

**RS OGH 1974/6/25 4Ob325/74,
4Ob356/75, 4Ob363/75, 4Ob367/75,
4Ob304/78, 4Ob358/78, 4Ob388/78,
4Ob331**

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 25.06.1974

Norm

UWG §28

Rechtssatz

Es gilt auch hier, daß bei der Beurteilung der Wirkung einer Werbemitteilung der Eindruck auf den durchschnittlichen Verbraucher maßgeblich ist (vgl ÖBI 1958,61, ÖBI 1970,20 ua).

Entscheidungstexte

- 4 Ob 325/74
Entscheidungstext OGH 25.06.1974 4 Ob 325/74
Beisatz: Zeitungs-Bilderpreisausschreiben. (T1) Veröff: ÖBI 1975,65
- 4 Ob 356/75
Entscheidungstext OGH 02.12.1975 4 Ob 356/75
- 4 Ob 363/75
Entscheidungstext OGH 16.12.1975 4 Ob 363/75
- 4 Ob 367/75
Entscheidungstext OGH 03.02.1976 4 Ob 367/75
- 4 Ob 304/78
Entscheidungstext OGH 07.03.1978 4 Ob 304/78
- 4 Ob 358/78
Entscheidungstext OGH 17.10.1978 4 Ob 358/78
Veröff: ÖBI 1980,81
- 4 Ob 388/78
Entscheidungstext OGH 24.10.1978 4 Ob 388/78
Beisatz: Kurier - WM - Tipspiel. (T2) Veröff: ÖBI 1980,84
- 4 Ob 331/80
Entscheidungstext OGH 17.06.1980 4 Ob 331/80
Beisatz: Himalaya-Expedition. (T3) Veröff: ÖBI 1981,25
- 4 Ob 30/91
Entscheidungstext OGH 07.05.1991 4 Ob 30/91
Vgl aber; Veröff: ÖBI 1991,84
- 4 Ob 19/32
Entscheidungstext OGH 16.06.1992 4 Ob 19/32
Beisatz: "Verführerschein". (T4)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1974:RS0079950

Dokumentnummer

JJR_19740625_OGH0002_0040OB00325_7400000_005

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