

RS OGH 1978/2/21 4Ob408/77, 4Ob365/87, 4Ob112/93, 4Ob70/20b

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 21.02.1978

Norm

UWG §1 D1c

UWG §2 C2b

UWG §2 C2c

Rechtssatz

Bei Verwendung von Versen oder Reimen zu Werbezwecken sind gewisse Übertreibungen vielfach kaum zu vermeiden; Werbeankündigungen in Form von Versen, Reimen oder dergleichen sind daher im allgemeinen milder zu beurteilen als andere Aussagen und insbesondere nur selten im strengen Sinne des Wortes auszulegen. Gerade die einprägsame, suggestive Wortfassung solcher Werbesprüche oder Werbeslogans macht dem Durchschnittspublikum leicht erkennbar, dass sie inhaltlich nichts wesentliches aussagen und daher auch nicht wörtlich zu nehmen sind.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 408/77

Entscheidungstext OGH 21.02.1978 4 Ob 408/77

Veröff: ÖBI 1978,64

- 4 Ob 365/87

Entscheidungstext OGH 20.10.1987 4 Ob 365/87

Vgl auch; Beisatz: Neue Vorarlberger Tageszeitung, schneller, aktueller. (T1) Veröff: SZ 60/211 = WBI 1988,53

- 4 Ob 112/93

Entscheidungstext OGH 02.11.1993 4 Ob 112/93

Auch; Beisatz: Die Rad-Welt ums halbe Geld. (T2)

- 4 Ob 70/20b

Entscheidungstext OGH 05.06.2020 4 Ob 70/20b

Beisatz: Hier: Hofer Preis - alles andere ist overpriced. (T3)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1978:RS0077953

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

31.08.2020

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