



**Die freie Werknutzung der Musikwiedergabe zu Vorführzwecken bzw. zur Kundenberatung in Verkaufsgeschäften gemäß § 56 UrhG ist nur gerechtfertigt, wenn die Vorführung in der jeweiligen Abteilung und damit in einem Bereich erfolgt, der von Kunden betreten wird, die sich für Schallträger und/oder Vorrichtungen zu ihrem Gebrauch interessieren. Ist beim Einschalten eines der Vorführradios die von den Lautsprechern ausgehende Musik oder Radiosendung im gesamten Verkaufsraum eines Autohauses hörbar, sind die Grenzen freier Werknutzung daher überschritten.**

Leitsatz verfasst von Dr. *Clemens Thiele*, LL.M.

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch die Vizepräsidentin des Obersten Gerichtshofs Hon. Prof. Dr. Griß als Vorsitzende, durch die Hofrätin des Obersten Gerichtshofs Dr. Schenk sowie die Hofräte des Obersten Gerichtshofs Dr. Vogel, Dr. Jensik und Dr. Musger als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei Staatlich genehmigte Gesellschaft der Autoren, Komponisten und Musikverleger regGenmbH (AKM), \*\*\*\*\*, vertreten durch Dr. Herbert Holzinger, Rechtsanwalt in Wien, gegen die beklagte Partei A\*\*\*\*\* GmbH, \*\*\*\*\*, vertreten durch Dr. Heinrich H. Rösch, Rechtsanwalt in Wien, wegen Unterlassung (Streitwert 21.800 EUR), über die Revision der beklagten Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Wien als Berufungsgericht vom 20. März 2006, GZ 4 R 259/05w-14, womit das Urteil des Landesgerichts Wiener Neustadt als Handelsgericht vom 17. Juni 2005, GZ 22 Cg 220/04k-10, abgeändert wurde, in nichtöffentlicher Sitzung den

### **Beschluss**

gefasst: Die Revision wird zurückgewiesen. Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei die mit 1.189,44 EUR bestimmten Kosten des Revisionsverfahrens (darin 198,24 EUR USt) binnen 14 Tagen zu ersetzen.

### **Begründung:**

Die Klägerin ist ausschließlich zur Vermittlung der Rechte zur öffentlichen Aufführung von Werken der Tonkunst mit oder ohne Text befugt, zu deren Aufführung es nach den gesetzlichen Bestimmungen der Einwilligung des Berechtigten bedarf. Sie ist berechtigt, die Werknutzungsbewilligung zu erteilen und das Entgelt hierfür einzuheben.

Die Beklagte hat im Verkaufsraum ihres Autohauses unmittelbar neben dem Verkaufspult (Kassa/Information) vier Autoradios samt vier Einbaulautsprechern angebracht, um diese Kunden vorzuführen. Im Verkaufslokal gibt es keine anderen Lautsprecher. Beim Einschalten eines der Radios ist die von den Lautsprechern ausgehende Musik oder Radiosendung im gesamten Verkaufsraum hörbar. Bei Wahl großer Lautstärke hat die im Kassensbereich tätige Angestellte Probleme zu telefonieren. Wird die Lautstärke so gewählt, dass die Angestellte problemlos telefonieren kann, ist die Musik oder Radiosendung im eigentlichen Verkaufsraum, also dort, wo die Fahrzeuge ausgestellt sind, hörbar. Im hinteren Bereich des Verkaufsraums bei der Reparaturannahme und in der Kundenwartezone ist die Musik zwar auch hörbar, aber nicht so laut wie im Verkaufsraum. Bei den von der Beklagten verkauften Autos sind Radios nicht serienmäßig eingebaut; die Beklagte verkauft etwa 150 bis 200 Autoradios pro Jahr. An der Verkaufswand ist es den Kunden möglich, die Radios auszuprobieren. Die Beklagte beabsichtigt nicht, mit den ausgestellten Radios den Verkaufsraum als Ganzes zu beschallen.

Bei einem Kontrollbesuch der Klägerin war ein ausgestelltes Radio in Betrieb und für ihren Mitarbeiter über den Lautsprecher zu hören. Nach diesem Kontrollbesuch wies der Geschäftsführer der Beklagten deren Mitarbeiter an, die Radios auf dem Verkaufsstander nach dem Gebrauch

wieder abzdrehen. Er wiederholte diese zunächst mündliche Weisung später auch noch schriftlich. Bei einer weiteren Kontrolle war für den Mitarbeiter der Klägerin im Verkaufsraum etwa für zwanzig Minuten Musik zu hören. Während dieser Zeit interessierte sich kein Kunde für die ausgestellten Radios oder Lautsprecher. Auch bei einem weiteren Kontrollbesuch war im Verkaufsraum Musik aus ausgestellten Radios zu hören. Während des zehnmütigen Aufenthalts des Mitarbeiters der Klägerin war die Musik deutlich hörbar, sie wurde während seines Aufenthalts nicht abgeschaltet, obwohl im Verkaufsraum kein anderer Kunde anwesend war.

Während laufenden Verfahrens ließ die Beklagte eine Zeitschaltuhr einbauen, sodass sich die Radios nach fünfzehn Minuten automatisch abschalten.

Die Klägerin beehrte, der Beklagten zu verbieten, Werke der Tonkunst, welche durch die Zugehörigkeit des Textdichters, Komponisten und Musikverlegers zur Klägerin oder einer dieser durch Gegenseitigkeitsvertrag angeschlossenen ausländischen Urhebergesellschaft dem Werkbestand der Klägerin angehören, durch lebende oder mechanische Musik, welcher Art immer, soweit es hiezu der Einwilligung der Urheber bedarf, öffentlich aufzuführen. Die Aufführungen im Autohaus der Beklagten hätten den Charakter von Hintergrundmusikdarbietungen. Die Beklagte habe die Aufforderung der Klägerin, die Aufführungsbewilligung zu erwerben, abgelehnt und dem ausdrücklich ausgesprochenen Aufführungsverbot zuwider gehandelt.

Die Beklagte wendete ein, eine Beschallung durch Rundfunkempfänger finde nicht statt. Sie handle unter anderem mit Autoradios und führe daher einen Geschäftsbetrieb iSd § 56 UrhG. Ihre Kunden schalteten lediglich kurzfristig von der Beklagten angebotene Autoradiomodelle ein. Die Mitarbeiter seien angewiesen, die Radios danach immer wieder abzuschalten. Die Lautsprecher seien für eine Beschallung des gesamten öffentlichen Bereichs gar nicht geeignet.

Das *Erstgericht* wies das Klagebegehren ab. Die Beklagte sei gemäß § 56 Abs 1 und 2 UrhG berechtigt, die Autoradios und Einbaulautsprecher dem interessierten Publikum vorzuführen. Das Abspielen von Rundfunksendungen diene hier lediglich dazu, dem Kaufinteressenten die technische Wirkungsweise der angebotenen Geräte vorzuführen. Der mittlerweile erfolgte Einbau einer Zeitschaltuhr für fünfzehn Minuten Spieldauer spreche eindeutig dafür, dass Zweck nicht die Beschallung des Verkaufsraums, sondern die Präsentation der Geräte sei.

Das *Berufungsgericht* gab dem Unterlassungsbegehren statt und sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands 20.000 EUR übersteige und die ordentliche Revision zulässig sei, weil die einzige jüngere Entscheidung des Obersten Gerichtshofs zur freien Werknutzung nach § 56 UrhG einen Sachverhalt mit weiterreichender „Musikberieselung“ zum Gegenstand gehabt habe und eine Abgrenzung freier Werknutzung nach § 56 UrhG und verkaufsfördernder Hintergrundmusikdarbietung erforderlich sei. Für die Zurechnung der zweifellos als öffentlich iSd § 18 Abs 3 UrhG zu beurteilenden Aufführung sei nicht entscheidend, ob die Radios von Mitarbeitern der Beklagten oder von ihren Kunden eingeschaltet werden. Die Beklagte ermögliche dies. Die Beklagte habe zumindest in zwei Fällen den gesamten Verkaufsraum mit Musik beschallt, obwohl keine Kunden anwesend gewesen seien, die Interesse an einem der ausgestellten Autoradios gehabt hätten. Damit sei die Einwendung der Beklagten widerlegt, die Vorführung diene allein dem Zweck, den Absatz der Autoradios im Rahmen konkreter Kundenvorführung und -beratung zu fördern. Um die Bedienung von Autoradios vorzuführen, wäre es durchaus möglich, Lautsprecher so auszuwählen oder einzustellen, dass die Musik im Wesentlichen nur von den unmittelbar beim Verkaufspult aufhältigen Kunden wahrgenommen werden kann. Es gehe hier nicht darum, die Klangqualität zu überprüfen. Da ein Autohaus in den überwiegenden Fällen nicht wegen eines Autoradios, sondern wegen des Interesses an einem Auto aufgesucht werde, könne die Beschallung des gesamten Verkaufsraums (und ohne konkreten Kundenwunsch) nicht mit einer freien Werknutzung nach § 56 UrhG gerechtfertigt werden.

Die *Revision* der Beklagten ist entgegen dem den Obersten Gerichtshof nicht bindenden Zulassungsausspruch des Berufungsgerichts (§ 508a Abs 1 ZPO) *nicht zulässig*.

Der Oberste Gerichtshof hat sich in der ausführlich begründeten Entscheidung 4 Ob 210/97d (= ÖBl 1998, 85 - Musikberieselung) mit der Reichweite der freien Werknutzung des § 56 UrhG befasst. Danach dürfen Geschäftsbetriebe, die Bild- oder Schallträger und Abspielgeräte vertreiben oder instandsetzen, Musikwerke insoweit vorführen, als es notwendig ist, den Absatz von Abspielgeräten und Tonträgern zu steigern. Allein die durch konkrete Kundenvorführung und -beratung eröffnete Absatzmöglichkeit rechtfertigt die freie Werknutzung. Eine allgemeine Kundenwerbung, die durch „Musikberieselung“ ein angenehmes Kaufklima schaffen und die Kauflust der Kunden ganz allgemein anregen will, wird hingegen vom Zweck der Bestimmung nicht erfasst, weil der Urheber aus einer solchen Vorführung keinen (mittelbaren) Nutzen zieht. Es muss immer der Zusammenhang mit dem Zweck der Vorführung gewahrt sein, der darin besteht, den Absatz des vorgeführten Tonträgers oder Abspielgeräts zu fördern. Nur dann besteht die Möglichkeit, dass die Wiedergabe in eine konkrete Kundenvorführung und -beratung übergeht. Ist die Musik auch in anderen Abteilungen des betreffenden Geschäftsbetriebs zu hören, so ist es Sache des Betriebsinhabers, geeignete Vorkehrungen (etwa durch entsprechende Ausrichtung der Lautsprecher) zu treffen, um eine „Musikberieselung“ anderer Abteilungen zu verhindern. Die freie Werknutzung ist nur gerechtfertigt, wenn die Vorführung (nur) in der jeweiligen Abteilung und damit in einem Bereich erfolgt, der von Kunden betreten wird, die sich für Schallträger und/oder Vorrichtungen zu ihrem Gebrauch interessieren.

Die angefochtene Entscheidung steht mit diesen Grundsätzen im Einklang. Ob das Abspielen geschützter Musikstücke im Einzelfall über jenes Maß hinausgeht, das notwendig ist, um den Absatz der Abspielgeräte zu steigern, ist nach den Umständen des konkreten Falls zu beurteilen. Dass das Berufungsgericht hierbei die maßgeblichen Abgrenzungskriterien (konkrete Kundenvorführung/allgemeine Kundenwerbung im Sinn Schaffung eines angenehmen Kaufklimas, Musikberieselung) missachtet hätte, vermag die Revisionswerberin nicht darzulegen.

Nach dem festgestellten Sachverhalt war jedenfalls zwei Mal Musik im gesamten Verkaufsraum der Beklagten, ein Mal für zehn Minuten und ein Mal für zwanzig Minuten, zu hören, ohne dass sich ein Kunde für die Autoradios interessiert hätte oder sich unmittelbar bei den ausgestellten Geräten aufgehalten hätte. Die Musikvorführung war daher nicht durch die freie Werknutzung des § 56 UrhG gedeckt. Dass die Beklagte mittlerweile eine Zeitschaltuhr installieren ließ, schließt künftige Verstöße nicht aus. Die Zeitschaltuhr kann nur sicherstellen, dass die Radios spätestens nach 15 Minuten abgeschaltet werden; sie vermag jedoch nicht zu gewährleisten, dass die Radios nur eingeschaltet werden, um sie interessierten Kunden vorzuführen und damit ihren Absatz zu fördern. Die Revision war daher zurückzuweisen.

Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 41, 50 ZPO; die Klägerin hat auf die Unzulässigkeit der Revision der Beklagten hingewiesen.

## **Anmerkung**\*

### **I. Das Problem**

Die österreichische Verwertungsgesellschaft AKM klagte eine Autohandels GmbH aus Wien, da nach „Testbegehungen“ festgestellt wurde, dass jedenfalls zwei Mal Musik im gesamten Verkaufsraum des Autohauses, das auch Autoradios verkaufte, zu hören war, ohne dass sich ein Kunde für die Autoradios interessiert hätte oder sich unmittelbar bei den ausgestellten Geräten aufgehalten hätte. Die „Musikberieselung“ war auch in der angrenzenden Reparaturwerkstätte zu hören. Die Beklagte verweigerte die Zahlung der für öffentliche Aufführungen zu entrichtenden Beiträge und berief sich auf die „freie Werknutzung“, da die Musik aus den Autoradios nur zu Verkaufs- und Demonstrationszwecken eingesetzt würde. Während laufenden Verfahrens ließ die

---

\* RA Dr. *Clemens Thiele*, LL.M. Tax (GGU), [Anwalt.Thiele@eurolawyer.at](mailto:Anwalt.Thiele@eurolawyer.at), gerichtlich beedeter Sachverständiger für Urheberfragen aller Art, insbesondere Neue Medien und Webdesign; Näheres unter <http://www.eurolawyer.at>.

Beklagte eine Zeitschaltuhr einbauen, sodass sich die Radios nach fünfzehn Minuten automatisch abschalteten.

Das Höchstgericht hatte sich im auf Unterlassung gerichteten Verfahren letztlich mit der freien Werknutzung nach § 56 UrhG und der Abgrenzung zur verkaufsfördernden Hintergrundmusikdarbietung zu befassen.

## II. Die Entscheidung des Gerichts

Das Höchstgericht bestätigte die Klagsstattgabe durch das Berufungsgericht und verbot die „Musikberieselung“ im Verkaufsraum der Beklagten.

Geschäftsbetriebe, die Bild- oder Schallträger und Abspielgeräte vertreiben oder instandsetzen, dürften Musikwerke insoweit vorführen, als es notwendig war, den Absatz von Abspielgeräten und Tonträgern zu steigern. Allein die durch konkrete Kundenvorführung und -beratung eröffnete Absatzmöglichkeit rechtfertigt die freie Werknutzung. Eine allgemeine Kundenwerbung, die durch „Musikberieselung“ ein angenehmes Kaufklima schaffen und die Kauflust der Kunden ganz allgemein anregen wollte, würde hingegen vom Zweck des § 56 UrhG nicht erfasst, weil der Urheber aus einer solchen Vorführung keinen (mittelbaren) Nutzen zöge. War daher – so wie hier – die Musik auch in anderen Abteilungen des betreffenden Geschäftsbetriebs zu hören, so wäre es Sache des Betriebsinhabers, geeignete Vorkehrungen zu treffen, um eine derartige „Musikberieselung“ anderer Abteilungen wirksam zu verhindern.

## II. Kritische Würdigung

Die vorliegende Entscheidung **setzt die bisherige Rsp** zur einschränkenden Interpretation von § 56 UrhG **fort**, wonach die dort geregelte freie Werknutzung nicht die Beschallung gesamter Tonträgerabteilung ohne Zusammenhang mit konkretem Schallträger oder Kundenwunsch deckt.

Das Höchstgericht hatte sich **bisher** – soweit ersichtlich – in **drei Entscheidungen** mit dem Umfang der freien Werknutzung nach § 56 UrhG zu befassen; in allen Fällen wurde eine freie Werknutzung verneint:

Nach einer Entscheidung aus dem Jahr 1963<sup>1</sup> begründete öffentliches Abspielen von Schallplatten mit geschützten Musikwerken über den Lautsprecher einer „Schallplattenbar“ eines Kaufhauses eine Urheberrechtsverletzung, sofern diese Aufführung nicht bloß dazu dient, einzelne Kunden mit den Schallplatten oder mit Vorrichtungen zu deren Gebrauch bekannt zumachen. Eine bereits Jahre zuvor ergangene Entscheidung<sup>2</sup> betraf das Senden geschützter Musik auf einer Messe, die nicht nur von Kunden der Beklagten besucht wurde.

Schließlich hat das Höchstgericht<sup>3</sup> in einem Fall vergleichbarer Interessenlage bei Abgrenzung der freien Werknutzung an Rundfunksendungen nach § 56 UrhG erkannt, dass die freie Werknutzung nach dieser Bestimmung nur dann gerechtfertigt ist, wenn die Vorführung lediglich in dem Bereich erfolgt, der von Kunden betreten wird, die sich für Schallträger und/oder Vorrichtungen zu ihrem Gebrauch interessieren. Die mangels geeigneter Vorkehrungen des Betriebsinhabers in anderen Abteilungen stattfindende „Musikberieselung“ verwirklicht demgegenüber einen Urheberrechtsverstoß.<sup>4</sup>

Gemäß **§ 56 Abs 1 UrhG** dürfen in Geschäftsbetrieben, die die Herstellung, den Vertrieb oder die Instandsetzung von Bild- oder Schallträgern oder von Vorrichtungen zu ihrer Herstellung oder zu

---

1 OGH 11.9.1962, 4 Ob 338/62 – *Schallplattenbar*, JBl 1963, 155 = ÖBl 1963, 35 = Schulze/28 = UFITA 42 (1964), 233.

2 OGH 11.10.1950, 3 Ob 241/50 – *Messegelände*, nv.

3 OGH 7.10.1997, 4 Ob 210/97d – *Musikberieselung I*, EvBl 1998/48 = MR 1998, 26 = ÖBl 1998, 85 = RdW 1998, 337; dazu *Dittrich*, Noch einmal: Zum Umfang der freien Werknutzung nach § 56 UrhG, ÖBl 1998, 63; *Graninger*, Ein Privilegium Majus für Elektrohändler?, ÖBl 1999, 159; vgl. auch *Dittrich*, Zum Umfang der freien Werknutzung nach § 56 UrhG, ÖBl 1997, 211.

4 Bestätigt in OGH 10.2.2004, 4 Ob 249/03a – *Radiogerät*, wbl 2004/178, 347 = JUS Z/3775 = EvBl 2004/149, 684 = RdW 2004/479, 539 = MR 2004, 262 (*Walter*) = eolex 2005/63, 140 = ÖBl 2004/58, 226 (*Gamerith*).

ihrem Gebrauch zum Gegenstand haben, Vorträge, Aufführungen und Vorführungen von Werken auf Bild- oder Schallträgern festgehalten und Bild- oder Schallträger zu öffentlichen Vorträgen, Aufführungen und Vorführungen der darauf festgehaltenen Werke benutzt werden, soweit es notwendig ist, um die Kunden mit den Bild- oder Schallträgern oder mit Vorrichtungen zu ihrer Herstellung oder zu ihrem Gebrauch bekannt zu machen oder die Brauchbarkeit zu prüfen. Nach § 56 Abs 2 UrhG gilt dasselbe für die Benutzung von Rundfunksendungen zur öffentlichen Wiedergabe eines Werkes durch Lautsprecher oder eine andere technische Einrichtung in Geschäftsbetrieben, die die Herstellung, den Vertrieb oder die Instandsetzung von Rundfunkgeräten zum Gegenstand haben.

Die **Erläuternden Bemerkungen** zum Urheberrechtsgesetz 1936<sup>5</sup> begründen die Einräumung dieser freien Werknutzung damit, dass es offenbar zu weit ginge, die Zulässigkeit der Benutzung von Bild- oder Schallträgern sowie von Rundfunksendungen zur öffentlichen Wiedergabe geschützter Werke auch in diesen Fällen von der Einwilligung des Berechtigten abhängig zu machen und die Inhaber der Geschäftsbetriebe zur Zahlung eines urheberrechtlichen Entgeltes zu verpflichten. § 56 UrhG gebe daher die öffentliche Wiedergabe von Werken auf diese Art und zu dem genannten Zwecke frei. Die Freigabe erstrecke sich aber nicht auf Aufführungen, Vorträge und Vorführungen, die nicht nur für die Kunden, sondern für jedermann veranstaltet werden, um Kunden anzulocken, also namentlich nicht für Straßenkonzerte, die von Ladeninhabern veranstaltet werden. Den Urhebern der benutzten Werke könne wohl nicht zugemutet werden, durch den Verlust des ihnen gebührenden Entgeltes die Kosten einer solchen Reklame zu verbilligen.

Bemerkenswert ist, dass nach in Österreich herrschender Meinung<sup>6</sup> Ausnahmenvorschriften nicht stets eng auszulegen sind. Sie sind im Rahmen ihres engeren Zwecks ausdehnender Auslegung zugänglich. Bei der Auslegung ist auf den sozialen Wandel im methodisch zulässigen Rahmen Bedacht zu nehmen; ein Gesetz ist nach den Verhältnissen auszulegen, wie sie im Zeitpunkt seiner Anwendung bestehen.<sup>7</sup> In diesem Sinn vertritt die hL<sup>8</sup> die Auffassung, dass die Bestimmungen über die freie Werknutzung nicht immer restriktiv auszulegen seien. Notwendig sei eine am Zweck der einzelnen Ausnahme orientierte Auslegung. Eine verständige Auslegung der einzelnen Normen über die freie Werknutzung dürfe aber nicht dazu führen, dass die Grundstruktur des Gesetzes außer acht bleibe.

Demgegenüber vertritt die Rsp – neuerlich – die Auffassung, dass die freien Werknutzungen als Ausnahmen vom ausschließlichen Recht des Urhebers eng auszulegen seien. Dies trifft auf das „wissenschaftliche Großzitat“ nach § 46 Z 2 UrhG<sup>9</sup> ebenso zu wie auf die freie Werknutzung nach § 56 UrhG.<sup>10</sup> Die maßgeblichen Abgrenzungskriterien dafür sind die konkrete Kundenvorführung im Verhältnis zur allgemeinen Kundenwerbung im Sinn Schaffung eines angenehmen Kaufklimas sowie die bloße Musikberieselung.

Nach dem festgestellten Sachverhalt ist jedenfalls zwei Mal Musik im gesamten Verkaufsraum der Beklagten, ein Mal für zehn Minuten und ein Mal für zwanzig Minuten, zu hören gewesen, ohne dass sich ein Kunde für die Autoradios interessiert oder sich unmittelbar bei den ausgestellten Geräten aufgehalten habe. Die Musikvorführung ist daher nicht durch die freie Werknutzung des § 56 UrhG gedeckt. Dass die Beklagte mittlerweile eine Zeitschaltuhr installieren ließ, schließt künftige Verstöße nicht aus. Die Zeitschaltuhr kann nur sicherstellen, dass die Radios spätestens nach 15 Minuten abgeschaltet werden; sie vermag jedoch nicht zu gewährleisten, dass die Radios

---

5 Zit nach Dillenz, Materialien zum österreichischen Urheberrecht, 132.

6 Bydlinski in Rummel, ABGB I<sup>3</sup> § 6 Rz 25; Posch in Schwimann, ABGB I<sup>3</sup> § 6 Rz 30, jeweils mwN.

7 Bydlinski aaO § 6 Rz 15; Posch aaO § 6 Rz 23.

8 Hoyer, Empfiehlt es sich, die freie Werknutzung gegenüber der derzeitigen Rechtslage einzuschränken?, ÖBl 1971, 62, 64 f; Dittrich, Zur urheberrechtlichen Beurteilung von Münzkopierautomaten nach österreichischem Recht, GRURInt 1973, 257, 259; derselbe, Zum Umfang der freien Werknutzung nach § 56 UrhG, ÖBl 1997, 211 f.

9 Vgl. OGH 11.8.2005, 4 Ob 146/05g – *Smiths Freunde gg. Norweger*, RdW 2006/21, 23 = RZ 2006, 68 = ecolex 2006/245, 587 (*Schumacher*) = MR 2006, 88 (*Walter*); 31.1.1995, 4 Ob 1/95 – *Friedrich Heer*, EvBl 1995/102 = ecolex 1995, 498 = MR 1995, 179 (*Walter*) = SZ 68/26 = ÖBl 1996, 99 = ARD 4686/20/95.

10 Bestätigt in OGH 10.2.2004, 4 Ob 249/03a – *Radiogerät*, wbl 2004/178, 347 = JUS Z/3775 = EvBl 2004/149, 684 = RdW 2004/479, 539 = MR 2004, 262 (*Walter*) = ecolex 2005/63, 140 = ÖBl 2004/58, 226 (*Gamerith*).

nur eingeschaltet werden, um sie interessierten Kunden vorzuführen und damit ihren Absatz zu fördern.

#### **IV. Zusammenfassung**

Darf der Geschäftsinhaber Abspielgeräte oder Tonträger durch Abspielen geschützter Musikwerke vorführen, so fördert dies seinen Absatz an Abspielgeräten und Tonträgern, was durch die im Kaufpreis enthaltenen Vergütungen (auch) dem Urheber zugute kommt. Diese freie Werknutzung nach § 56 UrhG deckt daher jene Vorführungen, die notwendig sind, um den Absatz von Abspielgeräten und Tonträgern zu steigern. Eine allgemeine Kundenwerbung in einem Autohaus, die durch „Musikberieselung“ mit eingeschalteten Autoradios in Vorführwägen ein angenehmes Kaufklima schaffen und die Kauflust der Kunden ganz allgemein anregen will, wird hingegen nach Auffassung des OGH vom Zweck der Bestimmung nicht (mehr) erfasst.