

# 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 gefangen genommen 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>

© 2026 JUSLINE

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

[www.jusline.at](http://www.jusline.at)