

**RS OGH 1956/10/31 3Ob451/56,  
4Ob22/99k, 4Ob7/99d, 4Ob94/05k,  
4Ob127/07s**

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 31.10.1956

## Norm

UWG §2 C2a

### Rechtssatz

§ 2 UWG enthält die Rechtspflicht, geschäftliche Ankündigungen so zu fassen, daß bei einem durchschnittlichen Leser irri- ge Vorstellungen nicht entstehen können. Es kommt nicht darauf an, was sich der Ankündigende bei der Feststellung des Textes seiner Ankündigung gedacht hat, maßgebend ist vielmehr der tatsächlich verwendete Wortlaut der Ankündigung.

### Entscheidungstexte

- 3 Ob 451/56  
Entscheidungstext OGH 31.10.1956 3 Ob 451/56
- 4 Ob 22/99k  
Entscheidungstext OGH 04.02.1999 4 Ob 22/99k  
Vgl auch; nur: § 2 UWG enthält die Rechtspflicht, geschäftliche Ankündigungen so zu fassen, daß bei einem durchschnittlichen Leser irri- ge Vorstellungen nicht entstehen können. (T1); Beisatz: Bei flüchtiger Betrachtung durch einen Kunden mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit. (T2)
- 4 Ob 7/99d  
Entscheidungstext OGH 23.02.1999 4 Ob 7/99d  
Vgl auch; Beis wie T2
- 4 Ob 94/05k  
Entscheidungstext OGH 14.06.2005 4 Ob 94/05k  
Auch; nur T1; Beis wie T2
- 4 Ob 127/07s  
Entscheidungstext OGH 10.07.2007 4 Ob 127/07s  
Auch; Beisatz: Maßgebend ist der durchschnittlich informierte und verständige Adressat der Werbung, der eine dem Anlass angemessene Aufmerksamkeit aufwendet (siehe RS0114366). (T3)

### European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1956:RS0078641

### Dokumentnummer

JJR\_19561031\_OGH0002\_0030OB00451\_5600000\_002

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

© 2026 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

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