

# RS OGH 1960/3/15 4Ob308/60, 4Ob317/63, 4Ob309/69, 4Ob325/69, 4Ob351/71, 4Ob346/73, 4Ob308/74, 4Ob320

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 15.03.1960

## Norm

UWG §2 C2a

ZPO §266 All4

ZPO §503 Z4 E4c23

## Rechtssatz

Die Beurteilung der Wirkung einer Reklame auf die breite Masse ist eine Rechtsfrage (abweichend von 1 Ob 142/58 = ÖBI 1958,61).

## Entscheidungstexte

- 4 Ob 308/60  
Entscheidungstext OGH 15.03.1960 4 Ob 308/60  
Veröff: JBI 1960,560
- 4 Ob 317/63  
Entscheidungstext OGH 30.04.1963 4 Ob 317/63  
Veröff: ÖBI 1963,113
- 4 Ob 309/69  
Entscheidungstext OGH 04.03.1969 4 Ob 309/69  
Veröff: ÖBI 1969,64
- 4 Ob 325/69  
Entscheidungstext OGH 16.09.1969 4 Ob 325/69  
Beisatz: Wenn dazu die Erfahrungssätze des täglichen Lebens genügen. Nur dort, wo dem Richter die erforderliche Erfahrung fehlt, wird es notwendig sein, zur Beurteilung der Frage, welche Wirkung eine bestimmte Werbung auf die interessierten Verkehrskreise hat, Beweise aufzunehmen. (T1) Veröff: EvBl 1970/131 S 214 = ÖBI 1970,22
- 4 Ob 351/71  
Entscheidungstext OGH 14.09.1971 4 Ob 351/71  
Veröff: ÖBI 1972,14
- 4 Ob 346/73

- Entscheidungstext OGH 08.01.1974 4 Ob 346/73  
Beis wie T1; Veröff: ÖBl 1974,82
- 4 Ob 308/74  
Entscheidungstext OGH 19.03.1974 4 Ob 308/74  
Beisatz: Taxispesenersatz (T2) Veröff: SZ 47/31 = ÖBl 1974,117
  - 4 Ob 320/74  
Entscheidungstext OGH 07.05.1974 4 Ob 320/74  
Beis wie T1; Veröff: ÖBl 1974,119
  - 4 Ob 354/74  
Entscheidungstext OGH 10.12.1974 4 Ob 354/74  
Beisatz: (Österreichisches größtes Fachgeschäft für Skiläufer) Maßgebend ist der Eindruck, der sich für den Durchschnittsleser oder Hörer in der Flüchtigkeit des Alltags ergibt. (T3)
  - 4 Ob 352/74  
Entscheidungstext OGH 17.12.1974 4 Ob 352/74  
Beisatz: Trichex - Fasigyn (T4)
  - 4 Ob 356/74  
Entscheidungstext OGH 17.12.1974 4 Ob 356/74
  - 4 Ob 308/75  
Entscheidungstext OGH 11.03.1975 4 Ob 308/75  
Beisatz: "G macht Mode" (T5); Beisatz: Wenn dazu die Erfahrungen des täglichen Lebens genügen. (T6) Beis wie T3; Veröff: ÖBl 1976,19
  - 4 Ob 329/75  
Entscheidungstext OGH 23.09.1975 4 Ob 329/75
  - 4 Ob 325/76  
Entscheidungstext OGH 11.05.1976 4 Ob 325/76  
Beisatz: "technischer Betriebsleiter", Inserat eines Fernlehrinstitut. (T7)
  - 4 Ob 328/76  
Entscheidungstext OGH 25.05.1976 4 Ob 328/76  
Beisatz: Kugellutscher (T8) Veröff: SZ 49/70 = ÖBl 1976,101
  - 4 Ob 396/76  
Entscheidungstext OGH 14.12.1976 4 Ob 396/76  
Beisatz: Wenn dazu die Erfahrungssätze des täglichen Lebens ausreichen. Billigpreisankündigung Teppiche. (T9)
  - 4 Ob 399/76  
Entscheidungstext OGH 11.01.1977 4 Ob 399/76  
Beisatz: Vielseitigere, leistungsfähigere Einkaufsstätte. (T10) Veröff: ÖBl 1977,100
  - 4 Ob 331/77  
Entscheidungstext OGH 03.05.1977 4 Ob 331/77  
Beisatz: Wenn die Erfahrungssätze des täglichen Lebens dafür ausreichen. (T11)
  - 4 Ob 376/77  
Entscheidungstext OGH 27.09.1977 4 Ob 376/77  
Beis wie T6; Beisatz: Erlagscheinwerbung "ÖTB" (T12)
  - 4 Ob 413/77  
Entscheidungstext OGH 17.01.1978 4 Ob 413/77  
Beis wie T11
  - 4 Ob 385/78  
Entscheidungstext OGH 17.10.1978 4 Ob 385/78  
Beis wie T6; Beisatz: Der Größte bei Schuhen - Der Kleinste bei Preisen. (T13) Veröff: ÖBl 1979,73
  - 4 Ob 361/80  
Entscheidungstext OGH 08.07.1980 4 Ob 361/80  
Beis wie T6; Beisatz: Die Kronenzeitung wird nicht als "oberösterreichische Zeitung" angesehen. (T14)
  - 4 Ob 326/81

Entscheidungstext OGH 28.04.1981 4 Ob 326/81

Beis wie T1

- 4 Ob 348/81

Entscheidungstext OGH 02.06.1981 4 Ob 348/81

Beis wie T1 nur: Wenn dazu die Erfahrungssätze des täglichen Lebens genügen. (T15); Beisatz: Liegt diese Voraussetzung nicht vor, muss die Frage auf der Grundlage der festzustellenden Tatumstände beantwortet werden. Der Beweis der Unrichtigkeit von Erfahrungsgrundsätzen ist grundsätzlich zulässig und kann auch durch die Ergebnisse einer Meinungsfrage erbracht werden. Ob dieser Beweis gelungen ist, gehört in das Gebiet der von OGH unüberprüfbaren Beweismwürdigung. (T16)

- 4 Ob 351/81

Entscheidungstext OGH 02.06.1981 4 Ob 351/81

Beis wie T15; Beis wie T14; Beisatz: Sondern als Mutationsausgabe der überregionalen "Neuen Kronen - Zeitung". (T17)

- 4 Ob 398/81

Entscheidungstext OGH 03.11.1981 4 Ob 398/81

Beis wie T15; Beis wie T16 nur: Liegt diese Voraussetzung nicht vor, muss die Frage auf der Grundlage der festzustellenden Tatumstände beantwortet werden. (T18) Veröff: ÖBl 1982,123

- 7 Ob 554/84

Entscheidungstext OGH 19.04.1984 7 Ob 554/84

Beis wie T1

- 4 Ob 371/84

Entscheidungstext OGH 13.11.1984 4 Ob 371/84

Beis wie T1; Beisatz: Blütenblattmarke (T19) Veröff: RdW 1985,108 = GRURInt 1986,132

- 4 Ob 332/87

Entscheidungstext OGH 24.03.1987 4 Ob 332/87

Beis wie T15

- 4 Ob 351/87

Entscheidungstext OGH 29.09.1987 4 Ob 351/87

Beisatz: Handelsregister - Datenbank (T20)

- 4 Ob 387/87

Entscheidungstext OGH 15.12.1987 4 Ob 387/87

Beis wie T15; Veröff: WBl 1988,121 = ÖBl 1989,50

- 4 Ob 374/87

Entscheidungstext OGH 19.01.1988 4 Ob 374/87

Beis wie T3 nur: Maßgebend ist der Eindruck, der sich für den Durchschnittsleser oder Hörer in der Flüchtigkeit des Alltags ergibt. (T21)

- 4 Ob 4/88

Entscheidungstext OGH 12.04.1988 4 Ob 4/88

Beis wie T15

- 4 Ob 86/88

Entscheidungstext OGH 11.10.1988 4 Ob 86/88

Auch; Beis wie T15; Veröff: ÖBl 1989,74

- 4 Ob 24/89

Entscheidungstext OGH 09.05.1989 4 Ob 24/89

Auch; Beis wie T15

- 4 Ob 132/89

Entscheidungstext OGH 07.11.1989 4 Ob 132/89

Beis wie T1; Veröff: RdW 1990,113 = ÖBl 1990,176 = MR 1990,73 (Prunbauer)

- 4 Ob 141/89

Entscheidungstext OGH 21.11.1989 4 Ob 141/89

Beis wie T15; Veröff: ÖBl 1990,170

- 4 Ob 168/89  
Entscheidungstext OGH 09.01.1990 4 Ob 168/89  
Beis wie T15; Beisatz: Dieser Grundsatz muss auch außerhalb des Wettbewerbsrechtes für die Beurteilung der Wirkung einer unternehmensschädigenden Behauptung im Sinne des § 1330 ABGB gelten. (T22) Veröff: ecolex 1990,282
- 4 Ob 32/90  
Entscheidungstext OGH 13.03.1990 4 Ob 32/90  
Beis wie T15; Beisatz: Die Frage der Dauer einer solchen Nebenwirkung ist eine Rechtsfrage, sofern zu ihrer Beurteilung die Erfahrungssätze des täglichen Lebens ausreichen. (T23) Veröff: WBI 1990,245 = ÖBI 1990,231
- 4 Ob 53/90  
Entscheidungstext OGH 12.06.1990 4 Ob 53/90  
Beis wie T1; Beis wie T21
- 4 Ob 94/91  
Entscheidungstext OGH 25.02.1992 4 Ob 94/91  
Auch; Beis wie T15; Beisatz: Webpelze (T24)
- 4 Ob 1040/92  
Entscheidungstext OGH 16.06.1992 4 Ob 1040/92  
Beis wie T15
- 4 Ob 76/92  
Entscheidungstext OGH 29.09.1992 4 Ob 76/92  
Beis wie T1; Veröff: WBI 1993,96
- 4 Ob 14/93  
Entscheidungstext OGH 09.03.1993 4 Ob 14/93  
Beis wie T15; Veröff: WBI 1993,337 = MR 1993,116
- 4 Ob 1007/95  
Entscheidungstext OGH 31.01.1995 4 Ob 1007/95  
Vgl; Beis wie T15
- 4 Ob 51/95  
Entscheidungstext OGH 13.06.1995 4 Ob 51/95  
Vgl
- 4 Ob 62/95  
Entscheidungstext OGH 11.07.1995 4 Ob 62/95  
Auch; Beis wie T1; Beis wie T16 nur: Der Beweis der Unrichtigkeit von Erfahrungsgrundsätzen ist grundsätzlich zulässig. (T25); 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. Gehören die Richter den angesprochenen Fachkreisen nicht an, reicht ihre Erfahrung nicht aus, die Wirkung der Ankündigung zu beurteilen. (T26)
- 4 Ob 88/95  
Entscheidungstext OGH 05.12.1996 4 Ob 88/95  
Auch; Beis wie T26
- 4 Ob 1/96  
Entscheidungstext OGH 30.01.1996 4 Ob 1/96  
Auch; Beis wie T6
- 4 Ob 2064/96z  
Entscheidungstext OGH 14.05.1996 4 Ob 2064/96z  
Auch; Beis wie T6
- 4 Ob 2081/96z  
Entscheidungstext OGH 16.04.1996 4 Ob 2081/96z  
Beis wie T26; Beisatz: Für die Beurteilung, ob die Aufmachung von Compact-Discs und Musikkassetten zur Irreführung geeignet ist, reichen die Erfahrungen des täglichen Lebens aus. Die Vorinstanzen haben diese Frage daher zu Recht als Rechtsfrage behandelt. (T27)

- 4 Ob 2124/96y  
Entscheidungstext OGH 25.06.1996 4 Ob 2124/96y  
Auch; Beis wie T11; Beis wie T25
- 4 Ob 2192/96y  
Entscheidungstext OGH 12.08.1996 4 Ob 2192/96y  
Auch; Beis wie T26 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; sie ist aber immer dann eine Tatfrage, wenn dies nicht der Fall ist. (T28); Beisatz: Was unter "führend" zu verstehen ist, kann auch dann aufgrund der Erfahrungen des täglichen Lebens beurteilt werden, wenn sich die Aussage an Fachkreise (hier: Küchenfachhändler) richtet. Das Verständnis dieses Begriffes setzt keinerlei Fachkenntnisse voraus. (T29)
- 4 Ob 45/97i  
Entscheidungstext OGH 22.04.1997 4 Ob 45/97i  
Beis wie T6; Beis wie T11; Beis wie T15, Beis wie T28; Beisatz: Die Beurteilung des Gesamteindrucks einer Gegenüberstellung ist dann eine vom Gericht zu beurteilende Rechtsfrage, wenn es nicht auf das inhaltliche Verständnis der angesprochenen Fachkreise, sondern auf die auf diese ausgeübte psychologische Wirkung ankommt. (Hier: Gegenüberstellung der Arzneimittel beziehungsweise Arzneimittelwirkstoffe Pravastation und Zocord "R"). (T30)
- 4 Ob 178/97y  
Entscheidungstext OGH 26.06.1997 4 Ob 178/97y  
Beis wie T1; Beisatz: Wie die angesprochenen Fachleute aus der Werbewirtschaft die beanstandeten Aussagen verstehen, kann nicht aufgrund der dem Gericht bekannten Erfahrungssätze des täglichen Lebens beurteilt werden. Die Auffassung dieser Fachkreise ist dem Gericht nicht bekannt und muß daher durch Beweisaufnahme ermittelt werden. (T31)
- 4 Ob 259/97k  
Entscheidungstext OGH 09.09.1997 4 Ob 259/97k  
Auch; Beis wie T26 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; sie ist aber immer dann eine Tatfrage, wenn dies nicht der Fall ist. (T32)
- 4 Ob 47/98k  
Entscheidungstext OGH 24.02.1998 4 Ob 47/98k  
Vgl auch; Beis wie T6; Beisatz: Im übrigen ist diese Beurteilung auch dann Rechtsfrage, wenn sich die Aussage an Fachkreise richtet, das Verständnis des Begriffes aber wie hier keinerlei Fachkenntnisse voraussetzt. (T33)
- 4 Ob 168/99f  
Entscheidungstext OGH 28.09.1999 4 Ob 168/99f  
Auch; Beis wie T6
- 2 Ob 133/98t  
Entscheidungstext OGH 25.11.1999 2 Ob 133/98t  
Auch; Beis wie T1; Beis wie T26; Beisatz: Hier: Ob die vorgenommene Werbeeinschaltung zufolge der unprofessionellen Übertragung beigelegter Lichtbilder jeglichen Werbewertes entbehrt, ist eine Tatfrage. (T34)
- 4 Ob 307/99x  
Entscheidungstext OGH 09.1

**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](http://www.jusline.at)