

**RS OGH 1976/3/2 4Ob306/76,
4Ob413/77, 4Ob348/79, 4Ob402/85,
4Ob321/85, 4Ob387/87, 4Ob41/88,
4Ob75/88**

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 02.03.1976

Norm

UWG §2 C2b

UWG §2 C2c

Rechtssatz

Kann eine Werbebehauptung den Eindruck einer Spitzenstellung des Werbenden, zumindest aber die Vorstellung überdurchschnittlicher Qualität seiner Waren oder Leistungen erwecken, dann ist für die Annahme einer rein subjektiven, nur die persönliche Meinung des Werbenden zum Ausdruck bringenden Meinungskundgebung kein Raum mehr.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 306/76
Entscheidungstext OGH 02.03.1976 4 Ob 306/76
- 4 Ob 413/77
Entscheidungstext OGH 17.01.1978 4 Ob 413/77
Auch
- 4 Ob 348/79
Entscheidungstext OGH 12.06.1979 4 Ob 348/79
Veröff: SZ 52/94
- 4 Ob 402/85
Entscheidungstext OGH 04.02.1986 4 Ob 402/85
Auch; Veröff: SZ 59/25 = ÖBI 1986,102
- 4 Ob 321/85
Entscheidungstext OGH 18.02.1986 4 Ob 321/85
Veröff: SZ 59/31 = ÖBI 1987,47
- 4 Ob 387/87
Entscheidungstext OGH 15.12.1987 4 Ob 387/87
Veröff: WBI 1988,121 = ÖBI 1989,50
- 4 Ob 41/88
Entscheidungstext OGH 31.05.1988 4 Ob 41/88
Beisatz: Fritierfett der Spitzenklasse - Einfach besser. (T1)
- 4 Ob 75/88
Entscheidungstext OGH 25.10.1988 4 Ob 75/88
Auch; Veröff: MR 1989,30
- 4 Ob 1/96
Entscheidungstext OGH 30.01.1996 4 Ob 1/96
Beisatz: Die Nr. 1 zwischen München und Wien. (T2)
- 4 Ob 111/10t
Entscheidungstext OGH 09.11.2010 4 Ob 111/10t

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1976:RS0078741

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

17.01.2011

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2026 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at