jusline®
>>> Recht. Schnell

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

RS OGH 1993/10/12 4Ob140/93, 4Ob152/12z, 4Ob122/15t, 4Ob168/15g

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 12.10.1993

Norm

UWG §2 C2a
UWG §2 D11

Rechtssatz

Auch ein Leser, dem die unterschiedlichen Arten der Auflagen - nämlich die gedruckte, die verbreitete und die verkaufte Auflage nicht geläufig sind, muss beim Lesen des Ausdruckes "Druckauflage" erkennen, dass damit eine besondere Art der Auflage, nämlich die Zahl der gedruckten Stücke, gemeint ist. Es besteht daher keine Verpflichtung, beim Gebrauch des Wortes "Druckauflage" immer wieder darauf hinzuweisen, dass es sich dabei nicht um die "Verkaufsauflage" oder dergleichen handle.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 140/93
  Entscheidungstext OGH 12.10.1993 4 Ob 140/93
- 4 Ob 152/12z
  Entscheidungstext OGH 18.10.2012 4 Ob 152/12z
  Vgl auch
- 4 Ob 122/15t
  Entscheidungstext OGH 20.10.2015 4 Ob 122/15t
  Auch; Beisatz: Das Wissen, dass die Druckauflage von der Verkaufsauflage abweicht, kann bei den angesprochenen Verkehrskreisen vorausgesetzt werden oder ist für sie nicht relevant. (T1)
  Beisatz: Hier: Suggeriert die Werbung, dass die Druckauflage allein maßgebendes Kriterium für den wirtschaftlichen Erfolg einer Zeitung ist, ist sie irreführend. (T2)

- 4 Ob 168/15g
  Entscheidungstext OGH 17.11.2015 4 Ob 168/15g
  Auch

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1993:RS0078700

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

04.01.2016

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