

# RS OGH 1989/7/11 4Ob55/89, 4Ob42/90, 4Ob148/90, 4Ob108/92, 4Ob90/94, 4Ob30/95, 4Ob37/95, 4Ob34/95, 4

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 11.07.1989

## Norm

UWG §1 D1c

UWG §2 C2c

## Rechtssatz

Durch die UWGNov 1988 ist aber insofern keine Änderung der Rechtslage eingetreten, als die vergleichende Preiswerbung auch weiterhin keine Elemente der Irreführung im Sinne des § 2 Abs 1 Satz 1 UWG enthalten darf. Zur Irreführung wäre ein Preisvergleich insbesondere dann geeignet, wenn mit ihm nur vorgetäuscht wird, es werde Vergleichbares verglichen. Als Beispiele einer solchen Irreführung nennt der Bericht des Handelsausschusses neben Lockvogelangeboten und unterschiedlichen Vertriebsformen auch in bezug auf die verglichene Ware unangemessen kurzfristige Angebote sowie einen Vergleich, der nicht im "ordentlichen Geschäftsverkehr" vorgenommen wird.

## Entscheidungstexte

- 4 Ob 55/89

Entscheidungstext OGH 11.07.1989 4 Ob 55/89

Veröff: ÖBl 1990,152

- 4 Ob 42/90

Entscheidungstext OGH 03.04.1990 4 Ob 42/90

Auch; Beisatz: Hat die Beklagte zum Zweck der Hervorhebung ihrer eigenen Leistung auf nicht miteinander vergleichbare Angebote hingewiesen, dann hat sie damit auch gegen § 2 UWG verstoßen. (Hier: Verschweigen des Umstandes, daß eigener in (Preisvergleich) Vergleich einbezogener Verkauf Pfandverkauf gemäß § 368 HGB ist). (T1) Veröff: MR 1990,148 = WBl 1990,274

- 4 Ob 148/90

Entscheidungstext OGH 04.12.1990 4 Ob 148/90

nur: Durch die UWGNov 1988 ist aber insofern keine Änderung der Rechtslage eingetreten, als die vergleichende Preiswerbung auch weiterhin keine Elemente der Irreführung im Sinne des § 2 Abs 1 Satz 1 UWG enthalten darf. Zur Irreführung wäre ein Preisvergleich insbesondere dann geeignet, wenn mit ihm nur vorgetäuscht wird, es werde Vergleichbares verglichen. (T2) Veröff: ÖBl 1991,71

- 4 Ob 108/92

Entscheidungstext OGH 23.02.1993 4 Ob 108/92

nur: Durch die UWGNov 1988 ist aber insofern keine Änderung der Rechtslage eingetreten, als die vergleichende Preiswerbung auch weiterhin keine Elemente der Irreführung im Sinne des § 2 Abs 1 Satz 1 UWG enthalten darf. (T3)

- 4 Ob 90/94

Entscheidungstext OGH 20.09.1994 4 Ob 90/94

- 4 Ob 30/95

Entscheidungstext OGH 25.04.1995 4 Ob 30/95

nur T2

- 4 Ob 37/95

Entscheidungstext OGH 09.05.1995 4 Ob 37/95

nur T2; Veröff: SZ 68/89

- 4 Ob 34/95

Entscheidungstext OGH 23.05.1995 4 Ob 34/95

nur T2

- 4 Ob 5/96

Entscheidungstext OGH 30.01.1996 4 Ob 5/96

Vgl auch; Beisatz: Verschiedene Vertriebswege machen den Vergleich im übrigen nicht wettbewerbswidrig, wenn der erklärende Hinweis ausreichend deutlich ist. Dann ist nämlich offengelegt, daß die Preise verschiedener Vertriebsformen miteinander verglichen werden. (T4)

- 4 Ob 2167/96x

Entscheidungstext OGH 12.08.1996 4 Ob 2167/96x

Vgl; Beis wie T4

- 4 Ob 2283/96f

Entscheidungstext OGH 29.10.1996 4 Ob 2283/96f

nur T3; Beisatz: Der in einem Preisvergleich enthaltenen Text "Die ungeschminkte Wahrheit. Andere tragen bei den Preisen dick auf" wird in seiner Gesamtheit als Hinweis auf überhöhte Preise des Mitbewerbers aufgefaßt und verstößt daher gegen § 1 UWG. (T5)

- 4 Ob 257/98t

Entscheidungstext OGH 20.10.1998 4 Ob 257/98t

Vgl

- 4 Ob 298/98x

Entscheidungstext OGH 15.12.1998 4 Ob 298/98x

Auch; Beis wie T4

- 4 Ob 82/99h

Entscheidungstext OGH 19.10.1999 4 Ob 82/99h

nur: Zur Irreführung wäre ein Preisvergleich insbesondere dann geeignet, wenn mit ihm nur vorgetäuscht wird, es werde Vergleichbares verglichen. (T6)

- 4 Ob 260/00i

Entscheidungstext OGH 14.11.2000 4 Ob 260/00i

Vgl auch; nur T6

- 4 Ob 302/00s

Entscheidungstext OGH 28.11.2000 4 Ob 302/00s

Vgl auch

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

ECLI:AT:OGH0002:1989:RS0078318

#### **Dokumentnummer**

JJR\_19890711\_OGH0002\_0040OB00055\_8900000\_002

**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)