

RS OGH 2000/6/15 4Ob138/00y

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 15.06.2000

Norm

UWG §9a Abs2

Rechtssatz

Eine Sonnenfinsternis-Schutzbrille wird für ein einmaliges Ereignis verwendet, bei dem die Aufmerksamkeit durch das Naturschauspiel gefangengenommen wird. Allfällige Werbeaufdrucke haben daher von vornherein nur eine geringe Werbewirksamkeit: Während der Sonnenfinsternis wird nicht auf sie geachtet, danach oder auch davor besteht kein Bedarf an einer Sonnenfinsternis-Schutzbrille. Die Gebrauchsfunktion wird durch die Werbeaufdrucke nicht gemindert; der Wert einer Sonnenfinsternis-Schutzbrille mit Werbeaufdrucken unterscheidet sich daher, wenn überhaupt, so nur unwesentlich von dem einer unbedruckten Sonnenfinsternis-Schutzbrille.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 138/00y
Entscheidungstext OGH 15.06.2000 4 Ob 138/00y
Veröff: SZ 73/98

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2000:RS0113860

Dokumentnummer

JJR_20000615_OGH0002_0040OB00138_00Y0000_002

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2024 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at