

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

# **RS OGH 1956/10/31 3Ob451/56, 4Ob22/99k, 4Ob7/99d, 4Ob94/05k, 4Ob127/07s**

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 31.10.1956

## **Norm**

UWG §2 C2a

## **Rechtssatz**

§ 2 UWG enthält die Rechtpflicht, geschäftliche Ankündigungen so zu fassen, daß bei einem durchschnittlichen Leser irrite Vorstellungen nicht entstehen können. Es kommt nicht darauf an, was sich der Ankündigende bei der Feststellung des Textes seiner Ankündigung gedacht hat, maßgebend ist vielmehr der tatsächlich verwendete Wortlaut der Ankündigung.

## **Entscheidungstexte**

- 3 Ob 451/56

Entscheidungstext OGH 31.10.1956 3 Ob 451/56

- 4 Ob 22/99k

Entscheidungstext OGH 04.02.1999 4 Ob 22/99k

Vgl auch; nur: § 2 UWG enthält die Rechtpflicht, geschäftliche Ankündigungen so zu fassen, daß bei einem durchschnittlichen Leser irrite Vorstellungen nicht entstehen können. (T1); Beisatz: Bei flüchtiger Betrachtung durch einen Kunden mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit. (T2)

- 4 Ob 7/99d

Entscheidungstext OGH 23.02.1999 4 Ob 7/99d

Vgl auch; Beis wie T2

- 4 Ob 94/05k

Entscheidungstext OGH 14.06.2005 4 Ob 94/05k

Auch; nur T1; Beis wie T2

- 4 Ob 127/07s

Entscheidungstext OGH 10.07.2007 4 Ob 127/07s

Auch; Beisatz: Maßgebend ist der durchschnittlich informierte und verständige Adressat der Werbung, der eine dem Anlass angemessene Aufmerksamkeit aufwendet (siehe RS0114366). (T3)

## **European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:1956:RS0078641

## **Dokumentnummer**

JJR\_19561031\_OGH0002\_0030OB00451\_5600000\_002

**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](http://www.jusline.at)