jusline®
»» Recht. Schnell

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

RS OGH 1979/6/12 4Ob348/79, 4Ob402/85, 4Ob134/90, 4Ob86/00a, 4Ob275/01x, 4Ob45/02z, 4Ob99/02s, 4Ob15

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 12.06.1979

Norm

UWG §2 C1

Rechtssatz

Die Frage, ob eine bestimmte Werbeaussage eine objektiv überprüfbare Tatsachenbehauptung oder nur eine rein subjektive, jeder objektiven Nachprüfung entzogene Meinungskundgebung ist, ist immer nach dem Gesamteindruck der Ankündigung - unter Berücksichtigung ihres Gegenstandes, ihrer Form, des Zusammenhanges, in den sie gestellt wird, sowie aller sonstigen Umstände, die für das angesprochene Publikum maßgebend sein können - zu beurteilen.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 348/79
  Entscheidungstext OGH 12.06.1979 4 Ob 348/79
  Veröff: SZ 52/94 = ÖBl 1980,7
- 4 Ob 402/85
  Entscheidungstext OGH 04.02.1986 4 Ob 402/85
  Auch; Beisatz: Ob die Werbebehauptung zumindest von einem nicht unerheblichen Teil des angesprochenen Publikums als ernstzunehmende Inanspruchnahme einer Spitzenstellung aufgefasst werden kann, ist keine Rechtsfrage im Sinne des § 502 Abs 4 Z 1 ZPO. (T1) Veröff: SZ 59/25 = ÖBl 1986,102
- 4 Ob 134/90
  Entscheidungstext OGH 09.10.1990 4 Ob 134/90
  Auch; Beis wie T1
- 4 Ob 86/00a
  Entscheidungstext OGH 03.05.2000 4 Ob 86/00a
  Ähnlich
- 4 Ob 275/01x
  Entscheidungstext OGH 29.01.2002 4 Ob 275/01x
  Vgl auch; Beisatz: Hier: Die Aussage, dass ein bestimmtes Notebook das beste sei, ist demnach eine überprüfbare Tatsachenbehauptung. (T2)
- 4 Ob 45/02z

Entscheidungstext OGH 13.03.2002 4 Ob 45/02z
Vgl auch

- 4 Ob 99/02s
  Entscheidungstext OGH 02.07.2002 4 Ob 99/02s
  Auch; Beisatz: Die beanstandete Ankündigung "weltbestes Wasserbett" ist daher als Tatsachenbehauptung des Inhalts zu beurteilen, ein derart beworbenes Produkt erwecke die Vorstellung, die weltweit besten Ausstattungsmerkmale aufzuweisen und den weltweit höchsten Qualitätsansprüchen zu genügen. (T3)
- 4 Ob 157/03x
  Entscheidungstext OGH 19.08.2003 4 Ob 157/03x
  Vgl auch; Beisatz: Ob die Voraussetzungen der durch § 2 UWG nF umgesetzten Richtlinie 84/450/EWG des Rates vom 10. 9. 1984 über irreführende und vergleichende Werbung vorliegen, richtet sich, wie bei der Beurteilung der Wirkung von Werbeaussagen ganz allgemein nach dem Gesamteindruck, den der Werbevergleich erweckt. (T4)
- 4 Ob 20/08g
  Entscheidungstext OGH 11.03.2008 4 Ob 20/08g
  Auch
- 4 Ob 11/09k
  Entscheidungstext OGH 24.03.2009 4 Ob 11/09k
  Vgl auch; Beis ähnlich wie T1
- 4 Ob 217/10f
  Entscheidungstext OGH 15.12.2010 4 Ob 217/10f
  Beisatz: Mit Darstellung der von der Rsp beurteilten Fallgruppen. (T5); Beisatz: Hier: „das beste Service“. (T6)
- 4 Ob 20/11m
  Entscheidungstext OGH 23.03.2011 4 Ob 20/11m
  Vgl auch; Beisatz: Dragon FX Garant ? Garantiezusage. (T7)
- 4 Ob 201/13g
  Entscheidungstext OGH 20.01.2014 4 Ob 201/13g
  Beis ähnlich wie T1
- 4 Ob 200/19v
  Entscheidungstext OGH 30.03.2020 4 Ob 200/19v
  Vgl
- 4 Ob 70/20b
  Entscheidungstext OGH 05.06.2020 4 Ob 70/20b
  Beisatz: Hier: Hofer Preis - alles andere ist overpriced. (T8)
- 4 Ob 61/21f
  Entscheidungstext OGH 27.05.2021 4 Ob 61/21f
- 4 Ob 150/21v
  Entscheidungstext OGH 23.11.2021 4 Ob 150/21v
  Beis wie T1

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1979:RS0078340

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

04.02.2022

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