

TE OGH 1998/7/14 4Ob177/98b

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 14.07.1998

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr.Kodek als Vorsitzenden, 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 Partei Q***** GmbH, ***** vertreten durch Mag.Alexander Stolitzka, Rechtsanwalt in Wien, wider die beklagte Partei (nunmehr:) W***** & Co Handelsges.m.b.H., ***** vertreten durch Dorda, Brugger & Jordis, Rechtsanwälte-Partnerschaft in Wien, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren S 450.000.-), infolge außerordentlichen Revisionsrekurses der beklagten Partei gegen den Beschuß des Oberlandesgerichtes Wien als Rekursgericht vom 30.April 1998, GZ 2 R 116/97m-8, den

Beschluß

gefaßt:

Spruch

Der außerordentliche Revisionsrekurs der beklagten Partei wird gemäß §§ 78, 402 EO iVm § 526 Abs 2 Satz 1 ZPO mangels der Voraussetzungen des § 528 Abs 1 ZPO zurückgewiesen (§ 528a iVm § 510 Abs 3 ZPO).Der außerordentliche Revisionsrekurs der beklagten Partei wird gemäß Paragraphen 78., 402 EO in Verbindung mit Paragraph 526, Absatz 2, Satz 1 ZPO mangels der Voraussetzungen des Paragraph 528, Absatz eins, ZPO zurückgewiesen (Paragraph 528 a, in Verbindung mit Paragraph 510, Absatz 3, ZPO).

Text

Begründung:

Rechtliche Beurteilung

Die Frage, wie die angesprochenen Verkehrskreise eine Werbeaussage verstehen und ob sie demnach zur Irreführung geeignet ist, hat keine über den Einzelfall hinausgehende Bedeutung und ist daher nicht erheblich im Sinne des § 502 Abs 1 ZPO (JBl 1986, 192; MR 1995, 233 - Inseraten-Preisliste; 4 Ob 222/97v; 4 Ob 336/97h; zuletzt 4 Ob 33/98a); eine gravierende Fehlbeurteilung des Rekursgerichtes, die im Interesse der Rechtssicherheit wahrgenommen werden muß, liegt nicht vor.Die Frage, wie die angesprochenen Verkehrskreise eine Werbeaussage verstehen und ob sie demnach zur Irreführung geeignet ist, hat keine über den Einzelfall hinausgehende Bedeutung und ist daher nicht erheblich im Sinne des Paragraph 502, Absatz eins, ZPO (JBl 1986, 192; MR 1995, 233 - Inseraten-Preisliste; 4 Ob 222/97v; 4 Ob 336/97h; zuletzt 4 Ob 33/98a); eine gravierende Fehlbeurteilung des Rekursgerichtes, die im Interesse der Rechtssicherheit wahrgenommen werden muß, liegt nicht vor.

Zur Irreführung geeignete Angaben iS des § 2 UWG liegen nur dann vor, wenn zwischen dem Umstand, daß die durch die Ankündigung hervorgerufene Vorstellung nicht den Tatsachen entspricht, und dem Entschluß der angesprochenen

Interessenten, sich mit dem Angebot näher zu befassen, ein Zusammenhang ("wettbewerbliche Relevanz") besteht (stRsp zB MR 1996, 118 - Steirischer Medienjumbo; ÖBI 1995, 30 - Kodacolor mwN). Daß der Kaufentschluß eines Lesers bzw. Hörers der beanstandeten Werbeankündigung durch den nach Ansicht des Rekursgerichtes dabei zu gewinnenden Eindruck, die Preise der Beklagten lägen bis zu 70 % unter den Ausverkaufspreisen der Klägerin, maßgeblich beeinflußt wird, kann nicht zweifelhaft sein, muß doch der Adressat einer derartigen Werbung annehmen, daß die Preise der Beklagten - die Richtigkeit der Ankündigung unterstellt - kaum mehr zu unterbieten sein werden. Die von der Rechtsmittelwerberin aufgeworfene Frage, ob auch solche Angaben zur Irreführung geeignet sind, die für das Verhalten der Adressaten keine oder allenfalls nur untergeordnete Bedeutung haben, bedarf daher im vorliegenden Zusammenhang keiner Klärung. Zur Irreführung geeignete Angaben iS des Paragraph 2, UWG liegen nur dann vor, wenn zwischen dem Umstand, daß die durch die Ankündigung hervorgerufene Vorstellung nicht den Tatsachen entspricht, und dem Entschluß der angesprochenen Interessenten, sich mit dem Angebot näher zu befassen, ein Zusammenhang ("wettbewerbliche Relevanz") besteht (stRsp zB MR 1996, 118 - Steirischer Medienjumbo; ÖBI 1995, 30 - Kodacolor mwN). Daß der Kaufentschluß eines Lesers bzw. Hörers der beanstandeten Werbeankündigung durch den nach Ansicht des Rekursgerichtes dabei zu gewinnenden Eindruck, die Preise der Beklagten lägen bis zu 70 % unter den Ausverkaufspreisen der Klägerin, maßgeblich beeinflußt wird, kann nicht zweifelhaft sein, muß doch der Adressat einer derartigen Werbung annehmen, daß die Preise der Beklagten - die Richtigkeit der Ankündigung unterstellt - kaum mehr zu unterbieten sein werden. Die von der Rechtsmittelwerberin aufgeworfene Frage, ob auch solche Angaben zur Irreführung geeignet sind, die für das Verhalten der Adressaten keine oder allenfalls nur untergeordnete Bedeutung haben, bedarf daher im vorliegenden Zusammenhang keiner Klärung.

Infolge Firmenänderung der Beklagten war gem. § 235 Abs 5 ZPO die Parteibezeichnung der Beklagten richtigzustellen, was in jeder Lage des Verfahrens erfolgen kann (Rechberger in Rechberger, ZPO Rz 15 zu § 236). Infolge Firmenänderung der Beklagten war gem. Paragraph 235, Absatz 5, ZPO die Parteibezeichnung der Beklagten richtigzustellen, was in jeder Lage des Verfahrens erfolgen kann (Rechberger in Rechberger, ZPO Rz 15 zu Paragraph 236.).

Anmerkung

E50850 04A01778

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1998:0040OB00177.98B.0714.000

Dokumentnummer

JJT_19980714_OGH0002_0040OB00177_98B0000_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