

RS OGH 1995/5/23 4Ob47/95

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 23.05.1995

Norm

UWG §9a Abs2 Z3

UWG §9a Abs2 Z4

Rechtssatz

Auch nach österreichischem Recht gilt - wie sich aus der Absicht des Gesetzgebers und dem offenbaren Gesetzeszweck ergibt -, daß der Reklamegegenstand absolut geringwertig sein muß (so die herrschende Ansicht zu deutschen Recht). An die Geringwertigkeit der Reklamegegenstände ist aber kein so strenger Maßstab wie an die geringwertigen Kleinigkeiten im Sinne des § 9 a Abs 2 Z 4 UWG anzulegen, weil bei Reklamegegenständen das Fehlen eines selbständigen Verkehrswertes und der Einfluß des Reklameaufdruckes im Einzelfall noch eine Wertgrenze als zulässig erscheinen lassen können, die höher liegt als die absolute Wertgrenze geringwertiger Kleinigkeiten. Allgemeingültige Zahlenangaben sind freilich nicht möglich; in begrenztem Rahmen sind die Umstände des Einzelfalls zu berücksichtigen.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 47/95

Entscheidungstext OGH 23.05.1995 4 Ob 47/95

Veröff: SZ 68/99

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1995:RS0079440

Dokumentnummer

JJR_19950523_OGH0002_0040OB00047_9500000_001

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