

TE OGH 2006/11/21 4Ob201/06x

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 21.11.2006

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch die Vizepräsidentin des Obersten Gerichtshofs Hon. Prof. Dr. Griß als Vorsitzende und 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 Verein *****, vertreten durch Kosesnik-Wehrle & Langer Rechtsanwälte KEG in Wien, gegen die beklagte Partei L***** GmbH, *****, vertreten durch Schönherr Rechtsanwälte GmbH in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert 26.000 EUR), über die außerordentliche Revision der klagenden Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Linz vom 3. August 2006, GZ 2 R 54/06h-32, den Beschluss

gefasst:

Spruch

Die außerordentliche Revision wird gemäß § 508a Abs 2 ZPO mangels der Voraussetzungen des § 502 Abs 1 ZPO zurückgewiesen (§ 510 Abs 3 ZPO). Die außerordentliche Revision wird gemäß Paragraph 508 a, Absatz 2, ZPO mangels der Voraussetzungen des Paragraph 502, Absatz eins, ZPO zurückgewiesen (Paragraph 510, Absatz 3, ZPO).

Begründung:

Rechtliche Beurteilung

Wird im Einzelhandel der Verkauf bestimmter Waren werbemäßig angekündigt, so erwartet der Kunde, dass der Werbende mit der Sorgfalt eines redlichen Kaufmanns alles in seiner Macht Stehende getan habe, um einen der normalen Nachfrage genügenden Warenvorrat

anbieten zu können (4 Ob 28/92 = ÖBI 1992, 129 -

Satelliten-Empfangsanlagen; 4 Ob 147/00x = ÖBI 2000, 259 -

Computer-Verkaufsaktion; 4 Ob 24/04i = wbl 2004, 493 -

Videorecorder). Dabei werden Kundenerwartungen regelmäßig nicht enttäuscht, wenn attraktive Waren binnen weniger Stunden ausverkauft sind (4 Ob 147/00x). Mit welcher Nachfrage gerechnet werden muss, ist wegen der Abhängigkeit von den Umständen des Einzelfalls (4 Ob 165/89) idR keine Rechtsfrage erheblicher Bedeutung. Im vorliegenden Fall waren als Aktionsware beworbene Digitalkameras zwar in einigen Filialen der Beklagten schon bald nach der Geschäftsöffnung ausverkauft. Allerdings hatten sich die Vorratsmengen (10 bis 20 Stück je nach Größe der Filiale) an früheren Aktionen mit ähnlichen Waren orientiert, bei denen zumindest am ersten Tag keine Engpässe aufgetreten waren. Damit ist die Auffassung des Berufungsgerichts jedenfalls vertretbar, dass die Beklagte die Sorgfalt eines redlichen Kaufmanns eingehalten habe. Mit der Anlehnung an frühere Verkaufszahlen hat die Beklagte den

notwendigen Vorrat nicht, wie vom Revisionsrekurs unterstellt, nur „nach Gefühl" eingeschätzt; vielmehr hat sie die zu erwartende „normale" Nachfrage aufgrund ihrer bisherigen Erfahrungen ex ante ermittelt. Das reicht grundsätzlich aus (vgl 4 Ob 4/92 = SZ 65/24 - Lockvogelwerbung). Genauere Anhaltspunkte hätte zwar möglicherweise eine professionelle Marktanalyse geboten. Sie zu verlangen würde aber den Sorgfaltsmaßstab überspannen. Denn einem Handelsunternehmen, das regelmäßig Aktionsware verkauft, kann nicht zugemutet werden, vorher für jeden einzelnen Posten Studien zur voraussichtlichen Nachfrage in Auftrag zu geben. Auch in 4 Ob 147/00x war das Vorliegen einer Studie (nur) als Indiz dafür herangezogen worden, dass die erforderliche Sorgfalt im konkreten Fall eingehalten worden war. Dass das Einholen der Studie tatsächlich notwendig gewesen wäre, ergibt sich daraus nicht. Die in der Zulassungsbeschwerde behauptete „Herabsetzung des Sorgfaltsmaßstabs" ist daher auch unter Bedachtnahme auf diese Entscheidung nicht zu erkennen. Videorecorder). Dabei werden Kundenerwartungen regelmäßig nicht enttäuscht, wenn attraktive Waren binnen weniger Stunden ausverkauft sind (4 Ob 147/00x). Mit welcher Nachfrage gerechnet werden muss, ist wegen der Abhängigkeit von den Umständen des Einzelfalls (4 Ob 165/89) idR keine Rechtsfrage erheblicher Bedeutung. Im vorliegenden Fall waren als Aktionsware beworbene Digitalkameras zwar in einigen Filialen der Beklagten schon bald nach der Geschäftsöffnung ausverkauft. Allerdings hatten sich die Vorratsmengen (10 bis 20 Stück je nach Größe der Filiale) an früheren Aktionen mit ähnlichen Waren orientiert, bei denen zumindest am ersten Tag keine Engpässe aufgetreten waren. Damit ist die Auffassung des Berufungsgerichts jedenfalls vertretbar, dass die Beklagte die Sorgfalt eines redlichen Kaufmanns eingehalten habe. Mit der Anlehnung an frühere Verkaufszahlen hat die Beklagte den notwendigen Vorrat nicht, wie vom Revisionsrekurs unterstellt, nur „nach Gefühl" eingeschätzt; vielmehr hat sie die zu erwartende „normale" Nachfrage aufgrund ihrer bisherigen Erfahrungen ex ante ermittelt. Das reicht grundsätzlich aus (vergleiche 4 Ob 4/92 = SZ 65/24 - Lockvogelwerbung). Genauere Anhaltspunkte hätte zwar möglicherweise eine professionelle Marktanalyse geboten. Sie zu verlangen würde aber den Sorgfaltsmaßstab überspannen. Denn einem Handelsunternehmen, das regelmäßig Aktionsware verkauft, kann nicht zugemutet werden, vorher für jeden einzelnen Posten Studien zur voraussichtlichen Nachfrage in Auftrag zu geben. Auch in 4 Ob 147/00x war das Vorliegen einer Studie (nur) als Indiz dafür herangezogen worden, dass die erforderliche Sorgfalt im konkreten Fall eingehalten worden war. Dass das Einholen der Studie tatsächlich notwendig gewesen wäre, ergibt sich daraus nicht. Die in der Zulassungsbeschwerde behauptete „Herabsetzung des Sorgfaltsmaßstabs" ist daher auch unter Bedachtnahme auf diese Entscheidung nicht zu erkennen.

Anmerkung

E82590 4Ob201.06x

Schlagworte

Kennung XPUBL Diese Entscheidung wurde veröffentlicht in ÖBI-LS 2007/53 XPUBLEND

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2006:0040OB00201.06X.1121.000

Dokumentnummer

JJT_20061121_OGH0002_0040OB00201_06X0000_000

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at