

# RS OGH 1998/5/26 4Ob139/98i, 4Ob164/06f

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 26.05.1998

## Norm

UWG §1 C2

## Rechtssatz

Ein die Sittenwidrigkeit begründendes zusätzliches Element gefühlsbetonter Werbung könnte allerdings darin liegen, dass das beworbene Objekt und der Inhalt der Werbung nichts miteinander zu tun haben. Diese Voraussetzung ist hier (Werbung mit Wiederbefüllung und Verpackung der Opferlichter in Behinderten-Werkstätten) jedoch nicht erfüllt, besteht doch auch dann ein Sachzusammenhang zwischen einem Produkt und seiner Herstellungsart, wenn das Produkt zu seiner Herstellung keines schöpferischen Vorganges bedarf, mag auch das Endprodukt stets das gleiche sein, ob nun behinderte oder nicht behinderte Menschen an seiner Herstellung beteiligt waren.

## Entscheidungstexte

- 4 Ob 139/98i  
Entscheidungstext OGH 26.05.1998 4 Ob 139/98i
- 4 Ob 164/06f  
Entscheidungstext OGH 17.10.2006 4 Ob 164/06f  
Vgl aber; Beisatz: Gefühlsbetonte Werbung, die das Kaufinteresse durch Ansprechen des sozialen Verantwortungsgefühls weckt, ohne dass ein sachlicher Zusammenhang zwischen dem in der Werbung angesprochenen sozialen Engagement und der beworbenen Ware besteht, ist nicht schon wegen des fehlenden Sachzusammenhangs unlauter. Sie wird erst dann unlauter, wenn der Einfluss der Gefühle auf die Kaufentscheidung so stark ist, dass eine rational-kritische Entscheidung unter Berücksichtigung sachlicher Erwägungen wie etwa Preiswürdigkeit und Qualität des Angebots nicht mehr gewährleistet ist. (T1); Beisatz: Hier: Werbung mit einer Abbildung von weit geöffneten Kinderaugen über der Aufforderung „Hilf uns helfen!“ verbunden mit der Ankündigung, zwanzig Cent des Verkaufserlöses jeder am Sonntag verkauften Zeitung einem karitativen Zweck zugutekommen zu lassen, zur Steigerung der Zahlungsmoral bei den Selbstbedienungstaschen ist nicht sittenwidrig. (T2)

## European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1998:RS0109992

## Dokumentnummer

JJR\_19980526\_OGH0002\_0040OB00139\_98I0000\_003

**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)