jusline®
»» Recht. Schnell

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

RS OGH 1986/2/18 4Ob321/85, 4Ob75/88, 4Ob100/88, 4Ob140/90, 4Ob1/96

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 18.02.1986

Norm

UWG §2 C2c

Rechtssatz

Bei der Prüfung der sachlichen Richtigkeit einer Werbung mit einer führenden Stellung, der Größe oder der Bedeutung eines Unternehmens, kommt es vor allem darauf an, welche Faktoren nach der Vorstellung der angesprochenen Verkehrskreise in einem solchen Fall als vorhanden angenommen werden; werden hiefür im Einzelfall mehrere Faktoren als bestimmend betrachtet, dann ist die betreffende Werbebehauptung schon dann unzulässig, wenn auch nur einer dieser Faktoren, den ein nicht unbeträchtlicher Teil des Publikums als vorliegend erachtet, mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht im Einklang steht.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 321/85
  Entscheidungstext OGH 18.02.1986 4 Ob 321/85
  Veröff: SZ 59/31 = ÖBl 1987,47
- 4 Ob 75/88
  Entscheidungstext OGH 25.10.1988 4 Ob 75/88
  Veröff: MR 1989,30
- 4 Ob 100/88
  Entscheidungstext OGH 15.11.1988 4 Ob 100/88
  Beisatz: Westösterreichs größtes Teppichhaus (T1)
- 4 Ob 140/90
  Entscheidungstext OGH 20.11.1990 4 Ob 140/90
  Beisatz: Das beste Wasser (T2) Veröff: ÖBl 1991,74 = MR 1991,118 = ecolex 1991,182 = WBl 1991,136
- 4 Ob 1/96
  Entscheidungstext OGH 30.01.1996 4 Ob 1/96
  Beisatz: Die Nr. 1 zwischen München und Wien. (T3)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1986:RS0078431

Dokumentnummer

JJR_19860218_OGH0002_0040OB00321_8500000_002

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