jusline®
»» Recht. Schnell

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

RS OGH 1987/6/16 4Ob347/87, 4Ob68/90, 4Ob222/06k, 4Ob2/14v, 4Ob121/15w

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 16.06.1987

Norm

UWG §2 D2

Rechtssatz

Für die Relevanz der Irreführung reicht es aber schon aus, dass die Bezugnahme auf die geographische Herkunft geeignet ist, einen nicht unerheblichen Teil der umworbenen Abnehmer bei seiner Auswahlüberlegung irgendwie zu beeinflussen. - "Whisky Saunders aus Österreich"

Entscheidungstexte

- 4 Ob 347/87
  Entscheidungstext OGH 16.06.1987 4 Ob 347/87
  Veröff: SZ 60/109 = WBl 1987,304 = ÖBl 1988,102 = GRURInt 1988,946 = MR 1988,63 (dort falsch mit 4 Ob 34/87 zitiert)
- 4 Ob 68/90
  Entscheidungstext OGH 11.09.1990 4 Ob 68/90
  Beisatz: Ob die Irreführung im Einzelfall tatsächlich bewirkt wird, ist dabei unerheblich; die bloße Gefahr einer Täuschung genügt. (T1)
- 4 Ob 222/06k
  Entscheidungstext OGH 16.01.2007 4 Ob 222/06k
  Ähnlich; Beisatz: Ist die unrichtige Angabe geeignet, das Kaufverhalten eines nicht unbeträchtlichen Teils der angesprochenen Anwender zu beeinflussen, so muss das beanstandete Verhalten zwangsläufig auch als geeignet angesehen werden, eine nicht unerhebliche Nachfrageverlagerung zu bewirken. (T2)
  Beisatz: Hier: Die unrichtige Angabe des Aktualitätsstichtags eines steuerrechtliche Vorschriften umfassenden Werks. (T3)
- 4 Ob 2/14v
  Entscheidungstext OGH 17.02.2014 4 Ob 2/14v
  Beisatz: Hier: Keine Irreführungseignung geografischer Angaben im Firmenwortlaut und Werbeauftritt einer Sparkasse. (T4)
- 4 Ob 121/15w
  Entscheidungstext OGH 11.08.2015 4 Ob 121/15w
  Beis wie T1

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1987:RS0078396

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

13.10.2015

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