

**Gericht**

OGH

**Rechtssatznummer**

RS0078542

**Entscheidungsdatum**

17.12.2024

**Geschäftszahl**

4Ob379/76; 4Ob384/76; 4Ob324/78; 4Ob370/78; 4Ob320/79; 4Ob391/79; 4Ob309/80; 4Ob404/80; 4Ob397/81; 4Ob418/81; 4Ob308/82; 4Ob311/82; 4Ob389/82; 4Ob379/82; 4Ob398/83; 4Ob351/87; 4Ob4/88; 4Ob98/88; 4Ob68/90; 4Ob20/91; 4Ob119/93; 4Ob37/95; 4Ob146/97t; 4Ob185/97b; 4Ob44/99w; 4Ob7/99d; 4Ob232/99t; 4Ob188/05h; 4Ob123/06a; 4Ob108/07x; 4Ob18/08p; 4Ob109/08w; 4Ob188/08p; 4Ob224/08g; 4Ob99/09a; 4Ob29/10h; 4Ob47/10f; 4Ob112/11s; 4Ob14/13g; 4Ob68/13y; 4Ob149/13k; 4Ob61/22g; 4Ob49/23v; 4Ob80/23b; 4Ob76/24s

**Norm**

UWG §2 C2a

UWG §2 A2

UrhG §78

**Rechtssatz**

Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamtinhalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt sind, bereits entscheidend geprägt werden kann. In solchen Fällen darf auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. Ist dieser Teil irreführend, dann liegt ein Verstoß gegen § 2 UWG vor, wenn eine nähere Erklärung, die das Entstehen eines falschen Eindruckes verhindert, überhaupt fehlt oder nicht in einer nach der Übung des redlichen Verkehrs zu erwartenden Form (zum Beispiel in wesentlich kleinerer Schrift) beigegeben wird.

**Entscheidungstexte**

TE OGH 1976-11-15 4 Ob 379/76

Beisatz: Kürbissalatöl (T1); Veröff: ÖBl 1977,37 = ÖBl 1983,78

TE OGH 1976-11-30 4 Ob 384/76

Beisatz: Heizkörperfolie (T2)

TE OGH 1978-04-04 4 Ob 324/78

Beisatz: Bier-Hit ohne Alkohol. (T3)

Veröff: ÖBl 1978,117

TE OGH 1978-10-24 4 Ob 370/78

nur: Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamtinhalt der Ankündigung. (T4)

TE OGH 1979-03-27 4 Ob 320/79

Beisatz: Saturday Night Disco Fever. (T5)

Veröff: ÖBl 1979,105

TE OGH 1979-11-12 4 Ob 391/79

Vgl auch; Beisatz: "A Tribute To Billy Vaughn" mit Hinweis auf der Schmalseite "Henry King and his Sax-Orchestra". (T6)

TE OGH 1980-03-04 4 Ob 309/80

Auch; Beisatz: Schlagwortartige Hervorhebung der Bezeichnung "The Beatles", klein vorangestellt: "References to". (T7)

Veröff: ÖBl 1981,48

TE OGH 1981-01-20 4 Ob 404/80

Beisatz: Sounds alike Neil Diamond. (T8)

TE OGH 1981-11-17 4 Ob 397/81

nur: Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamthalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt sind, bereits entscheidend geprägt werden kann. (T9) Beisatz: Media-Analyse 80 (T10)

TE OGH 1981-12-01 4 Ob 418/81

nur: Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamthalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt sind, bereits entscheidend geprägt werden kann. In solchen Fällen darf auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. Ist dieser Teil irreführend, dann liegt ein Verstoß gegen § 2 UWG vor. (T11)

Beisatz: "Flash Gordon" Belanglos ist es, ob die auf einer Musikkassette abgebildete Figur eines "Supermannes" mit der Filmfigur "Flash Gordon" verwechselt werden kann, wenn die blickfangartige Wirkung der inkriminierten Worte "Flash Gordon" für sich allein bereits eine irreführende Eignung besitzen. (T12)

TE OGH 1982-02-16 4 Ob 308/82

nur T11; Beisatz wie T12; Beisatz: Flash-Gordon II (T13)

Veröff: ÖBl 1983,106

TE OGH 1982-03-16 4 Ob 311/82

nur T9; Beisatz: Movie 20 (T14)

Veröff: ÖBl 1982,68

TE OGH 1982-11-09 4 Ob 389/82

nur T11; Beisatz: Kurier-Krone "A/B Leserschicht". (T15)

Veröff: ÖBl 1983,42

TE OGH 1982-11-23 4 Ob 379/82

Beisatz: BMW-Kundendienst (T16)

Veröff: ÖBl 1983,78

TE OGH 1983-11-29 4 Ob 398/83

Auch; Beisatz: Bestpreis in Filiale. (T17)

Veröff: ÖBl 1984,76

TE OGH 1987-09-29 4 Ob 351/87

Auch; Beisatz: Handelsregister-Datenbank. (T18)

TE OGH 1988-04-12 4 Ob 4/88

Auch; nur T11

TE OGH 1988-11-29 4 Ob 98/88

Beisatz: Anti-Zahnstein (T19)

TE OGH 1990-09-11 4 Ob 68/90

Auch; nur T9

TE OGH 1991-04-09 4 Ob 20/91

Vgl auch; nur T9

TE OGH 1993-10-12 4 Ob 119/93

nur: In solchen Fällen darf auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. (T20)

TE OGH 1995-05-09 4 Ob 37/95

nur T20; Veröff: SZ 68/89

TE OGH 1997-05-13 4 Ob 146/97t

nur T20

TE OGH 1997-06-26 4 Ob 185/97b

Vgl aber; Beisatz: Der Satz "Sie können ein Jahr gratis DAEWOO fahren!" blickfangartig hervorgehoben in einem persönlichen Schreiben enthalten, welches wird zur Gänze gelesen; von einem blickfangartigen Herausstellen des Satzes, das dazu führt, dass sich der Empfänger des Schreibens mit dem übrigen Text nicht mehr befasst, kann in diesem Falle nicht gesprochen werden. (T21)

TE OGH 1999-03-09 4 Ob 44/99w

Auch; nur T20

TE OGH 1999-02-23 4 Ob 7/99d

Auch; nur T11

TE OGH 1999-09-14 4 Ob 232/99t

Auch; nur: Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamthalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt

sind, bereits entscheidend geprägt werden kann. In solchen Fällen darf auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. (T22)

TE OGH 2005-11-08 4 Ob 188/05h

nur T9; Beisatz: Stellt der Werbende Teile seiner Ankündigung blickfangartig heraus, so richten sich Gesamteindruck und Irreführungseignung nach diesen Teilen. (T23)

TE OGH 2006-09-28 4 Ob 123/06a

Beisatz: Bei blickfangartigem Herausstellen einzelner Teile sind Gesamteindruck und Irreführungseignung in erster Linie nach diesen Teilen zu bestimmen. (T24)

TE OGH 2007-06-12 4 Ob 108/07x

Auch; Beis wie T24

TE OGH 2008-05-20 4 Ob 18/08p

Auch; Beis wie T24; Beisatz: Auch ein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher wird bei Inanspruchnahme eines ausdrücklich als „gratis“ bezeichneten Dienstes nicht annehmen, dass sich aus dem „Kleingedruckten“ das Gegenteil der blickfangartig herausgestellten Unentgeltlichkeit ergeben könnte. Vielmehr wird ein nicht unbeträchtlicher Teil solcher Verbraucher den erst auf die eigene Vertragserklärung folgenden Text im Vertrauen auf die ohnehin zugesagte Unentgeltlichkeit gar nicht lesen. (T25)

Veröff: SZ 2008/66

TE OGH 2008-08-26 4 Ob 109/08w

Beisatz: Hier: Zur Rechtslage nach der UWG-Novelle 2007. (T26)

TE OGH 2009-01-20 4 Ob 188/08p

Auch; nur T9; nur T20; Beis wie T26

Veröff: SZ 2009/6

TE OGH 2009-01-20 4 Ob 224/08g

Auch; nur T9

TE OGH 2010-02-23 4 Ob 99/09a

Auch; nur T22; Veröff: SZ 2010/14

TE OGH 2010-05-11 4 Ob 29/10h

Auch; nur T22

TE OGH 2010-05-11 4 Ob 47/10f

Auch; nur T22

TE OGH 2012-01-17 4 Ob 112/11s

Auch; nur T9; Beisatz: Hier: „PKW-Marktbericht – durchschnittlich erzielte Verkaufserlöse“. (T27)

TE OGH 2013-02-12 4 Ob 14/13g

Vgl auch

TE OGH 2013-07-09 4 Ob 68/13y  
nur T9

TE OGH 2013-12-17 4 Ob 149/13k  
nur T22

TE OGH 2022-04-22 4 Ob 61/22g  
nur T9; Beis wie T10

TE OGH 2023-04-25 4 Ob 49/23v

nur: Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamthalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt sind, bereits entscheidend geprägt werden kann. In solchen Fällen darf auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. (T28)

Beisatz: Hier: Koppelungsangebot (Mobiltelefon samt Tarif); Handy um „€ 0,-“ (T29)

TE OGH 2023-12-19 4 Ob 80/23b  
vgl

TE OGH 2024-12-17 4 Ob 76/24s  
vgl; Beisatz: Hier: Werbung für "Smartphones um 0 Euro". (T30)

### **European Case Law Identifier**

ECLI:AT:OGH0002:1976:RS0078542