

# RS OGH 1994/3/22 4Ob22/94

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 22.03.1994

## Norm

UWG §9a

### Rechtssatz

Nur Vorteile, die vom angesprochenen Publikum als selbständig und "zusätzlich" gegeben aufgefaßt werden, sind geeignet, den von § 9 a UWG inkriminierten Anlockungseffekt und Irreführungseffekt auszulösen. Entsprechen die angekündigten Preise weder genau noch annähernd den Preisen, die die Beklagte für die Farbfilme allein verlangt, ist kein Grund dafür zu finden, weshalb das Publikum die beanstandete Ankündigung entgegen ihrem insoweit eindeutigen Wortlaut nicht als Ankündigung eines einheitlichen Preises für die kombinierte Leistung, sondern dahin verstehen sollte, daß die Beklagte nur den Kaufpreis für den Farbfilm verrechne und daneben das Entwickeln gratis erbringe.

### Entscheidungstexte

- 4 Ob 22/94

Entscheidungstext OGH 22.03.1994 4 Ob 22/94

### European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1994:RS0079160

### Dokumentnummer

JJR\_19940322\_OGH0002\_0040OB00022\_9400000\_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)