

RS OGH 1958/4/23 1Ob134/58, 4Ob327/59, 4Ob339/61, 4Ob352/61, 4Ob329/74, 4Ob362/74 (4Ob363/74), 4Ob34

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 23.04.1958

Norm

UWG §1 D1c

UWG §2 C2c

Rechtssatz

Die "Superlativwerbung" "X-Kaffee ist doch der beste" ist in erster Linie nach § 2 UWG zu beurteilen. Irreführend im Sinne dieser Gesetzesstelle wird sie aber nur selten wirken; überall dort, wo durch den Zusammenhang klar zutage tritt, daß es sich um eine "subjektive Werbung" - also nicht um eine objektive Tatsachenbehauptung handelt, wird niemand den Superlativ wörtlich auffassen. Was in einem solchen Falle übrig bleibt, ist lediglich die Behauptung erstklassiger Qualität. Ist ihr nach der Gesamtwirkung der Werbung keine objektive Tatsachenbehauptung zu entnehmen, so ist in ihr - wie bei der vergleichenden Werbung überhaupt - ein Verstoß gegen § 1 UWG nur zu erblicken, wenn sie einen Hinweis auf die Minderwertigkeit der Erzeugnisse oder Leistungen der Mitbewerber enthält (SZ 24/79).

Entscheidungstexte

- 1 Ob 134/58

Entscheidungstext OGH 23.04.1958 1 Ob 134/58

Veröff: SZ 31/64 = ÖBI 1958,60

- 4 Ob 327/59

Entscheidungstext OGH 17.11.1959 4 Ob 327/59

Ähnlich; Beisatz: Kneissl-Ski (T1)

- 4 Ob 339/61

Entscheidungstext OGH 10.10.1961 4 Ob 339/61

- 4 Ob 352/61

Entscheidungstext OGH 17.10.1961 4 Ob 352/61

- 4 Ob 329/74

Entscheidungstext OGH 24.09.1974 4 Ob 329/74

nur: Ist ihr nach der Gesamtwirkung der Werbung keine objektive Tatsachenbehauptung zu entnehmen, so ist in ihr - wie bei der vergleichenden Werbung überhaupt - ein Verstoß gegen § 1 UWG nur zu erblicken, wenn sie

einen Hinweis auf die Minderwertigkeit der Erzeugnisse oder Leistungen der Mitbewerber enthält. (T2) Beisatz:

Kosmetik-Klub International (T3) Veröff: ÖBI 1975,57

- 4 Ob 362/74

Entscheidungstext OGH 14.01.1975 4 Ob 362/74

Beisatz: Wir sind besser als die anderen. (T4) Veröff: ÖBI 1975,146

- 4 Ob 341/77

Entscheidungstext OGH 03.05.1977 4 Ob 341/77

Beisatz: Jacobs Monarch (T5) Veröff: ÖBI 1977,166

- 4 Ob 364/77

Entscheidungstext OGH 13.09.1977 4 Ob 364/77

Auch; nur T2; Beisatz: Fliesen aus aller Welt: Billiger als in aller Welt. (T6) Veröff: ÖBI 1978,31

- 4 Ob 365/81

Entscheidungstext OGH 02.06.1981 4 Ob 365/81

Beisatz: Gösser - Österreichs bestes Bier. (T7) Veröff: ÖBI 1981,119

- 4 Ob 57/88

Entscheidungstext OGH 13.09.1988 4 Ob 57/88

Auch; Beisatz: Der beste Suppenwürfel (T8) Veröff: ern 1989,105

- 4 Ob 11/09k

Entscheidungstext OGH 24.03.2009 4 Ob 11/09k

Vgl auch; Beisatz: Hier: „Österreichs beliebtester Hagebutten- (bzw Apfel-)tee“. (T9)

- 4 Ob 217/10f

Entscheidungstext OGH 15.12.2010 4 Ob 217/10f

Vgl auch; Beisatz: Unüberprüfbare Meinungsäußerung ist danach in der Regel die Bewertung des Geschmacks von Lebensmitteln. (T10); Beisatz: Hier: „das beste Service“. (T11)

- 4 Ob 201/13g

Entscheidungstext OGH 20.01.2014 4 Ob 201/13g

Vgl auch; Beis wie T10; Beisatz: Unüberprüfbare Meinungsäußerung ist in der Regel die Bewertung des Geschmacks von Lebensmitteln oder der inhaltlichen Qualität eines Mediums. (T12)

Beisatz: Hier: „Revolution im Fenster?Design“; „Lichtjahre vom klassischen Fenster entfernt“. (T13)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1958:RS0078070

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

25.02.2014

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