

# TE OGH 2009/12/16 4Ob187/09t

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 16.12.2009

## **Kopf**

Der Oberste Gerichtshof hat durch die Senatspräsidentin Dr. Schenk als Vorsitzende und die Hofräte Dr. Vogel, Dr. Jensik, Dr. Musger und Dr. Schwarzenbacher als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei M\*\*\*\*\* GmbH, \*\*\*\*\* vertreten durch Dr. Markus Andréewitch und andere Rechtsanwälte in Wien, gegen die beklagte Partei O\*\*\*\*\* GmbH, \*\*\*\*\* vertreten durch Dr. Borns Rechtsanwalts GmbH in Gänserndorf, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren 45.000 EUR), über den außerordentlichen Revisionsrekurs der beklagten Partei gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Wien als Rekursgericht vom 23. September 2009, GZ 30 R 18/09a-14, womit der Beschluss des Handelsgerichts Wien vom 24. Februar 2009, GZ 17 Cg 1/09t-8, bestätigt wurde, den

Beschluss

gefasst:

## **Spruch**

Der außerordentliche Revisionsrekurs wird zurückgewiesen.

Begründung:

## **Rechtliche Beurteilung**

Die Vorinstanzen verboten der Beklagten die Werbung mit „statt-Preisen“, sofern die angegebenen „statt-Preise“ unzutreffend sind, der Hinweis auf die Vergleichspreise nicht hinreichend deutlich ist oder die beworbenen Produkte nicht hinreichend deutlich bezeichnet werden (Hersteller- und Typenbezeichnung). Der Sternchen-Verweis befindet sich auf der letzten von vier Seiten in Kleinstschrift inmitten mehrerer anderer Hinweise, ohne sich von diesen abzugrenzen, und sei schon deshalb nicht ausreichend. Der fehlende Hinweis auf die Typenbezeichnung und den Hersteller der beworbenen Geräte lasse eine informierte Kaufentscheidung der Verbraucher nicht zu.

Die Revisionsrekurswerberin vermag keine erhebliche Rechtsfrage iSd§ 528 Abs 1 ZPO aufzuzeigen.

1. Eine zulässige Werbung mit „statt-Preisen“ muss aus dem Wortlaut oder dem Gesamtbild der Ankündigung, welche in ihrer Gesamtheit eine Einheit darstellen, mit ausreichender Deutlichkeit erkennen lassen, um welche Preise es sich bei den angegebenen „statt-Preisen“ handelt (RIS-Justiz RS0078576). Dass unauffällige Erläuterungen im Kleinstdruck am Ende der Werbung in Verbindung mit mehreren anderen Hinweisen hiezu nicht ausreichen, hat der Oberste Gerichtshof bereits mehrfach ausgesprochen (4 Ob 2/05f mwN; RIS-Justiz RS0078679). Die Rechtsauffassung des Rekursgerichts steht mit den Grundsätzen der Rechtsprechung daher im Einklang.

2. Für die Irreführung durch Unterlassen kommt es - abgesehen von den allgemeinen Kriterien (Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände, durchschnittlicher Verbraucher etc) - darauf an, a) ob wesentliche Umstände verschwiegen werden, die der Durchschnittsverbraucher zu einer informierten geschäftlichen Entscheidung benötigt, und b) ob sich

dies auf sein geschäftliches Verhalten auszuwirken vermag; dabei ist c) den allenfalls beschränkten Möglichkeiten zur Informationsvermittlung Rechnung zu tragen (4 Ob 163/08m mwN). Welche Information wesentlich ist, richtet sich nach Umständen des Einzelfalls (4 Ob 188/08p; vgl RIS-Justiz RS0053112).

Dass bei Elektrogeräten und Elektronikprodukten nicht nur ausgewählte Leistungsmerkmale, sondern auch der Hersteller und die Typenbezeichnung für eine Kaufentscheidung im Hinblick auf Qualitätsvorstellungen und Erleichterung/Verhinderung von Preisvergleichen von Bedeutung sind, bildet keine vom Obersten Gerichtshof aufzugreifende Fehlbeurteilung. Der von unvollständigen Werbeaussagen ausgehende und die Unlauterkeit unterstreichende Anlockeffekt (Befassen mit dem preislich attraktiven Angebot, 4 Ob 163/08m) ist unabhängig davon, ob sogenannte Markengeräte oder No-Name-Produkte angeboten werden. In beiden Fällen wird das durch Unklarheiten entstehende Informationsbedürfnis der angesprochenen Verbraucher ausgenutzt; dies gilt auch, wenn offen gelassen wird, ob ein Markengerät oder ein No-Name-Produkt angeboten wird.

**Schlagworte**

Elektrogeräte,

**Textnummer**

E92699

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:2009:0040OB00187.09T.1216.000

**Im RIS seit**

15.01.2010

**Zuletzt aktualisiert am**

05.10.2010

**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)