



## IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Landesgericht für Zivilrechtssachen Graz hat durch den Richter Mag. Christian Scheuerer in der Rechtssache der klagenden **Mag. Dr. Gerhard Kobinger**, Unternehmer, Münzgrabenstraße 110, 8010 Graz, vertreten durch Höhne, In der Maur & Partner, Rechtsanwälte in Wien, gegen die beklagte Partei **Robert Franz**, Unternehmer, Bachholz 50, 8552 Eibiswald, vertreten durch Kaufmann & Lausegger, Rechtsanwälte in Graz, wegen **Unterlassung und Veröffentlichung** nach öffentlicher und mündlicher Streitverhandlung zu Recht erkannt:

1. Die beklagte Partei ist schuldig, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu behaupten oder sinngemäß zu behaupten, dass Apotheken und/oder Apotheker in den Menschen schädigender Weise Gift verkaufen und/oder Menschen vergiften und/oder dadurch töten würden, insbesondere durch die Behauptungen *„Wenn ich heutzutage in Apotheken reingehe und sehe, was für Gift da verkauft wird“, „... und die Apotheken weiter das Gift verkaufen“, „und bitte: 2018 weniger Medikamente, weniger Gift verkaufen“* oder *„hört auf, uns zu töten“*, sowie sinngleiche Behauptungen.
2. Die klagende Partei wird ermächtigt, den klagsstattgebenden Teil des Urteils (ausschließlich der Kostenentscheidung) binnen sechs Monaten nach Rechtskraft auf Kosten der beklagten Partei mit Fettumrandung, Fettdrucküberschrift „IM NAMEN DER REPUBLIK“ sowie mit gesperrt und fett gedruckten Namen der Prozessparteien, im Übrigen jedoch mit Normallettern, im redaktionellen Teil einer Ausgabe der Fachzeitung „Österreichische Apotheker-Zeitung“ und einer Sonntagsausgabe der österreichweit erscheinenden Tageszeitung „KRONEN ZEITUNG“ und dort jeweils im Ausmaß einer Viertelseite zu veröffentlichen.
3. Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei die mit EUR 8.748,15 (darin EUR 1.334,19 USt und EUR 743,00 Barauslagen) bestimmten Verfahrenskosten binnen 14 Tagen bei sonstiger Exekution zu ersetzen.

**BEGRÜNDUNG:**

Der Kläger ist Inhaber der „St. Franziskus-Apotheke“ in Graz, Münzgrabenstraße 110. Der Beklagte vertreibt Nahrungsergänzungsmittel. Erhältlich sind seine Produkte in Österreich über mehrere Internetshops und auch bei niedergelassenen Händlern.

Mit seiner am 12.6.2018 eingebrachten Klage begehrt der **Kläger** 1.) die im Spruch ersichtlichen Äußerungen zu unterlassen und 2.) das Urteil veröffentlichen. Auf das Wesentliche reduziert brachte der Kläger dazu Folgendes vor: Über verschiedenste Internetseiten würden über 80 Produkte des Beklagten angeboten und verkauft werden, beispielsweise über folgende Internetportale: [www.robertfranznaturversand.at](http://www.robertfranznaturversand.at), [www.robertheke.at](http://www.robertheke.at), [www.robertheke.de](http://www.robertheke.de), [www.robert-franz-opc.at](http://www.robert-franz-opc.at), [www.gesund-natuerlich-leben.at](http://www.gesund-natuerlich-leben.at) und [www.robert-franz-shop-austria.at](http://www.robert-franz-shop-austria.at). Der Beklagte baue ein Vertriebsnetz für seine Produkte im deutschsprachigen Raum auf. Alle Webseiten der Vertriebspartner würden direkt auf den Namen des Beklagten Bezug nehmen. Daneben gebe es mehrere Verkaufsstellen in der Steiermark über die der Beklagte Produkte vertreibe, so z.B. in Leibnitz, Eibiswald und Lannach. Insgesamt gebe es in Österreich bereits 25 Händler, die Produkte des Beklagten verkaufen würden. Der Beklagte bewerbe seine Produkte und seine Vorstellungen über Gesundheitsvorsorge und die Behandlung verschiedener Symptome und Erkrankungen ständig mit Vorträgen und Seminaren. In Wahrheit handle es sich bei diesen Veranstaltungen um reine Verkaufsveranstaltungen. Er habe für seine Produkte auch eigene Marken (nationale Marken und Unionsmarken) angemeldet. Zur Bewerbung seiner Produkte würden im Internet unterschiedlichste Internetseiten und zahlreiche Videos existieren. Darüber hinaus organisiere der Beklagte Veranstaltungen und Seminare, die ausschließlich die Bewerbung und den Verkauf der Produkte im Fokus haben. Regelmäßig sei der Beklagte auch in den von ihm betriebenen oder mit ihm kooperierenden Shops anwesend und berate Kunden über die Wirkung der Produkte. Der Beklagte bewerbe seine Produkte in seinen Produktvideos und auf den Veranstaltungen sowie beim Verkauf in seinen Shops mit konkreten gesundheitsbezogenen Angaben. Er wiederhole bei seinen Werbemaßnahmen und Veranstaltungen gebetsmühlenartig die Aussage, Apotheker und Apotheken würden Gift verkaufen, Menschen vergiften und dadurch töten. Der Beklagte führe eine Diffamierungscampagne gegen Ärzte und Apotheker. Diese Kommunikationsmaßnahmen würden eine Geschäftspraktik im Sinne des § 1 Abs 4 Z 2 UWG darstellen, weil jede Maßnahme, die der Beklagte im Rahmen von Veranstaltungen und Seminaren, Online-Videos und Verkaufsgesprächen vor Ort setze, unmittelbar mit der Absatzförderung seiner Produkte zusammenhänge. Jede werbliche Kommunikation diene gleichzeitig der Absatzförderung der „Robert-Franz-Produkte“. Der Beklagte verstoße damit gegen § 7 UWG, weil er mit seinen Äußerungen unzweifelhaft Apotheken herabsetze. Darüber hinaus bewirke die sinngemäße

Behauptung, dass Apotheken Gift verkaufen würden, das Erzeugen eines psychischen Kaufzwanges bei den Konsumenten und stelle damit eine unzulässige Beeinflussung nach § 1a UWG dar. Der Beklagte rufe durch die Behauptung, Apotheken würden Gift verkaufen, Angstgefühle bei den hilfeschuchenden Verbrauchern hervor bzw. verstärke er jedenfalls bestehende Verunsicherungen. Dabei sei zu berücksichtigen, dass erkrankte Personen in einer besonders schutzbedürftigen Situation seien.

Zum Veröffentlichungsbegehren brachte der Kläger mit Schriftsatz ON 19 weiters noch vor, dass die herabsetzenden Äußerungen des Beklagten gegenüber dem Stand der Apotheker aufgrund der Veranstaltungen und Veröffentlichungen im Internet nicht nur einem kleinen und unbedeutenden Personenkreis bekannt geworden wären. Eine Veröffentlichung bloß auf YouTube sei daher jedenfalls nicht ausreichend. Zur Aufklärung aller betroffenen Verkehrskreise über die Rechtswidrigkeit der unlauteren Geschäftspraktik sei die Publikation des Unterlassungsgebotes vielmehr notwendig und erforderlich. Dies könne nur durch eine Publikation in einer österreichweit erscheinenden Zeitung erreicht werden. Darüber hinaus sei die Veröffentlichung in der „Österreichischen Apotheker-Zeitung“ gerechtfertigt, um die Standesangehörigen über die Verstöße des Klägers zu informieren.

**Der Beklagte** beantragte in seiner Klagebeantwortung vom 16.07.2018 die kostenpflichtige Klagsabweisung und erstattete zusammengefasst folgendes Vorbringen: Es sei unrichtig, dass der Beklagte oder seine deutsche Robert Franz Naturversand GmbH über ein Vertriebsnetz in Österreich verfügen würden. Der Beklagte betreibe weder „Shops“ noch bestehe mit diversen Handelsunternehmen in Österreich ein strukturiertes Vertriebssystem, wie beispielsweise ein Franchise-System. Richtig sei, dass der Beklagte gegenüber der Pharma-Industrie und ihren Geschäftspraktiken eine kritische Haltung einnehme, wobei er mit dieser Meinung nicht alleine dastehen würde. Die Vortragstätigkeit des Beklagten, wie auch seine Auftritte im Internet seien keine Maßnahmen zur Bewerbung bestimmter Produkte, mithin keine geschäftliche Tätigkeit im wettbewerbsrechtlichen Sinn, sondern vielmehr solche zur Meinungsbildung auf dem Gebiet des Gesundheitswesens. Dem Beklagten komme das verfassungsgesetzlich gewährleistete Recht auf freie Meinungsäußerung zu. Der Beklagte und auch seine deutsche GmbH würden die in der Klage angeführten Internetshops nicht betreiben. Deshalb trage der Beklagte keine Verantwortung für die auf den bezeichneten Internetseiten veröffentlichten Informationen, also auch keine wettbewerbsrechtliche Verantwortlichkeit für den Fall unzulässiger Werbung auf diesen Internetseiten. Nach herrschender Auffassung bestehe selbst bei einem strukturierten Vertriebssystem in der Form eines Franchise-Vertrags keine Erfolgsabwendungspflicht des Franchisegebers. Im vorliegenden Fall bestehe nicht einmal ein strukturierter Vertrieb im Verhältnis zwischen dem Beklagten und den Einzelhändlern in Österreich, sodass eine wettbewerbsrechtliche

Verantwortung des Beklagten ausscheide. Der Beklagte bewerbe an keiner Stelle bestimmte Produkte, sondern spreche gewohnheitsmäßig von Nährstoffen, Vitaminen, Mineralstoffen und auch vom Wasser, von all jenen Nährstoffen, die der gesunde menschliche Körper benötige, sowie von den physiologischen Zusammenhängen im menschlichen Körper auf einer abstrakten Ebene. Der vom Kläger vorgelegte Detektivbericht über Wahrnehmungen anlässlich einer Geschäftseröffnung eines Robert-Franz-Shops in Eibiswald sei subjektiv gefärbt und am gewünschten Ergebnis der Auftraggeberin orientiert. Der Beklagte sei ohnedies nicht Betreiber des „Robert-Franz-Shops“ in Eibiswald. Der Beklagte sei anlässlich einer Feierlichkeit zur Eröffnung dieses Geschäfts als Gast anwesend gewesen, habe sich dort mit einer Vielzahl anderer Gäste unterhalten, mit unzähligen Personen Einzelgespräche geführt und auch in kleineren Gruppen geplaudert und mitdiskutiert. Naturgemäß sei es fast ausschließlich um Gesundheitsfragen gegangen. Ein Handeln im geschäftlichen Verkehr werde bestritten, weil weder die Verkaufsstellen in der Steiermark oder an anderen Orten in Österreich vom Beklagten betrieben würden und der Beklagte ebenso wenig Dienste anbiete oder Domaininhaber der in der Klage bezeichneten Internetseiten sei. Es fehle am Wettbewerbsverhältnis. Die unter Pkt. 2.) der Klage dargestellten Auftritte des Beklagten würden bei objektiver Betrachtung eine politische Aktivität des Beklagten darstellen. Der Beklagte sei ein bekennender und leidenschaftlicher politischer Aktivist auf dem weiten Gebiet des Gesundheitswesens. Diese Tätigkeit sei eine private. Die Tatsache, dass der Beklagte über sein Unternehmen in Deutschland auf dem deutschen Markt Nahrungsergänzungsmittel verkaufe, ändere nichts an dieser Einschätzung. Die unter Pkt. 2.) der Klage wiedergegebenen Tatsachenbehauptungen seien wahr und keineswegs geeignet, den Betrieb des Unternehmens des Klägers oder dessen Kredit zu schädigen. Durch den Hinweis auf gravierende, mit unter auch tödliche Nebenwirkungen von Arzneimitteln habe der Beklagte nicht mehr und nicht weniger gesagt, als in Gebrauchsinformationen für Arzneien gesagt werden müsse. Daher überzeuge die Argumentation des Klägers, der Beklagte würde psychischen Kaufzwang durch Ausnützen von Angst hervorrufen, nicht. Zum Begehren auf Urteilsveröffentlichung brachte der Kläger abschließend noch vor, dass nach dem Talionsprinzip das Urteil in jener Form und Aufmachung zu publizieren sei, in der auch die beanstandete Ankündigung oder das beanstandete Inserat veröffentlicht worden sei, und zwar in der Regel im selben Medium und im selben Teil wie die beanstandete Handlung. Eine Veröffentlichung in der „KRONEN ZEITUNG“ sei daher jedenfalls nicht gerechtfertigt.

Mit Schriftsatz ON 25 brachte der Beklagte weiters vor, dass er persönlich keinerlei Produkte vertreibe; er stehe in keinem Wettbewerbsverhältnis zum Kläger. Er habe im Rahmen der inkriminierten Videos nicht im geschäftlichen Verkehr gehandelt und berufe sich insofern auf Art 10 EMRK. Niemand, der das Video sieht, werde annehmen, dass Apotheker (selbst) töten, oder dass sie „Gift“ verkaufen. Zudem sei ab einem bestimmten Dosisbereich nahezu jeder

Stoff als giftig (toxisch) einzustufen. Der Durchschnittsrezipient werde die Äußerungen des Klägers zudem als dessen Meinung rezipieren und nicht als Tatsachenbehauptung auffassen. Für die rechtliche Beurteilung sei zudem auf den Gesamtzusammenhang und Gesamteindruck abzustellen. Dabei ergebe sich, dass Apothekern nicht strafrechtlich relevantes Verhalten vorgeworfen werde, sondern dass es darum gehe, Kritik zu üben. Es sei zudem gerichtsnotorisch, dass seit Jahren eine Diskussion in der Öffentlichkeit darüber geführt werde, ob andere Methoden als die „Schulmedizin“ Kranke heilen können und weniger Nebenwirkungen haben. Der Beklagte leiste zu dieser Diskussion einen Beitrag und bewege sich daher im Rahmen des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung nach Art 10 EMRK. Ebenso unrichtig sei die Behauptung, dass der Beklagte durch seine Aussagen den ganzen Stand der Apotheker verunglimpfe. Schließlich werde durch die Äußerungen des Beklagten auch kein psychischer Kaufzwang iSd § 1a UWG erzeugt.

Aufgrund des durchgeführten Beweisverfahrens trifft das Gericht nachstehende

**FESTSTELLUNGEN:**

Der Beklagte verkauft am deutschen Markt Nahrungsergänzungsmittel unter der Marke „Robert-Franz“. Er ist dafür Geschäftsführer und Mehrheitsgesellschafter der deutschen Robert Franz Naturversand GmbH mit Sitz in D-97277 Neubrunn. (*unstrittig*)

Der Beklagte ließ seinen Namen sowohl national als auch unionsweit markenrechtlich schützen. (*unstrittig*)

Die Produkte des Beklagten sind durchwegs mit Namen und Lichtbild des optisch auffälligen Beklagten gebrandet. (*Beilage ./A*)

Der Beklagte verkauft seine Produkte über seinen Onlineshop auch nach Österreich. (*Beklagter in ON 26, PS 3*)

Der größere Anteil des Vertriebes in Österreich erfolgt über andere Online-shops, wie zum Beispiel folgende: (*unstrittig*)

- [www.robertfranznaturversand.at](http://www.robertfranznaturversand.at)
- [www.robertheke.at](http://www.robertheke.at)
- [www.robertheke.de](http://www.robertheke.de)
- [www.robert-franz-opc.at](http://www.robert-franz-opc.at)
- [www.gesundheitsforum-natuerlich-leben.at](http://www.gesundheitsforum-natuerlich-leben.at)
- [www.robert-franz-shop-austria.at](http://www.robert-franz-shop-austria.at)

Der Betreiber des Webshops [www.robertfranznaturversand.at](http://www.robertfranznaturversand.at) bezeichnet sich im Internet als „offizieller Robert Franz Partner“. Auch der Händler „Quint-Essenz“ berüht sich mit diesem Prädikat. (*Beilage ./B, Seite 1 und Beilage ./A, Seite 11*)

Auch über niedergelassene Handelsgeschäfte, wie z.B. in Eibiswald, Lannach und Leibnitz werden diese Produkte verkauft. (*Beilage ./D*)

Auf der Website der deutschen Robert Franz Naturversand GmbH wird auf der Unterseite „Händler“ auf Unternehmen in Deutschland, Österreich, Schweiz und Südtirol/Italien verwiesen. In diesem Rahmen sind 25 österreichische Unternehmen angeführt. (*vorletzte Seite der Beilage ./A*)

Der Beklagte erlaubt den Online-Händlern, seine Marke zu benutzen, solange sie seine Produkte verkaufen. (*Beklagter in ON 26, PS 4*)

Der Beklagte hält zu seinen Vorstellungen zu Themen des Gesundheitswesens regelmäßig Vorträge. Er nimmt dabei eine sehr kritische Haltung zur Pharmaindustrie ein. (*unstrittig*)

Er spricht sich dabei stets gegen die flächendeckende Versorgung der Menschen mit Pharmazeutika aus und propagiert die Einnahme von aus seiner Sicht „natürlichen“ Mitteln, die er in Form seiner Produkte selbst anbietet. (*Beilage ./C 5.Video*)

So lud zB der Händler Quint Essenz, der unter [www.opc.365.at](http://www.opc.365.at) einen Webshop betreibt, am 31.05.2018 zu einem „Robert Franz Vortrag“ mit dem Titel „Natürliche Gesundheit“. Für den 12.05.2018 lud der Händler „Robertheke“ aus Leibnitz, er vertreibt die Produkte des Beklagten unter [www.robertfranznaturversand.at](http://www.robertfranznaturversand.at), zu einem Vortrag des Beklagten mit dem Titel „OPC- Das Fundament menschlicher Gesundheit“. (*Beilage ./A*)

2017 hielt der Beklagte an zumindest 7 weiteren Orten in Österreich Vorträge, und zwar in Höchst, St. Michael in der Obersteiermark, Eibiswald, Köflach, Dornbirn, Seiersberg, und Henndorf. (*Kläger in ON 1, Seite 3*)

Am 19.10.2017 eröffnete der Robert-Franz-Shop in Eibiswald. Gegen Mittag war der Beklagte bei dieser Geschäftseröffnung anwesend und führte mit interessierten Personen Gespräche. In diesem Rahmen gab er Behandlungsvorschläge zu bestimmten Krankheiten ab. Die Assistentin des Detektivs, der die Geschehnisse im Auftrag der Apothekenkammer Österreich beobachtete, gab vor, ihre Tochter sei an „Pseudokrupp“ erkrankt. Der Beklagte wies auf einen Sonnenlichtmangel und eine unterentwickelte Lunge der Tochter der Detektivassistentin hin. Er empfahl eines seiner Produkte, nämlich ein Pulver D3. Weiters empfahl er sein Produkt OPC gegen Borreliose und Multiple Sklerose. (*Beilage ./D*)

Der Beklagte trat mit folgendem Plakat in der Öffentlichkeit, unter anderem auch vor dem Robert Franz Shop in Eibiswald, auf: (Beilage ./F)



Mit der Sachverhaltsdarstellung vom 23.11.2017 zeigte die Ärztekammer Steiermark den Beklagten wegen des Verdachtes auf Verstöße gegen § 184 StGB (Kurpfuscherei) an. Er vertreibe demnach Nahrungsergänzungsmittel in Österreich und bewerbe diese dabei mit gesundheitsbezogenen Angaben. Überdies führe er im Rahmen von Veranstaltungen und Vorträgen Individualberatungen mit interessierten Zuhörern durch, wobei er zu konkreten medizinischen Problemstellungen entsprechende Behandlungsvorschläge mache. Als Beweismittel legte die Ärztekammer Steiermark ihrer Sachverhaltsdarstellung einen Observierungsbericht eines Detektivbüros vor, der die Schilderung des Auftritts des Beklagten im Rahmen der Eröffnung des Robert-Franz-Shops in Eibiswald zum Inhalt hatte. (Beilage ./G)

Nachdem die Ärztekammer Steiermark den Beklagten wegen Kurpfuscherei angezeigt hatte, reagierte der Beklagte mit Videobotschaften an die genannte Institution und die Österreichische Apothekenkammer, welche er auf Youtube veröffentlichte. Im Auftrag der Apothekenkammer ermittelte nämlich ein Detektivbüro zur Erlangung gerichtsverwertbarer Beweise, wovon der Beklagte Kenntnis erlangte.

Im Video an die Österreichische Apothekenkammer führt er Folgendes aus:

„...Österreich blüht vor Apotheken auf. Es sind im Jahr – hab ich schauen lassen – 4,079.000 Krankheitsfälle und in Österreich gibt es 40 Millionen Arbeitstage, wo die Menschen, obwohl sie Medikamente nehmen, nicht schaffen würden. Das bedeutet, die Menschen werden regelrecht vergiftet. Es sind 40 Millionen Arbeitstage bedeutet 16-17.000 Menschen in Österreich stehen ein ganzes Jahr lang und schauen zu, obwohl sie voll ... *(unverständlich)*...mit allerlei Medikamenten. Wenn ich heutzutage in Apotheken reingehe, und sehe was für Gift da verkauft wird. Wie kann sowas sein, dass im 21. Jahrhundert öffentlich Mittel verkauft werden mit Nebenwirkungen wo Tod draufsteht, Gehirnblutungen, und wir akzeptieren das. Ich jedenfalls akzeptier das nicht. Und es ist mein Recht als Mensch, die Menschen aufzuklären, Naturmittel zu nehmen, obwohl die Apotheken in der letzten Zeit auch Naturmittel verkaufen. Und die Dosierung ist inzwischen fünf- und sechsmal niedriger als die normalen Mittel, die eigentlich Menschen helfen. Sodass ... *(unverständlich)* die Apothekenkammer in Österreich – ich schieß mir nicht in die Hose als Robert Franz und werde auch weiter machen. Sodass ... merkt euch, ich hab in Deutschland 18 Prozesse ghabt, 1 Million ...ich weiß... Anwaltskosten, hab Gefängnis sieben...*(unverständlich)* Jahre. Jeder Mensch ist es mir wert, ihn aufzuklären, dass Gift zu essen, nicht die Lösung ist. Mit dem Ding, das ihr jetzt gestartet habt, sehr gut, wirds halt öffentlich. Es wird ne ganz tolle Show. Robert Franz Apothekenkammer Österreich. Wir lassen uns nicht einschüchtern, von wem auch immer. Ich bin ein freier Mensch, bin angstfrei auf diesen Planeten, frei von Apothekenkammer, frei von Ärztekammer, frei von Detektivbüro. Was mich interessiert: Menschen, Menschen auf diesem Planeten. Und wen ihr den ganzen Planeten zumüllt mit Müll, und die Apotheken weiter das Gift verkaufen... *(unverständlich)*, ist es halt nicht mein Ding. Und deshalb müsst ihr wieder Vertrauen in die Menschen bekommen, wahrscheinlich verliert ihr langsam das Vertrauen in die Menschen. Weil die Menschen rennen weg und sie haben gesagt, die ganzen Apotheken sagen, ja Robert Franz ist schlimmer als Schleichwerbung. Die Menschen haben Vertrauen in den Barfüßigen mit den langen Haaren. Es ist die Zeit, weg vom Gift, zurück zur Natur. Viele Grüße nach Wien und wir sehen uns vor Gericht. Alles Liebe, Robert Franz. Und bitte: 2018 weniger Medikamente, weniger Gift verkaufen und mehr Natur in Eure Packungen. Es sind 240 Millionen Packungen, die ihr da verkauft. Es ist eine Milliardenindustrie und

wir, wir die Menschen finanzieren das. Respekt vor Leben. Und hört auf uns zu töten.“

*(Beilage ./C Video „Spot 3“)*

Über seinen Youtube-Kanal, der 38.000 mal abonniert ist, veröffentlicht der Beklagte verschiedenste Kurzvideos, unter anderem am 17.03.2018 eines mit dem Titel: „Robert Franz: Werbung für die Apotheken (Giftküchen)“. Am 09.04.2018 war dieses Video bereits über 25.000 mal aufgerufen. Er beschreibt dieses Video auf [www.youtube.com](http://www.youtube.com) mit folgendem Text:

„Nach der Ärztekammer habe ich in Graz für 2 Apotheken kostenlos Werbung gemacht. Es gibt keinen Platz auf der Welt, wo man in bar oder auf Rezept völlig legal Gehirnblutungen, Nierenversagen oder Leberversagen bekommt. Die Apotheker waren komplett enttäuscht, als ich sie fragte, was sie da verkaufen, bestimmt keine Brötchen sondern den Tod auf Raten. Das müssen die Menschen wissen. Irgendwann holt jeden das Leben ein, denen ist die Kinnlade runter gefallen, wie können sie nur Menschen in die Augen schauen, sie vergiften und zynisch lächeln. Grausam aber wahr. Dem werde ich versuchen, ein Ende zu setzen. Viele Grüße an die Neutor Apotheke und Adler Apotheke aus Graz. Hoffentlich hat mein Besuch euer Gewissen aufgefrischt. Ich habe es voll aus dem Herzen gemacht für die Menschen begleitet von ORF. Liebe Grüße Robert Franz.“

*(Beilage ./E)*

Dieses Video samt Beschreibungstext postete auch der Händler „Robertheke“ auf seiner Facebook-Seite [www.facebook.com/robertfranznaturversand](http://www.facebook.com/robertfranznaturversand). *(Beilage ./E 3. Seite)*

Andere Videos des Beklagten auf seinem Youtube-Kanal am 09.04.2018 trugen die Titel „Ärztin packt komplett aus: DGE, Labore, Pharma, Parasiten“, „Die Wahrheit über Superfood – Robert Franz“, „Wie würde Robert Franz seinen Alterungsprozess...“, „Die Wahrheit über Robert Franz: Sein Leben und seine Visionen“, „Kaum bekanntes Mittel gegen Krebs – Robert Franz“, „Darm reinigen – 5 unglaubliche Mittel für deinen Darm“, „Robert Franz: Anklage wegen Kurpfuscherei Ärztekammer“. *(Beilage ./E 1. Seite)*

Der Beklagte nutzt seinen Youtube-Kanal, seine Vorträge und Gespräche mit interessierten Menschen nicht bloß zur Verbreitung seiner Ansichten über das Gesundheitssystem und zum Kritisieren der Pharmaindustrie. Er bewirbt bei diesen Gelegenheiten insbesondere auch seine Produkte. *(Beilagen ./B, ./F dritte Seite, Beilage ./C 5. Video)*

Insbesondere auf Youtube veröffentlicht der Kläger Videos zur Wirkungsweise seiner Produkte, so zB über sein Produkt OPC. Die Onlineshops unterlassen gesundheitsbezogene Angaben zu den Produkten des Beklagten, verweisen in ihren Webshops aber direkt auf die Youtube-Videos des Beklagten. Im Webshop unter [www.robertfranznaturversand.at](http://www.robertfranznaturversand.at) befand sich am 04.04.2018 in diesem Zusammenhang folgender Text:

„Gegenüber Endverbrauchern dürfen wir auf unseren Seiten nur solche Aussagen machen, die den von der EFSA veröffentlichten Health Claims entsprechen. Im Zusammenhang mit erneut verschärften Regulierungen dürfen wir ab 2015 auch medizinischem Fachpersonal nicht mehr erklären, wofür ein Nahrungsergänzungsmittel eingesetzt werden darf. Infos zu den Produkten bei Youtube!“

Im Webshop unter [www.robert-franz-shop-austria.at](http://www.robert-franz-shop-austria.at) befindet sich zur Beschreibung des Produktes OPC Kapseln 133 ein anzuklickendes Youtube-Video des Beklagten zur Wirkungsweise von OPC. (*Beilage ./B, ./C 5.Video*)

### **BEWEISWÜRDIGUNG:**

Die Feststellungen gründen insbesondere auf den in Klammern angeführten Beweismittel.

Dass der Beklagte in Deutschland mit der genannten deutschen GmbH „seine“ Produkte vertreibt ist unstrittig; ebenso dass er seinen Namen mehrfach markenrechtlich schützen ließ.

Der Beklagte wendete sich auch nicht dagegen, dass seine Produkte in Österreich vertrieben werden. Er bestreitet lediglich ein ihm zuzurechnendes Vertriebssystem. Weil es darauf gar nicht ankommt, wurden dazu auch keine Feststellungen getroffen.

Auffällig war in diesem Zusammenhang naturgemäß, dass sämtliche Händler den Markennamen des Beklagten verwenden und sich zum Teil als offizielle Partner des Beklagten beschreiben. Ein Zusammenhang zwischen dem Beklagten und den österreichischen Händlern ist damit zwar indiziert, kann aber im vorliegenden Fall unbeleuchtet bleiben.

Unbestritten tritt der Beklagte gegen die Pharmaindustrie auf. In Beilage ./C legte der Kläger mehrere Videos vor. Video Nummer 5 zeigt den Beklagten bei einem Vortrag in dem er einerseits seine Systemkritik übt und gleichzeitig seine Produkte anpreist. Genau dieses Video verwendet ein Händler schließlich zur Beschreibung des Produktes OPC Kapseln 133! Die gegenteilige Behauptung des Beklagten, es handle sich um bloße Vorträge eines privaten Aktivisten, ist damit als prozessmotivierte Schutzbehauptung entlarvt.

Aus Beilage ./A gehen 2 konkrete Vortragstermine in Österreich hervor. Der Titel jenes Vortrages vom 12.05.2018 weist sogar das Produkt des Beklagten (OPC) auf. Auch hieraus geht hervor, dass der Vortrag einen Bezug zu seinen Produkten aufgewiesen haben muss.

Der Sachverhalt zur Eröffnung des Shops in Eibiswald war auf Basis des Detektivberichtes zu treffen. Dem Beklagten ist zuzustimmen, dass die Berichterstattung eine gewisse Parteilichkeit und Voreingenommenheit erkennen lässt. Die entsprechenden persönlichen

Stellungnahmen und Einschätzungen des Detektivs blieben vom Gericht aber ohnedies unbeachtet. Dennoch geht das Gericht davon aus, dass zumindest die Schilderungen der Behandlungsvorschläge in den wesentlichen Punkten korrekt wiedergegeben wurden. Der Bericht ist nämlich in dieser Hinsicht frei von Widersprüchen, wenn der Detektiv über mehrfache Behandlungsvorschläge des Beklagten berichtet.

Mit Beilage ./G legte der Kläger die Anzeige an die StA vor, weshalb der Inhalt daraus festgestellt werden konnte.

Dem 3. Video der Beilage ./C ist der Inhalt des Videos an die Apothekenkammer zu entnehmen. Aus seinen einleitenden Worten und dem gesamten Inhalt folgt, dass er dieses Video als Reaktion auf die Anzeige postete. Der Inhalt wurde vom Richter – soweit verständlich – transkribiert.

Dass der Beklagte seinen eigenen Youtube-Kanal bespielt, ist ebenso unstrittig, wie die Tatsache, dass er am 17.03.2018 ein Video mit der festgestellten Beschreibung postete.

Die wesentliche Feststellung, wonach der Beklagte seine Auftritte nicht bloß zur Verbreitung seiner Kritik an der Pharma-Industrie nutzt, sondern auch zum Bewerben seiner Produkte, folgt einerseits aus dem 5. Video der Beilage ./C und andererseits zwingend bei Würdigung der Gesamtumstände. Der Beklagte nutzt sein auffallendes Auftreten als „Markenzeichen“, ließ seinen Namen mehrfach markenrechtlich schützen, brandet alle Produkte entweder mit seinem Namen, seinem Foto oder der lila Farbe, die er stets verwendet. Ein außerordentlich ausgeprägtes Vertriebsnetz, ein ihm mehrheitlich zuzurechnendes Unternehmen in Deutschland (welches den vertriebstechnischen Begriff „Versand“ in seinem Firmennamen aufweist) und das auch für den Laien als offensiv zu qualifizierende Marketing lassen keinen anderen Schluss zu. Dem Beklagten gelang es daher bei Weitem nicht, das Gericht von einer bloß altruistischen Einstellung eines privaten Aktivisten zu überzeugen.

### **RECHTLICHE BEURTEILUNG:**

Der Kläger sieht in den inkriminierten Äußerungen einen Wettbewerbsverstoß des Beklagten und bezieht sich auf den Herabsetzungstatbestand des § 7 UWG und behauptet überdies eine aggressive Geschäftspraktik nach § 1a UWG. Die Klagslegitimation des Klägers steht außer Streit.

§ 7 Abs 1 UWG lautet: *Wer zu Zwecken des Wettbewerbes über das Unternehmen eines anderen, über die Person des Inhabers oder Leiters des Unternehmens, über die Waren oder Leistungen eines anderen Tatsachen behauptet oder verbreitet, die geeignet sind, den Betrieb des Unternehmens oder den Kredit des Inhabers zu schädigen, ist, sofern die Tatsachen nicht*

*erweislich wahr sind, dem Verletzten zum Schadenersatz verpflichtet. Der Verletzte kann auch den Anspruch geltend machen, dass die Behauptung oder Verbreitung der Tatsachen unterbleibe. Er kann ferner den Widerruf und dessen Veröffentlichung verlangen.*

Fest steht, dass

- der Beklagte Nahrungsergänzungsmittel in Deutschland über seine GmbH vertreibt,
- diese Produkte in Österreich über 25 Händler (als Online-Shops und als niedergelassene Händler) verkauft werden,
- diese die Marke „Robert Franz“ für den Vertrieb mit Zustimmung des Beklagten als Markeninhaber nutzen und sich zum Teil als offizielle Partner des Beklagten ausgeben,
- der in Eibiswald ansässige Beklagte in Österreich zahlreiche Vorträge hält, wodurch er seine Ansichten über das Gesundheitssystem verbreitet und Kritik an der Pharmaindustrie übt,
- der Beklagte bei diesen Vorträgen auch seine Produkte bewirbt,
- der Beklagte am 19.10.2017 bei der Eröffnung eines Robert Franz Shops in Eibiswald mit interessierten Personen über Gesundheitsfragen sprach und bei dieser Gelegenheit auch die Behandlung schwerer Erkrankungen mit seinen Nahrungsergänzungsmitteln empfahl.

Vor dem Hintergrund dieser Umstände erfüllt die inkriminierte Äußerung den Tatbestand des § 7 Abs 1 UWG. Dazu im Einzelnen:

1.) Zwischen den Streitparteien besteht ein Wettbewerbsverhältnis:

Der Beklagte vertreibt seine Nahrungsergänzungsmittel und tritt gegen die Pharma-Industrie öffentlich auf. Die pauschal angegriffenen Apotheker vertreiben gerichtsnotorisch Medikamente und auch Nahrungsergänzungsmittel. Auch wenn dem Beklagten die Händler seiner Produkte nicht unmittelbar zurechenbar sind, tritt der Beklagte in Österreich über seinen Youtube-Kanal, seine Vorträge und persönlichen Gespräche für den Vertrieb seiner Produkte auf. Er fördert damit den Verkauf der eigenen Produkte.

Jedenfalls fördert der Beklagte durch sein Wirken die Wettbewerbsposition der zahlreichen Händler seiner Produkte in Österreich. Zwischen diesen und den Apotheken besteht zweifellos ein Wettbewerbsverhältnis am österreichischen Markt. Dieses Fördern des fremden Wettbewerbs reicht zur Anwendung des § 7 UWG aus. (RIS-Justiz RS0078984)

## 2.) Der Beklagte tätigte die inkriminierten Äußerungen in Wettbewerbsabsicht:

Das subjektive Tatbestandmerkmal der Wettbewerbsabsicht ist zu vermuten, wenn Personen in einem Wettbewerbsverhältnis stehen. Es reicht, dass sich ein Störer (zumindest) der Wirkung seiner Handlung auf die Beeinflussung der Marktverhältnisse bewusst ist, diese also, wenn schon nicht bezweckt, so doch jedenfalls in Kauf nimmt. (*Handig* in *Wiebe/Kodek*, UWG<sup>2</sup> § 7 RZ 46 (Stand 1.5.2018, rdb.at))

Dass sich die Behauptung, Apotheker würden in schädigender Weise Gift verkaufen, negativ auf deren Image und damit auf deren Absatz auswirken kann, folgt bereits aus der allgemeinen Lebenserfahrung. Genau dieses Ziel verfolgt der Beklagte ausgesprochener Weise, wenn er gegen die flächendeckende Medikamentierung der Menschen auftritt.

Zu beachten ist, dass die inkriminierten Äußerungen als Reaktion auf die Anzeige bei der StA getätigt wurden. Genau diese Reaktion erfolgte auf den Vorwurf, er vermarkte seine Produkte mit gesundheitsbezogenen Angaben. Wenn der Beklagte mit Videobotschaften dagegen vorgeht, ist ein Handeln zum Zwecke des eigenen Geschäftserfolgs geradezu impliziert. Er versucht medial gegen diejenigen, die für die Anzeige verantwortlich sind (Ärztelkammer Steiermark und Apothekenkammer Steiermark), vorzugehen.

Das Vorbringen des Beklagten, er habe die Äußerungen als Privatperson, als Aktivist getätigt, findet im bescheinigten Sachverhalt keine Deckung. Nach dem angenommenen Sachverhalt ist es vielmehr evident, dass der Beklagte mit diesen, die Apotheken/Apotheker diffamierenden Äußerungen wirtschaftliche Zwecke verfolgt, nämlich die Förderung des Absatzes der von ihm/der Robert Franz Naturversand GmbH bzw (von Dritten) unter der Marke „Robert Franz“ vertriebenen Nahrungsergänzungsmitteln. Darüber hinaus werden die Durchschnittsverbraucher durch die inkriminierten Äußerungen bewusst verunsichert und empfänglich für die Heilversprechen im Zusammenhang mit den Nahrungsergänzungsmitteln des Beklagten gemacht.

## 3.) Bei den inkriminierten Äußerungen handelt es sich um Tatsachenbehauptungen:

Dass die Äußerungen getätigt wurden, bestreitet der Beklagte nicht. Dass Apotheken in schädigender Weise Gift verkaufen, die Menschen dadurch vergiften und töten würden, stellt eine Tatsachenbehauptung dar. „Tatsachen“ sind Umstände, Ereignisse oder Eigenschaften mit einem greifbaren, für den Adressaten erkennbaren und von diesem an Hand bestimmter – oder doch zu ermittelnder – Umstände auf seine Richtigkeit überprüfaren Inhalt. (RIS-Justiz RS0079167)

Der Begriff der Tatsachenbehauptung ist weit auszulegen: Dazu zählen bloße Andeutungen, Umschreibungen, Verdächtigungen und Verdächtigungen und abfällige Werturteile, die auf

entsprechende Tatsachen schließen lassen. (RIS-Justiz RS0031810)

Bei der Beurteilung, ob ein Tatbestand nach § 7 UWG vorliegt, kommt es immer auf den Gesamtzusammenhang und den dadurch vermittelten Gesamteindruck an, den die beanstandete Äußerung erweckt; dabei ist auf das Verständnis des unbefangenen Durchschnittsbetrachters (hier der Apothekerkammer/ihrer Mitarbeiter als Adressaten des inkriminierten Videos bzw der unbefangenen Durchschnittsverbraucher, somit der Konsumenten von Arzneimitteln und Nahrungsergänzungsmitteln als Adressaten des Youtube-Kurzvideos des Beklagten), nicht aber auf den subjektiven Willen des Erklärenden abzustellen. Wie eine Äußerung im Einzelfall zu verstehen ist, und ob sie - gemessen an der Wirklichkeit - unwahr ist oder nicht, hängt regelmäßig von den Umständen des konkreten Einzelfalls ab (ÖBI-LS 2006/33; ÖBI-LS 2007/171).

Der Durchschnittshörer wird die Behauptung, Apotheken würden in schädigender Weise Gift verkaufen, die Menschen dadurch vergiften und töten als überprüfbare Tatsachenbehauptung verstehen, auch wenn damit der pauschale wertende Vorwurf einhergeht, Apotheken seien für den Tod ihrer Kunden verantwortlich. Wesentlich ist, dass sich die Äußerungen ob ihres Bedeutungsinhaltes auf einen Tatsachekern zurückführen lassen (*Handig in Wiebe/Kodek, UWG<sup>2</sup> § 7 RZ 64 (Stand 1.5.2018, rdb.at)*), was hier gegeben ist. Die Behauptung ist einem Beweis zugänglich, sodass sie nicht nur subjektiv angenommen oder abgelehnt, sondern als richtig oder falsch beurteilt werden kann.

#### 4.) Die Behauptungen sind unwahr:

Der Wahrheitsbeweis ist nach der ständigen Rechtsprechung schon dann als erbracht anzusehen, wenn er den Inhalt der Mitteilung im Wesentlichen bestätigt. Es genügt der Beweis der Richtigkeit des Tatsachekerns; eine Äußerung ist noch grundsätzlich als richtig anzusehen, wenn sie nur in unwesentlichen Details nicht der Wahrheit entspricht (ÖBI 2002,19, ÖBI-LS 2007/179; RIS-Justiz RS0079693; *Handig in Wiebe/Kodek, UWG<sup>2</sup> § 7 RZ 122 (Stand 1.5.2018, rdb.at)*)

Zwar ist dem Beklagten zuzugestehen, dass in Apotheken Medikamente erhältlich sind, mit deren Einnahme zum Teil erhebliche Nebenwirkungen und Risiken (bis hin zur Todesfolge) einhergehen. Anzumerken ist an dieser Stelle, dass diese Medikamente gerade deshalb nur über Apotheken und nicht im freien Handel verkauft werden.

Es kommt beim Begriff der Unwahrheit von Tatsachen im Sinne des § 7 UWG nicht auf die objektive Unrichtigkeit, sondern darauf an, wie die betreffende, objektiv vielleicht richtige Äußerung im Geschäftsverkehr aufgefasst wird. Auch eine objektive wahre Mitteilung kann im Sinne des § 7 UWG unwahr sein. (RIS-Justiz RS0079684)

Die inkriminierten Äußerungen des Beklagten geben den Umstand, dass Medikamente schwere Nebenwirkungen und Risiken in sich bergen, derart verkürzt und überspitzt wieder, dass sie der unbefangene Durchschnittshörer in der Interpretation des Klägers versteht. Der Durchschnittshörer/-seher versteht den Vortrag des Beklagten in seinem Video an die Apothekenkammer und in der Beschreibung zum am 17.03.2018 geposteten Video (die wesentlichen Teile der Äußerungen sind im bescheinigten Sachverhalt unterstrichen) derart,

- dass Apotheken die Gesundheit schädigende Substanzen („Gift“) an Menschen verkaufen (der Beklagte setzt die Begriffe Medikamente und Gift gleich) und
- für eine Gesundheitsschädigung bis hin zum Tod verantwortlich oder zumindest mitverantwortlich seien.

In diesem Verständnis sind die Äußerungen natürlich unwahr. Der Beklagte unterlässt es sicherlich bewusst, auf einer sachlichen Ebene zu argumentieren. Auch wenn es zahlreiche kritische Stimmen von vielen Seiten der Gesellschaft zur Vergabe von Medikamenten oder dem Einfluss der Pharmaindustrie auf das öffentliche Gesundheitssystem gibt und sicherlich auch Fehlentwicklungen existieren, so ist vom Beklagten zu verlangen, auf einer sachlichen Ebene Vor- und Nachteile des Einsatzes von Pharmazeutika darzulegen. Das völlige Negieren, dass Medikamente Heilmittel darstellen und in der Regel von Ärzten verschrieben und von Apotheken lediglich ausgefolgt/verkauft werden, zeigt die Intention des Beklagten, nämlich mit möglichst einprägsamen und plakativen Botschaften die Menschen zu erreichen.

Freilich sind Verkürzungen in der Werbung geradezu notwendig, um die Werbebotschaft für möglichst viele potenzielle Kunden möglichst verständlich und einprägsam zu gestalten. Unlauter sind daher nur solche Auslassungen, welche den Adressaten in einem wesentlichen Punkt irreführen können, was hier gegeben ist.

Der Beklagte verlässt mit seinen Äußerungen den Boden sachlicher Systemkritik, indem er eine Gruppe der Teilnehmer am Gesundheitssystem/Gesundheitsmarkt, nämlich die Apotheker, pauschal und in verkürzter Weise der Schädigung der Menschen bis hin zu deren Tod, bezichtigt.

Wenn der Kläger von einer medialen Diffamierungskampagne seiner Berufsgruppe ausgeht, wird diese Ansicht geteilt.

#### 5.) Zu den Argumenten des Beklagten:

Der angezogene Rechtfertigungsgrund der freien Meinungsäußerung kommt dem Beklagten nicht zu Gute. Unwahre herabsetzende Tatsachenbehauptungen über einen Mitbewerber oder seine Ware können nämlich nicht durch das verfassungsgesetzlich verankerte Recht der freien Meinungsäußerung nach Art 13 StGG und Art 10 Abs 2 EMRK gerechtfertigt werden.

(RIS-Justiz RS0075732)

Der Beklagte weist in der Klagebeantwortung darauf hin, dass er mit seiner Kritik an der Pharmaindustrie nicht alleine sei. Einerseits richten sich seine hier gegenständlichen Äußerungen nicht gegen die Pharmaindustrie, sondern die Berufsgruppe der Apotheker. Andererseits ist es dem Beklagten nicht verwehrt, sachliche Kritik zu üben. Feststellungen zu den vorgelegten Zeitungsartikel Beilagen ./1 - ./11 konnten daher unterbleiben.

Weil das Gericht in dieser Entscheidung gar nicht davon ausgeht, dass das Vertriebsnetz in Österreich unmittelbar dem Beklagten zuzurechnen ist, braucht auf die Argumente des Beklagten, wonach er mit den Internetshops und Händlern nichts zu tun habe, nicht eingegangen werden.

6.) Aus den dargelegten Erwägungen ist der Tatbestand des § 7 Abs 1 UWG erfüllt, das Unterlassungsbegehren damit begründet.

7.) Veröffentlichungsbegehren:

Zweck der Urteilsveröffentlichung ist es, über die Rechtsverletzung aufzuklären und den beteiligten Verkehrskreisen Gelegenheit zu geben, sich entsprechend zu informieren, um vor Nachteilen geschützt zu sein (RIS-Justiz RS0121963). Die Art der Veröffentlichung orientiert sich an der Art der begangenen Wettbewerbswidrigkeit im Sinne des Äquivalenzgrundsatzes. Das aus dem Medienrecht bekannte Talionsprinzip kommt daher auch bei der Urteilsveröffentlichung im UWG zur Anwendung. In der Regel ist die Urteilsveröffentlichung in einem solchen Umfang zuzusprechen, dass die Verkehrskreise, denen gegenüber die Rechtsverletzung wirksam geworden ist, über den wahren Sachverhalt bzw den Gesetzesverstoß aufgeklärt werden (RIS-Justiz RS0121963 [T9]). Grundsätzlich ist die Veröffentlichung in demselben Medium und in jener Form und Aufmachung zu publizieren, in der auch der Wettbewerbsverstoß begangen wurde (RIS-Justiz RS0079566; RS0079630). Bei Wettbewerbsverstößen im Internet soll die Urteilsveröffentlichung grundsätzlich im Internet an selber Stelle und auf dieselbe Art und Weise erfolgen. Dies ist jedoch nicht zwingend und es kann unter Umständen von diesem Grundsatz abgewichen werden, wenn die Aufklärung der Öffentlichkeit über den wahren Sachverhalt nur auf anderem Weg erreicht werden kann (OGH 4 Ob 224/08g; 4 Ob 18/08b; 4 Ob 18/08p; 4 Ob 97/12m; 4 Ob 244/12d). Bei Veröffentlichung auf Youtube wird die Möglichkeit der Urteilsveröffentlichung aufgrund des genutzten Formats dadurch erheblich erschwert, weil vereinfacht gesagt bloß ein „Bildschirm“ zur Verfügung steht (*Kraft/Steinmair*, UWG – Praxiskommentar, § 25 UWG Rz 15 f). Erfolgte der Gesetzesverstoß nicht in einem Medium, ist meist eine Standardveröffentlichung in einem Printmedium zweckmäßig, mit Normallettern wie für redaktionelle Artikel auf der betreffenden Seite üblich, jedoch mit fettgedruckter Überschrift und Umrandung sowie gesperrt und fettgedruckten

Namen der Prozessparteien, oder sonst üblichen drucktechnischen Hervorhebungen (*Schmid* in *Wiebe/Kodek*, UWG<sup>2</sup> § 25 Rz 26/1). Hat sich die Werbung an eine breite Öffentlichkeit gerichtet, so ist auch eine entsprechend weitgestreute Information der Öffentlichkeit notwendig (*Kraft/Steinmair*, UWG – Praxiskommentar, § 25 UWG Rz 11).

Im vorliegenden Fall hat der Beklagte seine Äußerungen über seinen YouTube-Kanal verbreitet und äußert seine Kritik in ähnlicher Weise auch im Rahmen von Veranstaltungen (siehe Beilage ./F). Indem seine Videos von anderen Usern wie zB den österreichischen Online-Händlern auf deren Social-Media-Kanälen weiter „geteilt“ wurden, erreichte er eine sicherlich überregionale breite Öffentlichkeit. Zur Aufklärung aller betroffenen Verkehrskreise über die Rechtswidrigkeit der unlauteren Geschäftspraktik ist die Publikation des Unterlassungsgebotes in einem österreichweit erscheinenden Medium wie der „KRONEN ZEITUNG“ daher gerechtfertigt. Eine Veröffentlichung allein auf seinem Youtube-Kanal kann nicht ausreichen, weil seine Videos bereits von anderen Users geteilt wurden (vgl RIS-Justiz RS0123550). Um die Standesangehörigen über die Verstöße des Klägers zu informieren ist weiters die Veröffentlichung in der „Österreichischen Apotheker-Zeitung“ gerechtfertigt, weil dieser Berufsstand auf diese Weise am Besten erreicht werden kann.

#### 8.) Kostenentscheidung:

Die Kostenentscheidung ist eine Folge der Sachentscheidung und gründet auf § 41 ZPO. Der Kläger obsiegte zur Gänze, weshalb der Beklagte die gesamten Kosten des Klägers zu tragen hat.

Der Beklagte erhob gegen das Kostenverzeichnis des Klägers Einwendungen, wobei er sich gegen die Honorierung der Replik vom 13.07.2018 aussprach. Zudem sprach er sich gegen die Honorierung „der Urkundenvorlage“ aus, wobei im Zweifel davon ausgegangen wird, dass er jene vom 13.06.2018 und vom 13.07.2018 releviert. Diese Urkundenvorlagen hätten mit der Replik erstattet werden können.

Die Einwendungen sind teilweise berechtigt. Dem Kläger gebührt keine Entlohnung für die mit Datum 13.07.2018 verzeichnete Replik: Grundsätzlich gilt, dass ein Ersatzanspruch nur für die zur zweckentsprechenden Rechtsverfolgung notwendigen Kosten besteht. Daher kann eine Partei, wenn es möglich ist, mit kostensparenderen Handlungen das gleiche Ergebnis zu erzielen, nur jene Kosten beanspruchen, die den gleichen Zweck mit geringerem Aufwand erreicht hätten (RIS-Justiz RS0035774). Die Replik des Klägers vom 13.07.2018 war vom Gericht nicht aufgetragen. Sie enthält Vorbringen, das nach § 226 ZPO schon in die Klage (im Antrag auf Erlassung der Einstweiligen Verfügung) aufzunehmen gewesen wäre, was nach § 41 Abs 1 ZPO keinen Honoraranspruch begründet. Der Kläger bezeichnet seine Eingabe zwar als Replik. Tatsächlich handelt es sich inhaltlich in den wesentlichen Teilen um

Behauptungen und Beweisanträge, deren ergänzender Vortrag nicht durch die Äußerung des Beklagten bedingt waren. Dieser Schriftsatz wurde vom Erstgericht beim Erlassen der Einstweiligen Verfügung zudem nicht verwertet, was aus dem dort dargelegten Klagsvorbringen ersichtlich ist. Damit war diese Eingabe zur zweckentsprechenden Rechtsverfolgung nicht notwendig und rechtfertigt somit keine Entlohnung. Für die Urkundenvorlage vom 13.06.2018 gebührt dem Kläger zwar ein Honorar, weil die Vorlage eines USB-Sticks per ERV nicht möglich ist; eine derartige Urkundenvorlage ist jedoch nicht nach TP 2 RATG, sondern nach TP 1 RATG zu honorieren. Das Gleiche gilt für die Urkundenvorlage vom 13.07.2018 (vgl auch OGH 9 ObA 176/95; 2 Ob 221/08a; 9 ObA 94/12g; OLG Wien 34 Rs 7/93 SVSlg 41.812; 17 R 220/01z EF 98.041; OLG Graz 7 Rs 115/98 SVSlg 47.666).

---

**Landesgericht für Zivilrechtssachen, Abteilung 14**

**Graz, 22. März 2019**

**Mag. Christian Scheuerer, Richter**

---

Elektronische Ausfertigung

gemäß § 79 GOG