

# TE OGH 1999/9/14 4Ob237/99b

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 14.09.1999

## Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofs Dr. Kodek als Vorsitzenden sowie durch den Hofrat des Obersten Gerichtshofs Dr. Graf, die Hofräatinnen des Obersten Gerichtshofs Dr. Griß und Dr. Schenk und den Hofrat des Obersten Gerichtshofs Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei H\*\*\*\*\*gmbH, \*\*\*\*\* vertreten durch Prof. Dr. Alfred Haslinger und andere Rechtsanwälte in Linz, wider die beklagte Partei Martin T\*\*\*\*\*, vertreten durch Ploitl, Krepp & Partner, Rechtsanwälte in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren 470.000 S), infolge außerordentlicher Revision der Klägerin gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Wien als Berufungsgericht vom 8. Juli 1999, GZ 3 R 65/99x-16, den

Beschluß

gefaßt:

## Spruch

Die außerordentliche Revision der Klägerin wird gemäß § 508a Abs 2 ZPO mangels der Voraussetzungen des § 502 Abs 1 ZPO zurückgewiesen (§ 510 Abs 3 ZPO). Die außerordentliche Revision der Klägerin wird gemäß Paragraph 508 a, Absatz 2, ZPO mangels der Voraussetzungen des Paragraph 502, Absatz eins, ZPO zurückgewiesen (Paragraph 510, Absatz 3, ZPO).

## Text

Begründung:

## Rechtliche Beurteilung

Die Auffassung des Rekursgerichts, daß die Beweislast für das Vorliegen eines Aktionspreises die Klägerin treffe, steht im Einklang mit der Rechtsprechung: Nach der von der Klägerin zitierten Entscheidung ÖBI 1996, 245 - Eau de Toilette II hängt die Beweislast bei vergleichender Werbung davon ab, ob die als unrichtig beanstandete Angabe die eigenen oder die fremden geschäftlichen Verhältnisse betrifft. Herabsetzende Angaben über fremde geschäftliche Verhältnisse fallen unter § 7 UWG; insoweit hat der Werbende zu beweisen, daß seine Angaben richtig sind. Die Beweislast für die Unrichtigkeit der Angaben über die eigenen geschäftlichen Verhältnisse des Werbenden trifft hingegen den Kläger. Dem entspricht die in der von der Klägerin weiters zitierten Entscheidung ÖBI 1997, 66 - Sparpreise vertretene Auffassung, wonach der Kläger zu beweisen hat, daß eine in der Werbung vorgenommene Klarstellung, um welche Art von Vergleichspreisen es sich handelt, unrichtig ist. Die Auffassung des Rekursgerichts, daß die Beweislast für das Vorliegen eines Aktionspreises die Klägerin treffe, steht im Einklang mit der Rechtsprechung: Nach der von der Klägerin zitierten Entscheidung ÖBI 1996, 245 - Eau de Toilette römisch II hängt die Beweislast bei vergleichender Werbung davon ab, ob die als unrichtig beanstandete Angabe die eigenen oder die fremden geschäftlichen Verhältnisse betrifft. Herabsetzende Angaben über fremde geschäftliche Verhältnisse fallen unter Paragraph 7, UWG; insoweit hat der Werbende zu beweisen, daß seine Angaben richtig sind. Die Beweislast für die Unrichtigkeit der Angaben über die

eigenen geschäftlichen Verhältnisse des Werbenden trifft hingegen den Kläger. Dem entspricht die in der von der Klägerin weiters zitierten Entscheidung ÖBI 1997, 66 - Sparpreise vertretene Auffassung, wonach der Kläger zu beweisen hat, daß eine in der Werbung vorgenommene Klarstellung, um welche Art von Vergleichspreisen es sich handelt, unrichtig ist.

Als weitere erhebliche Rechtsfrage macht die Klägerin geltend, daß keine Rechtsprechung zur Frage bestehe, unter welchen Voraussetzungen ein "Normalpreis" und unter welchen Voraussetzungen ein "Aktionspreis" vorliegt. Bei der Beantwortung dieser Frage ist zu berücksichtigen, um welche Art von Waren es sich handelt und für welchen Zeitraum ein Preis gültig ist (s 4 Ob 64/95). Sie hängt damit so sehr von den Umständen des Einzelfalls ab, daß sie keine erhebliche Rechtsfrage im Sinne des § 528 Abs 1 ZPO bildet. Als weitere erhebliche Rechtsfrage macht die Klägerin geltend, daß keine Rechtsprechung zur Frage bestehe, unter welchen Voraussetzungen ein "Normalpreis" und unter welchen Voraussetzungen ein "Aktionspreis" vorliegt. Bei der Beantwortung dieser Frage ist zu berücksichtigen, um welche Art von Waren es sich handelt und für welchen Zeitraum ein Preis gültig ist (s 4 Ob 64/95). Sie hängt damit so sehr von den Umständen des Einzelfalls ab, daß sie keine erhebliche Rechtsfrage im Sinne des Paragraph 528, Absatz eins, ZPO bildet.

#### **Anmerkung**

E55372 04A02379

#### **European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:1999:0040OB00237.99B.0914.000

#### **Dokumentnummer**

JJT\_19990914\_OGH0002\_0040OB00237\_99B0000\_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)