

**Gericht**

OGH

**Rechtssatznummer**

RS0077518

**Entscheidungsdatum**

28.09.2006

**Geschäftszahl**

4Ob302/77; 4Ob343/78; 4Ob319/80; 4Ob4/96; 4Ob126/06t

**Norm**

UWG §1 C2

UWG §1 D2d

UWG §10

**Rechtssatz**

Jede Werbung hat das Ziel, den Absatz der betreffenden Waren zu steigern und ist somit ihrer Natur nach bereits geeignet, den Mitbewerber in seinem Streben nach Geschäftsabschlüssen zu beeinträchtigen. Wesentlich ist aber, ob die Mittel, durch welche der Wettbewerber eine Steigerung der betreffenden Waren erreichen will, zu billigen sind oder mit dem Gesetz oder dem sittlichen Anstandsgefühl der Branchenkollegen oder der Allgemeinheit unvereinbar sind, also ein Verstoß gegen die guten Sitten im Sinne des § 1 UWG vorliegt (ÖBI 1966/58).

**Entscheidungstexte**

TE OGH 1977-02-08 4 Ob 302/77

Veröff: SZ 50/21 = EvBl 1977/208 S 461 = JBl 1978,431 = GRURInt 1978,51 = ÖBI 1977,105

TE OGH 1978-07-04 4 Ob 343/78

Beisatz: IKEA Möbel - Austria-Tabakwerke ("Teur.Sorte") (T1) Veröff: GRURInt 1979,220 = ÖBI 1978,146

TE OGH 1980-04-15 4 Ob 319/80

nur: Jede Werbung hat das Ziel, den Absatz der betreffenden Waren zu steigern und sie somit ihrer Natur nach bereits geeignet ist, den Mitbewerber in seinem Streben nach Geschäftsabschlüssen zu beeinträchtigen. (T2) Veröff: ÖBI 1980,94

TE OGH 1996-01-16 4 Ob 4/96

Auch; nur: Jede Werbung hat das Ziel, den Absatz der betreffenden Waren zu steigern.(T3) Beisatz: Kunden zu gewinnen ist das legitime Ziel jeden Wettbewerbs. Zum unlauteren Kundenfang wird die Beeinflussung, wenn der freie Willensentschluß des Kunden beeinträchtigt oder ausgeschlossen wird. (T4)

TE OGH 2006-09-28 4 Ob 126/06t

Auch; Beis wie T4

**European Case Law Identifier**

ECLI:AT:OGH0002:1977:RS0077518