

# RS OGH 2004/1/20 4Ob243/03v, 4Ob208/06a, 4Ob131/07d, 4Ob199/07d, 4Ob195/07s, 4Ob186/07t, 4Ob6/08y, 4

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 20.01.2004

## Norm

UWG §2 C2a

UWG §2 A2

## Rechtssatz

Ein aufklärender Hinweis kann eine Täuschung durch eine mehrdeutige Werbeaussage nur verhindern, wenn er von den angesprochenen Verkehrskreisen auch wahrgenommen wird. Das setzt im Regelfall gleiche Auffälligkeit voraus. Gleiche Auffälligkeit ist nicht erst dann gegeben, wenn die Schriftgröße übereinstimmt. Maßgebend ist vielmehr, ob ein durchschnittlich informierter, verständiger Verbraucher den aufklärenden Hinweis wahrnimmt, wenn er mit der Werbeaussage konfrontiert wird.

## Entscheidungstexte

- 4 Ob 243/03v  
Entscheidungstext OGH 20.01.2004 4 Ob 243/03v
- 4 Ob 208/06a  
Entscheidungstext OGH 21.11.2006 4 Ob 208/06a  
Auch; nur: Ein aufklärender Hinweis kann eine Täuschung durch eine mehrdeutige Werbeaussage nur verhindern, wenn er von den angesprochenen Verkehrskreisen auch wahrgenommen wird. Maßgebend ist, ob ein durchschnittlich informierter, verständiger Verbraucher den aufklärenden Hinweis wahrnimmt, wenn er mit der Werbeaussage konfrontiert wird. (T1)  
Beisatz: ....., und ob er ihn im Zusammenhalt mit der übrigen Werbung überhaupt als ernst gemeint auffassen wird. (T2)  
Beisatz: Eindruck medizinischer Zweckbestimmung - „medizinischer Disclaimer“. (T3)
- 4 Ob 131/07d  
Entscheidungstext OGH 10.07.2007 4 Ob 131/07d  
Auch; Beisatz: Die kaum lesbare Fußzeile in der Zeitungswerbung erfüllt dieses Erfordernis selbstverständlich nicht. (T4)
- 4 Ob 199/07d  
Entscheidungstext OGH 13.11.2007 4 Ob 199/07d

- Vgl; Beisatz: Das drückt die jüngere Rechtsprechung präziser aus, wenn sie einen zur Beseitigung der Irreführungseignung „ausreichend deutlichen“ Hinweis fordert (so bereits 4 Ob 131/07d, 4 Ob 208/06a). (T5)
- 4 Ob 195/07s  
Entscheidungstext OGH 13.11.2007 4 Ob 195/07s  
Auch; Beisatz: Ein aufklärender Hinweis reicht zur Beseitigung der Irreführungseignung aus, wenn ihn ein durchschnittlich informierter, verständiger Adressat der Werbung bei anlassbezogener Aufmerksamkeit. (T6)
  - 4 Ob 186/07t  
Entscheidungstext OGH 13.11.2007 4 Ob 186/07t  
Beis wie T5; Beisatz: Das Erfordernis gleicher Auffälligkeit ist dahin zu verstehen, dass der Auffälligkeitswert des aufklärenden Hinweises im konkreten Fall ausreichen muss, um den durch die (übrige) Ankündigung verursachten irreführenden Eindruck zu beseitigen. Formale Erfordernisse wie gleiche Schriftgröße oder Farbe lassen sich daraus nicht ableiten. (T7)
  - 4 Ob 6/08y  
Entscheidungstext OGH 14.02.2008 4 Ob 6/08y  
Auch; Beis wie T5; Beis wie T7; Beisatz: Hier: Zur Formulierung einer einstweiligen Verfügung, mit der die Verwendung eines aufklärenden Hinweises geboten wurde. (T8)
  - 4 Ob 27/08m  
Entscheidungstext OGH 08.04.2008 4 Ob 27/08m  
nur T1; Beis wie T2; Bem: Diese Entscheidung betrifft (auch) die Rechtslage nach der UWG-Novelle 2007. (T9)
  - 4 Ob 18/08p  
Entscheidungstext OGH 20.05.2008 4 Ob 18/08p  
nur T1; Beis wie T5  
Veröff: SZ 2008/66
  - 4 Ob 109/08w  
Entscheidungstext OGH 26.08.2008 4 Ob 109/08w  
Auch; Beis wie T9
  - 4 Ob 188/08p  
Entscheidungstext OGH 20.01.2009 4 Ob 188/08p  
Vgl; Beisatz: Dieser Hinweis müsste so gestaltet sein, dass ihn ein Durchschnittsverbraucher im Gesamtzusammenhang der Werbung nicht nur wahrnimmt, sondern auch als ernst gemeint auffasst. (T10)  
Beisatz: Hier: Werbung für den Erwerb von Wertpapieren. (T11)  
Veröff: SZ 2009/6
  - 4 Ob 29/10h  
Entscheidungstext OGH 11.05.2010 4 Ob 29/10h  
Auch; Beisatz: Ein aufklärender Hinweis kann die Irreführungseignung nur bei ausreichender Deutlichkeit beseitigen. (T12)
  - 4 Ob 220/11y  
Entscheidungstext OGH 28.02.2012 4 Ob 220/11y  
Auch; Beis wie T12
  - 3 Ob 25/12s  
Entscheidungstext OGH 14.03.2012 3 Ob 25/12s  
Vgl
  - 4 Ob 220/12z  
Entscheidungstext OGH 15.01.2013 4 Ob 220/12z  
nur T1; Beis wie T4; Beis wie T7; Beisatz: Hier: Eingblendeter Text in einem Fernsehwerbespot. (T13)
  - 4 Ob 29/13p  
Entscheidungstext OGH 23.05.2013 4 Ob 29/13p  
Auch; nur T1; Beis wie T6; Beisatz: Vom Durchschnittsverbraucher, der aus dem Gesamteindruck eines Geschäftsauftritts beinahe zwingend ableiten muss, es mit einem österreichischen Unternehmen zu tun zu haben, ist aber nicht zu erwarten, dass er dies durch Einsicht in die Geschäftsbedingungen und in das Impressum einer Website verifiziert. (T14)

Veröff: SZ 2013/51

- 4 Ob 68/13y  
Entscheidungstext OGH 09.07.2013 4 Ob 68/13y  
Beis wie T13
- 4 Ob 202/13d  
Entscheidungstext OGH 17.12.2013 4 Ob 202/13d  
Auch; Beis wie T6
- 4 Ob 149/13k  
Entscheidungstext OGH 17.12.2013 4 Ob 149/13k  
Beisatz: Hier: Irreführungseignung einer blickfangartigen Gewinnspielankündigung mangels gleicher Auffälligkeit des aufklärenden Hinweises über die Gewinnspiellogik bejaht. (T15)
- 4 Ob 95/16y  
Entscheidungstext OGH 24.05.2016 4 Ob 95/16y  
Beis wie T7; Beisatz: Hier: Sternchen bei der blickfangartigen Ankündigung. (T16)
- 4 Ob 117/16h  
Entscheidungstext OGH 25.10.2016 4 Ob 117/16h  
Auch
- 4 Ob 136/17d  
Entscheidungstext OGH 20.02.2018 4 Ob 136/17d
- 4 Ob 116/18i  
Entscheidungstext OGH 25.09.2018 4 Ob 116/18i  
Beisatz: Das gilt nicht, wenn die Richtigkeit des aufklärenden Hinweises nicht feststeht. (T17)
- 4 Ob 150/18i  
Entscheidungstext OGH 29.01.2019 4 Ob 150/18i  
Auch; Beisatz: Die Bedeutung eines aufklärenden Hinweises liegt in der Beseitigung einer selbst geschaffenen Irreführungsgefahr. Sein Fehlen wird dem Werbenden nicht als Rechtsbruch angelastet, sondern eine allfällige Aufklärung steht ihm als Möglichkeit frei. Macht er von dieser Möglichkeit nicht Gebrauch, geht dies beim Irreführungstatbestand zu seinen Lasten. (T18)
- 4 Ob 56/19t  
Entscheidungstext OGH 25.04.2019 4 Ob 56/19t
- 4 Ob 120/19d  
Entscheidungstext OGH 05.07.2019 4 Ob 120/19d  
Auch
- 4 Ob 137/19d  
Entscheidungstext OGH 22.08.2019 4 Ob 137/19d  
Vgl; Beisatz: Diese Rechtsprechung gilt auch für einen tatsachenwidrigen Eindruck im Rahmen einer Beurteilung nach den §§ 1 und 7 UWG. (T19)

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:2004:RS0118488

**Im RIS seit**

19.02.2004

**Zuletzt aktualisiert am**

09.09.2019

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

© 2024 JUSLINE

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

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