

RS OGH 2013/9/23 4Ob361/74, 4Ob317/75, 4Ob310/78, 4Ob379/85, 4Ob123/91, 4Ob106/92, 4Ob91/93, 4Ob2/94

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 17.12.1974

Norm

UWG §1 D3a

1. UWG § 1 heute
2. UWG § 1 gültig ab 20.07.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 110/2022
3. UWG § 1 gültig von 12.12.2007 bis 19.07.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 79/2007
4. UWG § 1 gültig von 23.11.1984 bis 11.12.2007

Rechtssatz

Für die Gefahr der Verwechslung von Nachahmungen kommt es auf die Verkehrsauffassung, somit auf die durchschnittliche Anschauung des angesprochenen Publikums an, wobei von der Vorstellung auszugehen ist, die ein wenigstens nicht ganz unbeachtlicher Teil dieser Kreise in der Eile des Geschäftsverkehrs mit der betreffenden Bezeichnung, Aufmachung oder sonstigen Gestaltung verbindet. Das Anforderungsprofil für die Aufmerksamkeit des Publikums ist davon abhängig, an welchen Personenkreis sich der Werbende richtet.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 361/74
Entscheidungstext OGH 17.12.1974 4 Ob 361/74
- 4 Ob 317/75
Entscheidungstext OGH 29.04.1975 4 Ob 317/75
nur: Für die Gefahr der Verwechslung von Nachahmungen kommt es auf die Verkehrsauffassung, somit auf die durchschnittliche Anschauung des angesprochenen Publikums an, wobei von der Vorstellung auszugehen ist, die ein wenigstens nicht ganz unbeachtlicher Teil dieser Kreise in der Eile des Geschäftsverkehrs mit der betreffenden Bezeichnung, Aufmachung oder sonstigen Gestaltung verbindet. (T1) Beisatz: Bilder-Bonbonniere-Verpackung (T2) Veröff: ÖBl 1975,110
- 4 Ob 310/78
Entscheidungstext OGH 04.04.1978 4 Ob 310/78
nur: Das Anforderungsprofil für die Aufmerksamkeit des Publikums ist davon abhängig, an welchen Personenkreis sich der Werbende richtet. (T3)
- RS0078272">4 Ob 379/85

Entscheidungstext OGH 29.10.1985 4 Ob 379/85

Vgl auch; Beisatz: Wochenkalender (T4) Veröff: ÖBl 1986,43

- RS0078272">4 Ob 123/91

Entscheidungstext OGH 03.12.1991 4 Ob 123/91

Auch; Veröff: MR 1992,120

- RS0078272">4 Ob 106/92

Entscheidungstext OGH 23.02.1993 4 Ob 106/92

Auch; Beisatz: Daß es tatsächlich zu Verwechslungen gekommen ist, was durch einen Leserbrief bescheinigt wurde, ist nicht entscheidend. (T5) Veröff: MR 1993,72

- RS0078272">4 Ob 91/93

Entscheidungstext OGH 27.07.1993 4 Ob 91/93

nur T1

Veröff: SZ 66/91

- RS0078272">4 Ob 2/94

Entscheidungstext OGH 25.01.1994 4 Ob 2/94

Auch; Beisatz: Auch die Empfänger von im Wege des Postwurfes an Haushalte versandten Werbeprospekten behalten deren Einzelheiten nicht im Gedächtnis. (T6)

- RS0078272">4 Ob 36/95

Entscheidungstext OGH 25.04.1995 4 Ob 36/95

Vgl; Beisatz: An die Aufmerksamkeit und Urteilsfähigkeit des Publikums können in der Eile des Geschäftsverkehrs regelmäßig nur geringe Anforderungen gestellt werden. (T7)

- RS0078272">4 Ob 141/13h

Entscheidungstext OGH 23.09.2013 4 Ob 141/13h

Vgl auch; Beis ähnlich wie T5

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1974:RS0078272

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

28.11.2013

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