jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

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 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, 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: ÖBl 1977,37 = ÖBl 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: ÖBl 1978,117
- 4 Ob 370/78
  Entscheidungstext OGH 24.10.1978 4 Ob 370/78
  nur: Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamtinhalt der Ankündigung. (T4)
- 4 Ob 320/79

Entscheidungstext OGH 27.03.1979 4 Ob 320/79
Beisatz: Saturday Night Disco Fever. (T5)
Veröff: ÖBl 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: ÖBl 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; Beis wie T12; Beisatz: Flash-Gordon II (T13)
  Veröff: ÖBl 1983,106
- 4 Ob 311/82
  Entscheidungstext OGH 16.03.1982 4 Ob 311/82
  nur T9; Beisatz: Movie 20 (T14)
  Veröff: ÖBl 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: ÖBl 1983,42
- 4 Ob 379/82
  Entscheidungstext OGH 23.11.1982 4 Ob 379/82
  Beisatz: BMW-Kundendienst (T16)
  Veröff: ÖBl 1983,78
- 4 Ob 398/83
  Entscheidungstext OGH 29.11.1983 4 Ob 398/83
  Auch; Beisatz: Bestpreis in Filiale. (T17)
  Veröff: ÖBl 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 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. (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

© 2025 JUSLINE
JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.
www.jusline.at