

RS OGH 1974/3/19 4Ob308/74, 4Ob354/74, 4Ob331/77, 4Ob413/77, 4Ob334/78, 4Ob367/78 (4Ob368/78), 4Ob38

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 19.03.1974

Norm

UWG §2

ZPO §503 Z4

Rechtssatz

Welchen Eindruck eine Ankündigung auf den Durchschnittsleser vermittelt, ist eine Rechtsfrage, die nach objektiven Maßstäben zu lösen ist. Maßgeblich ist die Verkehrsauffassung, nämlich der Eindruck, der sich bei auch nur flüchtigem Lesen für den Durchschnittsinteressenten ergibt, wobei der Ankündigende bei Mehrdeutigkeit der Ankündigung auch die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen muss (hier: ZugG).

Anmerkung

Bem: Der Rechtssatz wird wegen der Häufigkeit seiner Zitierung ("überlanger RS") nicht bei jeder einzelnen Bezugnahme, sondern nur fallweise mit einer Gleichstellungsindizierung versehen.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 308/74
Entscheidungstext OGH 19.03.1974 4 Ob 308/74
Beisatz: Taxispesenersatz. (T1)
Veröff: SZ 47/31 = ÖBI 1974,117
- 4 Ob 354/74
Entscheidungstext OGH 10.12.1974 4 Ob 354/74
Beisatz: Österreichs größtes Fachgeschäft für Skiläufer. (T2)
- 4 Ob 331/77
Entscheidungstext OGH 03.05.1977 4 Ob 331/77
nur: Maßgeblich ist die Verkehrsauffassung, nämlich der Eindruck, der sich bei auch nur flüchtigem Lesen für den Durchschnittsinteressenten ergibt, wobei der Ankündigende bei Mehrdeutigkeit der Ankündigung auch die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen muss. (T3)
- 4 Ob 413/77
Entscheidungstext OGH 17.01.1978 4 Ob 413/77
nur T3; Beisatz: Kneissl, der erfolgreichste Ski der Olympischen Winterspiele 1976. (T4)

- 4 Ob 334/78
Entscheidungstext OGH 13.06.1978 4 Ob 334/78
nur T3; Beisatz: Statt - Preise (T5)
- 4 Ob 367/78
Entscheidungstext OGH 17.10.1978 4 Ob 367/78
nur T3; Veröff: ÖBI 1979,101
- 4 Ob 387/78
Entscheidungstext OGH 24.10.1978 4 Ob 387/78
nur T3
- 4 Ob 402/78
Entscheidungstext OGH 05.12.1978 4 Ob 402/78
nur T3; Veröff: ÖBI 1979,126
- 4 Ob 313/79
Entscheidungstext OGH 13.03.1979 4 Ob 313/79
Veröff: ÖBI 1979,124
- 4 Ob 320/79
Entscheidungstext OGH 27.03.1979 4 Ob 320/79
nur T3; Beisatz: Saturday night Disco Fever (T6)
Veröff: ÖBI 1979,105
- 4 Ob 368/79
Entscheidungstext OGH 15.01.1980 4 Ob 368/79
nur T3; Beisatz: Bestpreisgarantie (T7)
Veröff: ÖBI 1980,42
- 4 Ob 309/80
Entscheidungstext OGH 04.03.1980 4 Ob 309/80
nur T3; Beisatz: Referance to the Beatles (T8)
Veröff: ÖBI 1981,48
- 4 Ob 351/80
Entscheidungstext OGH 18.09.1980 4 Ob 351/80
nur T3; Beisatz: Auslegung der Worte "Materialteuerungszuschlag abgeschafft". (T9)
- 4 Ob 388/80
Entscheidungstext OGH 25.11.1980 4 Ob 388/80
nur T3; Beisatz: Egger - Bier seit 1675 (T10)
- 4 Ob 305/81
Entscheidungstext OGH 17.02.1981 4 Ob 305/81
- 4 Ob 326/81
Entscheidungstext OGH 28.04.1981 4 Ob 326/81
Beisatz: Rechtsfrage, soweit dazu die Erfahrungssätze des täglichen Lebens ausreichen. Gae - Wolf - Jacken (T11)
Veröff: ÖBI 1981,159 (mit Anmerkung von Schönherr)
- 4 Ob 308/82
Entscheidungstext OGH 16.02.1982 4 Ob 308/82
nur T3; Beisatz: Flasch Gordon II (T12)
Veröff: ÖBI 1983,106
- 4 Ob 382/82
Entscheidungstext OGH 09.11.1982 4 Ob 382/82
nur T3; Beisatz: J.Arch. (T13)
Veröff: ÖBI 1983,46
- 4 Ob 383/83
Entscheidungstext OGH 20.09.1983 4 Ob 383/83
Beis wie T11; Beisatz: Hier: Bezeichnung eines Kraftfahrzeugreparaturbetriebs als "BMW - Spezialist". (T14)
Veröff: NZ 1984,62 = ÖBI 1984,78

- 4 Ob 402/83
Entscheidungstext OGH 13.12.1983 4 Ob 402/83
nur T3; Beisatz: Fototasche obligat (T15)
Veröff: ÖBI 1984,75
- 7 Ob 554/84
Entscheidungstext OGH 19.04.1984 7 Ob 554/84
Auch; nur: Welchen Eindruck eine Ankündigung auf den Durchschnittsleser vermittelt, ist eine Rechtsfrage, die nach objektiven Maßstäben zu lösen ist. Maßgeblich ist die Verkehrsauffassung, nämlich der Eindruck, der sich bei auch nur flüchtigem Lesen für den Durchschnittsinteressenten ergibt. (T16)
Beis wie T11
- 4 Ob 305/85
Entscheidungstext OGH 27.02.1985 4 Ob 305/85
Veröff: SZ 58/38 = RdW 1985,212 = ÖBI 1986,68
- 4 Ob 370/87
Entscheidungstext OGH 29.09.1987 4 Ob 370/87
nur T3; Beisatz: Dem Publikum kann nicht zugemutet werden, besondere Überlegungen oder Nachforschungen anzustellen, um Sinn und Bedeutung einer geschäftlichen Ankündigung aufzuklären. Auch von Prospekten, die jedem Haushalt in einem bestimmten Gebiet zugestellt werden, kann nicht erwartet werden, dass sie aufmerksam und genau gelesen werden. (T17)
- 4 Ob 378/87
Entscheidungstext OGH 12.01.1988 4 Ob 378/87
Beis wie T11
- 4 Ob 4/88
Entscheidungstext OGH 12.04.1988 4 Ob 4/88
- 4 Ob 35/88
Entscheidungstext OGH 14.06.1988 4 Ob 35/88
Beisatz: Keine Heranziehung der für die Auslegung rechtsgeschäftlicher Erklärungen geltenden Regeln (§§ 914 f) Beurteilung einzig und allein nach der Verkehrsauffassung. (T18)
- 4 Ob 118/88
Entscheidungstext OGH 24.01.1989 4 Ob 118/88
nur T3
- 4 Ob 43/89
Entscheidungstext OGH 09.05.1989 4 Ob 43/89
nur: Maßgeblich ist die Verkehrsauffassung, nämlich der Eindruck, der sich bei auch nur flüchtigem Lesen für den Durchschnittsinteressenten ergibt. (T19)
- 4 Ob 86/89
Entscheidungstext OGH 27.06.1989 4 Ob 86/89
nur T3
- 4 Ob 128/89
Entscheidungstext OGH 10.10.1989 4 Ob 128/89
Auch; nur T19; Beisatz: Dieser Eindruck ist auch bei der Beurteilung der Frage maßgebend, ob eine Tatsachenmitteilung im Sinne des § 7 UWG oder ein unüberprüfbares Werturteil vorliegt. (T20)
Veröff: ÖBI 1990,18 = MR 1989,219 (Korn)
- 4 Ob 120/89
Entscheidungstext OGH 26.09.1989 4 Ob 120/89
Auch; nur T19
- 4 Ob 36/90
Entscheidungstext OGH 20.02.1990 4 Ob 36/90
nur T19; Beisatz: Burgenländischer Winzerverband Gesellschaft mbH (T21)
- 4 Ob 53/90
Entscheidungstext OGH 12.06.1990 4 Ob 53/90

Beis wie T11 nur: Rechtsfrage, soweit dazu die Erfahrungssätze des täglichen Lebens ausreichen. (T22)

- 4 Ob 129/90

Entscheidungstext OGH 09.10.1990 4 Ob 129/90

Auch; nur T19

- 4 Ob 171/90

Entscheidungstext OGH 29.01.1991 4 Ob 171/90

Auch; Beis wie T11; Veröff: WBI 1991,203

- 4 Ob 47/91

Entscheidungstext OGH 09.07.1991 4 Ob 47/91

Auch; Veröff: GRURInt 1992,468 = WBI 1991,397 = ecolex 1991,862

- 4 Ob 14/93

Entscheidungstext OGH 09.03.1993 4 Ob 14/93

nur T3; Veröff: WBI 1993,337 = MR 1993,116

- 4 Ob 12/93

Entscheidungstext OGH 09.03.1993 4 Ob 12/93

nur T3

- 4 Ob 19/93

Entscheidungstext OGH 23.03.1993 4 Ob 19/93

Auch

- 4 Ob 52/93

Entscheidungstext OGH 04.05.1993 4 Ob 52/93

Auch; nur T3; Beisatz: Hier: § 1330 Abs 2 ABGB. (T23)

- 4 Ob 64/93

Entscheidungstext OGH 29.06.1993 4 Ob 64/93

nur T3

- 4 Ob 119/93

Entscheidungstext OGH 12.10.1993 4 Ob 119/93

nur T3

- 4 Ob 1/94

Entscheidungstext OGH 15.02.1994 4 Ob 1/94

Auch; Beisatz: Götz - Zitat (T24)

- 4 Ob 84/94

Entscheidungstext OGH 19.09.1994 4 Ob 84/94

nur T3

- 4 Ob 1118/94

Entscheidungstext OGH 08.11.1994 4 Ob 1118/94

Auch; nur T3

- 4 Ob 1007/95

Entscheidungstext OGH 31.01.1995 4 Ob 1007/95

Auch; nur T3; Beisatz: Hier: Landeck Taxi (T25)

- 4 Ob 62/95

Entscheidungstext OGH 11.07.1995 4 Ob 62/95

Auch; nur: Welchen Eindruck eine Ankündigung auf den Durchschnittsleser vermittelt, ist eine Rechtsfrage. (T26)

Beis wie T11

- 6 Ob 24/95

Entscheidungstext OGH 13.10.1995 6 Ob 24/95

nur T3

- 4 Ob 88/95

Entscheidungstext OGH 05.12.1995 4 Ob 88/95

Auch; nur T26; Beis wie T22; Beisatz: Die Frage, welche Wirkung eine Werbeaussage auf die beteiligten Verkehrskreise hat, ist eine Rechtsfrage, wenn zu ihrer Beurteilung die Erfahrungen des täglichen Lebens

ausreichen; sie ist aber immer dann eine Tatfrage, wenn dies nicht der Fall ist. (T27)

- 4 Ob 1/96
Entscheidungstext OGH 30.01.1996 4 Ob 1/96
nur T26; nur T19, Beis wie T11
- 4 Ob 2102/96p
Entscheidungstext OGH 14.05.1996 4 Ob 2102/96p
Auch; nur T19
- 4 Ob 2064/96z
Entscheidungstext OGH 14.05.1996 4 Ob 2064/96z
nur T26; nur T19; Beis wie T11; Beisatz: Ob eine Angabe zur Irreführung geeignet ist, hängt davon ab, wie die angesprochenen Verkehrskreise die Angabe verstehen. Eine Ankündigung verstößt schon dann gegen § 2 UWG, wenn sie nach ihrem Gesamteindruck bei flüchtiger Betrachtung durch einen Kunden mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit irrite Vorstellungen erwecken kann. Der EuGH geht vom Bild eines mündigen und verständigen Verbrauchers aus. (T28)
- 4 Ob 2081/96z
Entscheidungstext OGH 16.04.1996 4 Ob 2081/96z
Auch
- 4 Ob 2338/96v
Entscheidungstext OGH 17.12.1996 4 Ob 2338/96v
nur T19; Beis wie T28 nur: Der EuGH geht vom Bild eines mündigen und verständigen Verbrauchers aus. (T29)
- 4 Ob 56/97g
Entscheidungstext OGH 08.04.1997 4 Ob 56/97g
Auch
- 4 Ob 170/97x
Entscheidungstext OGH 10.06.1997 4 Ob 170/97x
nur T3
- 4 Ob 238/97x
Entscheidungstext OGH 09.09.1997 4 Ob 238/97x
Vgl auch; Beisatz: "Führungsteam". (T30)
Beisatz: Auch fachkundige Personen und Unternehmer können diese Aussage in dem genannten, ungünstigen Sinn verstehen. (T31)
- 4 Ob 47/98k
Entscheidungstext OGH 24.02.1998 4 Ob 47/98k
Auch; nur T3; Beisatz: Hier: "Schweizer Qualität beziehungsweise "swiss quality for european cellular". (T32)
- 4 Ob 228/98b
Entscheidungstext OGH 28.09.1998 4 Ob 228/98b
Vgl; nur: Wobei der Ankündigende bei Mehrdeutigkeit der Ankündigung auch die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen muss. (T33)
- 4 Ob 243/98h
Entscheidungstext OGH 10.11.1998 4 Ob 243/98h
Vgl; Beis wie T27 nur: Die Frage, welche Wirkung eine Werbeaussage auf die beteiligten Verkehrskreise hat, ist eine Rechtsfrage, wenn zu ihrer Beurteilung die Erfahrungen des täglichen Lebens ausreichen. (T34)
-

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>