

RS OGH 1995/10/10 4Ob55/95, 4Ob2344/96a

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 10.10.1995

Norm

UWG §2 D4

Rechtssatz

Da es allgemein bekannt ist und daher von den Kaufinteressenten bereits erwartet wird, daß Supermärkte, Einkaufszentren und Verkaufsketten immer wieder - oftmals sogar nur in einzelnen Filialen - (zeitlich begrenzte) Preisherabsetzungen durchführen und bei solchen Aktionen einzelne Waren oder Warengruppen verbilligt abgeben werden. Preisschilder oder Plakate in Geschäften, auf denen jeweils unter Bezugnahme auf einen anderen - durchgestrichenen - Preis die aktuellen neuen Preise bekanntgegeben werden, vom Publikum nur dahin verstanden, daß die durchgestrichenen Preise die früheren Preise des Werbenden sind, welche herabgesetzt wurden. Infolge dieser weit verbreiteten Praxis fehlt für jede andere Deutung einer solchen Ankündigung auf Preisschildern oder Plakaten in den Geschäften jeder Anhaltspunkt.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 55/95

Entscheidungstext OGH 10.10.1995 4 Ob 55/95

- 4 Ob 2344/96a

Entscheidungstext OGH 26.11.1996 4 Ob 2344/96a

Beisatz: Konsumenten erwarten bei Preisgegenüberstellungen in Geschäften Bezugnahmen auf die Preise von Konkurrenten geradezu nie; Preisgegenüberstellungen in allgemein verteilten Werbemitteln sind aber differenzierter zu betrachten. Ob die für den Aufklärungswert von Preisschildern oder Plakaten in Geschäften aufgestellten Kriterien auch auf Werbeprospekte, die allgemein verteilt werden, übertragen werden können, war in diesem Fall aber nicht zu prüfen. (T1)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1995:RS0088262

Dokumentnummer

JJR_19951010_OGH0002_0040OB00055_9500000_001

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