

TE OGH 1998/7/14 4Ob183/98k

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 14.07.1998

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. Griß und Dr. Schenk sowie den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei W***** GmbH, *****, vertreten durch Dr. Paul Ladurner und andere Rechtsanwälte in Innsbruck, wider die beklagte Partei Ing. Traute L*****, vertreten durch Dr. Manfred Müllauer, Rechtsanwalt in Wien, wegen S 54.600.- s.A., infolge Revision der beklagten Partei gegen das Urteil des Landesgerichtes für Zivilrechtssachen Wien als Berufungsgericht vom 30. März 1998, GZ 35 R 206/98y-21, womit infolge Berufung der klagenden Partei das Urteil des Bezirksgerichtes Innere Stadt Wien vom 17. November 1997, GZ 31 C 307/97x-15, abgeändert wurde, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Spruch

Der Revision wird nicht Folge gegeben.

Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei die mit S 4.871,04 (darin S 811,84 USt) bestimmten Kosten der Revisionsbeantwortung binnen 14 Tagen zu ersetzen.

Text

Entscheidungsgründe:

Die Klägerin hat im August 1996 im Hotel L***** in Kitzbühl eine abendliche Modeschau veranstaltet, an der die dreiundsiebzigjährige Beklagte, die im Hotel ein Zimmer gebucht hatte und erst am Tag der Modeschau angereist war, nicht teilgenommen hat. Als die Beklagte am Tag nach der Modeschau gegen Mittag nach einem Spaziergang ins Hotel zurückkehrte, sah sie in der Hotelhalle bei der Rezeption mehrere fahrbare Kleiderständer stehen, wie sie üblicherweise in Kaufhäusern verwendet werden, auf denen Mäntel hingen. Aus Neugierde schaute sich die Beklagte die Mäntel an und wurde dabei vom Geschäftsführer der Klägerin angesprochen, ob sie etwas gefunden habe. Sie antwortete, daß sie für ihre Größe üblicherweise nie etwas fertig bekomme, worauf der Geschäftsführer meinte, bei ihnen wäre dies aber möglich. Als die Beklagte meinte, ihr gefielen diese Mäntel schon von der Farbe her gar nicht, bot ihr der Geschäftsführer an, ihr auch einen Mantel in einer anderen Farbe verschaffen zu können. Im Zuge dieses sich so entwickelnden Verkaufsgespräches probierte die Beklagte mehrere Mäntel, von denen ihr letztlich einer - mit Ausnahme des Schnittes - gefiel. Auf die Zusage, daß ihre Abänderungswünsche berücksichtigt würden, entschloß sie sich, einen Mantel zu kaufen und unterschrieb einen Auftrag, in dem das Kaufobjekt als Schweizer Regenseidenmantel mit russischem Fehrrücken und einem Preis von DM 7.800.- beschrieben war. Daß der Preis in DM angegeben war, fiel der Beklagten dabei nicht auf; im vorangegangenen Verkaufsgespräch hatte der Geschäftsführer den Preis immer nur mit "7.800.-" genannt, wobei die Beklagte davon ausging, daß damit österreichische Schilling gemeint seien. Der Beklagten wurde ein Durchschlag des Auftragformulars ausgehändigt; vereinbart wurde Zahlung nach Lieferung. Eine

Belehrung über ein Rücktrittsrecht wurde der Beklagten nicht erteilt und ergibt sich auch nicht aus dem Auftragsformular. Als der Beklagten der bestellte Mantel per Post zugestellt wurde, erkannte sie aus der beigelegten Rechnung, daß der Kaufpreis DM 7.800.- beträgt. Sie rief sofort bei der Klägerin an und klärte ihren Irrtum auf, doch wollte die Klägerin das Geschäft nicht stornieren und den Mantel nicht zurücknehmen. Zwei Tage später erklärte der Rechtsvertreter der Beklagten in ihrem Namen schriftlich gegenüber der Klägerin, vom Vertrag zurückzutreten. Die Klägerin verweigerte die Annahme des von der Beklagten zurückgeschickten Mantels.

Die Klägerin begehrt den Kaufpreis für den bestellungsgemäß gelieferten Mantel; ein Rücktrittsrecht stehe der Beklagten nicht zu, weil sie selbst die geschäftliche Verbindung angebahnt habe.

Die Beklagte beantragt Klageabweisung und wendet ein, das ihr nach dem Konsumentenschutzgesetz zustehende Rücktrittsrecht ausgeübt zu haben; auch sei der Vertrag infolge eines von der Klägerin verursachten Irrtums rückabzuwickeln. Sie wendete S 800.- Portospesen und S 500.- Verwahrungskosten aufrechnungsweise gegen die Klageforderung ein.

Das Erstgericht wies die Klage ab. Es beurteilte den eingangs wiedergegebenen Sachverhalt rechtlich dahin, daß sich die Beklagte bezüglich des Kaufpreises in einem von der Klägerin verursachten Irrtum befunden habe; der von der Beklagten erklärte Rücktritt vom Vertrag sei rechtzeitig erklärt worden und wirksam.

Das Berufungsgericht sprach aus, daß die Klageforderung zu Recht bestehe, nicht hingegen die Gegenforderung, und gelangte zu einer Klagestattgebung in der Hauptsache samt gesetzlichen Verzugszinsen, während es ein Zinsenmehrbegehren abwies. Das Berufungsgericht sprach aus, daß die ordentliche Revision zur Klärung der Frage, was unter "Anbahnen durch den Verbraucher" zu verstehen sei, zulässig sei. Es traf nach teilweiser Beweiswiederholung die ergänzende Feststellung, daß der schriftliche Auftrag der Beklagten vom Geschäftsführer der Klägerin vorgelesen worden ist. Rechtlich vertrat es die Ansicht, ein von der Klägerin verursachter Irrtum über den Kaufpreis liege nicht vor, sei doch die maßgebliche Währung im schriftlichen Auftrag, der der Beklagten auch noch vorgelesen worden sei, deutlich lesbar aufgeschienen. Es gelte demnach der objektive Erklärungsinhalt der Bestellung nach der Übung des redlichen Verkehrs. Der Beklagten stehe auch kein Rücktrittsrecht zu, weil sie das Geschäft dadurch angebahnt habe, daß sie sich die in der Hotelhalle stehenden Kleiderständer samt Mäntel neugierig angeschaut habe.

Rechtliche Beurteilung

Die Revision der Beklagten ist zulässig. Die Entscheidung hängt nämlich von der Lösung der Frage ab, ob ein Fall vorliegt, bei dem der Verbraucher selbst die geschäftliche Verbindung mit dem Unternehmer zwecks Schließung eines Vertrages angebahnt hat (§ 3 Abs 3 Z 1 KSchG). Es handelt sich hiebei um eine Rechtsfrage des materiellen Rechts, der zur Wahrung der Rechtseinheit, Rechtssicherheit und Rechtsentwicklung erhebliche Bedeutung zukommt (§ 502 Abs 1 ZPO). Es besteht zwar eine Rechtsprechung zur Frage, was unter "Anbahnen" iS des § 3 Abs 3 Z 1 KSchG zu verstehen ist (SZ 55/96; SZ 55/183; EvBl 1984/98; JBl 1985, 354; SZ 57/152), doch ergibt sich aus dieser Begriffsbestimmung noch nicht ohne weiteres die Lösung des zu entscheidenden Falles, weil die Aufnahme von Vorverhandlungen in den verschiedensten immer wiederkehrenden und damit nicht nur für den Einzelfall bedeutsamen Formen möglich ist (SZ 57/152). Es ist daher auch hier erforderlich, die richtige Konkretisierung des allgemein gefaßten Gesetzesbegriffes des "Anbahnens" zu prüfen. Die Revision der Beklagten ist zulässig. Die Entscheidung hängt nämlich von der Lösung der Frage ab, ob ein Fall vorliegt, bei dem der Verbraucher selbst die geschäftliche Verbindung mit dem Unternehmer zwecks Schließung eines Vertrages angebahnt hat (Paragraph 3, Absatz 3, Ziffer eins, KSchG). Es handelt sich hiebei um eine Rechtsfrage des materiellen Rechts, der zur Wahrung der Rechtseinheit, Rechtssicherheit und Rechtsentwicklung erhebliche Bedeutung zukommt (Paragraph 502, Absatz eins, ZPO). Es besteht zwar eine Rechtsprechung zur Frage, was unter "Anbahnen" iS des Paragraph 3, Absatz 3, Ziffer eins, KSchG zu verstehen ist (SZ 55/96; SZ 55/183; EvBl 1984/98; JBl 1985, 354; SZ 57/152), doch ergibt sich aus dieser Begriffsbestimmung noch nicht ohne weiteres die Lösung des zu entscheidenden Falles, weil die Aufnahme von Vorverhandlungen in den verschiedensten immer wiederkehrenden und damit nicht nur für den Einzelfall bedeutsamen Formen möglich ist (SZ 57/152). Es ist daher auch hier erforderlich, die richtige Konkretisierung des allgemein gefaßten Gesetzesbegriffes des "Anbahnens" zu prüfen.

Das dem Rechtsstreit zugrundeliegende Geschäft ist ein Verbrauchervertrag, dem die österreichische Rechtsordnung mit ihren Normen des Konsumentenschutzgesetzes einen besonderen Privatrechtsschutz gewährt; da der Vertrag mit

der Klägerin, die ihren Sitz in Deutschland hat, durch eine auf Vertragsschluß gerichtete Tätigkeit der Klägerin im Inland zustandegekommen ist, unterliegt die vertragliche Rechtsbeziehung zwischen den Parteien dem österreichischen Recht (§ 41 Abs 1 IPRG). Das dem Rechtsstreit zugrundeliegende Geschäft ist ein Verbrauchervertrag, dem die österreichische Rechtsordnung mit ihren Normen des Konsumentenschutzgesetzes einen besonderen Privatrechtsschutz gewährt; da der Vertrag mit der Klägerin, die ihren Sitz in Deutschland hat, durch eine auf Vertragsschluß gerichtete Tätigkeit der Klägerin im Inland zustandegekommen ist, unterliegt die vertragliche Rechtsbeziehung zwischen den Parteien dem österreichischen Recht (Paragraph 41, Absatz eins, IPRG).

Hat der Verbraucher seine zum Vertragsabschluß führende rechtsgeschäftliche Erklärung weder in den vom Unternehmer für seine geschäftlichen Zwecke dauernd benützten Räumen noch bei einem von diesem auf einer Messe oder einem Markt benützten Stand abgegeben, steht ihm gem. § 3 Abs 1 KSchG grundsätzlich ein Rücktrittsrecht zu. Die rechtspolitische Zielsetzung dieser Regelung liegt darin, einen Ausgleich dafür zu schaffen, daß der Käufer dem Verhandlungsgeschick des Verkäufers und seinen möglicherweise unseriösen Verkaufsmethoden nicht gewachsen ist; der Verbraucher soll vor Überrumpelung durch fragwürdig agierende Unternehmer und ihre Vertreter geschützt werden (SZ 57/152 mwN). Die Rechtsprechung formuliert, daß das Rücktrittsrecht den Verbraucher vor übereilt abgeschlossenen Rechtsgeschäften (EvBl 1984/98) oder übereilt abgegebenen Erklärungen sowie unseriösen Verkaufsmethoden (SZ 57/152) schützen soll; ein am Vertragsabschluß desinteressierter Verbraucher soll nicht durch geschicktes Ausnützen seiner situationsbedingten Unterlegenheit zu einem unüberlegten Vertragsabschluß verleitet werden (NZ 1994, 135). Hat der Verbraucher seine zum Vertragsabschluß führende rechtsgeschäftliche Erklärung weder in den vom Unternehmer für seine geschäftlichen Zwecke dauernd benützten Räumen noch bei einem von diesem auf einer Messe oder einem Markt benützten Stand abgegeben, steht ihm gem. Paragraph 3, Absatz eins, KSchG grundsätzlich ein Rücktrittsrecht zu. Die rechtspolitische Zielsetzung dieser Regelung liegt darin, einen Ausgleich dafür zu schaffen, daß der Käufer dem Verhandlungsgeschick des Verkäufers und seinen möglicherweise unseriösen Verkaufsmethoden nicht gewachsen ist; der Verbraucher soll vor Überrumpelung durch fragwürdig agierende Unternehmer und ihre Vertreter geschützt werden (SZ 57/152 mwN). Die Rechtsprechung formuliert, daß das Rücktrittsrecht den Verbraucher vor übereilt abgeschlossenen Rechtsgeschäften (EvBl 1984/98) oder übereilt abgegebenen Erklärungen sowie unseriösen Verkaufsmethoden (SZ 57/152) schützen soll; ein am Vertragsabschluß desinteressierter Verbraucher soll nicht durch geschicktes Ausnützen seiner situationsbedingten Unterlegenheit zu einem unüberlegten Vertragsabschluß verleitet werden (NZ 1994, 135).

In konsequenter Weise hat der Gesetzgeber daher solche Fallgruppen vom Rücktrittsrecht ausgenommen, bei denen typischerweise eine Überrumpelung ausgeschlossen ist (744 BlgNR 14.GP 19; JBl 1984, 44). So steht dem Verbraucher ein Rücktrittsrecht dann nicht zu, wenn er selbst die geschäftliche Verbindung mit dem Unternehmer oder dessen Beauftragten zwecks Schließung dieses Vertrages angebahnt hat (§ 3 Abs 3 Z 1 KSchG). In der Lehre wird diese Bestimmung dahin verstanden, daß der Verbraucher zur Anbahnung des konkreten Verbrauchergeschäftes auf eigenen Antrieb selbst aktiv tätig geworden sein muß (Kosesnik-Wehrle, KSchG 40), und daß die Absicht, eine Sache zu kaufen, ohne unmittelbare Beeinflussung von Seiten des Unternehmers entstanden sein muß (Martinek/Schwarz, Ratengesetz 53). Ist diese (erste) Willensbildung ohne Einflußnahme des Verkäufers erfolgt, dann fehlt es an einem Schutzbedürfnis für den Käufer (Brunner, JBl 1962, 250); geht nämlich die Initiative zu einem bestimmten Geschäftsabschluß vom Käufer selbst aus, dann hat er sich eine etwaige (nachträgliche) Beeinflussung bei seiner Kaufentscheidung selbst zuzuschreiben (Mayrhofer, Das Abzahlungsgeschäft nach dem Ratengeschäft 154). Die Rechtsprechung versteht unter "Anbahnen" ein Verhalten, durch das dem Unternehmer gegenüber zum Ausdruck gebracht wird, man wolle in Vorverhandlungen zwecks Abschlusses eines bestimmten Geschäftes treten (Krejci in Rummel**2 Rz 23 zu § 3 KSchG mwN). Zusammenfassend läßt sich also festhalten, daß Schutzobjekt dieser Norm der freie Willensentschluß des Verbrauchers ist, sich mit einem Angebot des Unternehmers näher zu befassen; verpönt ist demnach jedes Verhalten des Unternehmers außerhalb seiner Geschäftsräumlichkeiten, das den Willen eines konkreten Verbrauchers in der Absicht zu beeinflussen sucht, dieser möge mit ihm in Vertragsverhandlungen treten bzw. einen Vertrag abschließen, obwohl nur allgemeine Informationen gewünscht werden. Eine an die Allgemeinheit gerichtete Werbeaktivität des Unternehmers ist hingegen unter diesem Gesichtspunkt unbedenklich, liegt doch in einer allgemeinen Bekanntmachung einer Geschäftsgelegenheit noch keine Herstellung individueller Verhandlungsbeziehungen mit einem einzelnen Verbraucher (Krejci aaO Rz 24 mwN). In konsequenter Weise hat der Gesetzgeber daher solche Fallgruppen vom Rücktrittsrecht ausgenommen, bei denen typischerweise eine Überrumpelung ausgeschlossen ist (744 BlgNR 14.GP 19; JBl 1984, 44). So steht dem Verbraucher ein Rücktrittsrecht

dann nicht zu, wenn er selbst die geschäftliche Verbindung mit dem Unternehmer oder dessen Beauftragten zwecks Schließung dieses Vertrages angebahnt hat (Paragraph 3, Absatz 3, Ziffer eins, KSchG). In der Lehre wird diese Bestimmung dahin verstanden, daß der Verbraucher zur Anbahnung des konkreten Verbrauchergeschäftes auf eigenen Antrieb selbst aktiv tätig geworden sein muß (Kosesnik-Wehrle, KSchG 40), und daß die Absicht, eine Sache zu kaufen, ohne unmittelbare Beeinflussung von seiten des Unternehmers entstanden sein muß (Martinek/Schwarz, Ratengesetz 53). Ist diese (erste) Willensbildung ohne Einflußnahme des Verkäufers erfolgt, dann fehlt es an einem Schutzbedürfnis für den Käufer (Brunner, JBl 1962, 250); geht nämlich die Initiative zu einem bestimmten Geschäftsabschluß vom Käufer selbst aus, dann hat er sich eine etwaige (nachträgliche) Beeinflussung bei seiner Kaufentscheidung selbst zuzuschreiben (Mayrhofer, Das Abzahlungsgeschäft nach dem Ratengeschäft 154). Die Rechtsprechung versteht unter "Anbahnen" ein Verhalten, durch das dem Unternehmer gegenüber zum Ausdruck gebracht wird, man wolle in Vorverhandlungen zwecks Abschlusses eines bestimmten Geschäftes treten (Krejci in Rummel**2 Rz 23 zu Paragraph 3, KSchG mwN). Zusammenfassend läßt sich also festhalten, daß Schutzobjekt dieser Norm der freie Willensentschluß des Verbrauchers ist, sich mit einem Angebot des Unternehmers näher zu befassen; verpönt ist demnach jedes Verhalten des Unternehmers außerhalb seiner Geschäftsräumlichkeiten, das den Willen eines konkreten Verbrauchers in der Absicht zu beeinflussen sucht, dieser möge mit ihm in Vertragsverhandlungen treten bzw. einen Vertrag abschließen, obwohl nur allgemeine Informationen gewünscht werden. Eine an die Allgemeinheit gerichtete Werbeaktivität des Unternehmers ist hingegen unter diesem Gesichtspunkt unbedenklich, liegt doch in einer allgemeinen Bekanntmachung einer Geschäftsgelegenheit noch keine Herstellung individueller Verhandlungsbeziehungen mit einem einzelnen Verbraucher (Krejci aaO Rz 24 mwN).

Die Beklagte wurde nach dem festgestellten Sachverhalt nicht etwa in der Hotelhalle vom Geschäftsführer der Beklagten angesprochen, sie möge sich doch die dort hängenden Mäntel ansehen (in welchem Fall der Entschluß der Beklagten, sich näher mit dem Angebot der Klägerin zu befassen, erst durch ein aktives und zielgerichtetes Tun eines Organs der Klägerin entstanden wäre). Die Beklagte hat vielmehr aus Neugierde und von sich aus die ausgestellten Mäntel der Klägerin einer näheren Betrachtung unterzogen; sie wurde also aus eigenem Antrieb aktiv tätig. Daß der Geschäftsführer der Klägerin als erster das Wort an sie gerichtet und damit das zum Verkauf führende Gespräch eingeleitet hat, ist in diesem Zusammenhang ohne Bedeutung: Eine nach Verbraucherschutzbestimmungen verpönte "Überrumpelung" der Beklagten konnte in diesem Moment nämlich nicht mehr stattfinden, weil die Beklagte bereits zuvor den freien Willensentschluß gefaßt hatte, sich mit dem Angebot der Klägerin näher zu befassen (ohne daß sie zugleich gegenüber ihrem Gesprächspartner unmißverständlich zum Ausdruck gebracht hätte, einen Vertragsabschluß von vorneherein auszuschließen). Sie befand sich damit in keiner anderen Situation, als wenn sie auf der Straße durch in einem Schaufenster ausgestellte Waren dazu verlockt worden wäre, ein Geschäftslokal zu betreten. Ein Fall besonderer Schutzwürdigkeit lag damit nicht vor, konnte doch die Beklagte unbeeinflusst von irgendwelchen Verhandlungspraktiken eines unerwartet sie ansprechenden oder bei ihr erschienenen Vertreters überlegen, ob sie mit der Klägerin in Verbindung treten, sich für deren Angebot näher interessieren und allenfalls über den Abschluß eines bestimmten Geschäftes verhandeln wolle. Ging damit aber einmal die Initiative zu einem bestimmten Geschäftsabschluß (hier: Ankauf eines Mantels) von ihr selbst aus (wobei es für die Kongruenz der Anbahnung unbeachtlich ist, daß sie sich letztlich für einen Mantel entschieden hat, der nach ihren Wünschen erst angefertigt werden mußte), dann hat sie sich eine etwaige nachträgliche Beeinflussung bei ihrer Kaufentscheidung selbst zuzuschreiben. Dem Berufungsgericht ist deshalb in seiner Beurteilung der Rechtsfrage zuzustimmen, daß die Beklagte die geschäftliche Verbindung zur Klägerin selbst angebahnt hat, weshalb ihr gem. § 3 Abs 3 Z 1 KSchG kein Rücktrittsrecht zusteht. Die Beklagte wurde nach dem festgestellten Sachverhalt nicht etwa in der Hotelhalle vom Geschäftsführer der Beklagten angesprochen, sie möge sich doch die dort hängenden Mäntel ansehen (in welchem Fall der Entschluß der Beklagten, sich näher mit dem Angebot der Klägerin zu befassen, erst durch ein aktives und zielgerichtetes Tun eines Organs der Klägerin entstanden wäre). Die Beklagte hat vielmehr aus Neugierde und von sich aus die ausgestellten Mäntel der Klägerin einer näheren Betrachtung unterzogen; sie wurde also aus eigenem Antrieb aktiv tätig. Daß der Geschäftsführer der Klägerin als erster das Wort an sie gerichtet und damit das zum Verkauf führende Gespräch eingeleitet hat, ist in diesem Zusammenhang ohne Bedeutung: Eine nach Verbraucherschutzbestimmungen verpönte "Überrumpelung" der Beklagten konnte in diesem Moment nämlich nicht mehr stattfinden, weil die Beklagte bereits zuvor den freien Willensentschluß gefaßt hatte, sich mit dem Angebot der Klägerin näher zu befassen (ohne daß sie zugleich gegenüber ihrem Gesprächspartner unmißverständlich zum Ausdruck gebracht hätte, einen Vertragsabschluß von vorneherein auszuschließen). Sie befand sich damit in keiner

anderen Situation, als wenn sie auf der Straße durch in einem Schaufenster ausgestellte Waren dazu verlockt worden wäre, ein Geschäftslokal zu betreten. Ein Fall besonderer Schutzwürdigkeit lag damit nicht vor, konnte doch die Beklagte unbeeinflusst von irgendwelchen Verhandlungspraktiken eines unerwartet sie ansprechenden oder bei ihr erschienenen Vertreters überlegen, ob sie mit der Klägerin in Verbindung treten, sich für deren Angebot näher interessieren und allenfalls über den Abschluß eines bestimmten Geschäftes verhandeln wolle. Ging damit aber einmal die Initiative zu einem bestimmten Geschäftsabschluß (hier: Ankauf eines Mantels) von ihr selbst aus (wobei es für die Kongruenz der Anbahnung unbeachtlich ist, daß sie sich letztlich für einen Mantel entschieden hat, der nach ihren Wünschen erst angefertigt werden mußte), dann hat sie sich eine etwaige nachträgliche Beeinflussung bei ihrer Kaufentscheidung selbst zuzuschreiben. Dem Berufungsgericht ist deshalb in seiner Beurteilung der Rechtsfrage zuzustimmen, daß die Beklagte die geschäftliche Verbindung zur Klägerin selbst angebahnt hat, weshalb ihr gem. Paragraph 3, Absatz 3, Ziffer eins, KSchG kein Rücktrittsrecht zusteht.

Daß die Mäntel der Klägerin mit DM-Preisen ausgezeichnet gewesen wären, steht nicht fest. Hat aber der Geschäftsführer der Klägerin den schriftlichen Auftrag samt dem darin enthaltenen DM-Preis der Beklagten vorgelesen, kann die unrichtige Vorstellung der Beklagten, der Mantel koste öS 7.800.-, nicht von der Klägerin verursacht worden sein. Eines besonderen aufklärenden Hinweises darauf, daß es sich um keinen Schilling-Preis handelt, bedurfte es unter den gegebenen Umständen nach der in dieser Frage maßgeblichen Übung des redlichen Verkehrs (vg. SZ 52/22; SZ 55/51, SZ 68/105 ua) nicht. Die Behauptung der Revisionswerberin, der Geschäftsführer der Klägerin habe ihren Irrtum über die Währung des Kaufpreises erkannt, ist aktenwidrig. Der Revision war deshalb auch unter dem Gesichtspunkt der Irrtumsanfechtung ein Erfolg zu versagen.

Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 41, 50 Abs 1 ZPO. Die Kostenentscheidung beruht auf Paragraphen 41,, 50 Absatz eins, ZPO.

Anmerkung

E50853 04A01838

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1998:0040OB00183.98K.0714.000

Dokumentnummer

JJT_19980714_OGH0002_0040OB00183_98K0000_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