

RS OGH 1976/11/15 4Ob379/76, 4Ob384/76, 4Ob324/78, 4Ob370/78, 4Ob320/79, 4Ob391/79, 4Ob309/80, 4Ob40

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 15.11.1976

Norm

UWG §2 C2a

UWG §2 A2

UrhG §78

Rechtssatz

Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamthalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt sind, bereits entscheidend geprägt werden kann. In solchen Fällen darf auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. Ist dieser Teil irreführend, dann liegt ein Verstoß gegen § 2 UWG vor, wenn eine nähere Erklärung, die das Entstehen eines falschen Eindruckes verhindert, überhaupt fehlt oder nicht in einer nach der Übung des redlichen Verkehrs zu erwartenden Form (zum Beispiel in wesentlich kleinerer Schrift) beigegeben wird.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 379/76
Entscheidungstext OGH 15.11.1976 4 Ob 379/76
Beisatz: Kürbissalatöl (T1)
Veröff: ÖBI 1977,37 = ÖBI 1983,78
- 4 Ob 384/76
Entscheidungstext OGH 30.11.1976 4 Ob 384/76
Beisatz: Heizkörperfolie (T2)
- 4 Ob 324/78
Entscheidungstext OGH 04.04.1978 4 Ob 324/78
Beisatz: Bier-Hit ohne Alkohol. (T3)
Veröff: ÖBI 1978,117
- 4 Ob 370/78
Entscheidungstext OGH 24.10.1978 4 Ob 370/78
nur: Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamthalt der Ankündigung. (T4)
- 4 Ob 320/79

Entscheidungstext OGH 27.03.1979 4 Ob 320/79

Beisatz: Saturday Night Disco Fever. (T5)

Veröff: ÖBI 1979,105

- 4 Ob 391/79

Entscheidungstext OGH 12.11.1979 4 Ob 391/79

Vgl auch; Beisatz: "A Tribute To Billy Vaughn" mit Hinweis auf der Schmalseite "Henry King and his Sax-Orchestra". (T6)

- 4 Ob 309/80

Entscheidungstext OGH 04.03.1980 4 Ob 309/80

Auch; Beisatz: Schlagwortartige Hervorhebung der Bezeichnung "The Beatles", klein vorangestellt: "References to". (T7)

Veröff: ÖBI 1981,48

- 4 Ob 404/80

Entscheidungstext OGH 20.01.1981 4 Ob 404/80

Beisatz: Sounds alike Neil Diamond. (T8)

- 4 Ob 397/81

Entscheidungstext OGH 17.11.1981 4 Ob 397/81

nur: Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamtinhalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt sind, bereits entscheidend geprägt werden kann. (T9) Beisatz: Media-Analyse 80 (T10)

- 4 Ob 418/81

Entscheidungstext OGH 01.12.1981 4 Ob 418/81

nur: Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamtinhalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt sind, bereits entscheidend geprägt werden kann. In solchen Fällen darf auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. Ist dieser Teil irreführend, dann liegt ein Verstoß gegen § 2 UWG vor. (T11)

Beisatz: "Flash Gordon" Belanglos ist es, ob die auf einer Musikkassette abgebildete Figur eines "Supermannes" mit der Filmfigur "Flash Gordon" verwechselt werden kann, wenn die blickfangartige Wirkung der inkriminierten Worte "Flash Gordon" für sich allein bereits eine irreführende Eignung besitzen. (T12)

- 4 Ob 308/82

Entscheidungstext OGH 16.02.1982 4 Ob 308/82

nur T11; Beisatz wie T12; Beisatz: Flash-Gordon II (T13)

Veröff: ÖBI 1983,106

- 4 Ob 311/82

Entscheidungstext OGH 16.03.1982 4 Ob 311/82

nur T9; Beisatz: Movie 20 (T14)

Veröff: ÖBI 1982,68

- 4 Ob 389/82

Entscheidungstext OGH 09.11.1982 4 Ob 389/82

nur T11; Beisatz: Kurier-Krone "A/B Leserschicht". (T15)

Veröff: ÖBI 1983,42

- 4 Ob 379/82

Entscheidungstext OGH 23.11.1982 4 Ob 379/82

Beisatz: BMW-Kundendienst (T16)

Veröff: ÖBI 1983,78

- 4 Ob 398/83

Entscheidungstext OGH 29.11.1983 4 Ob 398/83

Auch; Beisatz: Bestpreis in Filiale. (T17)

Veröff: ÖBI 1984,76

- 4 Ob 351/87

- Entscheidungstext OGH 29.09.1987 4 Ob 351/87
Auch; Beisatz: Handelsregister-Datenbank. (T18)
- 4 Ob 4/88
Entscheidungstext OGH 12.04.1988 4 Ob 4/88
Auch; nur T11
 - 4 Ob 98/88
Entscheidungstext OGH 29.11.1988 4 Ob 98/88
Beisatz: Anti-Zahnstein (T19)
 - 4 Ob 68/90
Entscheidungstext OGH 11.09.1990 4 Ob 68/90
Auch; nur T9
 - 4 Ob 20/91
Entscheidungstext OGH 09.04.1991 4 Ob 20/91
Vgl auch; nur T9
 - 4 Ob 119/93
Entscheidungstext OGH 12.10.1993 4 Ob 119/93
nur: In solchen Fällen darf auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. (T20)
 - 4 Ob 37/95
Entscheidungstext OGH 09.05.1995 4 Ob 37/95
nur T20; Veröff: SZ 68/89
 - 4 Ob 146/97t
Entscheidungstext OGH 13.05.1997 4 Ob 146/97t
nur T20
 - 4 Ob 185/97b
Entscheidungstext OGH 26.06.1997 4 Ob 185/97b
Vgl aber; Beisatz: Der Satz "Sie können ein Jahr gratis DAEWOO fahren!" blickfangartig hervorgehoben in einem persönlichen Schreiben enthalten, welches wird zur Gänze gelesen; von einem blickfangartigen Herausstellen des Satzes, das dazu führt, dass sich der Empfänger des Schreibens mit dem übrigen Text nicht mehr befasst, kann in diesem Falle nicht gesprochen werden. (T21)
 - 4 Ob 44/99w
Entscheidungstext OGH 09.03.1999 4 Ob 44/99w
Auch; nur T20
 - 4 Ob 7/99d
Entscheidungstext OGH 23.02.1999 4 Ob 7/99d
Auch; nur T11
 - 4 Ob 232/99t
Entscheidungstext OGH 14.09.1999 4 Ob 232/99t
Auch; nur: Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamthalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt sind, bereits entscheidend geprägt werden kann. In solchen Fällen darf auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. (T22)
 - 4 Ob 188/05h
Entscheidungstext OGH 08.11.2005 4 Ob 188/05h
nur T9; Beisatz: Stellt der Werbende Teile seiner Ankündigung blickfangartig heraus, so richten sich Gesamteindruck und Irreführungseignung nach diesen Teilen. (T23)
 - 4 Ob 123/06a
Entscheidungstext OGH 28.09.2006 4 Ob 123/06a
Beisatz: Bei blickfangartigem Herausstellen einzelner Teile sind Gesamteindruck und Irreführungseignung in erster Linie nach diesen Teilen zu bestimmen. (T24)
 - 4 Ob 108/07x

Entscheidungstext OGH 12.06.2007 4 Ob 108/07x

Auch; Beis wie T24

- 4 Ob 18/08p

Entscheidungstext OGH 20.05.2008 4 Ob 18/08p

Auch; Beis wie T24; Beisatz: Auch ein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher wird bei Inanspruchnahme eines ausdrücklich als „gratis“ bezeichneten Dienstes nicht annehmen, dass sich aus dem „Kleingedruckten“ das Gegenteil der blickfangartig herausgestellten Unentgeltlichkeit ergeben könnte. Vielmehr wird ein nicht unbeträchtlicher Teil solcher Verbraucher den erst auf die eigene Vertragserklärung folgenden Text im Vertrauen auf die ohnehin zugesagte Unentgeltlichkeit gar nicht lesen. (T25)

Veröff: SZ 2008/66

- 4 Ob 109/08w

Entscheidungstext OGH 26.08.2008 4 Ob 109/08w

Beisatz: Hier: Zur Rechtslage nach der UWG-Novelle 2007. (T26)

- 4 Ob 188/08p

Entscheidungstext OGH 20.01.2009 4 Ob 188/08p

Auch; nur T9; nur T20; Beis wie T26

Veröff: SZ 2009/6

- 4 Ob 224/08g

Entscheidungstext OGH 20.01.2009 4 Ob 224/08g

Auch; nur T9

- 4 Ob 99/09a

Entscheidungstext OGH 23.02.2010 4 Ob 99/09a

Auch; nur T22; Veröff: SZ 2010/14

- 4 Ob 29/10h

Entscheidungstext OGH 11.05.2010 4 Ob 29/10h

Auch; nur T22

- 4 Ob 47/10f

Entscheidungstext OGH 11.05.2010 4 Ob 47/10f

Auch; nur T22

- 4 Ob 112/11s

Entscheidungstext OGH 17.01.2012 4 Ob 112/11s

Auch; nur T9; Beisatz: Hier: „PKW-Marktbericht – durchschnittlich erzielte Verkaufserlöse“. (T27)

- 4 Ob 14/13g

Entscheidungstext OGH 12.02.2013 4 Ob 14/13g

Vgl auch

- 4 Ob 68/13y

Entscheidungstext OGH 09.07.2013 4 Ob 68/13y

nur T9

- 4 Ob 149/13k

Entscheidungstext OGH 17.12.2013 4 Ob 149/13k

nur T22

- 4 Ob 61/22g

Entscheidungstext OGH 22.04.2022 4 Ob 61/22g

nur T9; Beis wie T10

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1976:RS0078542

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

27.06.2022

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