

# TE OGH 2009/5/5 1Ob76/09x

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 05.05.2009

## Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch den Vizepräsidenten Dr. Gerstenecker als Vorsitzenden und die Hofräte Univ.-Prof. Dr. Bydlinski, Dr. Fichtenau, Dr. Grohmann und Dr. E. Solé als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei Hubert M\*\*\*\*\*, vertreten durch Mag. Roland Schratte, Rechtsanwalt in Wolfsberg, gegen die beklagte Partei Dragan M\*\*\*\*\*, vertreten durch Dr. Manfred Opetnik, Rechtsanwalt in Völkermarkt, wegen Übergabe und Übernahme (Streitwert 20.000 EUR), über die außerordentliche Revision der klagenden Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Graz als Berufungsgericht vom 26. Februar 2009, GZ 4 R 2/09k-22, den

Beschluss

gefasst:

## Spruch

Die außerordentliche Revision wird gemäß § 508a Abs 2 ZPO mangels der Voraussetzungen des § 502 Abs 1 ZPO zurückgewiesen.

Begründung:

## Rechtliche Beurteilung

§ 3 Abs 3 Z 1 KSchG schließt das Rücktrittsrecht des Verbrauchers aus, wenn er selbst die geschäftliche Verbindung mit dem Unternehmer zwecks Schließung dieses Vertrags angebahnt hat. Lehre und Judikatur definieren dieses Anbahnen als ein Verhalten, durch das dem Unternehmer gegenüber zum Ausdruck gebracht wird, dass man in Verhandlungen zwecks Abschlusses eines bestimmten Geschäfts treten wolle (RIS-JustizRS0065497; Mayrhofer/Tangl in Klang<sup>3</sup> § 3 KSchG Rz 44; Kosesnik-Wehrle in Kosesnik-Wehrle/Lehofer/Mayer/Langer, KSchG<sup>2</sup> § 3 KSchG Rz 21; Krejci in Rummel<sup>3</sup> § 3 KSchG Rz 23). Maßgeblich ist nur eine kongruente Anbahnung: Der Verbraucher muss gerade jenen Vertrag angebahnt haben, der geschlossen wurde (3 Ob 112/04y mwN; Mayrhofer/Tangl aaO Rz 51; Kosesnik-Wehrle aaO Rz 22; Krejci aaO Rz 27; Kathrein in KBB<sup>2</sup> § 3 KSchG Rz 5). Beispiele für eine fehlende kongruente Anbahnung sind: Erteilung eines Alleinvermittlungsauftrags an einen Immobilienmakler nach Schaltung eines Verkaufsinserats durch den Konsumenten (3 Ob 94/00w = JBl 2001, 389); bloßes Interesse des Verbrauchers an grundsätzlichen Informationen ohne Konkretisierung eines bestimmten Produkts (Mayrhofer/Tangl aaO Rz 51); Kauf einer Liegenschaft mit Mietshaus anstelle einer inserierten Eigentumswohnung (5 Ob 608/85; Kosesnik-Wehrle aaO Rz 23). Anders beurteilt wurden jene Fälle, in denen der Konsument sich bei einer Messeveranstaltung für eine bestimmte Ware (Rollladen) interessierte, die exakte Umschreibung des Leistungsumfangs aber erst nach Vermessung anlässlich des Hausbesuchs eines Vertreters möglich war (4 Ob 521/84 = SZ 57/152), eine Konsumentin sich diverse in einer Hotelhalle ausgestellte Mäntel eines Unternehmens ansah und einen bestimmten Mantel bestellte (4 Ob 183/98k = SZ 71/125), ein

Verbraucher die Antwortkarte einer Postwurfsendung übermittelte, um die Vorführung des annoncierten Geräts zu erreichen, oder ein Verbraucher sich aufgrund einer Zeitungsanzeige, mit der ein konkretes Kraftfahrzeug zum Verkauf angeboten wurde, telefonisch beim Unternehmer meldete (RIS-Justiz RS0079254).

Im konkreten Fall fand zwar der Hausbesuch des Klägers, bei dem er dem Beklagten den fabriksneuen, nach der Probefahrt gekauften Pkw der Marke Mitsubishi vorstellte, nach einer telefonischen Kontaktaufnahme durch den Verbraucher mit gleichzeitiger Terminvereinbarung statt. Thema dieses Telefonats war aber zunächst nur die Frage des Beklagten nach dem Verkehrswert seines gebrauchten BMW, den er verkaufen wollte, gewesen. Erst nach Übermittlung der Daten dieses Fahrzeugs bekundete der Kläger sein Interesse am Kauf eines neueren Gebrauchtfahrzeugs bzw eines Vorführwagens und ersuchte den Kläger, mit einem neueren Gebrauchtwagen oder einem Vorführwagen „vorbeizukommen“. Der Beklagte ging von einem Verkehrswert seines gebrauchten Fahrzeugs im Bereich von 10.000 bis 11.000 EUR und wollte grundsätzlich für ein neues Fahrzeug zusätzlich 3.000 bis 5.000 EUR aufwenden, nicht aber den letztlich bei Kauf des fabriksneuen Fahrzeugs erforderlichen, kreditfinanzierten Betrag von 20.000 EUR. Der Kaufgegenstand war bei der telefonischen Kontaktaufnahme nur rudimentär umrissen: Weder die Marke noch das Modell wurden definiert; diese - für den potentiellen Autokäufer besonders bedeutenden - Fragen sind völlig offen geblieben. Besonders bedeutsam ist auch, dass der Beklagte nur den Ankauf eines Gebrauchtwagens oder eines Vorführmodells im Auge hatte, nicht aber den eines - wesentlich kostspieligeren - Neuwagens. Das unterscheidet diese Konstellation von jenen Fällen, in denen entweder beim Spezieskauf eines inserierten bestimmten Pkw's oder beim Gattungskauf von Rollläden der Kaufgegenstand bereits bei der Anbahnung durch den Verbraucher konkret bestimmt war.

Die im Revisionsverfahren entscheidungsrelevante Frage des kongruenten Anbahnens lässt sich anhand der in Judikatur und Lehre entwickelten Kriterien beantworten, was das Vorliegen einer erheblichen Rechtsfrage grundsätzlich ausschließt (vgl. RIS-Justiz RS0042926). Die Auffassung des Berufungsgerichts, eine kongruente Anbahnung abzulehnen, begründet keine korrekturbedürftige Fehlbeurteilung.

**Textnummer**

E90813

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:2009:00100B00076.09X.0505.000

**Im RIS seit**

04.06.2009

**Zuletzt aktualisiert am**

20.07.2012

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