

II. Entscheidungen

1. Entscheidungen, die neu in die 8. Auflage aufgenommen wurden (im Wesentlichen Entscheidungen seit 2003), werden unter Angabe von Datum, Aktenzeichen und Schlagwort zitiert. Fundstellen finden sich im Judikaturverzeichnis.
2. Bei Entscheidungsfundstellen in Zeitschriften wird der Jahrgang nur dort angeführt, wo er nicht mit dem Datum der Entscheidung übereinstimmt.
3. Entscheidungen ohne Angabe der entscheidenden Behörde stammen vom OGH; OLG-Entscheidungen werden bloß durch Angabe des Gerichtsorts gekennzeichnet.
4. „StRsp“ bezeichnet einen Leitsatz, der in zahlreichen Entscheidungen im Wesentlichen unverändert wiederkehrt. In diesen Fällen wird bloß die jüngste E – falls diese keine Hinweise auf Vorentscheidungen enthält, auch die letzte mit solchen Hinweisen –, zT auch die Grundsatz-E zitiert.

A. Entscheidungen zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

§ 1 (Die Generalklausel)

- I. Abgrenzung (1 – 130)
 - A. Zweck des UWG (1 – 11)
 - B. Das Lauterkeitsrecht im Verhältnis zu anderen Bestimmungen (12 – 80 a)
 - 1. Allgemeines (12 – 16)
 - 2. Patent-, Muster- und Urheberschutz (17 – 22)
 - 3. Kennzeichenrechte (23 – 30)
 - 4. ABGB, insb § 1295 Abs 2 (31 – 36)
 - 5. Andere Vorschriften (37 – 39)
 - 6. Grundrechte (40 – 49)
 - 7. Unionsrecht (50 – 80 a)
 - C. Zum Verhältnis von § 1 Abs 1 Z 1 und Z 2 (81 – 88)
 - D. Die Generalklauseln im Verhältnis zu den Sondertatbeständen (89 – 130)
 - 1. Allgemeines (89 – 98)
 - 2. Besonderes (99 – 130)
 - 2.1 § 1 im Verhältnis zu § 2 (99 – 101)
 - 2.2 § 1 im Verhältnis zu § 7 (102 – 114)
 - 2.3 § 1 im Verhältnis zu § 9 (115 – 128)
 - 2.4 § 1 im Verhältnis zu § 11 (129, 130)
- II. Tatbestandsmerkmale (131 – 388)
 - A. „im geschäftlichen Verkehr“ (131 – 238)
 - 1. Allgemeines (131 – 220)
 - 2. Förderung fremden Wettbewerbs (221 – 238)
 - B. „Geschäftspraktiken“ und „sonstige Handlungen“ (239 – 256)
 - C. Unlauterkeit (257 – 355)
 - 1. Allgemeines (257 – 259)
 - 2. Zu den „guten Sitten“ nach § 1 UWG aF (260 – 355)

- 2.1 Allgemeines (260 – 272)
 - 2.2 Auffassung der Branchen- und Standeskreise (273 – 322)
 - 2.3 Objektive Würdigung (323 – 335)
 - 2.31 Gesamtcharakter der Handlung (323 – 328)
 - 2.32 Mittel und Zweck (329 – 335)
 - 2.4 Subjektive Würdigung (336 – 355)
- D. „berufliche Sorgfalt“ (356 – 365)**
- E. „Durchschnittsverbraucher“ (366 – 371)**
- F. „Aufforderung zum Kauf“ (372 – 375)**
- G. Wettbewerbliche Relevanz (Z 1) (376 – 388)**
 - 1. „nicht unerhebliche Wettbewerbsbeeinflussung“ (Z 1) (376 – 385)
 - 2. „Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens von Verbrauchern“ (Z 2) (386 – 388)

III. Abwehr (389 – 424)

IV. Agent provocateur, Testkäufer (425 – 441)

V. Die einzelnen Verstöße gegen die Generalklauseln (442 – 2480)

A. Rechtsbruch (442 – 978)

- 1. Allgemeines (442 – 445)
- 2. Spürbarkeit des Rechtsbruchs (446 – 460)
- 3. Vertretbarkeit der Rechtsansicht (461 – 507)
- 4. Sonstiges (508 – 532)
- 5. Arzneimittelvorschriften u.dgl. (533 – 589)
- 6. Gesundheitsbezogene Werbung (590, 591)
- 7. Ärztewerbung (592 – 625 a)
- 8. Kennzeichnungsvorschriften (626 – 640)
- 9. Preisauszeichnung (641 – 650)
- 10. Trennungsgebot (651 – 675)
- 11. Impressum, Publizitätsvorschriften (676 – 690)
- 12. Telefonwerbung (691 – 697)
- 13. Gewerberechtliche Vorschriften (698 – 776)
- 14. Sonstige Berufsvorschriften (777 – 807)
- 15. Öffnungszeiten (808 – 823)
- 16. Arbeitsrechtliche Vorschriften (824 – 841)
- 17. Vertretungsvorschriften (Winkelschreiberei u.Ä.) (842 – 867)
- 18. Ärztevorbehalt (868 – 895)
- 19. Berufsbezeichnungen und Titel (896 – 905)
- 20. KartG, NVG (906 – 922)
- 21. Vergaberecht (923 – 928)
- 22. Raum- und Bauordnung (929 – 934)
- 23. Sonstige Vorschriften (935 – 978)

B. Vertragsbruch (979 – 1106)

- 1. Allgemeines (979 – 998)
- 2. Verletzung von Konkurrenzverboten und -klauseln (999 – 1038)
- 3. Andere Fälle von Vertragsbruch (1039 – 1059)
- 4. Verleitung zum Vertragsbruch (1060 – 1077)
- 5. Mitwirkung am Vertragsbruch (1078 – 1093)
- 6. Ausnützen fremden Vertragsbruchs (1094 – 1106)

C. Vertrauensbruch (1107 – 1161)

- 1. Allgemeines (1107 – 1134)
- 2. Verleitung von Loyalitätspflichten beim Markenerwerb (1135 – 1161)

D. Täuschungshandlungen (1162 – 1245)

- 1. Allgemeines (1162 – 1180)
- 2. Einzelfälle (1181 – 1245)
 - 2.1 Verstöße gegen § 1 (1181 – 1233)
 - 2.2 Keine Verstöße gegen § 1 (1234 – 1245)

E. Ausbeuten fremder Leistung (1246 – 1646)

1. Allgemeines über das Nachahmen (1246 – 1505)
 - 1.1 Allgemeines (1246 – 1277)
 - 1.2 Kriterien der „vermeidbaren Herkunftstäuschung“ (1278 – 1363)
 - 1.21 Bewusstes Nachahmen (1278 – 1290)
 - 1.22 Verwechslungsgefahr (1291 – 1303)
 - 1.23 Wettbewerbliche Eigenart (1304 – 1343)
 - 1.24 Zumutbarkeit andersartiger Gestaltung (1344 – 1363)
 - 1.3 Unmittelbare Leistungsübernahme (1364 – 1409)
 - 1.4 Rufausbeutung (1410 – 1441)
 - 1.5 Sonstiges (1442 – 1505)
2. Einzelne Fälle des Nachahmens fremder Produkte (1506 – 1582)
3. Nachahmen der Werbung (1583 – 1628)
4. Andere Fälle (1629 – 1646)

F. Bezugnahme auf Mitbewerber (1647 – 1786)

1. Persönliche Werbung (1647 – 1709)
2. Pauschalabwertung (1710 – 1760)
3. Systemvergleich (1761 – 1786)

G. Rechtsmissbrauch (1787 – 1838)

1. Urteilsveröffentlichung (1787 – 1805)
2. Missbrauch des eigenen Namens (1806 – 1814)
3. Andere Fälle (1815 – 1838)

H. Art der Kundenwerbung (1839 – 1969)

1. Allgemeines (1839 – 1866)
2. Vorspannangebote (1867 – 1878)
3. Geschenke und sonstige Gratisgaben (1879 – 1915)
4. Koppelungsangebote und Zugaben (1916 – 1940)
5. Laienwerbung (1941 – 1948)
6. Andere Einzelfälle (1949 – 1969)

J. Eindringen in fremden Kundenkreis (1970 – 2070)

1. Allgemeines (1970 – 1994)
2. Verletzung von Ausschließlichkeitsbindungen (1995 – 2018)
3. Errichtung eines Konkurrenzunternehmens in der Nachbarschaft (2019 – 2022)
4. Kundenfang (2023 – 2070)

K. Preisunterbieten (2071 – 2113)**L. Behinderung** (2114 – 2480)

1. Absatzbehinderung (2115 – 2135)
2. Werbebehinderung (2136 – 2139)
3. Behinderung durch Markenerwerb (2140 – 2173)
4. Domain-Grabbing udgl (2174 – 2213)
5. Boykott udgl (2214 – 2262)
6. Missbrauch wirtschaftlicher Macht, Verkaufsverweigerung, Diskriminierung (2263 – 2304)
7. Missbrauch öffentlich-rechtlicher Stellung (2305 – 2339)
8. Anzapfen (2340 – 2351)
9. Konkurrenzaußchluss udgl (2352 – 2408)
10. Ankündigungen vor Konkurrenzgeschäften (2409 – 2423)
11. Abwerben von Dienstnehmern (2424 – 2480)

VI. Die Ansprüche aus § 1 (2481 – 2487)

- A. Unterlassung (2481)
- B. Beseitigung (2482)
- C. Widerruf? (2483)
- D. Schadenersatz (2484 – 2486)
- E. Urteilsveröffentlichung (2487)

VII. Verfahrensfragen (2488 – 2551)

- A. Kammergutachten (2488 – 2491)
- B. Bindung an die rechtliche Qualifikation? (2492 – 2506)
- C. Rechts- oder Tatfragen? (2507 – 2534)
 - 1. Rechtsfragen (2507 – 2527)
 - 2. Tatfragen (2528 – 2534)
- D. Beweislast (2535 – 2547)
- E. Sonstiges (2548 – 2551)

I. Abgrenzung

A. Zweck des UWG

1. Die Vorschriften über den unlauteren Wettbewerb dienen der **Sicherung** des **freien Wettbewerbs** und des freien Handels gegen Eingriffe Dritter, die die vom Gesetz verbürgte wirtschaftliche Freiheit beseitigen oder beschränken wollen. 18. 12. 1957 JBl 1958, 272 = GRURAusl 1959, 243.

2. Auch die Allgemeinheit hat Interesse an der Beseitigung der Auswüchse des Wettbewerbs. Die Unterlassungskl. soll nicht nur den Konkurrenten schützen, sondern, wie das ganze UWG, **auch im öffentlichen Interesse** den Auswüchsen des Wettbewerbs entgegentreten. 8. 3. 1932 PBl 105 = Rsp 278 (zust Abel).

3. Durch die Nov des § 2 im Jahr 1971 hat der Geber klargestellt, dass das UWG auch einen wettbewerbsbezogenen Schutz der **Verbraucher** beweckt; die Nov verstärkt den Schutz der Mitbewerber vor unlauterem Wettbewerb, bewirkt eine bessere **Transparenz des Marktes** und dient damit auch dem **Konsumentenschutz**; dem Verbraucher stehen auch **Individualansprüche** nach diesem G (insb auf Schadenersatz) zu; vgl § 1 a E 66. 24. 2. 1998 SZ 71/36 = ecolex 497 (Tahedl) = EvBl 124 = MR 77 (Preiss) = ÖBl 193 (Langer) = RdW 399 = wbl 228 = WRP 789 = GRURInt 1999, 181.

4. Mit dem Schutz des Mitbewerbers gegen die für ihn nachteiligen Folgen irreführender Reklame durch § 2 ist der **Schutz des Publikums** gegen Übervorteilung verbunden. 28. 1. 1953 ÖBl 19.

5. Das UWG dient – neben dem Schutz der Konsumenten – **auch** dem **Schutz der Mitbewerber**. 15. 9. 1981 SZ 54/121 = ÖBl 1982, 13 = GRURInt 1982, 677.

6. Das UWG ist **kein Schutzrecht zur Konservierung von Wettbewerbspositionen**; auch eine neuartige und besonders wirksame Werbung ist daher nicht schon deshalb zu missbilligen, weil sie den Mitbewerbern unangenehm ist; vgl E 1891. 23. 10. 1990 SZ 63/179 = MR 1991, 38 = wbl 1991, 64.

7. – Niemand hat im Wettbewerb Anspruch auf die Wahrung seiner Position; nur die Art und Weise, wie die Beeinträchtigung des Mitbewerbers geschieht, kann eine Wettbewerbshandlung unzulässig machen. 3. 5. 2000 ÖBl 2001, 70.

8. Ob eine Handlung gegen das UWG verstößt, hängt **nicht von volkswirtschaftlichen Nützlichkeitsgedanken** ab. Wien 7. 9. 1936 EvBl 939.

9. Das UWG ist kein Gesetz gegen unlautere wirtschaftliche Betätigung schlechthin; es erfasst nur Handlungen, die sich auf die Marktverhältnisse beziehen.

hen. (Vgl E 144) 21. 12. 1999 ecolex 2000, 438 (*Wiltschek*) = ÖBl 2000, 262; 16. 10. 2001 ÖBl 2002, 291.

10. Eine den freien Wettbewerb ausschaltende Vereinbarung ist nur gegenüber Mitbewerbern, nicht aber auch gegenüber dem Vertragspartner (Kunden) sittenwidrig. Das ergibt die Beschränkung der KlLegitimation auf Mitbewerber. 28. 10. 1959 EvBl 1960/126 = JBl 1960, 384 = ÖBl 1960, 66 = SchöDi 30. Siehe auch E 270, ferner § 14 E 350.

11. Siehe auch E 262 (Schutzzweck des Wettbewerbsrechts).

B. Das Lauterkeitsrecht im Verhältnis zu anderen Bestimmungen

1. Allgemeines

12. Die **Voraussetzungen** des Patent-, des Marken- und des Musterschutzes decken sich nicht mit denen des UWG. Dieses ist trotz Formalschutzes anzuwenden, wenn besondere Umstände eine Sittenwidrigkeit erkennen lassen. 1. 4. 1932 Rsp 187 (*Abel*); 16. 10. 1934 Rsp 360 = JBl 1935, 18; 28. 1. 1936 JBl 256 = Rsp 103.

13. Das UWG **ergänzt** den durch das formale Sonderrecht gewährten Rechtsschutz; seine Anwendung ist zulässig, soweit sie nicht von den Formalgesetzen ausdrücklich oder stillschweigend ausgeschlossen wird. 2. 9. 1958 ÖBl 1959, 23; 22. 5. 1973 SZ 46/53 = ÖBl 126.

14. Siehe auch E 264 (vom Gesetz ausdrücklich erlaubte Handlungen) und E 509 f (Umgehung).

15. Wer **Ausschließlichkeitsrechte** (Patent-, Marken-, Urheberrechte odgl) missachtet, kann gegen die §§ 1, 2 verstoßen, weil er sich vor den Mitbewerbern, die diese Rechte respektieren und **Lizenzgebühr** zahlen, einen ungerechtfertigten Vorsprung verschafft und vortäuscht, zur Benützung des ausschließlichen Rechts befugt zu sein; durch das öff Ausstellen eines *Filmrequisits* werden aber Rechte am Filmwerk nicht verletzt. 3. 11. 1987 MR 1988, 22. Siehe auch E 27. **Jedoch:**

16. An dem früher vertretenen Grundsatz, dass ein Mitbewerber wegen der Verletzung **fremder Ausschließlichkeitsrechte** dann wettbewerbsrechtliche Ansprüche geltend machen kann, wenn der Rechtsverletzer bewusst und planmäßig in der Absicht gehandelt hat, sich durch diesen GVerstoß einen Vorsprung vor seinen gesetzestreuen Konkurrenten zu verschaffen, kann nicht festgehalten werden; vgl E 21. 24. 4. 2001 MR 381 (*M. Walter*) = ÖBl 220 (*G. Mayer*) = GRURInt 2002, 350. Siehe § 2 E 1725.

2. Patent-, Muster- und Urheberschutz

17. Die **subsidiäre Anwendung** des § 1 neben dem **PattG** setzt voraus, dass **besondere Umstände** einen zusätzlichen sittenwidrigen Tatbestand ergeben. 21. 12. 1938 SZ 20/267 = PBl 1939, 58; Wien 18. 6. 1968 ÖBl 1969, 107.

18. – Soweit Patentschutz besteht, scheiden wettbewerbsrechtliche Ansprüche aus, weil das Wettbewerbsrecht keinen Schutz bietet, wenn ihn das Sonderschutzrecht ausschließt. Ist patentrechtlich eine Benützung frei, kann nicht wettbewerbsrechtlich ein **Nachbau** unzulässig sein. 23. 2. 1993¹⁾ RdW 277.

¹⁾ In der Fundstelle irrtümlich 23. 3. 1993.

19. Die Nichtnennung des Fotografen, von dem Reproduktionen stammen, kann gegen § 1 verstoßen, auch wenn nach Urheberrecht keine Verpflichtung zur Nennung des Fotografen besteht. Wien 27. 3. 1930 JBl 437 (Zimbler).

20. Das **Nachahmen** eines Musters **nach Ablauf des Musterschutzes** ist nur dann sittenwidrig, wenn dadurch die Verbraucher über die Herkunft getäuscht werden. Wien 20. 10. 1930 PBl 1931, 86.

21. Nach dem Grundsatz der Spezialität des **UrhG** und der Subsidiarität des UWG begründet die Übernahme der **urheberrechtlich** geschützten Leistung eines Dritten für sich allein noch keine Unlauterkeit: Ebenso wie es dem Urheber freisteht, einzelnen Wettbewerbern Nutzungsrechte zu vergeben, die er anderen verweigert, ist es ihm überlassen, Rechtsverletzungen hinzunehmen oder zu verfolgen. (Vgl E 16) 24. 4. 2001 MR 381 (M. Walter) = ÖBl 220 (G. Mayer) = GRURInt 2002, 350; (vgl § 14 E 775) 28. 5. 2002 ecolex 822 (Anderl) = MR 306.

22. Siehe auch E 1246 ff (Nachahmen sonderrechtlich nicht geschützter Erzeugnisse), ferner § 2 E 16.

3. Kennzeichenrechte

23. Das Markenrecht steht nicht neben, sondern innerhalb der Wettbewerbsordnung; daher können Erwerb und Benützung eines Zeichens **markenrechtlich zulässig** und dennoch **wettbewerbsrechtlich unzulässig** sein. 20. 4. 1982 ÖBl 1983, 50.

24. Weder haben die **Markenbehörden** Gesichtspunkte des **Wettbewerbsrechts** zu **berücksichtigen**, noch sind die Gerichte gehindert, aus wettbewerbsrechtlichen Erwägungen die Verwendung einer reg Marke zu untersagen. Die Abweisung des Antrags auf Löschung einer Marke wegen Dezeptivität durch den PGH steht daher einem Gebrauchsverbot nach § 2 nicht entgegen. 9. 4. 1952 SZ 25/88 = ÖBl 36 = PBl 1953, 179.

25. Die **Gerichte** sind bei Beurteilung der Wettbewerbswidrigkeit eines Verhaltens an Stellungnahmen der Firmen- oder Markenbehörden **nicht gebunden**. 1. 4. 1970 ÖBl 149; 10. 4. 1979 ÖBl 1980, 13. Siehe auch § 2 E 1244.

26. Die Verwendung einer **Marke** allein kann noch nicht gegen § 1 verstoßen. Das Nachahmen fremder Zeichen fällt – soweit nicht besondere Umstände hinzutreten – nur unter § 9 (nunmehr auch MSchG). 13. 6. 1989 ÖBl 1990, 71.

27. Wer sich durch **Verletzung** eines **Markenrechts** Vorteile verschafft, indem er die Lizenzgebühr erspart und sich den mit der Lizenz verbundenen Kontrollen entzieht, verstößt auch gegen § 1. 5. 12. 1972 ÖBl 1973, 90. Siehe auch E 15 f.

28. Siehe zum Schutzbereich bekannter Zeichen auch E 1638, ferner § 9 E 1647 ff, 2476 ff; zur durchgreifenden Branchenverschiedenheit § 9 E 2558 ff.

29. Das Patentamt kann Marken immer nur nach den Bestimmungen des MSchG löschen. Andererseits gibt das UWG nicht die Möglichkeit, die Löschung einer Marke aufgrund eines patentamtlichen Löschungsverfahrens zu erzwingen. NA 18. 1. 1954 PBl 167. Siehe auch § 15 E 32.

30. Siehe zur Abgrenzung vom Kennzeichenrecht auch § 2 E 10 ff, 1721 ff und § 9 E 1 ff.

4. ABGB, insb § 1295 Abs 2

31. **Wettbewerbsrecht** und allg **bürgerliches Recht** stehen selbstständig nebeneinander, ohne einander auszuschließen. 29. 4. 1980 ÖBl 1981, 8.

32. Verstöße gegen Wettbewerbsvorschriften bewirken für sich allein grds noch nicht die Nichtigkeit von Rechtsgeschäften, die infolge von oder iZm wettbewerbsrechtlich relevantem Verhalten geschlossen wurden; Sanktionen sind vielmehr die Verpflichtung zur Unterlassung weiterer Verstöße und zum Schadenersatz. Das gilt auch für Verstöße gegen § 1 UWG, weil sich der dort maßgebliche Sittenwidrigkeitstatbestand mit jenem des § 879 Abs 1 ABGB nicht deckt. Was zur Begründung eines Unterlassungsanspruchs gegen einen Mitbewerber noch ausreichen mag, muss nicht auch für die Verweigerung der Geltung eines Rechtsgeschäfts genügen. 25. 5. 2000 ÖBl 2001, 272.

33. – Der Sittenwidrigkeitstatbestand des § 1 UWG deckt sich nicht mit jenem des § 879 ABGB, bei dem es nicht um die Bewertung des Verhaltens von Personen, sondern um die Prüfung von Rechtsgeschäften geht. Verträge, welche die Vernichtung der wirtschaftlichen Existenz des Schuldners bezo gen, sind sittenwidrig. 2. 7. 1993 SZ 66/81 = HS 24/6.

34. – Siehe auch E 260 ff (Sittenwidrigkeitsbegriff).

35. Gem § 1295 Abs 2 ABGB kann auch **Unterlassung** begehrt werden, wenn die Handlung geeignet war, den Kl in seiner Geschäftstätigkeit zu schädigen. 17. 11. 1932 Rsp 361 (Wahle) = GH 1933, 82; ähnlich 3. 3. 1931 SZ 13/75 = JBL 222 = Rsp 184 = ZBL 208 (Saxl).

36. – In diesem Fall braucht ein **konkreter Schaden** nach Höhe und Umfang nicht bewiesen zu werden. Es genügt, dass überhaupt ein Schaden zugefügt wurde oder nach dem gewöhnlichen Lauf der Dinge zu erwarten ist. 8. 2. 1933 JBL 412 = Rsp 228.

5. Andere Vorschriften

37. Verstößt ein wettbewerbswidriges Verhalten gleichzeitig gegen das NVG, so kann beim KartG nach dem NVG sowie beim zuständigen Gericht nach dem UWG vorgegangen werden. StRsp, insb 10. 7. 1979 SZ 52/115 = ÖBl 152 = GRURInt 1980, 372; 25. 5. 2004, 4 Ob 110/04m, *Großkundenrückvergütung III*. Siehe auch E 906 ff (Sittenwidrigkeit von Verstößen gegen das NVG).

38. Die Vorschriften der **GewO** über die **äußere Geschäftsbezeichnung** sind Ordnungsvorschriften zur Erleichterung der Überwachung der Betriebe und ihrer Tätigkeiten; sie lassen Ansprüche nach dem UWG unberücksichtigt. 17. 10. 1978 ÖBl 1979, 45 = GRURInt 1979, 428. Siehe auch E 563 ff (Sittenwidrigkeit von Verstößen gegen die GewO), insb 573.

39. Gegen die **Verfassungsmäßigkeit** des § 1 bestehen keine Bedenken; der Begriff „gute Sitten“ ist ausreichend determiniert. 27. 6. 1989 RdW 333 = wbl 341; 26. 9. 1989 ÖBl 1990, 73.

6. Grundrechte

40. Das Grundrecht der **Meinungsäußerungsfreiheit** (Art 10 MRK) schützt auch die kommerzielle Werbung. 21. 3. 2000 ÖBl 219 = wbl 383.

41. Die Freiheit der Meinungsäußerung ist bei der lauterkeitsrechtlichen Beurteilung von Aussagen zu berücksichtigen, wenn ein Mitbewerber – wenn gleich in Wettbewerbsabsicht – an einer Debatte teilnimmt, die **öffentliche Interessen** betrifft. Davon kann keine Rede sein, wenn das beanstandete Verhalten ausschließlich die wirtschaftl Interessen der Beteiligten betrifft. 28. 2. 2012, 4 Ob 165/11 k, *Deckungsvergleich*.

42. Das Recht der freien Meinungsäußerung steht nach Art 13 StGG unter einem uneingeschränkten und nach Art 10 Abs 2 MRK unter einem eingeschränkten GVorbehalt. Die Ausübung dieser Freiheit darf durch G nur zur Wahrung bestimmter wichtiger Rechtsgüter (insb zum Schutz des guten Rufs und der Rechte anderer) und nur so weit beschränkt werden, als es zur Wahrung dieser Rechtsgüter unentbehrlich ist. Der Schutz vor **schlagwortartiger Pauschalherabsetzung** von Mitbewerbern ist notwendig, der auf das UWG gestützte Eingriff in das Recht der freien Meinungsäußerung entspricht daher den drei Bedingungen der GVorbehalte (ges vorgesehen; verfolgt zulässigen Zweck; in einer demokratischen Gesellschaft notwendig); vgl E 1733. 4. 12. 1990 ecolex 1991, 261 = JBl 1991, 390 (*Pfersmann*; dazu *Berka*, JBl 1993, 335 FN 7 mit Replik von *Pfersmann*, JBl 1993, 744) = MR 1991, 159. Siehe auch § 7 E 18.

43. Auch die **pauschale Abwertung** einer ganzen **Berufsgruppe** ist nicht unter Berufung auf das Grundrecht der Meinungsfreiheit gestattet. 16. 10. 2001 MR 2002, 107.

44. Pauschale Herabsetzungen einer Konkurrenzzeitschrift sind auch nicht mit dem Grundrecht der freien Meinungsäußerung zu rechtfertigen. 11. 9. 1990 MR 1991, 35 = ÖBl 1991, 64;

45. – selbst wenn die Behauptungen wahr sind und ihnen anerkennenswerte Motive zugrunde liegen. Wien 20. 7. 1988 wbl 1989, 92 (abl *Rodrigues*, wbl 1989, 84).

46. – Siehe auch E 1660 (pauschale Herabsetzung im **Pressewesen**).

47. Die Meinungsfreiheit bildet keinen Freibrief für eine **Verspottung**. 12. 4. 2000 MR 387 = ÖBl-LS 91.

48. Der Beschluss der Prov Nationalversammlung verbietet – ebenso wie Art 13 Abs 2 StGG – nur die **Vorzensur** absolut, nicht aber repressive Maßnahmen, die gesetzlich vorgesehen werden können und ausschließlich an Art 13 Abs 1 StGG und an Art 10 EMRK zu messen sind. Sowohl ein Unterlassungsurteil nach § 1 als auch Strafbeschlüsse in einem ExVerf sind solche zulässigen repressiven Maßnahmen. 28. 11. 2012, 4 Ob 199/12 m, *Vorzensur*.

49. Zum Verhältnis des § 7 zu den Grundrechten s § 7 E 18 ff.

7. Unionsrecht

50. Der **Vorrang des Unionsrechts** verlangt, eine ihm widersprechende nationale Norm nicht anzuwenden. 23. 4. 2007, 4 Ob 29/07 d, *Gebrauchsanleitung*; 20. 4. 2010, 4 Ob 137/09 i, *Eine miese Nummer*. Zur richtlinienkonformen