

# RS OGH 2000/10/24 4Ob196/00b, 4Ob171/06k, 4Ob93/07s, 4Ob127/07s, 4Ob195/07s, 4Ob177/07v, 4Ob20/08g,

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 24.10.2000

## Norm

UWG §1 D3a

UWG §1 Abs1 Z2 C10

UWG §2 A2

UWG §9a

## Rechtssatz

In der Frage des Verständnisses der angesprochenen Verkehrskreise von Produkt- oder Verpackungsaufschriften, die einen Irrtum über die Herkunft ausschließen sollen, ist auf den Grad der Aufmerksamkeit des durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers abzustellen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Aufmerksamkeitsgrad von der jeweiligen Situation, insbesondere von der Bedeutung der beworbenen Waren oder Dienstleistungen für den angesprochenen Verbraucher, abhängt und beispielsweise dort eher gering, also flüchtig sein wird, wo es um den Erwerb geringwertiger Gegenstände des täglichen Bedarfs geht. Handelt es sich hingegen bei den angebotenen Waren um solche von nicht unerheblichem Preis und einer nicht nur kurzen Lebensdauer, wird der an einem Erwerb interessierte, durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher eine entsprechende Ankündigung in der Regel nicht nur flüchtig betrachten, sondern sich ihr mit normaler Aufmerksamkeit zuwenden; er wird einer Kaufentscheidung erfahrungsgemäß erst dann nähertreten, wenn er sich weiter informiert hat.

## Entscheidungstexte

- 4 Ob 196/00b  
Entscheidungstext OGH 24.10.2000 4 Ob 196/00b  
Veröff: SZ 73/161
- 4 Ob 171/06k  
Entscheidungstext OGH 19.12.2006 4 Ob 171/06k  
Auch; Beisatz: Maßgebend für die Verkehrsauffassung ist das Verständnis eines durchschnittlich informierten und verständigen Adressaten der Werbung, der eine dem Anlass angemessene Aufmerksamkeit aufwendet. (T1)  
Veröff: SZ 2006/188
- 4 Ob 93/07s  
Entscheidungstext OGH 22.05.2007 4 Ob 93/07s  
Auch; Beis wie T1; Beisatz: Hier: Irreführung nach § 2 UWG. (T2)
- 4 Ob 127/07s

Entscheidungstext OGH 10.07.2007 4 Ob 127/07s

Beis wie T1

- 4 Ob 195/07s

Entscheidungstext OGH 13.11.2007 4 Ob 195/07s

Auch; Beis wie T1

- 4 Ob 177/07v

Entscheidungstext OGH 22.01.2008 4 Ob 177/07v

Auch; Beis wie T1; Beisatz: An diesem Beurteilungsmaßstab, der sich schon bisher an der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs zum europäischen Verbraucherleitbild orientierte, hat sich auch nach dem Inkrafttreten der UWG-Novelle 2007 nichts geändert. (T3)

Veröff: SZ 2008/7

- 4 Ob 20/08g

Entscheidungstext OGH 11.03.2008 4 Ob 20/08g

- 4 Ob 245/07v

Entscheidungstext OGH 08.04.2008 4 Ob 245/07v

Auch; Beis wie T3

- 4 Ob 42/08t

Entscheidungstext OGH 08.04.2008 4 Ob 42/08t

Beis wie T2; Beis wie T3; Beisatz: Dass dabei auf den „durchschnittlichen“ Vertreter der jeweils angesprochenen Gruppe - der „angesprochenen Verkehrskreise“ im Sinn der bisherigen Rechtsprechung - abzustellen ist, versteht sich von selbst. (T4)

- 4 Ob 90/08a

Entscheidungstext OGH 10.06.2008 4 Ob 90/08a

Auch; Beis wie T1

- 4 Ob 18/08p

Entscheidungstext OGH 20.05.2008 4 Ob 18/08p

Auch; Beis wie T3

Veröff: SZ 2008/66

- 4 Ob 69/08p

Entscheidungstext OGH 20.05.2008 4 Ob 69/08p

Auch; Beisatz: Maßfigur für die lauterkeitsrechtliche Prüfung einer gegenüber Verbrauchern angewendeten Geschäftspraktik (§ 1 Abs 1 Z 2 UWG in der Fassung der UWG-Novelle 2007) ist ein angemessen gut unterrichteter und angemessen aufmerksamer und kritischer Durchschnittsverbraucher. Inhaltlich besteht gegenüber der jüngeren Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofs zu § 2 UWG in der Fassung vor der Novelle 2007 kein Unterschied, weil diese zuletzt stets auf eine situationsangepasste Aufmerksamkeit abgestellt hat. (T5)

- 4 Ob 99/08z

Entscheidungstext OGH 08.07.2008 4 Ob 99/08z

Auch; Beis wie T3

- 4 Ob 57/08y

Entscheidungstext OGH 08.07.2008 4 Ob 57/08y

Auch; Beisatz: Hier: Eltern als Verbraucher. (T6)

Veröff: SZ 2008/96

- 4 Ob 109/08w

Entscheidungstext OGH 26.08.2008 4 Ob 109/08w

Auch; Beis wie T1; Beis wie T2; Beis wie T5

- 4 Ob 159/08y

Entscheidungstext OGH 23.09.2008 4 Ob 159/08y

Auch; Beisatz: Dieser Maßstab hat auch für die lauterkeitsrechtliche Beurteilung der Ankündigung von Zugaben zu gelten. (T7)

- 17 Ob 20/08b

Entscheidungstext OGH 23.09.2008 17 Ob 20/08b

- Auch; Veröff: SZ 2008/136
- 4 Ob 106/08d  
Entscheidungstext OGH 26.08.2008 4 Ob 106/08d  
Auch; Beis wie T1; Beis wie T3
  - 4 Ob 119/08s  
Entscheidungstext OGH 14.10.2008 4 Ob 119/08s  
Auch; Beis ähnlich wie T1
  - 4 Ob 199/08f  
Entscheidungstext OGH 20.01.2009 4 Ob 199/08f  
Vgl; Beis wie T1
  - 4 Ob 54/09h  
Entscheidungstext OGH 29.09.2009 4 Ob 54/09h  
Auch
  - 4 Ob 99/09a  
Entscheidungstext OGH 23.02.2010 4 Ob 99/09a  
Vgl auch; Veröff: SZ 2010/14
  - 4 Ob 39/10d  
Entscheidungstext OGH 13.07.2010 4 Ob 39/10d  
Auch
  - 4 Ob 228/10y  
Entscheidungstext OGH 15.02.2011 4 Ob 228/10y  
Vgl; Beis wie T5
  - 4 Ob 20/11m  
Entscheidungstext OGH 23.03.2011 4 Ob 20/11m  
Auch; Beis wie T1; Beisatz: Dragon FX Garant ? Garantiezusage. (T8)
  - 4 Ob 76/11x  
Entscheidungstext OGH 05.07.2011 4 Ob 76/11x  
Vgl auch; Beis ähnlich wie T5; Beisatz: Hier: „Bestpreisgarantie“ (T9)
  - 17 Ob 19/11k  
Entscheidungstext OGH 19.09.2011 17 Ob 19/11k  
Auch; Beis wie T1; Beisatz: Hier: „Zahnpflege aus der Wissenschaft ®“. (T10)
  - 4 Ob 155/11i  
Entscheidungstext OGH 22.11.2011 4 Ob 155/11i  
Auch; Beis wie T5; Beisatz: Richtet sich eine Werbeaussage an Fachkreise, ist deren Verkehrsauffassung maßgeblich. (T11)
  - 4 Ob 220/11y  
Entscheidungstext OGH 28.02.2012 4 Ob 220/11y  
Vgl auch; Beis ähnlich wie T5
  - 4 Ob 165/11k  
Entscheidungstext OGH 28.02.2012 4 Ob 165/11k  
Vgl auch; Beisatz: Hier: Bei einem Vergleich von Leistungen von Großschaden?Gruppenversicherungen ist wegen der Wichtigkeit von einer hohen Aufmerksamkeit der Angesprochenen auszugehen. (T12)
  - 3 Ob 65/12y  
Entscheidungstext OGH 15.05.2012 3 Ob 65/12y  
Vgl; Beis wie T1
  - 4 Ob 97/12m  
Entscheidungstext OGH 18.09.2012 4 Ob 97/12m  
Vgl auch; Beis wie T1
  - 4 Ob 161/12y  
Entscheidungstext OGH 28.11.2012 4 Ob 161/12y  
Vgl auch

- 4 Ob 171/12v  
Entscheidungstext OGH 19.03.2013 4 Ob 171/12v  
Auch
- 4 Ob 100/13d  
Entscheidungstext OGH 18.06.2013 4 Ob 100/13d  
Vgl auch; Ähnlich Beis wie T12; Beisatz: Hier: Wegen der langfristigen Bindung an ein Versicherungsprodukt hohe Aufmerksamkeit eines durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers. (T13)
- 4 Ob 94/13x  
Entscheidungstext OGH 09.07.2013 4 Ob 94/13x  
Auch; Beis wie T1; Beis wie T3; Ähnlich Beis wie T5
- 4 Ob 150/13g  
Entscheidungstext OGH 17.12.2013 4 Ob 150/13g  
Vgl auch
- 4 Ob 28/14t  
Entscheidungstext OGH 25.03.2014 4 Ob 28/14t  
Vgl auch; Beis ähnlich wie T13
- 4 Ob 61/14w  
Entscheidungstext OGH 17.09.2014 4 Ob 61/14w  
Auch; Beis wie T1
- 4 Ob 122/15t  
Entscheidungstext OGH 20.10.2015 4 Ob 122/15t  
Auch; Beisatz: Je nach beworbenem Produkt oder beworbener Dienstleistung ist auch ein erhöhter Aufmerksamkeitsgrad zu unterstellen. (T14)
- 4 Ob 95/16y  
Entscheidungstext OGH 24.05.2016 4 Ob 95/16y  
Auch; Beis wie T5
- 4 Ob 113/16w  
Entscheidungstext OGH 24.05.2016 4 Ob 113/16w  
Auch; Beisatz: Hier: Wissen über Einrichtungen des Internets von Internetkunden. (T15)
- 4 Ob 144/18g  
Entscheidungstext OGH 23.08.2018 4 Ob 144/18g  
Auch; Beis wie T5
- 4 Ob 27/20d  
Entscheidungstext OGH 05.06.2020 4 Ob 27/20d  
Vgl; Beisatz: Die maßgeblichen Verkehrskreise, aus denen der angesprochene Durchschnittsverbraucher entnommen wird, bestimmen sich aus den Konsumenten der betreffenden Ware/Dienstleistung. Ist eine Ware/Dienstleistung zwar primär für eine spezielle Käufergruppe unter den Endverbrauchern bestimmt, wird aber dem allgemeinen Publikum angeboten, so kommt es auf den allgemeinen Verkehr an, mit Ausnahme der Personen, welche die Ware/Dienstleistung – wie etwa Glücksspiel – an sich kategorisch ablehnen. (T16)
- 4 Ob 198/20a  
Entscheidungstext OGH 22.12.2020 4 Ob 198/20a  
Vgl
- 4 Ob 117/21s  
Entscheidungstext OGH 16.12.2021 4 Ob 117/21s  
Vgl

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:2000:RS0114366

**Im RIS seit**

23.11.2000

**Zuletzt aktualisiert am**

01.04.2022

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