

RS OGH 1993/11/2 4Ob151/93, 4Ob1027/95, 4Ob71/95, 4Ob228/97a, 4Ob131/98p, 4Ob331/99a (4Ob332/99y), 4

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 02.11.1993

Norm

UWG §2 D11

Rechtssatz

Die Angaben in der Optima-Analyse sind nicht im Sinn exakter Aussagen zu verstehen; vielmehr handelt es sich dabei um Durchschnittswerte im Rahmen einer Schwankungsbreite ("von-bis"), in welcher Zufallsabweichungen nach oben und unten möglich sind. Wird daher mit exakten Leserzahlen geworben, wird damit für den nicht fachkundigen Leser der Eindruck hervorgerufen, es sei exakt erwiesen, dass eine Zeitung mehr Leser als eine andere habe. Da ein solcher Beweis aber im Hinblick auf die Schwankungsbreite nicht vorliegt, haben die Vorinstanzen in dieser Werbung mit Recht einen Verstoß gegen § 2 UWG erblickt.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 151/93
Entscheidungstext OGH 02.11.1993 4 Ob 151/93
Veröff: ÖBI 1993,237
- 4 Ob 1027/95
Entscheidungstext OGH 25.04.1995 4 Ob 1027/95
Ähnlich
- 4 Ob 71/95
Entscheidungstext OGH 19.09.1995 4 Ob 71/95
Ähnlich; Beisatz: Mangels Hinweises auf die Fehlerquellen und Schwankungsbreiten solcher Untersuchungen über Leserzahlen (hier: Media-Analysen) entsteht der unrichtige Eindruck, der behauptete Leserzahlenschwund sei tatsächlich erwiesen. (T1)
- 4 Ob 228/97a
Entscheidungstext OGH 09.09.1997 4 Ob 228/97a
Vgl auch; Beis wie T1
- 4 Ob 131/98p
Entscheidungstext OGH 16.06.1998 4 Ob 131/98p
Vgl; Beis wie T1

- 4 Ob 331/99a
Entscheidungstext OGH 14.03.2000 4 Ob 331/99a
Auch; nur: Die Angaben in der Optima-Analyse sind nicht im Sinn exakter Aussagen zu verstehen; vielmehr handelt es sich dabei um Durchschnittswerte im Rahmen einer Schwankungsbreite ("von-bis"), in welcher Zufallsabweichungen nach oben und unten möglich sind. (T2)
Beisatz: Hier: Erhebungen von Mediadaten. (T3)
- 4 Ob 4/02w
Entscheidungstext OGH 13.03.2002 4 Ob 4/02w
Auch; Beisatz: Die im Zusammenhang mit der Werbung unter Verwendung von Medienanalysen entwickelten Grundsätze sind auch auf die Werbung mit Hörerzahlenerhebungen bei Radiosendern übertragbar. (T4)
- 4 Ob 21/06a
Entscheidungstext OGH 14.03.2006 4 Ob 21/06a
Auch; Beisatz: Bei Reichweitenvergleichen muss die Relativierung eindeutig sein (z.B.: durch Angabe der Schwankungsbreiten). (T5)
- 4 Ob 215/10m
Entscheidungstext OGH 23.03.2011 4 Ob 215/10m
Auch; Beis wie T5; Beisatz: Hier: Vergleich von Leserzahlen und Reichweiten zwischen dem Medium der Beklagten und einem dritten Mitbewerber. (T6)
- 4 Ob 248/14w
Entscheidungstext OGH 20.01.2015 4 Ob 248/14w
Auch; Beis ähnlich wie T1
- 4 Ob 56/19t
Entscheidungstext OGH 25.04.2019 4 Ob 56/19t
Auch
- 4 Ob 137/19d
Entscheidungstext OGH 22.08.2019 4 Ob 137/19d
Vgl; Beisatz: Eine solche Aufklärung erfolgt üblicherweise durch die Angabe des jeweiligen Plus/Minus-Faktors, anhand dessen die Ober- und Untergrenze der Schwankungsbreite ermittelt werden kann. (T7)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1993:RS0078834

Im RIS seit

15.06.1997

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