

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

RS OGH 2008/3/11 4Ob34/08s

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 11.03.2008

Norm

PrR-G §19 Abs3

PrR-G §19 Abs5

UWG §1 C2

UWG §1 E

1. PrR-G § 19 heute
2. PrR-G § 19 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
3. PrR-G § 19 gültig von 01.08.2015 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 86/2015
4. PrR-G § 19 gültig von 01.10.2010 bis 31.07.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
5. PrR-G § 19 gültig von 01.03.2009 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 7/2009
6. PrR-G § 19 gültig von 01.01.2005 bis 28.02.2009 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 169/2004
7. PrR-G § 19 gültig von 01.04.2001 bis 31.12.2004

1. PrR-G § 19 heute
2. PrR-G § 19 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
3. PrR-G § 19 gültig von 01.08.2015 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 86/2015
4. PrR-G § 19 gültig von 01.10.2010 bis 31.07.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
5. PrR-G § 19 gültig von 01.03.2009 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 7/2009
6. PrR-G § 19 gültig von 01.01.2005 bis 28.02.2009 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 169/2004
7. PrR-G § 19 gültig von 01.04.2001 bis 31.12.2004

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

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

Maßgebend für die Abgrenzung zwischen (bloßen) Patronanzhinweisen, die nicht unter das Trennungsgebot fallen, und werblich gestalteten Ansagen ist, ob mit der Ansage ein Anreiz für die Zuhörer geschaffen werden soll, konkrete Waren und Dienstleistungen zu erwerben. Qualitativ-wertende Aussagen wie das Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebots oder besonderer Produkteigenschaften überschreiten jedenfalls die Grenze zur Werbung iSv § 19 PrR-G. Maßgebend für die Abgrenzung zwischen (bloßen) Patronanzhinweisen, die nicht unter das Trennungsgebot fallen, und werblich gestalteten Ansagen ist, ob mit der Ansage ein Anreiz für die Zuhörer geschaffen werden soll, konkrete Waren und Dienstleistungen zu erwerben. Qualitativ-wertende Aussagen wie das Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebots oder besonderer Produkteigenschaften überschreiten jedenfalls die Grenze zur Werbung iSv Paragraph 19, PrR-G.

Entscheidungstexte

- RS0123323">4 Ob 34/08s
Entscheidungstext OGH 11.03.2008 4 Ob 34/08s

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2008:RS0123323

Im RIS seit

10.04.2008

Zuletzt aktualisiert am

16.07.2025

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