jusline®
»» Recht. Schnell

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

RS OGH 2005/2/21 2Bkd2/04, 13Bkd1/06, 10Bkd8/09, 12Bkd1/12, 14Bkd5/13, 4Ob118/17g, 4Ob34/21k

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 21.02.2005

Norm

RL-BA 1977 §45 Abs3 lita
UWG §2 C2b

Rechtssatz

Dem Begriff „marktschreierisch" im Sinne des § 45 Abs 3 lit a RL-BA kommt eine andere Bedeutung zu als jener von der Judikatur zu § 2 UWG entwickelten Kategorie: „Marktschreierisch" ist in dieser Hinsicht im Sinne seiner sprachlichen Bedeutung als lautstark und sich aufdrängend werbend zu verstehen. Eine deutlich erkennbar nicht ernst zu nehmende Behauptung, welche ohne Anspruch auf Glaubwürdigkeit auftritt, muss nicht gegeben sein.

Entscheidungstexte

- 2 Bkd 2/04
  Entscheidungstext OGH 21.02.2005 2 Bkd 2/04
- 13 Bkd 1/06
  Entscheidungstext OGH 15.06.2007 13 Bkd 1/06
  Beisatz: In einer vermehrten Medienpräsenz eines Rechtsanwaltes ist prinzipiell ein Standesvergehen nicht zu erblicken, allerdings ist eine „Mehrfachpräsenz in einem Medium" standesrechtlich nicht vereinbar. (T1); Beisatz: Hier: Zahlreiche Werbeeinschaltungen im örtlichen Telefonbuch. (T2)
- 10 Bkd 8/09
  Entscheidungstext OGH 08.03.2010 10 Bkd 8/09
  Auch; Beisatz: Während marktschreierische Werbung im Allgemeinen nur dann unlauter ist, wenn ihr nachprüfbarer Tatsachenkern zur Irreführung geeignet ist, bedeutet die marktschreierische Werbung in standesrechtlicher Hinsicht eine aufdringliche lautstarke und sachlich unangemessene Werbung. (T3); Beisatz: Hier: Anpreisen von unentgeltlichen anwaltlichen Leistungen für die ersten drei Anrufer in der Kanzlei des Disziplinarbeschuldigten in einer Werbeaussendung ist disziplinarrechtlich unzulässige marktschreierische Werbung (Beeinträchtigung von Ehre und Ansehen des Standes). (T4)
- 12 Bkd 1/12
  Entscheidungstext OGH 03.12.2012 12 Bkd 1/12
  Vgl auch; Beisatz: Bei der Prüfung der Frage, ob Werbung als unzulässig (zB als marktschreierisch) zu beurteilen ist, sind im Rahmen einer Gesamtbetrachtung nicht nur der Text, sondern auch Inhalt, Aufmachung und Begleitumstände der Werbemaßnahme zu berücksichtigen. (T5)
- 14 Bkd 5/13
  Entscheidungstext OGH 15.11.2013 14 Bkd 5/13
  Vgl auch; Beis wie T5
- 4 Ob 118/17g
  Entscheidungstext OGH 24.10.2017 4 Ob 118/17g
  Vgl; Beis wie T5
- 4 Ob 34/21k
  Entscheidungstext OGH 15.03.2021 4 Ob 34/21k
  Vgl; Beisatz: Hier: Keine krasse Fehlbeurteilung, wenn Vorinstanzen die Werbung eines Rechtsanwalts mit einer „schlagkräftigen medialen Durchsetzung“ für zulässig erachteten. (T6)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2005:RS0119852

Im RIS seit

23.03.2005

Zuletzt aktualisiert am

01.06.2021

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