehrdeutigkeit bewußt war oder nicht (vgl. Hohenecker - Friedl, aaO., S. 23 f.). Der Beklagte muß daher gegen sich gelten lassen, daß ein nicht unbeträchtlicher Teil der angesprochenen Verbraucher seiner Reklame entnehmen konnte, der Beklagte gewähre einen Rabatt von 20%, was einerseits unrichtig, andererseits unzulässig ist. Jedenfalls hat der Beklagte durch unrichtige Angaben im Sinn der vorstehenden Ausführungen den Anschein eines besonders günstigen Angebotes erweckt, weshalb diesem Teil des Klagebegehrens aus dem Gründe des § 2 UWG. stattzugeben ist. Daß sich die klagende Partei auf die Generalklausel des§ 1 UWG. und nicht auf den Sondertatbestand des § 2 UWG. bezogen hat, schadet nicht, weil die rechtliche Beurteilung Sache des Gerichtes ist.

IV. Urteilsveröffentlichung:

Zu der der klagenden Partei erteilten Befugnis der Urteilsveröffentlichung bringt der Beklagte nichts Stichhältiges vor. Er überläßt die Entscheidung hierüber dem Ermessen des Obersten Gerichtshofes. Dieser findet aber keine sachlichen Gründe, das Berufungsurteil in diesem Punkt abzuändern.

V. Kostenentscheidung des Berufungsgerichtes:

Diese kann vom Obersten Gerichtshof ohne Änderung des Berufungsurteils in der Hauptsache nicht überprüft und abgeändert werden.

Der Revision kann daher nicht Folge gegeben werden.

Anmerkung

Z36127

Schlagworte

Anpreisung, wahrheitswidrige, nach § 2 UWG., Schreibmaschinen, Handelsschüler, Schreibmaschinenverkauf an -, Rabattgewährung,, wahrheitswidrige Anpreisung, Rabattgewährung, Schreibmaschinenverkauf an Handelsschüler, Schreibmaschinenverkauf, wahrheitswidrige Anpreisung, Rabattgewährung, an Handelsschüler, Wahrheitswidrige

Anpreisung nach § 2 UWG., Schreibmaschinen

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1963:0040OB00348.63.1015.000

Dokumentnummer

JJT_19631015_OGH0002_0040OB00348_6300000_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