

RS OGH 1988/7/12 4Ob40/88

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 12.07.1988

Norm

UWG §1 D1h

UWG §28

Rechtssatz

Auch der Anreizeffekt eines Preisausschreibens, ungewöhnlich hoher Geldpreis oder eines Gewinnspiels kann so stark sein, daß die Umworbenen von einer sachgerechten Prüfung der Konkurrenzangebote auf Preiswürdigkeit und Qualität abgelenkt und "magnetisch" zu der Werbeveranstaltung des Werbenden hingezogen werden; dadurch wird der Wettbewerb verfälscht. - "Egger-Bier"

Entscheidungstexte

- 4 Ob 40/88

Entscheidungstext OGH 12.07.1988 4 Ob 40/88

Veröff: SZ 61/168 = WBI 1988,434

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1988:RS0077956

Dokumentnummer

JJR_19880712_OGH0002_0040OB00040_8800000_003

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