

# TE OGH 2002/1/29 4Ob292/01x

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 29.01.2002

## Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr. Kodek als Vorsitzenden, den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Graf, die Hofrätinnen des Obersten Gerichtshofes Dr. Grief und Dr. Schenk und den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei Alois B\*\*\*\*\*, vertreten durch Dr. Roland Kometer, Rechtsanwalt in Innsbruck, gegen die beklagte Partei Anton B\*\*\*\*\*, vertreten durch Dr. Markus Heis, Rechtsanwalt in Innsbruck, wegen Unterlassung (Streitwert im Provisorialverfahren 500.000 S), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der klagenden Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichtes Innsbruck als Rekursgericht vom 12. November 2001, GZ 2 R 218/01b-10, den Beschluss

gefasst:

## Spruch

Der außerordentliche Revisionsrekurs wird gemäß §§ 78 und 402 Abs 4 EO iVm § 526 Abs 2 Satz 1 ZPO mangels der Voraussetzungen des § 528 Abs 1 ZPO zurückgewiesen (§ 528a iVm § 510 Abs 3 ZPO). Der außerordentliche Revisionsrekurs wird gemäß Paragraphen 78 und 402 Absatz 4, EO in Verbindung mit Paragraph 526, Absatz 2, Satz 1 ZPO mangels der Voraussetzungen des Paragraph 528, Absatz eins, ZPO zurückgewiesen (Paragraph 528 a, in Verbindung mit Paragraph 510, Absatz 3, ZPO).

## Text

Begründung:

## Rechtliche Beurteilung

Wie eine Aussage im Wettbewerb zu verstehen ist, richtet sich nach dem Verständnis der dadurch angesprochenen Verkehrskreise unter den im jeweils zu beurteilenden Fall vorliegenden besonderen Umständen. Es ist legitimes Ziel eines jeden Wettbewerbs, Kunden zu gewinnen. Unlauter wird eine diesem Ziel dienende Werbemaßnahme erst dann, wenn der freie Willensentschluss des Kunden etwa durch Methoden der Irreführung beeinträchtigt oder gar ausgeschlossen wird oder die Werbung durch den Mitbewerber unnötig herabsetzende Äußerungen erfolgt. Die Auffassung des Rekursgerichts, der an den Leser von Campingführern gerichtete Hinweis, der 30 m davor gelegene Platz des Klägers sei zu durchfahren, um auf den Campingplatz des Beklagten zu gelangen, sei weder für sich allein noch im Zusammenhang mit der weiteren Behauptung, der Platz des Beklagten sei der schönste Platz am See, sittenwidrig, steht mit diesen Grundsätzen im Einklang und ist nicht zu beanstanden. Den Lesern des Campingführers wird damit der Weg zum Platz des Beklagten beschrieben, ohne dass jener des Klägers in irgendeiner Weise herabgesetzt oder als minderwertig beschrieben würde.

Soweit nun das Rekursgericht in der Behauptung des Beklagten, sein Campingplatz sei der "schönste Platz am See", eine rein subjektive, unüberprüfbare Meinungsäußerung erblickt, ist eine im Rahmen eines außerordentlichen Rechtsmittels aufzugreifende Fehlbeurteilung nicht zu erkennen. Die Behauptung "Der schönste Platz am See" ist

objektiv nicht nachprüfbar und unterliegt rein subjektiven, unüberprüfbaren Empfindungen; besondere objektivierbare Beurteilungskriterien des Angebots, wie beispielsweise Ausstattung oder Komfort des Campingplatzes werden dabei nicht angesprochen, sodass diese Werbebehauptung auch zur Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise nicht geeignet erscheint. Sie ist vielmehr als Übertreibung im Sinn einer marktschreierischen Werbung aufzufassen (vgl. ÖBI 2001, 68 - Das beste Magazin). Soweit nun das Rekursgericht in der Behauptung des Beklagten, sein Campingplatz sei der "schönste Platz am See", eine rein subjektive, unüberprüfbare Meinungsäußerung erblickt, ist eine im Rahmen eines außerordentlichen Rechtsmittels aufzugreifende Fehlbeurteilung nicht zu erkennen. Die Behauptung "Der schönste Platz am See" ist objektiv nicht nachprüfbar und unterliegt rein subjektiven, unüberprüfbaren Empfindungen; besondere objektivierbare Beurteilungskriterien des Angebots, wie beispielsweise Ausstattung oder Komfort des Campingplatzes werden dabei nicht angesprochen, sodass diese Werbebehauptung auch zur Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise nicht geeignet erscheint. Sie ist vielmehr als Übertreibung im Sinn einer marktschreierischen Werbung aufzufassen (vergleiche ÖBI 2001, 68 - Das beste Magazin).

#### **Anmerkung**

E64482 4Ob292.01x

#### **European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:2002:0040OB00292.01X.0129.000

#### **Dokumentnummer**

JJT\_20020129\_OGH0002\_0040OB00292\_01X0000\_000

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

© 2026 JUSLINE

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

[www.jusline.at](http://www.jusline.at)