

Urteilsveröffentlichung im UWG

Forum Wettbewerbsrecht
25.11.2013

Georg Streit

Urteilsveröffentlichung

- § 25 Abs. 4 UWG
 - Die Veröffentlichung umfasst den Urteilsspruch. Die Art der Veröffentlichung ist im Urteil zu bestimmen.
- „Harmonisierung“ mit § 13 Abs. 4 MedienG?
 - Bei Veröffentlichung in einem periodischen Druckwerk oder auf einer Website ist ein gleicher Veröffentlichungswert jedenfalls dann gegeben, wenn die Gegendarstellung oder die nachträgliche Mitteilung im selben Teil und in der gleichen Schrift wie die Tatsachenmitteilung wiedergegeben wird. Bei einer Tatsachenmitteilung auf der Titelseite eines periodischen Druckwerks oder auf der Startseite einer Website genügt auf der Titelseite oder Startseite eine Verweisung auf die Gegendarstellung im Blattinneren oder ein Link zur Gegendarstellung.

- **Rechtsprechung:**
- *Während § 13 Abs 4 MedienG auf die Erreichung eines gleichen Veröffentlichungswerts abzielt, kommt es im Rahmen des § 25 UWG vor allem darauf an, die beteiligten Verkehrskreise über die wahre Sachlage aufzuklären und einer Weiterverbreitung unrichtiger Ansichten entgegenzuwirken. Eine allgemeine „Harmonisierung“ der Urteilsveröffentlichungsvorschriften des UWG und des MedienG ist deshalb angesichts der unterschiedlichen Regelungssachverhalte und der daraus resultierenden unterschiedlichen Wertungen der genannten Bestimmungen nicht in Betracht zu ziehen (4 Ob 224/08g, 4 Ob 184/09a, 4 Ob 118/10x, 4 Ob 148/10h).*

- **Länger zurück liegender Verstoß:**
- *Berechtigtes Interesse an einer Publikationsbefugnis besteht umso länger, je größer der Personenkreis war, der vom Gesetzesverstoß Kenntnis erlangt hat und je intensiver die Verbreitung des dadurch hervorgerufenen Erinnerungsbilds beim Publikum war (4 Ob 287/01m).*
- *Eine längere Prozessdauer hindert die Stattdgebung des Urteilsveröffentlichungsbegehrens nicht, wenn noch künftige Nachteile für den Kläger oder „Vorteile“ für den Beklagten aus der zu Recht beanstandeten Wettbewerbsbehandlung zu besorgen sind. Die längere Dauer eines Verfahrens darf keine Prämie für den unterliegenden Teil in der Richtung bilden, dass infolge längerer Zeitdauer von einer Urteilsveröffentlichung Abstand zu nehmen wäre (17 Ob8/09).*
- *Als aufklärungsrelevante Zeitspanne wird allgemein auf den Zeitraum zwischen Gesetzesverstoß und Schluss der mündlichen Streitverhandlung abgestellt. Bei besonders publikumswirksam gebrachten wettbewerbswidrigen Äußerungen gegenüber einem großen, unbestimmten Personenkreis Veröffentlichungsinteresse auch bei Verfahrensdauer von vier Jahren und drei Monaten (4 Ob 2118/96s), im Fall negativer Äußerungen über eine Kosmetikschule gegenüber einem unbestimmten Personenkreis nach vier bis fünf Jahren (4 Ob 19/02a), bei wiederholter Ausstrahlung der Werbung in vier verschiedenen Fernsehprogrammen während mehrerer Monate im Werbeblock und als Werbeunterbrechung im Hauptabendprogramm nach 25 Monaten zwischen Verstoß und Schluss der Verhandlung (4 Ob 50/05i).*

- Was ist zu veröffentlichen?:

- *Ausspruch über Prozesskostenersatz: mag zwar unter "Urteilsspruch" fallen, Gleichbehandlung mit dem Unterlassungsgebot wäre aber sachlich nicht zu rechtfertigen, weil mit seiner Veröffentlichung keinerlei Aufklärung verbunden ist.*
- *Dass aber die Veröffentlichung der Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung so sinnlos wäre, dass auch hier das Gesetz teleologisch zu reduzieren wäre, trifft nicht zu: Die mit der Urteilsveröffentlichung verfolgte Absicht, eine unlautere Wettbewerbshandlung in aller Öffentlichkeit aufzudecken und die beteiligten Verkehrskreise über die wahre Sachlage aufzuklären, wird viel eher erreicht, wenn dem Text zu entnehmen ist, dass die Information mit gerichtlicher Ermächtigung nach Rechtskraft des entsprechenden Urteils und nicht womöglich nur auf Initiative des Klägers auf dessen Kosten allenfalls vor Rechtskraft des Urteils geschieht. Daher steht daher das Interesse an der Information über die gerichtliche Ermächtigung im engsten Zusammenhang mit dem Zweck der Urteilsveröffentlichung schlechthin.*
- *Die Namen der Parteienvertreter sind als Teil des Urteilskopfes Bestandteil des Urteilsspruchs. Ihre Aufnahme in die Urteilsveröffentlichung ist daher konsequent (4 Ob 38/95).*

- Was ist zu veröffentlichen?:

- *Veröffentlichungen des Klägers - sei es auch auf einer Homepage - und eine allgemeine mediale Berichterstattung werden dem Bedürfnis der Verbraucher nach Aufklärung über die Verwendung bestimmter gesetzwidriger Vertragsbestandteile nicht gerecht. Das Argument, es reiche aus, wenn in der Tageszeitung lediglich der Urteilskopf mit einem Hinweis darauf publiziert werde, wo der Volltext der Entscheidung bezogen werden könne, ist nicht zielführend. Eine Vielzahl von Verbrauchern, die der Informationsaufnahme mittels elektronischer Medien noch reserviert gegenüberstehen, erhielten dadurch vom Inhalt (Spruch) der Entscheidung keine Kenntnis (1 Ob 244/11f).*

- Wie ist zu veröffentlichen?:
 - Soll die beantragte Veröffentlichung in einem Printmedium erfolgen, kann weder deren Platzierung noch deren allfällige besondere optische Gestaltung ("in farbiger Ausführung,") dem Ermessen der Klägerin vorbehalten bleiben. Wenngleich ein unsubstantielles Veröffentlichungsbegehren grundsätzlich zulässig ist, hat das Gericht nach pflichtgebundenem Ermessen auf der Grundlage der näheren Umstände des jeweiligen Einzelfalles zu entscheiden, wobei eine möglichst detaillierte Art der Veröffentlichung gerade deshalb in das Urteil aufzunehmen ist, damit der Antragsteller nicht die Gelegenheit erhält, im Rahmen des durch die Befugnis noch Gedeckten kostenerhöhende Zusatzwünsche bei der Veröffentlichung in Auftrag zu geben.
 - Die Befürchtung, die Hervorhebung durch schwarze Fettdruck-Umrandung könnte Assoziationen zu Todesanzeigen hervorrufen, ist mit Rücksicht darauf, dass diese Gestaltung durchaus den üblichen Standards derartiger Veröffentlichungen entspricht, unbegründet (4 Ob 2153/96p).

- Wo ist zu veröffentlichen?:
 - Wenn auch die Bestimmung der Art der Urteilsveröffentlichung - insbesondere der dafür herangezogenen Medien - dem freien Ermessen des Gerichtes überlassen ist, muss sie sich doch im Rahmen des Antrages halten.
 - Überlässt der Kläger die Wahl des Mediums dem Gericht, dann steckt er damit den Rahmen so weit ab, dass das Gericht jedes nach seinem pflichtgemäßen Ermessen ihm zweckmäßig erscheinende Medium wählen kann. Begehrt er aber ausdrücklich die Veröffentlichung nur in einer bestimmten Gruppe von Medien, engt er damit den Ermessensrahmen des Gerichts ein; dieses darf dann nur ein vom Antrag des Klägers umfasstes Medium bestimmen (4 Ob 98/88, 4 Ob 219/03i).
 - Begehrt der Kläger die Veröffentlichung in bestimmten Medien, dann ist das Gericht daran gebunden und kann nicht auf Veröffentlichung in anderen Medien erkennen (17 Ob 11/07b).
 - Suchen voraussichtlich nicht alle ehemaligen Kunden eines Unternehmens, die ein objektives Interesse an der Information über dessen bedenkliche Geschäftspraktiken bei Vertragsabschlüssen haben, neuerlich die Internetseiten dieses Unternehmens auf, so ist ein Unterlassungsurteil im Regelfall nicht nur dort zu veröffentlichen (4 Ob 18/08p).

- Wo ist zu veröffentlichen?:

- Hat ein Gesetzesverstoß breite Publizität erlangt, so kann zur Erzielung einer hinreichenden Aufklärungswahrscheinlichkeit eine mehrfache Veröffentlichung des Urteils in demselben Medium oder in verschiedenen Medien erfolgen. Liegt eine fortgesetzte Irreführung durch die Beklagte vor, welche breite Publizität erlangte, ist die Urteilsveröffentlichung in zwei aufeinanderfolgenden Ausgaben der Druckschrift der Beklagten angemessen (4 Ob 166/11g).
- Die österreichweite Werbeaktion der Beklagten rechtfertigt die Veröffentlichung in einer überregionalen Tageszeitung. Anderes gilt aber für die Veröffentlichung auf der Website www.*****4kids.at. Denn diese Website richtet sich, wie sich schon aus der Domain ergibt, an Kinder. Diese wären aber durch die - auch für erwachsene Nichtjuristen nur schwer verständliche - Formulierung des Unterlassungsgebots zweifellos überfordert. Ein berechtigtes Interesse an der Veröffentlichung eines für die Zielgruppe praktisch unverständlichen Textes besteht nicht (4 Ob 244/12d).
- Im Übrigen: Dem Interesse an der Veröffentlichung in ein Printmedium tut es keinen Abbruch, dass die Öffentlichkeit die Entscheidung auch im Rechtsinformationssystem des Bundes oder auf den Webseiten des Klägers aufrufen kann (1 Ob 244/11f, 1 Ob 210/12g).

- § 30 Abs. 1 KSchG:

- § 30 Abs 1 KSchG ordnet an, dass unter anderem § 25 Abs 3 bis 7 UWG für die Verbandsklage sinngemäß zu gelten hat. Die Urteilsveröffentlichung soll nicht nur eine schon bestehende unrichtige Meinung stören, sondern auch deren weiteres Umsichgreifen hindern, also der Aufklärung des Publikums dienen. Sie soll im Interesse der Öffentlichkeit den Verstoß aufdecken und die beteiligten Verkehrskreise über die wahre Sachlage aufklären. Das „berechtigte Interesse“ an der Urteilsveröffentlichung liegt bei der Verbandsklage nach dem KSchG darin, dass der Rechtsverkehr bzw die Verbraucher als Gesamtheit - also nicht nur unmittelbar betroffene Geschäftspartner - das Recht haben, darüber aufgeklärt zu werden, dass bestimmte Geschäftsbedingungen gesetz- bzw sittenwidrig sind. Durch die Aufklärung wird die Aufmerksamkeit der Verbraucher für die Unzulässigkeit von Vertragsbedingungen geschärft und es wird ihnen damit erleichtert, ihre Rechte gegenüber dem Unternehmer wahrzunehmen (2 Ob 215/10x mwN).

- Urteilsveröffentlichung in „neuen“ (elektronischen) Medien
 - Internet (Websites)
 - Social media
 - Youtube
 - Blogs
 - Foren
 - Newsletter
 - Konkrete Umsetzung
 - Technische Fragen

- Internet:
 - *Erfasst das Unterlassungsgebot nur Werbung im Internet, ist die Urteilsveröffentlichung auf das Internet zu beschränken; einer zusätzlichen Veröffentlichung in Printmedien bedarf es unter diesen Umständen nicht (4 Ob 219/03j).*
 - *Ob und in welchem Umfang dazu eine Veröffentlichung des Urteils geboten ist, richtet sich nach den Umständen des konkreten Falls. Gleiches gilt für die Frage, an welcher Stelle eines Internetauftritts (Start- oder Unterseite) die Veröffentlichung zu erfolgen hat („Spider“-Programm – Internetstellenanzeigen, 4 Ob 164/09k).*
 - *Wird die rechtswidrige Handlung im Internet begangen, so kann auf Urteilsveröffentlichung im Internet erkannt werden (4 Ob 174/02w).*
 - *Dient die Veröffentlichung insbesondere dazu, ehemalige Vertragspartner der Beklagten über die Rechtswidrigkeit einzelner von der Beklagten angewandter Geschäftspraktiken aufzuklären, ist eine Veröffentlichung sowohl im Internet als auch in Printmedien gerechtfertigt (4 Ob 18/08p, 17 Ob 15/10w)*

- Internet

- *Die ehemaligen Vertragspartner der Beklagten werden in vielen Fällen - verärgert über deren Geschäftspraktiken - gerade nicht auf deren Internetseiten zurückkehren. Damit unterscheidet sich der hier zu beurteilende Sachverhalt deutlich von jenem, der der Entscheidung 4 Ob 174/02w zugrunde lag. Denn dort war eine Information ehemaliger Kunden oder Nutzer, die nicht auf die Website zurückkehrten, nicht notwendig. Hier erfordert der Zweck der Urteilsveröffentlichung demgegenüber auch eine Veröffentlichung in einem Printmedium. Denn nur so ist (weitgehend) sichergestellt, dass die ehemaligen Kunden der Beklagten von der Rechtswidrigkeit der beanstandeten Praktiken erfahren. Weiters wird dadurch verhindert, dass sich in Anbieterkreisen die Auffassung verfestigt, eine dem Internetauftritt der Beklagten vergleichbare Vorgangsweise entspreche den Erfordernissen des Lauterkeits- und Fernabsatzrechts (4 Ob 18/08p). Eine Beschränkung der Veröffentlichung auf die Internetseiten der Beklagten würde dieser Zielsetzung nicht gerecht. Gegenteilige Entscheidung (4 Ob 219/03i) hält der Senat nicht aufrecht (4 Ob 18/08p).*

- Einzelfragen:

- Wie lange/ „30 Tage“ ?
- „Für die Dauer“
- Auf welcher Site?
- Verkleinerungsfunktion der UV
- Wo auf der Site?
- Geänderter Webauftritt

- Einzelfragen:

- Wie lange/ „30 Tage“ ?
 - *Wird die rechtswidrige Handlung im Internet begangen, so kann auf Urteilsveröffentlichung im Internet erkannt werden. Dabei ist ein Zeitraum zu bestimmen, während dessen die Veröffentlichung auf der Website aufzusehen hat, durch deren Inhalt rechtswidrig gehandelt wurde(4 Ob 174/02w).*
- „Harmonisierung“ mit § 13 (3a) MedienG?
 - *Bei Veröffentlichung auf einer Website ist die Gegendarstellung oder nachträgliche Mitteilung einen Monat lang abrufbar zu machen. Ist die Tatsachenmitteilung jedoch weiterhin abrufbar, so ist die Gegendarstellung oder nachträgliche Mitteilung ebenso lange wie die Tatsachenmitteilung und bis zu einem Zeitpunkt abrufbar zu halten, der einen Monat nach der Löschung der Tatsachenmitteilung liegt.*

- Einzelfragen:

- „Für die Dauer“
 - *Wenn die Rekurswerberin vermeint, die titelmäßige Verpflichtung zur Veröffentlichung des Urteils „für die Dauer von 30 Tagen“ bedeute nicht, dass dies durchgehend erfolgen müsse, ist sie auf den üblichen Sprachgebrauch zu verweisen. Ohne Zweifel bedeutet die Veröffentlichung des Urteils „für die Dauer von 30 Tagen“ die durchgehende Einschaltung (LG ZRS 46 R 26/12g).*
- → Dauer beantragen, u zw. „für die Dauer von“

- Einzelfragen:

- Auf welcher Site?

- (Start- oder Unterseite) - richtet sich nach den Umständen des konkreten Falls (4 Ob 164/09k).

- genaue Spezifizierung notwendig

- „auf der ersten Seite, die nach Eingabe der Adresse im Browserfenster erscheint“

- Verkleinerungsfunktion der UV?

- genaue Größe auf Bildschirm spezifizieren („1/4 der Bildschirmoberfläche“)

- Geänderter Webauftritt

- genaue Spezifizierung notwendig („falls unter anderer Adresse“)

- Pop up-Fenster:

- Es ist zweckmäßig, das Urteil in einem Fenster zu veröffentlichen, das sich öffnet (Pop-up-Fenster), wenn der Internetnutzer auf eine bestimmte Seite gelangt (4 Ob 174/02w) .
- Diese Entscheidung konnte auf den nachfolgenden technischen Fortschritt (Verbreitung von Pop-up-Blockern) noch nicht Rücksicht nehmen. Wegen der (gerichtsnotorischen) Verbreitung von „Pop-up-Blockern“ ist eine Urteilsveröffentlichung im Internet nicht nur in einem Pop-Up-Fenster, sondern direkt auf der Homepage des in Anspruch genommenen Rechteverletzers erforderlich, um die gebotene Aufklärung des Publikums zu ermöglichen (4 Ob 57/07x)
- Suchen voraussichtlich nicht alle ehemaligen Kunden eines Unternehmens, die ein objektives Interesse an der Information über dessen bedenkliche Geschäftspraktiken bei Vertragsabschlüssen haben, neuerlich die Internetseiten dieses Unternehmens auf, so ist ein Unterlassungsurteil im Regelfall nicht nur dort zu veröffentlichen (4 Ob 18/08p)

- Internet – „Social Media“:
 - „LA Hairstyles“ / „AHA GmbH“ / „Pink and Violet Hairclub“
 - Youtube/Videportal
 - Verlesung, ähnlich der Rsp zu § 62 Abs. 3 AMD-G/§ 37 Abs. 4 ORF-G
 - HG Wien, 39 Cg 75/10p
 - Werbevideo auf YouTube: Urteil als scrollendes Video gezeigt und dabei vorgelesen.
 - Abgehen von Talionsprinzip und UV auf Website des Verpflichteten?
 - Ausweichen von einem online-Auftritt auf einen anderen öffentl. Auftritt?
 - Facebook
 - Fotoalbum mit dem Titel „Urteilsveröffentlichung“
 - HG Wien 115/10g
 - Abgehen von Talionsprinzip und UV auf Website des Verpflichteten?
 - Ausweichen von einem online-Auftritt auf einen anderen
 - für welche Dauer? s.o.
 - Twitter?
 - Newsletter?

- Internet – „Social Media“:
 - „Twitter“
 - Zu wenig Platz → Ausweichen auf Website, facebook, Printmedium, APA-Aussendung?
 - Newsletter
 - Adressdatei des Gegners?

- **Fristen:**
 - Hat der Verletzte keine Frist in sein Begehren auf Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung aufgenommen, so hat das Gericht in analoger Anwendung des § 409 Abs 2 ZPO von Amts wegen eine angemessene Frist zu setzen (4 Ob 216/04z; 4 Ob 247/05k)
 - Die zur Veröffentlichung eines Urteils ermächtigte Partei hat die ihr gemäß § 25 Abs 3 UWG gesetzte Frist dann eingehalten, wenn sie innerhalb dieser Frist dem Medieninhaber den Auftrag zur Einschaltung erteilt (4 Ob 10/91)

Durchsetzung von Urteilsveröffentlichungen

- § 25 Abs. 7
- Kontrahierungszwang
- idR einklagbar.
 - § 25 Abs 7 UWG sieht die Pflicht des Medienunternehmens vor, Urteile auf Grund vollstreckbarer Exekutionstitel zu veröffentlichen; damit wird dem Medieninhaber in den Fällen, in denen eine zur Urteilsveröffentlichung ermächtigte Partei an ihn herantritt, ein Kontrahierungszwang auferlegt.
 - Dieser vom Gesetz gegen das Medienunternehmen eingeräumte privatrechtliche Anspruch ist im Bestreitungsfall gerichtlich durchsetzbar (4 Ob 15/12 b).
 - Das rechtliche Gehör eines Medienunternehmens, das eine Urteilsveröffentlichung verweigert, wird im Rahmen der klageweisen Durchsetzung eines auf § 25 Abs 7 UWG gestützten Begehrens gewahrt, in dem das Medienunternehmen Einwendungen, weshalb es ausnahmsweise der gesetzlichen Veröffentlichungspflicht enthoben sei, geltend machen kann. Ein Eingriff in das Eigentumsrecht wird idR wegen des Entgeltanspruchs des Medienunternehmens nicht vorliegen (4 Ob 15/12b).

Durchsetzung von Urteilsveröffentlichungen

- Kontrahierungszwang
 - § 25 Abs 7 UWG ist auf Urteilsveröffentlichung im Internet analog anwendbar. Der Betreiber der Website ist verpflichtet, die Urteilsveröffentlichungen ohne unnötigen Aufschub vorzunehmen (4 Ob 174/02w)
 - Auf Grund der technischen Gegebenheiten des Internets bedarf die Klägerin zur Urteilsveröffentlichung der Mitwirkung der Betreiberin der Website. Die Betreiberin hat eine dem Medienunternehmer vergleichbare Stellung. § 25 Abs 7 UWG verpflichtet den Medienunternehmer, die Veröffentlichung auf Grund eines rechtskräftigen Urteils oder eines anderen vollstreckbaren Exekutionstitels ohne unnötigen Aufschub vorzunehmen, sobald eine zur Urteilsveröffentlichung ermächtigte Partei an ihn herantritt. Ob der danach zur Veröffentlichung verpflichtete Medienunternehmer - dem der Betreiber der Website gleichzuhalten ist - mit den zur Unterlassung verpflichteten Beklagten ident ist, ist für die ihm auferlegte Veröffentlichungspflicht ohne Bedeutung. Die jeweiligen Betreiber der im Spruch angeführten Websites, die nach den Feststellungen der Vorinstanzen die wettbewerbswidrigen Ankündigungen enthielten, sind verpflichtet, die Veröffentlichung nach Aufforderung des Klägers ohne unnötigen Aufschub vorzunehmen (4 Ob 177/02m).

Durchsetzung von Urteilsveröffentlichungen

- Kontrahierungszwang:
 - *Die Veröffentlichungspflicht des Medieninhabers nach § 25 Abs 7 UWG trifft bei Verstößen im Internet auch den Inhaber jener Website, auf der - nach Anordnung des Gerichts - die Veröffentlichung vorgenommen werden soll, um jene Verkehrskreise zu erreichen, denen gegenüber die beanstandete wettbewerbswidrige Handlung wirksam geworden ist (4 Ob 177/02 m, 4 Ob 152/05i).*
 - *... der Vertrieb erfolgte über das Internet auf der Website „www.b****.at“. Damit hat eine Aufklärung jener Verkehrsteilnehmer zu erfolgen, die die erwähnte Website aufsuchten; sie ist - dem Talionsprinzip entsprechend - auf dieser Website vorzunehmen. Dass Personen, die die Website aufsuchen, lediglich mit der P**** GmbH in rechtsgeschäftlichen Kontakt treten könnten, ist daher unerheblich; es kommt auf die Aufklärung der erwähnten Verkehrsteilnehmer und nicht auf den Abschluss weiterer Verträge an (4 Ob 177/02 m, 4 Ob 152/05i).*
 - Ausländisches Publikationsmedium?

Durchsetzung von Urteilsveröffentlichungen

- Pflicht zur Veröffentlichung
 - Ist der Kläger berechtigt, die Urteilsveröffentlichung in einem Medium der Beklagten zu verlangen, kann er auch sofort die Verurteilung der Beklagten zur Veröffentlichung begehren, ohne davor im Sinn des § 25 Abs 3 UWG formal dazu ermächtigt worden zu sein (4 Ob 141/04w; 4 Ob 97/12m; 4 Ob 161/12y).

Kosten

- § 25 Abs 6 UWG:
 - Über Antrag kann die unterlegene Partei verpflichtet werden, die voraussichtlich für die Veröffentlichung anfallenden Kosten binnen vier Wochen voranzahlen
 - Veröffentlichung im Medium des Obsiegenden? „Harmonisierung“ mit § 39 Abs 1 MedienG?
 - Kein Zusatzverdienst, Berücksichtigung der üblichen Rabatte, aber kein Verzicht auf Kostenanspruch, § 273 ZPO: 50% (OLG Wien, 2 R 10f)
 - Gelegenheit zur Äußerung/Verfahren
 - Davon ist abzusehen, wenn die unterlegene Partei bescheinigt, dass ihre Vermögensverhältnisse dies nicht zulassen
 - Hemmung des Fristenlaufs

Kontakt

Mag. Georg Streit
Rechtsanwalt

Akad. Europarechtsexperte

Höhne, In der Maur & Partner Rechtsanwälte OG
Mariahilfer Straße 20
1070 Wien
www.h-i-p.at
E: georg.streit@h-i-p.at
T: 01/521 75-16