jusline®
»» Recht. Schnell

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

RS OGH 1975/1/14 4Ob362/74 (4Ob363/74), 4Ob319/79, 4Ob342/82 (4Ob343/82), 4Ob343/87, 4Ob361/87, 4Ob3

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 14.01.1975

Norm

UWG §1 D1c

Rechtssatz

Wer zu Werbezwecken Vergleiche zieht, muss dem angesprochenen Publikum alle jene wesentlichen Umstände mitteilen, die es in die Lage versetzen, sich selbst ein objektives Urteil über die Vorzüge der angebotenen Leistung gegenüber denen der sonstigen Mitbewerber zu bilden. Eine bloß mit Schlagworten operierende Pauschalabwertung (zum Beispiel "besser als die anderen") ist unzulässig.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 362/74
  Entscheidungstext OGH 14.01.1975 4 Ob 362/74
  Veröff: ÖBl 1975,146
- 4 Ob 319/79
  Entscheidungstext OGH 25.09.1979 4 Ob 319/79
  Veröff: ÖBl 1980,95
- 4 Ob 342/82
  Entscheidungstext OGH 28.06.1983 4 Ob 342/82
  Beisatz: Auf die Frage, ob die beanstandete Gegenüberstellung der Wahrheit entspricht, kommt es dabei nicht an. "beim Sparen geht man nicht zum Schmiedl sondern zum Schmied". (T1) Veröff: ÖBl 1984,5
- 4 Ob 343/87
  Entscheidungstext OGH 15.09.1987 4 Ob 343/87
  Beis wie T1
- 4 Ob 361/87
  Entscheidungstext OGH 15.09.1987 4 Ob 361/87
  Beisatz: Kaufen Sie jetzt keine Möbel. (T2) Veröff: WBl 1988,21 = ÖBl 1988,46
- 4 Ob 30/88
  Entscheidungstext OGH 28.06.1988 4 Ob 30/88
  Beis wie T1; Beisatz: Hier: Brauen, wie sich's gehört. (T3)

- 4 Ob 66/88
  Entscheidungstext OGH 11.10.1988 4 Ob 66/88
  Beis wie T1; Beisatz: Ein Verstoß gegen das Sachlichkeitsgebot ist mangels eines besonderen rechtfertigenden Grundes für eine solche Vorgangsweise ohne Rücksicht auf den Wahrheitsgehalt sittenwidrig. (T4) Veröff: WBl 1989,61
- 4 Ob 68/88
  Entscheidungstext OGH 11.10.1988 4 Ob 68/88
  Beisatz: Preise, von denen Österreichs Verbraucher bisher nur träumen konnten. (T5)
- 4 Ob 42/90
  Entscheidungstext OGH 03.04.1990 4 Ob 42/90
  Beisatz: Im Handel mit handgeknüpften Orientteppichen ist ein Vergleich zwischen den Angeboten verschiedener Händler gar nicht leicht möglich, weil zunächst vergleichbare Stücke gleicher Qualität (und allenfalls auch gleicher Größe) ermittelt werden müssen. In der Regel wird sich daher nur ein Fachmann einen entsprechenden Überblick darüber verschaffen können, welche Stücke verschiedener Händler miteinander vergleichbar sind und ob damit das Preisniveau und Qualitätsniveau eines bestimmten Unternehmens insgesamt niedriger als das seiner Mitbewerber ist. Liegt eine solche Pauschalabwertung vor, dann ist auch nicht mehr entscheidend, ob die damit herabgesetzten Mitbewerber infolge ihrer Vielzahl überhaupt noch deutlich erkennbar sind. (T6) Veröff: MR 1990,148
- 4 Ob 25/95
  Entscheidungstext OGH 28.03.1995 4 Ob 25/95
  Auch; nur: Wer zu Werbezwecken Vergleiche zieht, muss dem angesprochenen Publikum alle jene wesentlichen Umstände mitteilen, die es in die Lage versetzen, sich selbst ein objektives Urteil über die Vorzüge der angebotenen Leistung gegenüber denen der sonstigen Mitbewerber zu bilden. (T7); Beisatz: Diese Voraussetzung ist bei der Werbung mit Preisgegenüberstellungen erfüllt, wenn aus dem Wortlaut oder aus dem Gesamtbild der - als Einheit zu betrachtenden - Ankündigung ausreichend deutlich hervorgeht, auf welche Preise jeweils zu Werbezwecken hingewiesen wird. (T8)
- 4 Ob 18/95
  Entscheidungstext OGH 28.03.1995 4 Ob 18/95
  Auch; Beis wie T8; Beisatz: Nur dann kann das angesprochene Publikum beurteilen, welche Aussagekraft der Werbevergleich hat. (T9)
- 4 Ob 5/96
  Entscheidungstext OGH 30.01.1996 4 Ob 5/96
  nur T7; Beis wie T8
- 4 Ob 2167/96x
  Entscheidungstext OGH 12.08.1996 4 Ob 2167/96x
  Auch; nur T7; Beis wie T8, Beis wie T9
- 4 Ob 24/99d
  Entscheidungstext OGH 22.06.1999 4 Ob 24/99d
  Auch; nur T7
- 4 Ob 168/99f
  Entscheidungstext OGH 28.09.1999 4 Ob 168/99f
  Auch
- 4 Ob 56/00i
  Entscheidungstext OGH 14.03.2000 4 Ob 56/00i
  Auch; nur T7
- 4 Ob 202/01m
  Entscheidungstext OGH 17.12.2001 4 Ob 202/01m
  Auch; Beis wie T7; Beisatz: Der Vergleich muss wahr, sachlich und informativ sein. (T10); Beisatz: Während bei einem "echten" Systemvergleich die Vor- und Nachteile bestimmter (Herstellungs-, Vertriebs-)Systeme dargelegt werden müssen, mag für eine vergleichende Werbung (mit erkennbarer Bezugnahme auf die Person oder die Waren/Dienstleistungen eines Mitbewerbers) noch zulässig sein, bloß die Vorteile des eigenen Systems den

Nachteilen des verglichenen Systems gegenüberzustellen; jedenfalls ist dies aber dann nicht mehr zulässig, wenn dabei der Boden der Sachlichkeit und der objektiven Information der Interessenten verlassen wird. (T11)

- 4 Ob 130/02z
  Entscheidungstext OGH 18.06.2002 4 Ob 130/02z
  Vgl auch; Beisatz: Hier: "Bruchtest zwischen Zementfaser-Dachplatten und Tondachziegeln einerseits sowie Aluminiumdachplatten andererseits" - kein Verstoß gegen § 1 UWG. (T12)
- 4 Ob 39/03v
  Entscheidungstext OGH 25.03.2003 4 Ob 39/03v
  Auch; Beis wie T10; Beis ähnlich wie T12
- 4 Ob 23/03s
  Entscheidungstext OGH 25.03.2003 4 Ob 23/03s
  Auch; Beisatz: Das Sachlichkeitsgebot ist verletzt, wenn sich der Vergleich auf wettbewerbsfremde Tatsachen bezieht, also auf solche, die zum Gegenstand des Wettbewerbs in keiner Beziehung stehen. (T13); Beisatz: Der Vergleich einer wettbewerbsfremden Tatsache, mag er sich auch nur an ein Fachpublikum wenden und wahr sein, ist unsachlich. (T14)
- 4 Ob 116/07y
  Entscheidungstext OGH 13.11.2007 4 Ob 116/07y
  nur T7
- 4 Ob 122/09h
  Entscheidungstext OGH 14.07.2009 4 Ob 122/09h
  Vgl auch; Beisatz: Die Auflagenhöhe ist für die Werbewirksamkeit der verglichenen Dienstleistung (Inserat in einem Printmedium) nicht aussagekräftig, weil die verbreitete Auflage einer Zeitung keinen Schluss darauf zulässt, wie viele Personen mit diesem Werbeträger tatsächlich erreicht werden. (T15)
- 4 Ob 220/11y
  Entscheidungstext OGH 28.02.2012 4 Ob 220/11y
  Vgl; Beisatz: Der künftige verlangte Insertionspreis ist grundsätzlich auch für ein seinen Markteintritt noch vorbereitendes Medium ein tauglicher Vergleichsparameter. (T16)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1975:RS0078299

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

26.03.2012

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