

# TE OGH 1988/6/14 4Ob34/88

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 14.06.1988

## Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Prof. Dr. Friedl als Vorsitzenden und durch die Hofräte des Obersten Gerichtshofes Dr. Gamerith, Dr. Kodek, Dr. Niederreiter und Dr. Redl als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei S\*\*\* G\*\*\* U\*\*\* W\*\*\*,

Wien 4, Schwarzenbergplatz 14, vertreten durch Dr. Walter Prunbauer, Dr. Friedrich Prunbauer, Dr. Marcella Prunbauer und Dr. Armin Dallmann, Rechtsanwälte in Wien, wider die beklagte Partei Herbert R\*\*\*, Handel mit Möbeln und Artikeln der Raumausstattung, Kirchschatz, Ungerbachstraße 2, vertreten durch Dr. Norbert Wittmann, Dr. Johannes Ehrenhöfer und Dr. Peter Wittmann, Rechtsanwälte in Wr. Neustadt, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren S 200.000,-) infolge Revisionsrekurses der beklagten Partei gegen den Beschluß des Oberlandesgerichtes Wien als Rekursgerichtes vom 26. Februar 1988, GZ 3 R 4/88-11, womit der Beschluß des Kreis- als Handelsgerichtes Wr. Neustadt vom 3. November 1987, GZ 1 Cg 623/87-3, abgeändert wurde, folgenden

Beschluß

gefaßt:

## Spruch

Dem Revisionsrekurs wird nicht Folge gegeben.

Die klagende Partei hat die Kosten des Revisionsrekursverfahrens vorläufig, die beklagte Partei hingegen endgültig selbst zu tragen.

## Text

Begründung:

Der Beklagte betreibt in Kirchschatz den Einzelhandel mit Möbeln. In einer an Haushalte in Wien, Niederösterreich und Burgenland versandten Postwurfsendung kündigte er unter den Überschriften: "Konfrontation in der Möbelbranche löst Kauflawine aus" und (mit größeren Buchstaben besonders hervorgehoben) "Möbel R\*\*\* zwingt renommierte Lieferfirmen in die Knie" sowie - in kleinerer Schrift quer über diesen Text geschrieben "ab 24. September, solange der Vorrat reicht" folgendes an: "Brutal ausgehandelte Sensationspreise werden direkt an den Kunden weitergegeben"; darunter folgte in kleinerem Druck die reißerische Darstellung des Ganges der vorangegangenen Preisverhandlungen. Unter der weiteren Ankündigung "Über 60, speziell für Sie ausgewählte, Garnituren modern ..." folgten sodann - teilweise durch Abbildungen unterlegte - Einzelangebote mit den Preisangaben "statt S ... nur S ...". Das Rundschreiben enthielt keine ausdrückliche Aufklärung, welcher Art der höhere "statt"-Preis ist.

Der Kläger - ein Verband zur Bekämpfung unlauteren

Wettbewerbs - beantragte zur Sicherung eines inhaltsgleichen Unterlassungsausspruches, dem Beklagten mit

einstweiliger Verfügung zu verbieten, eine Preisgegenüberstellung zwischen einem höheren, mit "statt" bezeichneten oder sonst wie immer entwerteten Preis und einem eigenen, niedrigeren Verkaufspreis anzukündigen, wenn nicht in der gleichen Ankündigung gleich wirksam, unübersehbar und unmißverständlich ausgesagt wird, von welcher Art der höhere, mit "statt" bezeichnete Preis ist. Der Werbeankündigung des Beklagten könne nicht deutlich entnommen werden, ob der höhere "statt"-Preis der Marktpreis, der Preis einzelner Konkurrenten, der empfohlene Wiederverkaufspreis oder der früher verlangte eigene Preis sei. Durch diesen Preisvergleich würden die angesprochenen Konsumenten in Irrtum geführt.

Der Beklagte äußerte sich zu diesem Sicherungsantrag nicht. Das Erstgericht wies den Sicherungsantrag ab. Aus der beanstandeten Werbeaussage ergebe sich deutlich, daß der Beklagte ab 24. September (1987) 60 besonders günstig eingekaufte Polstermöbelgarnituren anbiete und dabei den verlangten Preisvorteil an seine Kunden weitergebe. Durch diese Ankündigung eines zeitlich begrenzten Sonderangebotes werde der Verkehr nicht in Irrtum geführt. Das Rekursgericht erließ die beantragte einstweilige Verfügung und sprach aus, daß der von der Abänderung betroffene Wert des Beschwerdegegenstandes S 15.000,--, nicht jedoch S 300.000,-- übersteige und der Revisionsrekurs zulässig sei. Eine Werbung mit "statt"-Preisen sei zwar dann nicht zu beanstanden, wenn bei der Ankündigung eines zeitlich begrenzten "Sonderangebotes" klar zum Ausdruck komme, daß außerhalb des Zeitraums, für den die Waren zu herabgesetzten Preisen angeboten werden, die jeweils angeführten (eigenen) "statt"-Preise gelten. Im vorliegenden Fall ergebe sich aber nicht zweifelsfrei, daß die in der Postwurfsendung des Beklagten angeführten "statt"-Preise jene Preise seien, die der Beklagte außerhalb der Sonderaktion verlange. Die Ankündigung könne auch den Eindruck erwecken, daß der Beklagte nur während der angekündigten Preisaktion über die besonders billig erworbene Ware verfüge, so daß es sich bei den "statt"-Preisen auch um die Preise der Konkurrenten, empfohlene Wiederverkaufspreise, Listenpreise und dergleichen handeln könne.

Gegen diesen Beschluß richtet sich der wegen unrichtiger rechtlicher Beurteilung erhobene Revisionsrekurs des Beklagten mit dem Antrag, den Beschluß des Erstgerichtes wiederherzustellen. Der Kläger beantragt, den Revisionsrekurs zurückzuweisen oder ihm nicht Folge zu geben.

### **Rechtliche Beurteilung**

Der Revisionsrekurs ist nach § 502 Abs 4 Z 1 ZPO zulässig, weil zu der Frage, ob die Behauptung des besonders günstigen Einkaufes einer im Rahmen eines zeitlich befristeten "Sonderangebotes" angekündigten Ware deutlich genug darauf hinweist, daß der dabei angegebene höhere "statt"-Preis der sonst gültige Normalpreis für diese Ware ist, eine Rechtsprechung fehlt. Der Revisionsrekurs ist jedoch nicht berechtigt.

Der Beklagte vertritt im Revisionsrekurs die Auffassung, seinen Angaben zur Preisgegenüberstellung würden die Verbraucher nur entnehmen, daß die höheren "statt"-Preise jene Preise seien, die er vor dem erfolgreichen Abschluß der Preisverhandlungen mit seinen Lieferanten verlangt habe. Dem kann nicht gefolgt werden:

§ 2 Abs 1 UWG verbietet insbesondere Irreführungen über die Preisbemessung einzelner Waren und Leistungen. Die Werbung mit Preisgegenüberstellungen, insbesondere mit sogenannten "statt"-Preisen, ist dann unzulässig, wenn mangels näherer Erläuterung, welche Preise zum Vergleich herangezogen werden, eine Irreführung des Käuferpublikums möglich ist. Eine Preisgegenüberstellung ist bei der Ankündigung eines zeitlich begrenzten "Sonderangebotes" dann nicht zu beanstanden, wenn dabei klar zum Ausdruck kommt, daß außerhalb des Zeitraums, für den die Waren zu herabgesetzten Preisen angeboten werden, die jeweils angeführten "statt"-Preise gelten, nach dem Gesamteindruck der Ankündigung also nur ein Vergleich zwischen den für die Zeit des Sonderangebotes herabgesetzten Preisen und den sonst vom Ankündigenden allgemein geforderten Preisen in Betracht kommt (ÖBl. 1986, 66 mwN).

Im vorliegenden Fall hat der Beklagte zwar ein zeitlich begrenztes Sonderangebot ("ab 24. September, solange der Vorrat reicht") angekündigt; daß die zu Vergleichszwecken angegebenen höheren "statt"-Preise seine eigenen, sonst gültigen Normalpreise seien, ergibt sich aber mangels eines ausdrücklichen Hinweises darauf nicht mit jener Deutlichkeit, die wegen der suggestiven Wirkung einer solchen Werbemethode gefordert werden muß. Ein nicht unbedeutender Teil des angesprochenen Kundenkreises wird nämlich aus der Schilderung der Preisverhandlungen ("... doch im letzten Moment brachten Kontinuität und Verhandlungsgeschick die gewünschten Erfolge") den Eindruck gewinnen, daß andere Möbelhändler beim Einkauf nicht so erfolgreich waren wie der Beklagte, und daraus ableiten, daß der höhere "statt"-Preis jener Preis ist, den die weniger erfolgreichen Händler, die keine Sensationspreise direkt an

ihre Kunden weitergeben können, für die beworbenen Waren verlangen. Auch diese für ihn ungünstige Auslegung seiner Werbebehauptung muß der Beklagte - auch bei unbewußter Mehrdeutigkeit - gegen sich gelten lassen (SZ 44/128; ÖBl. 1986, 159). Die Werbung des Beklagten verstößt daher schon aus diesem Grund gegen § 2 UWG. Dem Revisionsrekurs war somit ein Erfolg zu versagen. Die Entscheidung über die Kosten des Revisionsrekursverfahrens gründet sich in Ansehung des Klägers auf § 393 Abs 1 EO, in Ansehung des Beklagten auf §§ 78, 402 EO, §§ 41, 50, 52 Abs 1 ZPO.

**Anmerkung**

E14345

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:1988:0040OB00034.88.0614.000

**Dokumentnummer**

JJT\_19880614\_OGH0002\_0040OB00034\_8800000\_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)