

RS OGH 2000/4/12 4Ob108/00m, 4Ob46/00v, 4Ob36/00y

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 12.04.2000

Norm

UWG §9a
ZPO §502 L
ZPO §528 L

Rechtssatz

Die Frage, ob im Einzelfall der Wert eines Reklamegegenstands durch einen Werbeaufdruck so weit herabgemindert wurde, dass die angeführte Verhältnismäßigkeit zum Wert der Hauptware gegeben ist, ist nicht erheblich im Sinne des Revisions-(Rekurs-)Rechts.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 36/00y
Entscheidungstext OGH 14.03.2000 4 Ob 36/00y
Auch
- 4 Ob 46/00v
Entscheidungstext OGH 12.04.2000 4 Ob 46/00v
Auch
- 4 Ob 108/00m
Entscheidungstext OGH 12.04.2000 4 Ob 108/00m

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2000:RS0113439

Dokumentnummer

JJR_20000412_OGH0002_0040OB00108_00M0000_001

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at