

# RS OGH 1956/2/29 3Ob94/56, 3Ob420/57, 4Ob308/60, 4Ob360/70, 4Ob346/73, 3Ob30/74, 4Ob320/74, 4Ob315/7

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 29.02.1956

## Norm

UWG §2 C2a

## Rechtssatz

Der Beurteilung eines Werbetextes sind nicht einzelne Teile für sich, sondern der Text in seiner Gesamtheit zu unterziehen.

## Entscheidungstexte

- 3 Ob 94/56  
Entscheidungstext OGH 29.02.1956 3 Ob 94/56
- 3 Ob 420/57  
Entscheidungstext OGH 04.09.1957 3 Ob 420/57  
Veröff: ÖBI 1957,86
- 4 Ob 308/60  
Entscheidungstext OGH 15.03.1960 4 Ob 308/60  
Veröff: JBI 1960,560
- 4 Ob 360/70  
Entscheidungstext OGH 15.12.1970 4 Ob 360/70  
Veröff: ÖBI 1971,78
- 4 Ob 346/73  
Entscheidungstext OGH 08.01.1974 4 Ob 346/73  
Veröff: ÖBI 1974,82
- 3 Ob 30/74  
Entscheidungstext OGH 05.03.1974 3 Ob 30/74  
Beisatz: Fußnote mit geringem Auffälligkeitswert. (T1)  
Bügeleisen-Rabatt (T2)  
Veröff: ÖBI 1975,19
- 4 Ob 320/74  
Entscheidungstext OGH 07.05.1974 4 Ob 320/74

Beisatz: Dies gilt insbesondere auch bei der Prüfung, ob eine Ankündigung gegen das RabG verstößt. (T3)

Veröff: ÖBI 1974,119

- 4 Ob 315/75

Entscheidungstext OGH 29.04.1975 4 Ob 315/75

Beisatz: Technischer Betriebsleiter. (T4)

Veröff: ÖBI 1976,18

- 4 Ob 351/76

Entscheidungstext OGH 07.09.1976 4 Ob 351/76

Beisatz: Fernschulrat, Arbeitsgemeinschaft österreichischer Fernschulen. (T5)

- 4 Ob 379/76

Entscheidungstext OGH 15.11.1976 4 Ob 379/76

Beisatz: Der durch Blickfang herausgestellte Gesamteindruck "Kürbissalatöl". (T6)

Veröff: ÖBI 1977,37

- 4 Ob 384/76

Entscheidungstext OGH 30.11.1976 4 Ob 384/76

Beisatz: Blickfang Heizkörperfolie. (T7)

- 4 Ob 396/76

Entscheidungstext OGH 14.12.1976 4 Ob 396/76

Beisatz: Billigpreiskündigung Teppiche. (T8)

- 4 Ob 315/77

Entscheidungstext OGH 22.02.1977 4 Ob 315/77

Vgl auch; Beisatz: Werbetext für Dosenbier "Faxe ... wie vom Fass". (T9)

- 4 Ob 331/77

Entscheidungstext OGH 03.05.1977 4 Ob 331/77

- 4 Ob 324/78

Entscheidungstext OGH 04.04.1978 4 Ob 324/78

Beisatz: Der Gesamteindruck der Ankündigung ist nicht immer gleichbedeutend mit ihrem Gesamtinhalt "Bier-Hit ohne Alkohol". (T10)

Veröff: ÖBI 1978,117

- 4 Ob 362/78

Entscheidungstext OGH 26.09.1978 4 Ob 362/78

Beisatz: Drogeriemarkt (T11)

Veröff: ÖBI 1979,44

- 4 Ob 370/78

Entscheidungstext OGH 24.10.1978 4 Ob 370/78

Auch; Beis wie T10

- 4 Ob 334/81

Entscheidungstext OGH 05.05.1981 4 Ob 334/81

- 4 Ob 379/82

Entscheidungstext OGH 23.11.1982 4 Ob 379/82

Beis wie T10; Beisatz: BMW-Kundendienst (T12)

Veröff: ÖBI 1983,78

- 4 Ob 312/84

Entscheidungstext OGH 21.02.1984 4 Ob 312/84

Beisatz: Wir sind immer billiger. (T13)

Veröff: ÖBI 1984,97

- 4 Ob 363/84

Entscheidungstext OGH 11.09.1984 4 Ob 363/84

- 4 Ob 393/84

Entscheidungstext OGH 11.12.1984 4 Ob 393/84

Veröff: ÖBI 1985,101

- 4 Ob 400/85
  - Entscheidungstext OGH 10.12.1985 4 Ob 400/85
  - Beisatz: "Augenoptik-Meisterbetrieb" (T14)
  - Veröff: ÖBI 1986,159
- 4 Ob 354/87
  - Entscheidungstext OGH 19.05.1987 4 Ob 354/87
  - Beisatz: Das BEZIRKSJOURNAL - die Lieblingszeitung der Wiener. (T15)
  - Veröff: MR 1987,144 (Korn) = ÖBI 1988,19
- 4 Ob 4/88
  - Entscheidungstext OGH 12.04.1988 4 Ob 4/88
  - Auch
- 4 Ob 98/88
  - Entscheidungstext OGH 29.11.1988 4 Ob 98/88
  - Beisatz: Anti-Zahnstein (T16)
- 4 Ob 34/89
  - Entscheidungstext OGH 23.05.1989 4 Ob 34/89
- 4 Ob 114/89
  - Entscheidungstext OGH 17.10.1989 4 Ob 114/89
  - Auch
- 4 Ob 170/89
  - Entscheidungstext OGH 09.01.1990 4 Ob 170/89
  - Vgl auch; Beisatz: Überprüfung konkreter Einzelangaben bei Preisvergleich. (T17)
  - Veröff: WBI 1990,310
- 4 Ob 42/90
  - Entscheidungstext OGH 03.04.1990 4 Ob 42/90
  - Veröff: MR 1990,148
- 4 Ob 156/90
  - Entscheidungstext OGH 18.12.1990 4 Ob 156/90
  - Veröff: WBI 1991,172 = MR 1991,119 = ÖBI 1991,160
- 4 Ob 122/92
  - Entscheidungstext OGH 15.12.1992 4 Ob 122/92
  - Beisatz: "Naturkautschuk" - Matratze (T18)
- 4 Ob 12/93
  - Entscheidungstext OGH 09.03.1993 4 Ob 12/93
  - Beisatz: OÖ Rundschau (T19)
- 4 Ob 140/93
  - Entscheidungstext OGH 12.10.1993 4 Ob 140/93
- 4 Ob 116/93
  - Entscheidungstext OGH 16.11.1993 4 Ob 116/93
  - Beisatz: Für die Beurteilung herabsetzender Behauptungen gilt nichts anderes; auch hier kommt es auf den Gesamteindruck an. (T20)
- 4 Ob 23/94
  - Entscheidungstext OGH 22.03.1994 4 Ob 23/94
- 4 Ob 84/94
  - Entscheidungstext OGH 19.09.1994 4 Ob 84/94
- 4 Ob 203/06s
  - Entscheidungstext OGH 21.11.2006 4 Ob 203/06s
  - Auch; Beisatz: Zwar mag die isolierte Verwendung des Begriffs „Bestpreisgarantie“ als Behauptung einer grundsätzlichen Preisführerschaft - wenn auch nicht für jedes einzelne Produkt - verstanden werden. Hier hat die Erstbeklagte aber den Inhalt der „Bestpreisgarantie“ durch das Angebot präzisiert, die Differenz auf günstigere Preise zurückzuzahlen. Solange die Erstbeklagte den Markt in zumutbarer Weise beobachtet und auf bekannt

werdende Preisunterschiede angemessen reagiert, ist ihre Werbung daher nicht zur Irreführung geeignet. (T21)

- 4 Ob 171/06k

Entscheidungstext OGH 19.12.2006 4 Ob 171/06k

Beisatz: Bei der Beurteilung darf die Werbung nicht in subtiler (spitzfindiger) Weise zergliedert werden, vielmehr entscheidet der Gesamteindruck. (T22)

Veröff: SZ 2006/188

- 4 Ob 126/07v

Entscheidungstext OGH 07.08.2007 4 Ob 126/07v

- 4 Ob 109/08w

Entscheidungstext OGH 26.08.2008 4 Ob 109/08w

Beisatz: Hier: Zur Rechtslage nach der UWG-Novelle 2007. (T23)

- 4 Ob 178/08t

Entscheidungstext OGH 18.11.2008 4 Ob 178/08t

Auch; Beisatz: Die Irreführungseignung ist nach dem Gesamteindruck zu beurteilen. (T24)

Beis wie T23

- 4 Ob 188/08p

Entscheidungstext OGH 20.01.2009 4 Ob 188/08p

Vgl; Beis ähnlich wie T10

Veröff: SZ 2009/6

- 4 Ob 99/09a

Entscheidungstext OGH 23.02.2010 4 Ob 99/09a

Auch; Beis wie T24

Veröff: SZ 2010/14

- 4 Ob 20/11m

Entscheidungstext OGH 23.03.2011 4 Ob 20/11m

Beisatz: Dragon FX Garant ? Garantiezusage. (T25)

- 3 Ob 65/12y

Entscheidungstext OGH 15.05.2012 3 Ob 65/12y

- 4 Ob 97/12m

Entscheidungstext OGH 18.09.2012 4 Ob 97/12m

Vgl auch; Beis wie T24

- 4 Ob 116/12f

Entscheidungstext OGH 28.11.2012 4 Ob 116/12f

Auch; Beis wie T24

- 4 Ob 29/13p

Entscheidungstext OGH 23.05.2013 4 Ob 29/13p

Auch; Beis wie T24; Beisatz: Versandapotheke für Österreich. (T26)

Veröff: SZ 2013/51

- 4 Ob 149/13k

Entscheidungstext OGH 17.12.2013 4 Ob 149/13k

Vgl auch; Beisatz: „mit ihrer Handynummer eine Million EUR in bar gewinnen“ (T27)

- 4 Ob 94/14y

Entscheidungstext OGH 24.06.2014 4 Ob 94/14y

- 4 Ob 155/14v

Entscheidungstext OGH 16.12.2014 4 Ob 155/14v

- 4 Ob 80/15s

Entscheidungstext OGH 11.08.2015 4 Ob 80/15s

- 4 Ob 122/15t

Entscheidungstext OGH 20.10.2015 4 Ob 122/15t

Beisatz: Hier: Werbung mit Druckauflage. (T28)

- 4 Ob 136/17d

Entscheidungstext OGH 20.02.2018 4 Ob 136/17d

Auch

- 4 Ob 56/19t

Entscheidungstext OGH 25.04.2019 4 Ob 56/19t

- 4 Ob 120/19d

Entscheidungstext OGH 05.07.2019 4 Ob 120/19d

Beis wie T24

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:1956:RS0078352

**Im RIS seit**

15.06.1997

**Zuletzt aktualisiert am**

02.09.2019

**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)