

# TE OGH 1999/10/19 4Ob82/99h

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 19.10.1999

## Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat als Revisionsgericht durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr. Kodek als Vorsitzenden und durch den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Graf, die Hofräatinnen des Obersten Gerichtshofes Dr. Griß und Dr. Schenk sowie den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Parteien 1. B\*\*\*\*\* Gesellschaft mbH, und 2. B\*\*\*\*\* D\*\*\*\*\* Gesellschaft mbH, \*\*\*\*\* beide vertreten durch Dr. Josef Broigner und Dr. Johannes Hochleitner, Rechtsanwälte in Eferding, gegen die beklagte Partei W\*\*\*\*\* & Co \*\*\*\*\*gesellschaft mbH, \*\*\*\*\* vertreten durch Dorda, Brugger & Jordis Rechtsanwälte-Partnerschaft in Wien, wegen Unterlassung (Streitwert 400.000 S) und Urteilsveröffentlichung (Streitwert 100.000 S), infolge Revision der klagenden Parteien gegen das Teilurteil des Oberlandesgerichtes Linz als Berufungsgericht vom 17. Dezember 1998, GZ 4 R 163/98p-17, mit dem infolge Berufung der beklagten Partei das Urteil des Landesgerichtes Linz vom 5. Mai 1998, GZ 5 Cg 138/97g-10, zum Teil abgeändert wurde, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

## Spruch

Der Revision wird Folge gegeben.

Das angefochtene Teilurteil wird dahin abgeändert, dass es wie folgt zu lauten hat:

"Die beklagte Partei ist schuldig, es ab sofort im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs zu unterlassen,  
a) den aktuellen Preis des Artikels "Grohe Eurodisc WT-Mischer chrom" in Höhe von 990 S mit dem Preis desselben Artikels bei den klagenden Parteien "am 17. 6." öffentlich zu vergleichen, ohne darauf hinzuweisen, dass es sich beim verglichenen Preis der klagenden Parteien um einen solchen handelt, der mehrere Wochen vorher verlangt und mittlerweile seit geraumer Zeit unter den Preis der beklagten Partei herabgesetzt wurde; sowie  
b) diesen Handlungen inhaltsgleiche oder ähnliche Angaben oder Behauptungen öffentlich zu verbreiten.

Die klagenden Parteien werden ermächtigt, den dem Unterlassungs- und Urteilsveröffentlichungsbegehren stattgebenden Teil des Urteilsspruchs mit Fettdrucküberschrift, Fettdruckumrandung sowie fett und gesperrt geschriebenen Prozessparteien, im Übrigen mit Normallettern in einer der nächstfolgenden Ausgaben der Wochenzeitschrift "News" ganzseitig binnen drei Monaten auf Kosten der beklagten Partei zu veröffentlichen.

Die Entscheidung über die Prozesskosten bleibt der Endentscheidung vorbehalten."

Die Entscheidung über die Kosten des Berufungs- und Revisionsverfahrens bleibt ebenfalls der Endentscheidung vorbehalten.

## Text

Entscheidungsgründe:

Die Streitteile vertreiben in Österreich, zum Teil in denselben Städten Artikel des Sanitärbedarfs.

In der Zeitschrift "News" Nr 31 vom 31. 7. 1997 schaltete die Beklagte auf Seite 71 unter dem Titel "Vergleichende Werbung" ein ganzseitiges Inserat mit der Ankündigung, den (zweimal abgebildeten Waschtisch-Mischer) "Grohe Eurodisc WT-Mischer chrom" um den Preis von öS 990,- zu verkaufen, während der gleiche Artikel bei "B\*\*\*\*\*" (= den Klägerinnen) am 17. 6. öS 1.490,- gekostet habe; in rotumrandeter Schrift findet sich in dieser Werbeeinschaltung auch noch die Anmerkung "B\*\*\*\*\* UNGLAUBLICHE 50 % TEURER!".

Bereits Anfang Juli 1997 hatte die Beklagte Werbematerial in Form von "Flugblättern" ausgesandt, in denen sie ua diesen Artikel "gleichlautend und gleich geschrieben wie im News-Inserat vom 31. 7. 1997" beworben hatte. Nachdem den Klägerinnen ein derartiges Flugblatt zugekommen war, senkten diese in ihren Filialen mit 11. 7. 1997 den Preis dieses Artikels von 1.490 S auf 980 S.

Mit der Klage vom 29. 8. 1997 begehrten die Klägerinnen zu Punkt 1, die Beklagten schuldig zu erkennen, es ab sofort im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs zu unterlassen,

- a) den aktuellen Preis des Artikels Grohe Eurodisc WT-Mischer chrom in Höhe von S 990,- mit dem Preis desselben Artikels bei den Klägerinnen am 17. 6. öffentlich zu vergleichen,
- b) den genannten Artikel öffentlich zu bewerben, ohne diesen in einer ausreichenden Menge vorrätig zu halten, sowie
- c) den unter a) bzw b) angeführten Handlungen inhaltsgleiche oder ähnliche Angaben oder Behauptungen öffentlich zu verbreiten.

Darüber hinaus begehrten die Klägerinnen zu Punkt 2., sie zu ermächtigen, den dem Unterlassungs- und Veröffentlichungsbegehren stattgebenden Teil des Urteilsspruchs mit in Fettdrucküberschrift, Fettdruckumrandung sowie fett und gesperrt geschriebenen Prozessparteien, im Übrigen in Normallettern in einer der nächstfolgenden Ausgaben der Wochenzeitschrift "News" binnen drei Monaten ganzseitig auf Kosten der Beklagten zu veröffentlichen.

Die Beklagte habe am 31. 7. 1997 ihren zu diesem Zeitpunkt aktuellen Preis dieses Artikels mit einem bereits eineinhalb Monate zurückliegenden Preis der Klägerinnen verglichen, obwohl diese ihren Preis bereits am 11. 7. 1997 in all ihren Filialen auf 980 S gesenkt hätten. Dadurch sei bei potentiellen Kunden die Meinung herbeigeführt worden, der fragliche Artikel sei bei den Klägerinnen generell teurer als bei der Beklagten. Bei Testkäufen habe sich auch herausgestellt, dass die Beklagten den angebotenen Artikel in einer für die Deckung der zu erwartenden Nachfrage nicht ausreichenden Menge vorrätig gehalten habe. Darin läge ein Verstoß der Beklagten gegen die §§ 1 und 2 UWG. Die Beklagte habe am 31. 7. 1997 ihren zu diesem Zeitpunkt aktuellen Preis dieses Artikels mit einem bereits eineinhalb Monate zurückliegenden Preis der Klägerinnen verglichen, obwohl diese ihren Preis bereits am 11. 7. 1997 in all ihren Filialen auf 980 S gesenkt hätten. Dadurch sei bei potentiellen Kunden die Meinung herbeigeführt worden, der fragliche Artikel sei bei den Klägerinnen generell teurer als bei der Beklagten. Bei Testkäufen habe sich auch herausgestellt, dass die Beklagten den angebotenen Artikel in einer für die Deckung der zu erwartenden Nachfrage nicht ausreichenden Menge vorrätig gehalten habe. Darin läge ein Verstoß der Beklagten gegen die Paragraphen eins und 2 UWG.

Die Beklagte beantragte die Abweisung des Klagebegehrens. Beim beanstandeten Inserat handle es sich nur um eine "Momentaufnahme"; der Preisvergleich sei mit 17. 6. (1997) datiert, und habe zu diesem Zeitpunkt der Wahrheit entsprochen. Auch sei die angegebene Ware in ausreichender Menge vorrätig gewesen.

Mit Schriftsatz vom 14. 11. 1997 (ON 3) dehnten die Klägerinnen ihr Unterlassungsbegehren dahin aus, die Beklagten... schuldig zu erkennen, es zu unterlassen,

- a) irreführende Preisvergleiche zwischen ihren Preisen und denen der klagenden Parteien anzustellen, insbesondere dadurch, dass der aktuelle Preis einer bestimmten Ware der beklagten Partei mit einem mehrere Wochen zurückliegenden, nicht mehr aktuellen höheren Preis dieser Ware bei den klagenden Parteien verglichen wird;
- b) herabsetzende, unnötig bloßstellende bzw aggressive Preisvergleiche zwischen ihren Preisen und denen der klagenden Parteien anzustellen, insbesondere dadurch, dass ein höherer Preis einer Ware der klagenden Parteien als um "unglaubliche Prozentpunkte teurer" beschrieben wird;
- c) den genannten Artikel öffentlich zu bewerben, ohne diesen in einer ausreichenden Menge vorrätig zu halten, sowie
- d) den unter a), b) bzw c) angeführten Handlungen inhaltsgleiche oder ähnliche Angaben oder Behauptungen öffentlich zu verbreiten.

Das Erstgericht gab dem in der Klage ursprünglich gestellten Klagebegehren zur Gänze statt. Es ging dabei vom eingangs dargestellten Sachverhalt (sowie weiteren zur Frage der [nicht] ausreichenden Vorratshaltung getroffenen, allerdings mit Berufung von der Beklagten bekämpften und wegen Aufhebung dieses Teils der erstinstanzlichen Entscheidung [einschließlich des darauf entfallenden Veröffentlichungsbegehrens] hier nicht weiter interessierenden Feststellungen) aus und äußerte - zum hier maßgeblichen Teil seines Urteils - folgende Rechtsansicht: Das Inserat der Beklagten sei ein Verstoß gegen § 1 UWG, weil sie durch den Vergleich (ihres aktuellen Preises) mit einem bereits eineinhalb Monate zurückliegenden Preis der Klägerinnen das Gebot der Sachlichkeit verletzt habe. Damit sei der Eindruck erweckt worden, bei den Klägerinnen seien die Preise grundsätzlich um 50 % überhöht. Besonders in dem Hinweis "B\*\*\*\*\* unglaubliche 50 % teurer" liege eine generelle Pauschalherabsetzung der Klägerinnen. Darüber hinaus sei das Inserat auch irreführend, weil die Aktualität des Preisvergleichs nicht gegeben sei. Auch das dem Umfang und der Art des Wettbewerbsverstoßes entsprechende Urteilsveröffentlichungsbegehren sei zur Aufklärung der angesprochenen Verkehrskreise gerechtfertigt. Das Erstgericht gab dem in der Klage ursprünglich gestellten Klagebegehren zur Gänze statt. Es ging dabei vom eingangs dargestellten Sachverhalt (sowie weiteren zur Frage der [nicht] ausreichenden Vorratshaltung getroffenen, allerdings mit Berufung von der Beklagten bekämpften und wegen Aufhebung dieses Teils der erstinstanzlichen Entscheidung [einschließlich des darauf entfallenden Veröffentlichungsbegehrens] hier nicht weiter interessierenden Feststellungen) aus und äußerte - zum hier maßgeblichen Teil seines Urteils - folgende Rechtsansicht: Das Inserat der Beklagten sei ein Verstoß gegen Paragraph eins, UWG, weil sie durch den Vergleich (ihres aktuellen Preises) mit einem bereits eineinhalb Monate zurückliegenden Preis der Klägerinnen das Gebot der Sachlichkeit verletzt habe. Damit sei der Eindruck erweckt worden, bei den Klägerinnen seien die Preise grundsätzlich um 50 % überhöht. Besonders in dem Hinweis "B\*\*\*\*\* unglaubliche 50 % teurer" liege eine generelle Pauschalherabsetzung der Klägerinnen. Darüber hinaus sei das Inserat auch irreführend, weil die Aktualität des Preisvergleichs nicht gegeben sei. Auch das dem Umfang und der Art des Wettbewerbsverstoßes entsprechende Urteilsveröffentlichungsbegehren sei zur Aufklärung der angesprochenen Verkehrskreise gerechtfertigt.

Das Berufungsgericht wies mit dem angefochtenen Teilurteil das Unterlassungsbegehren zu Punkt 1 a) und 1 c) a) der Klage sowie das darauf Bezug habende Veröffentlichungsbegehren ab (, hob das Ersturteil im Ausspruch über das Unterlassungsbegehren zu Punkt 1 b) und 1 c) b) der Klage sowie über das darauf Bezug habende Veröffentlichungsbegehren und im Kostenausspruch auf, ohne den Rekurs für zulässig zu erklären) und sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands 260.000 S übersteige und die ordentliche Revision zulässig sei. Gegenstand des Berufungsverfahrens sei nur das in der Klage erhobene und mit dem Urteil des Erstgerichts erledigte Klagebegehren, weil die Außerachtlassung der mit dem Schriftsatz ON 3 vorgenommenen Klageausdehnung (von den Klägerinnen) weder mit Berufung gemäß § 469 (wohl: 496) Abs 1 Z 1 ZPO angefochten, noch mit Ergänzungsantrag (gemäß § 423 Abs 2 ZPO) geltend gemacht worden sei, sondern die Klägerinnen vielmehr auch in ihrer Berufungsbeantwortung die Bestätigung des auf das ursprüngliche Klagebegehren abstellenden Ersturteils begehrt hätten. Hier stelle sich daher zum Unterlassungsbegehren zu den Punkten 1 a) und 1 c) a) und zum entsprechenden Veröffentlichungsbegehren nur die Frage, ob der Vergleich des aktuellen Preises des betreffenden Artikels bei der Beklagten mit dem Preis desselben Artikels bei den Klägerinnen vom 17. 6. 1998 (wohl 1997) wettbewerbswidrig gewesen sei. Gemäß § 2 Abs 1 letzter Satz UWG sei vergleichende Preiswerbung grundsätzlich zulässig, wenn sie nicht gegen die §§ 1 oder 2 UWG verstöße. Ein Vergleich mit dem von Mitbewerbern verlangten höheren Preis erwecke regelmäßig den Eindruck, beim Werbenden (derzeit) zu einem günstigeren Preis kaufen zu können; ein solcher Vergleich entspreche nur dann den Grundsätzen des Leistungswettbewerbs, wenn dem angesprochenen Publikum alle wesentlichen Umstände mitgeteilt würden, die es in die Lage versetzen, sich ein objektives Urteil über die (Preis-)Vorzüge der angebotenen Leistung zu bilden. Diese Voraussetzung werde bei der Werbung mit Preisgegenüberstellungen schon dann eingehalten, wenn aus der als Einheit zu betrachtenden Ankündigung ausreichend deutlich hervorgehe, auf welche Preise jeweils zu Wettbewerbszwecken hingewiesen werde. Diese Voraussetzung habe die Beklagte beim strittigen Werbeinserat erfüllt, weil sie dem Publikum alle wesentlichen Umstände des Preisvergleichs, nämlich die exakte Bezeichnung des Artikels, den Verkaufspreis und den Tag des Preisvergleichs deutlich gemacht habe. Der Umstand, dass sich der Preisvergleich auf ein bereits mehrere Wochen zurückliegendes Angebot der Klägerinnen beziehe, bewirke für sich allein noch nicht die Gefahr einer für den Kaufentschluss maßgeblichen Irreführung (der angesprochenen potentiellen Käufer). Von mündigen Konsumenten könne erwartet werden, dass sie zumindest die "wenige, deutlich dargebotene Information" aufnehmen. Der mündige

Verbraucher wisse, dass sich der angegebene Preis eines beworbenen Produkts - insbesondere wenn der angeführte Tag mehrere Wochen zurückliege - inzwischen geändert haben könne; er gehe auch nicht davon aus, dass das verglichene Produkt beim Erscheinen der Werbung beim Werbenden noch immer günstiger als bei seinem Konkurrenten sein müsste. Gerade der für einen bestimmten Tag genannte höhere Preis (des Konkurrenten) habe nicht die Vermutung der Aktualität für sich, weil sich sonst die Nennung des Datums als überflüssig erwiese. Auch der durch weiße Schrift auf rotem Feld hervorgehobene Hinweis "B\*\*\*\*\* unglaubliche 50 % teurer", auf dessen Unterlassung das den Gegenstand des Berufungsverfahrens bildende Unterlassungsbegehren nicht abziele, mache den Preisvergleich weder irreführend noch sittenwidrig. Aus dem Gesamteindruck des Inserats - insbesondere aus der Nennung des Datums 17. 6. - gehe hinreichend deutlich hervor, dass sich die Prozentangabe nur auf das konkret beworbene Produkt beziehe und keine generelle Aussage über die Preise sonstiger Waren der Klägerinnen enthalte. Dies bedeute nur eine Formulierung des am 17. 6. bestehenden Preisunterschieds und nicht notwendigerweise, dass dieser Unterschied noch im Zeitpunkt der Werbung bestehe. Diese Formulierung zeige nur den bemerkenswerten Preisunterschied auf, verletze aber noch nicht das Sachlichkeitsgebot. Das Berufungsgericht wies mit dem angefochtenen Teilurteil das Unterlassungsbegehren zu Punkt 1 a) und 1 c) a) der Klage sowie das darauf Bezug habende Veröffentlichungsbegehren ab (, hob das Ersturteil im Ausspruch über das Unterlassungsbegehren zu Punkt 1 b) und 1 c) b) der Klage sowie über das darauf Bezug habende Veröffentlichungsbegehren und im Kostenausspruch auf, ohne den Rekurs für zulässig zu erklären) und sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands 260.000 S übersteige und die ordentliche Revision zulässig sei. Gegenstand des Berufungsverfahrens sei nur das in der Klage erhobene und mit dem Urteil des Erstgerichts erledigte Klagebegehren, weil die Außerachtlassung der mit dem Schriftsatz ON 3 vorgenommenen Klageausdehnung (von den Klägerinnen) weder mit Berufung gemäß Paragraph 469, (wohl: 496) Absatz eins, Ziffer eins, ZPO angefochten, noch mit Ergänzungsantrag (gemäß Paragraph 423, Absatz 2, ZPO) geltend gemacht worden sei, sondern die Klägerinnen vielmehr auch in ihrer Berufungsbeantwortung die Bestätigung des auf das ursprüngliche Klagebegehren abstellenden Ersturteils begehr hätten. Hier stelle sich daher zum Unterlassungsbegehren zu den Punkten 1 a) und 1 c) a) und zum entsprechenden Veröffentlichungsbegehren nur die Frage, ob der Vergleich des aktuellen Preises des betreffenden Artikels bei der Beklagten mit dem Preis desselben Artikels bei den Klägerinnen vom 17. 6. 1998 (wohl 1997) wettbewerbswidrig gewesen sei. Gemäß Paragraph 2, Absatz eins, letzter Satz UWG sei vergleichende Preiswerbung grundsätzlich zulässig, wenn sie nicht gegen die Paragraphen eins, oder 2 UWG verstöße. Ein Vergleich mit dem von Mitbewerbern verlangten höheren Preis erwecke regelmäßig den Eindruck, beim Werbenden (derzeit) zu einem günstigeren Preis kaufen zu können; ein solcher Vergleich entspreche nur dann den Grundsätzen des Leistungswettbewerbs, wenn dem angesprochenen Publikum alle wesentlichen Umstände mitgeteilt würden, die es in die Lage versetzen, sich ein objektives Urteil über die (Preis-)Vorzüge der angebotenen Leistung zu bilden. Diese Voraussetzung werde bei der Werbung mit Preisgegenüberstellungen schon dann eingehalten, wenn aus der als Einheit zu betrachtenden Ankündigung ausreichend deutlich hervorgehe, auf welche Preise jeweils zu Wettbewerbszwecken hingewiesen werde. Diese Voraussetzung habe die Beklagte beim strittigen Werbeinserat erfüllt, weil sie dem Publikum alle wesentlichen Umstände des Preisvergleichs, nämlich die exakte Bezeichnung des Artikels, den Verkaufspreis und den Tag des Preisvergleichs deutlich gemacht habe. Der Umstand, dass sich der Preisvergleich auf ein bereits mehrere Wochen zurückliegendes Angebot der Klägerinnen beziehe, bewirke für sich allein noch nicht die Gefahr einer für den Kaufentschluss maßgeblichen Irreführung (der angesprochenen potentiellen Käufer). Von mündigen Konsumenten könne erwartet werden, dass sie zumindest die "wenige, deutlich dargebotene Information" aufnahmen. Der mündige Verbraucher wisse, dass sich der angegebene Preis eines beworbenen Produkts - insbesondere wenn der angeführte Tag mehrere Wochen zurückliege - inzwischen geändert haben könne; er gehe auch nicht davon aus, dass das verglichene Produkt beim Erscheinen der Werbung beim Werbenden noch immer günstiger als bei seinem Konkurrenten sein müsste. Gerade der für einen bestimmten Tag genannte höhere Preis (des Konkurrenten) habe nicht die Vermutung der Aktualität für sich, weil sich sonst die Nennung des Datums als überflüssig erwiese. Auch der durch weiße Schrift auf rotem Feld hervorgehobene Hinweis "B\*\*\*\*\* unglaubliche 50 % teurer", auf dessen Unterlassung das den Gegenstand des Berufungsverfahrens bildende Unterlassungsbegehren nicht abziele, mache den Preisvergleich weder irreführend noch sittenwidrig. Aus dem Gesamteindruck des Inserats - insbesondere aus der Nennung des Datums 17. 6. - gehe hinreichend deutlich hervor, dass sich die Prozentangabe nur auf das konkret beworbene Produkt beziehe und keine generelle Aussage über die Preise sonstiger Waren der Klägerinnen enthalte.

Dies bedeute nur eine Formulierung des am 17. 6. bestehenden Preisunterschieds und nicht notwendigerweise, dass dieser Unterschied noch im Zeitpunkt der Werbung bestehe. Diese Formulierung zeige nur den bemerkenswerten Preisunterschied auf, verletze aber noch nicht das Sachlichkeitsgebot.

Die Revision sei zuzulassen, weil die zeitliche Relation der verglichenen Angebote bei der vergleichenden Preiswerbung eine erhebliche Rechtsfrage betreffe, zu welcher nur eine Entscheidung des Obersten Gerichtshofes vorliege (ÖBI 1995, 205), die sich mit dieser Problematik auseinandersetze, im vorliegenden Fall jedoch nicht "anwendbar" sei.

### **Rechtliche Beurteilung**

Die gegen das zweitinstanzliche Teilurteil gerichtete Revision der Klägerinnen ist berechtigt:

Durch die UWG-Novelle 1988 (BGBI 1988/422) wurde vergleichende Preiswerbung, die weder Elemente der Irreführung noch der Sittenwidrigkeit enthält, ausdrücklich für zulässig erklärt (§ 2 Abs 1 letzter Satz UWG). Der bloße, wahrheitsgemäße Hinweis auf den höheren Preis eines Konkurrenten ist daher nicht wettbewerbswidrig. Zur Irreführung ist ein Preisvergleich insbesondere dann geeignet, wenn mit ihm nur vorgetäuscht wird, es werde Vergleichbares verglichen (ÖBI 1995, 205 - Schilling-Härtetest mwN; ÖBI 1996, 28 - Teure S 185,-; Koppensteiner, Österreichisches und europäisches Wettbewerbsrecht3 § 33 Rz 46 ff [49]; Kucsko, Österreichisches und europäisches Wettbewerbs-, Marken-, Muster- und Patentrecht 33). Durch die UWG-Novelle 1988 (BGBI 1988/422) wurde vergleichende Preiswerbung, die weder Elemente der Irreführung noch der Sittenwidrigkeit enthält, ausdrücklich für zulässig erklärt (Paragraph 2, Absatz eins, letzter Satz UWG). Der bloße, wahrheitsgemäße Hinweis auf den höheren Preis eines Konkurrenten ist daher nicht wettbewerbswidrig. Zur Irreführung ist ein Preisvergleich insbesondere dann geeignet, wenn mit ihm nur vorgetäuscht wird, es werde Vergleichbares verglichen (ÖBI 1995, 205 - Schilling-Härtetest mwN; ÖBI 1996, 28 - Teure S 185,-; Koppensteiner, Österreichisches und europäisches Wettbewerbsrecht3 Paragraph 33, Rz 46 ff [49]; Kucsko, Österreichisches und europäisches Wettbewerbs-, Marken-, Muster- und Patentrecht 33).

Wie das Berufungsgericht zutreffend hervorgehoben hat, ist das Unterlassungsbegehren der Klägerinnen, soweit es Gegenstand des zweitinstanzlichen Teilurteils und der vorliegenden Revision ist, nur im Rahmen des in der Klage gestellten Urteilsantrags [Punkte 1 a) und 1 c)a)] zu prüfen. Damit entfallen aus den Tatsachenannahmen der Vorinstanzen ableitbare Erwägungen über die Unsachlichkeit oder Aggressivität des beanstandeten Preisvergleichs, weil diese Eigenschaften des Preisvergleichs vom Unterlassungsbegehren des genannten Urteilsantrags der Klage nicht umfasst sind. Gegenstand dieses (Teils des) Unterlassungsbegehrens ist vielmehr gerade noch erkennbar der Vorwurf der Irreführungseignung des Preisvergleichs durch Gegenüberstellung mit dem mehrere (konkret ca sechs) Wochen vorher von den Klägerinnen verlangten, mittlerweile aber bereits seit geraumer Zeit (knapp drei Wochen) unter den Preis der Beklagten herabgesetzten, also mit einem nicht (mehr) wirklich verlangten Preis. Zwar hat der Oberste Gerichtshof in der vom Berufungsgericht für seinen Rechtsstandpunkt zitierten Entscheidung ÖBI 1995, 205 - Schilling-Härtetest ausgesprochen, der Umstand, dass sich der Preisvergleich des Werbenden auf ein bereits mehrere (hier: mehr als fünf) Tage zurückliegendes Angebot des Mitbewerbers beziehe, bewirke (für sich allein) noch nicht die Gefahr einer für den Kaufentschluss maßgeblichen Irreführung, und die Tatsache, dass das zum Vergleich herangezogene Angebot des Mitbewerbers älter sei als das eigene, mache den Preisvergleich nicht sittenwidrig; diese für die dort verfahrensgegenständliche kurzfristige Preisunterbietung und entsprechende Preiswerbung am Elektrogerätemarkt aufgestellten und damals vor allem mangels konkreter (Klage-)Behauptungen über inzwischen unter die beworbenen Preise herabgesetzte Eigenpreise oder ein unzulässiges Lockvogelangebot für die Abweisung des Sicherungsantrags entscheidenden Rechtssätze können auf den hier vorliegenden Entscheidungssachverhalt schon wegen der dargelegten, abweichenden Sachlage nicht Anwendung finden. Zunächst unterscheiden sich die Fälle schon darin, dass hier nicht ein Tagespreiskampf Gegenstand des Unterlassungsbegehrens ist, sondern die Klägerinnen - wenn auch in Reaktion auf die ihnen bekanntgewordene Preisgestaltung der Beklagten - bereits knapp drei Wochen vor dem Erscheinen des hier zu beurteilenden Preisvergleichsinserats ihren Preis für den fraglichen Sanitärartikel unter den Preis der Beklagten herabgesetzt hatte, weshalb der angestellte Preisvergleich in hohem Maße irreführend war, ist doch anzunehmen, dass zumindest ein nicht zu vernachlässigender Teil der von der Werbung der Beklagten angesprochenen Leser/Interessenten der beanstandeten Werbeaussage - selbst oder gerade bei deren ausreichendem Studium - der (irrigen) Meinung sein konnte, der daraus hervorleuchtende (50 %-ige) Preisunterschied bestehe noch immer, und danach seine Kaufentscheidung ausrichten könnte. Entgegen der Rechtsansicht der Vorinstanz kann nicht davon ausgegangen werden, dass praktisch jeder Leser (Interessent) des beanstandeten Werbeinserats der Beklagten wisse, dass gerade längere Zeit zurückliegende Vergleichspreise der Konkurrenz nicht mehr aktuell (sondern ebenfalls

bereits herabgesetzt?) seien und daher die verglichenen Preise keinen Einfluss auf seine Kaufentscheidung (zugunsten des den geringeren Preis Anbietenden) haben könnte. Sollte nicht ohnehin das Gegenteil davon anzunehmen sein, so geht doch nach der gegen den Werbenden wirkenden Unklarheitenregel (siehe dazu Koppensteiner aaO § 24 Rz 22 mwN in FN 26) jede verbleibende Unklarheit zu Lasten der Beklagten. Der hier unter den konkret behaupteten und auch festgestellten Umständen vorgenommene Preisvergleich der Beklagten war somit als - zumindest objektiv gegen § 2 UWG verstoßend - zu untersagen. Dabei wurde der Unterlassungsausspruch im Sinne des Klagevorbringens entsprechend umformuliert. Wie das Berufungsgericht zutreffend hervorgehoben hat, ist das Unterlassungsbegehrten der Klägerinnen, soweit es Gegenstand des zweitinstanzlichen Teilsturts und der vorliegenden Revision ist, nur im Rahmen des in der Klage gestellten Urteilsantrags [Punkte 1 a) und 1 c)a)] zu prüfen. Damit entfallen aus den Tatsachenannahmen der Vorinstanzen ableitbare Erwägungen über die Unsachlichkeit oder Aggressivität des beanstandeten Preisvergleichs, weil diese Eigenschaften des Preisvergleichs vom Unterlassungsbegehrten des genannten Urteilsantrags der Klage nicht umfasst sind. Gegenstand dieses (Teils des) Unterlassungsbegehrten ist vielmehr gerade noch erkennbar der Vorwurf der Irreführungseignung des Preisvergleichs durch Gegenüberstellung mit dem mehrere (konkret ca sechs) Wochen vorher von den Klägerinnen verlangten, mittlerweile aber bereits seit geraumer Zeit (knapp drei Wochen) unter den Preis der Beklagten herabgesetzten, also mit einem nicht (mehr) wirklich verlangten Preis. Zwar hat der Oberste Gerichtshof in der vom Berufungsgericht für seinen Rechtsstandpunkt zitierten Entscheidung ÖBI 1995, 205 - Schilling-Härtetest ausgesprochen, der Umstand, dass sich der Preisvergleich des Werbenden auf ein bereits mehrere (hier: mehr als fünf) Tage zurückliegendes Angebot des Mitbewerbers beziehe, bewirke (für sich allein) noch nicht die Gefahr einer für den Kaufentschluss maßgeblichen Irreführung, und die Tatsache, dass das zum Vergleich herangezogene Angebot des Mitbewerbers älter sei als das eigene, mache den Preisvergleich nicht sittenwidrig; diese für die dort verfahrensgegenständliche kurzfristige Preisunterbietung und entsprechende Preiswerbung am Elektrogerätemarkt aufgestellten und damals vor allem mangels konkreter (Klage-)Behauptungen über inzwischen unter die beworbenen Preise herabgesetzte Eigenpreise oder ein unzulässiges Lockvogelangebot für die Abweisung des Sicherungsantrags entscheidenden Rechtssätze können auf den hier vorliegenden Entscheidungssachverhalt schon wegen der dargelegten, abweichenden Sachlage nicht Anwendung finden. Zunächst unterscheiden sich die Fälle schon darin, dass hier nicht ein Tagespreiskampf Gegenstand des Unterlassungsbegehrten ist, sondern die Klägerinnen - wenn auch in Reaktion auf die ihnen bekanntgewordene Preisgestaltung der Beklagten - bereits knapp drei Wochen vor dem Erscheinen des hier zu beurteilenden Preisvergleichsinserats ihren Preis für den fraglichen Sanitärtartikel unter den Preis der Beklagten herabgesetzt hatte, weshalb der angestellte Preisvergleich in hohem Maße irreführend war, ist doch anzunehmen, dass zumindest ein nicht zu vernachlässigender Teil der von der Werbung der Beklagten angesprochenen Leser/Interessenten der beanstandeten Werbeaussage - selbst oder gerade bei deren ausreichendem Studium - der (irrigen) Meinung sein konnte, der daraus hervorleuchtende (50 %-ige) Preisunterschied bestehe noch immer, und danach seine Kaufentscheidung ausrichten könnte. Entgegen der Rechtsansicht der Vorinstanz kann nicht davon ausgegangen werden, dass praktisch jeder Leser (Interessent) des beanstandeten Werbeinserats der Beklagten wisst, dass gerade längere Zeit zurückliegende Vergleichspreise der Konkurrenz nicht mehr aktuell (sondern ebenfalls bereits herabgesetzt?) seien und daher die verglichenen Preise keinen Einfluss auf seine Kaufentscheidung (zugunsten des den geringeren Preis Anbietenden) haben könnte. Sollte nicht ohnehin das Gegenteil davon anzunehmen sein, so geht doch nach der gegen den Werbenden wirkenden Unklarheitenregel (siehe dazu Koppensteiner aaO Paragraph 24, Rz 22 mwN in FN 26) jede verbleibende Unklarheit zu Lasten der Beklagten. Der hier unter den konkret behaupteten und auch festgestellten Umständen vorgenommene Preisvergleich der Beklagten war somit als - zumindest objektiv gegen Paragraph 2, UWG verstoßend - zu untersagen. Dabei wurde der Unterlassungsausspruch im Sinne des Klagevorbringens entsprechend umformuliert.

Da das gestellte Veröffentlichungsbegehrten der wettbewerbswidrigen Werbeankündigung in Art und Umfang entspricht und im Grunde auch berechtigt ist, war trotz der vorliegenden bloßen Teilerledigung des Unterlassungsbegehrten auch diesem Urteilsantrag mit Teilentscheidung stattzugeben, zumal die Zwecke der Urteilsveröffentlichung (Beseitigung der durch die Rechtsverletzung verursachten schädlichen Wirkungen, Vorbeugung gegen weitere Schädigungen und Aufklärung des angesprochenen irregeföhrten Publikums) dies erfordern und derzeit noch nicht absehbar ist, ob die noch unerledigten Teile des Klagebegehrten zu einer - allenfalls kostengünstigeren gemeinsamen - Urteilsveröffentlichung führen werden.

Die Entscheidung über den Vorbehalt der Prozesskosten sowie der Kosten des Rechtsmittelverfahrens beruht auf den

§§ 392 Abs 2 und 52 Abs 2 ZPO. Die Entscheidung über den Vorbehalt der Prozesskosten sowie der Kosten des Rechtsmittelverfahrens beruht auf den Paragraphen 392, Absatz 2 und 52 Absatz 2, ZPO.

**Anmerkung**

E55649 04A00829

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:1999:0040OB00082.99H.1019.000

**Dokumentnummer**

JJT\_19991019\_OGH0002\_0040OB00082\_99H0000\_000

**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)