jusline®
>>> Recht. Schnell

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

RS OGH 1994/3/22 4Ob22/94, 3Ob199/97d, 3Ob64/06t, 4Ob162/06m, 3Ob54/07y

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 22.03.1994

Norm

UWG §9a

Rechtssatz

Entscheidend kann auch sein, wie der Werbende seine Warenkombination anbietet. Der Eindruck, den eine Werbung beim Publikum hervorruft, kann nämlich auch entscheidend dadurch beeinflusst werden, in welcher Weise die Leistung dem Käufer angeboten, angekündigt oder gewährt wird. Auch hier gilt der Grundsatz, dass der Ankündigende bei einer mehrdeutigen Ankündigung immer die für ihn ungünstigste Auslegung für sich gelten lassen muss.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 22/94
  Entscheidungstext OGH 22.03.1994 4 Ob 22/94
- 3 Ob 199/97d
  Entscheidungstext OGH 09.07.1997 3 Ob 199/97d
- 3 Ob 64/06t
  Entscheidungstext OGH 26.04.2006 3 Ob 64/06t
  Auch; nur: Entscheidend kann auch sein, wie der Werbende seine Warenkombination anbietet. Der Eindruck, den eine Werbung beim Publikum hervorruft, kann nämlich auch entscheidend dadurch beeinflusst werden, in welcher Weise die Leistung dem Käufer angeboten, angekündigt oder gewährt wird. (T1)
- 4 Ob 162/06m
  Entscheidungstext OGH 21.11.2006 4 Ob 162/06m
  Auch; Beisatz: Als Kriterien für das Vorliegen einer Funktionseinheit kommen neben dem Inhalt des konkreten Angebots und dem Verbraucherverhalten auch technische Gegebenheiten, wie etwa die Unentbehrlichkeit der einen Ware oder Dienstleistung für die Nutzung der anderen in Frage. Vernünftige wirtschaftliche Interessen des Abnehmers an der Koppelung des Angebots sind gleichfalls zu berücksichtigen. (T2); Beisatz: Hier: Zugabeneigenschaft bei Pay-TV-Jahresabonnement und Digitalreceiver verneint - „Funktionseinheit Premiereabonnement - Receiver". (T3)
- 3 Ob 54/07y
  Entscheidungstext OGH 26.09.2007 3 Ob 54/07y
  Auch; Beisatz: Für das Vorliegen einer Funktionseinheit zwischen mehreren Waren beziehungsweise einer Ware und einer Dienstleistung kommt es auch auf den Inhalt des konkreten Angebots und das Verbraucherverhalten an. (T4)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1994:RS0079139

Dokumentnummer

JJR_19940322_OGH0002_0040OB00022_9400000_001

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