jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

RS OGH 1995/6/27 4Ob1048/95, 4Ob1057/95, 4Ob1058/95, 4Ob68/95, 4Ob222/97v, 4Ob259/97k, 4Ob256/97v, 4

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 27.06.1995

Norm

EO §78
EO §402 C
KSchG §5j
UWG §2 A2
ZPO §502 Abs1 HI2
ZPO §528 K
UrhG §78
ZPO §502 HIII3

Rechtssatz

Ob eine Ankündigung im Einzelfall zur Irreführung geeignet ist, ist keine erhebliche Rechtsfrage.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 1048/95
  Entscheidungstext OGH 27.06.1995 4 Ob 1048/95
- 4 Ob 1057/95
  Entscheidungstext OGH 18.09.1995 4 Ob 1057/95
- 4 Ob 1058/95
  Entscheidungstext OGH 18.09.1995 4 Ob 1058/95
  Auch
- 4 Ob 68/95
  Entscheidungstext OGH 21.11.1995 4 Ob 68/95
  Beisatz: Beisatz: Ebenso keine erhebliche Rechtsfrage, ob Inserate den Eindruck eines gemäß § 9 Abs 1 lit b LMG verbotenen Hinweises auf eine ärztliche Empfehlung erwecken können. (T1)
- 4 Ob 222/97v
  Entscheidungstext OGH 16.09.1997 4 Ob 222/97v
  Auch
- 4 Ob 259/97k

Entscheidungstext OGH 09.09.1997 4 Ob 259/97k

- 4 Ob 256/97v
  Entscheidungstext OGH 09.09.1997 4 Ob 256/97v
- 4 Ob 350/97t
  Entscheidungstext OGH 25.11.1997 4 Ob 350/97t
  Vgl; Beisatz: Ob nach den im konkreten Fall gegebenen Umständen die Relevanz der Irreführung zu bejahen ist, hat regelmäßig keine über den Einzelfall hinausgehende Bedeutung. (T2)
- 4 Ob 58/98b
  Entscheidungstext OGH 24.02.1998 4 Ob 58/98b
  Auch; Beisatz: Soweit nicht eine krasse Fehlbeurteilung vorliegt, die im Interesse der Rechtssicherheit wahrgenommen werden muss. (T3)
- 4 Ob 33/98a
  Entscheidungstext OGH 24.02.1998 4 Ob 33/98a
  Auch; Beis wie T3
- 4 Ob 39/98h
  Entscheidungstext OGH 24.02.1998 4 Ob 39/98h
  Auch; Beisatz: Hier: Angabe über geschäftliche Verhältnisse. (T4)
- 4 Ob 78/98v
  Entscheidungstext OGH 31.03.1998 4 Ob 78/98v
  Auch
- 4 Ob 87/98t
  Entscheidungstext OGH 31.03.1998 4 Ob 87/98t
  Auch
- 4 Ob 177/98b
  Entscheidungstext OGH 14.07.1998 4 Ob 177/98b
  Auch; Beis wie T3
- 4 Ob 32/99f
  Entscheidungstext OGH 23.02.1999 4 Ob 32/99f
  Auch
- 4 Ob 45/99t
  Entscheidungstext OGH 23.02.1999 4 Ob 45/99t
  Auch
- 4 Ob 118/99b
  Entscheidungstext OGH 27.04.1999 4 Ob 118/99b
  Auch
- 4 Ob 334/99t
  Entscheidungstext OGH 14.12.1999 4 Ob 334/99t
  Auch
- 4 Ob 352/99i
  Entscheidungstext OGH 18.01.2000 4 Ob 352/99i
  Auch; Beis wie T2; Beis wie T3
- 4 Ob 44/00z
  Entscheidungstext OGH 14.03.2000 4 Ob 44/00z
  Auch
- 4 O 60/00b
  Entscheidungstext OGH 14.03.2000 4 O 60/00b
  Vgl auch
- 4 Ob 79/00x
  Entscheidungstext OGH 21.03.2000 4 Ob 79/00x
  Auch; Beis wie T3
- 4 Ob 82/00p

Entscheidungstext OGH 21.03.2000 4 Ob 82/00p
Auch

- 4 Ob 45/00x
  Entscheidungstext OGH 12.04.2000 4 Ob 45/00x
  Auch
- 4 Ob 129/00z
  Entscheidungstext OGH 03.05.2000 4 Ob 129/00z
  Auch; Beis wie T3
- 4 Ob 187/00d
  Entscheidungstext OGH 18.07.2000 4 Ob 187/00d
  Vgl auch
- 4 Ob 246/00f
  Entscheidungstext OGH 03.10.2000 4 Ob 246/00f
- 4 Ob 20/01x
  Entscheidungstext OGH 30.01.2001 4 Ob 20/01x
  Auch
- 4 Ob 100/01m
  Entscheidungstext OGH 14.05.2001 4 Ob 100/01m
  Auch
- 4 Ob 41/01k
  Entscheidungstext OGH 22.03.2001 4 Ob 41/01k
  Auch
- 4 Ob 197/01a
  Entscheidungstext OGH 12.09.2001 4 Ob 197/01a
  Auch
- 4 Ob 145/02f
  Entscheidungstext OGH 02.07.2002 4 Ob 145/02f
  Auch; Beisatz: Wie die angesprochenen Verkehrskreise Gestaltung und Inhalt der Sonderausgabe verstehen und ob diese danach zur Irreführung geeignet ist, richtet sich nach den besonderen Umständen des Einzelfalls und hat keine über diesen hinausgehende Bedeutung. (T5)
- 4 Ob 27/03d
  Entscheidungstext OGH 18.02.2003 4 Ob 27/03d
- 2 Ob 73/03d
  Entscheidungstext OGH 24.04.2003 2 Ob 73/03d
- 4 Ob 85/03h
  Entscheidungstext OGH 29.04.2003 4 Ob 85/03h
  Vgl; Beisatz: Hier: Werbebehauptung - Arzneimittel. (T6)
- 7 Ob 106/03v
  Entscheidungstext OGH 05.08.2003 7 Ob 106/03v
  Auch
- 4 Ob 215/03a
  Entscheidungstext OGH 18.11.2003 4 Ob 215/03a
  Auch; Beisatz: Ob der Konsument aus der Bezeichnung einer Ware oder der farblichen Gestaltung ihrer Verpackung auf eine bestimmte Herkunft dieser Ware schließen kann, richtet sich nach den Umständen des zu beurteilenden Einzelfalles. Ausnahme: Vorliegen grober Fehlbeurteilung. (T7)
- 7 Ob 249/03y
  Entscheidungstext OGH 10.11.2003 7 Ob 249/03y
  Vgl; Beis wie T2; Beisatz: Es sei denn, dem Berufungsgericht wäre eine Fehlbeurteilung unterlaufen, die einer Korrektur durch den Obersten Gerichtshof bedürfte. (T8)
- 8 Ob 13/04a
  Entscheidungstext OGH 26.02.2004 8 Ob 13/04a

- 10 Ob 29/04v
  Entscheidungstext OGH 18.05.2004 10 Ob 29/04v
- 4 Ob 253/05t
  Entscheidungstext OGH 14.02.2006 4 Ob 253/05t
- 5 Ob 11/06f
  Entscheidungstext OGH 14.02.2006 5 Ob 11/06f
  Beis wie T2; Beis wie T3; Beis wie T8
- 4 Ob 123/06a
  Entscheidungstext OGH 28.09.2006 4 Ob 123/06a
- 4 Ob 252/06x
  Entscheidungstext OGH 13.02.2007 4 Ob 252/06x
- 4 Ob 12/07d
  Entscheidungstext OGH 13.02.2007 4 Ob 12/07d
  Beisatz: Dass ein Erstgericht in einem nicht vergleichbaren Fall offenbar eine andere Auffassung hat, als aus der Rechtsprechung des Obersten Gerichtshofs abzuleiten ist, wirft gleichfalls keine erhebliche Rechtsfrage auf. (T9)
- 4 Ob 227/07x
  Entscheidungstext OGH 11.12.2007 4 Ob 227/07x
- 4 Ob 119/08s
  Entscheidungstext OGH 14.10.2008 4 Ob 119/08s
  Auch
- 4 Ob 177/08w
  Entscheidungstext OGH 18.11.2008 4 Ob 177/08w
- 4 Ob 224/08g
  Entscheidungstext OGH 20.01.2009 4 Ob 224/08g
  Vgl; Beisatz: Welchen Eindruck der angesprochene Leserkreis von einer Wortberichterstattung gewinnt. (T10)
- 4 Ob 187/09t
  Entscheidungstext OGH 16.12.2009 4 Ob 187/09t
  Auch; Beisatz: Welche Information wesentlich ist, richtet sich nach Umständen des Einzelfalls. (T11)
  Beisatz: Hier: bei der Irreführung durch Unterlassen. (T12)
  Beisatz: Hier: keine Angabe von Hersteller- und Typenbezeichnung bei Elektrogeräten; Befassen mit dem preislich attraktiven Angebot. (T13)
- 4 Ob 45/10m
  Entscheidungstext OGH 11.05.2010 4 Ob 45/10m
  Auch; Beis ähnlich wie T5; Beis wie T11
- 4 Ob 47/10f
  Entscheidungstext OGH 11.05.2010 4 Ob 47/10f
- 4 Ob 162/10t
  Entscheidungstext OGH 15.12.2010 4 Ob 162/10t
  Beisatz: Hier: Nr 1 Salonmarke. (T14)
- 4 Ob 56/11f
  Entscheidungstext OGH 12.04.2011 4 Ob 56/11f
  Auch
- 4 Ob 118/11y
  Entscheidungstext OGH 09.08.2011 4 Ob 118/11y
  Auch; Beisatz: Hier: Werbung mit Druckauflagezahlen. (T15)
- 4 Ob 155/11i
  Entscheidungstext OGH 22.11.2011 4 Ob 155/11i
- 4 Ob 220/11y
  Entscheidungstext OGH 28.02.2012 4 Ob 220/11y
  Beisatz: Dies gilt gleichermaßen für die Frage, ob ein aufklärender Hinweis ausreichend deutlich ist. (T16)
- 4 Ob 39/12g

Entscheidungstext OGH 27.03.2012 4 Ob 39/12g
Auch

- 4 Ob 135/12z
  Entscheidungstext OGH 02.08.2012 4 Ob 135/12z
  Auch
- 4 Ob 184/12f
  Entscheidungstext OGH 28.11.2012 4 Ob 184/12f
  Auch; Beis wie T4
- 4 Ob 14/13g
  Entscheidungstext OGH 12.02.2013 4 Ob 14/13g
  Auch; Beis wie T3
- 4 Ob 150/13g
  Entscheidungstext OGH 17.12.2013 4 Ob 150/13g
  Vgl auch
- 4 Ob 202/13d
  Entscheidungstext OGH 17.12.2013 4 Ob 202/13d
  Auch; Beis wie T2
- 4 Ob 221/13y
  Entscheidungstext OGH 20.01.2014 4 Ob 221/13y

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

© 2025 JUSLINE
JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.
www.jusline.at