

TE OGH 1998/5/5 4Ob115/98k

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 05.05.1998

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr.Kodek als Vorsitzenden, den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr.Graf, die Hofräatinnen des Obersten Gerichtshofes Dr.Griß und Dr.Schenk sowie den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr.Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei V***** vertreten durch Dr.Bernhard Krause, Rechtsanwalt in Wien, wider die beklagte Partei D***** Gesellschaft mbH, ***** vertreten durch Haslinger/Nagele & Partner Rechtsanwälte in Linz, wegen Unterlassung und Urteilsveröffentlichung (Streitwert im Provisorialverfahren S 480.000,-), infolge außerordentlichen Revisionsrekurses der klagenden Partei gegen den Beschuß des Oberlandesgerichtes Linz als Rekursgericht vom 2.März 1998, GZ 1 R 36/98i-8, den

Beschluß

gefaßt:

Spruch

Der außerordentliche Revisionsrekurs der klagenden Partei wird gemäß §§ 78, 402 EO iVm § 526 Abs 2 Satz 1 ZPO mangels der Voraussetzungen des § 528 Abs 1 ZPO zurückgewiesen (§ 528a iVm § 510 Abs 3 ZPO).Der außerordentliche Revisionsrekurs der klagenden Partei wird gemäß Paragraphen 78., 402 EO in Verbindung mit Paragraph 526, Absatz 2, Satz 1 ZPO mangels der Voraussetzungen des Paragraph 528, Absatz eins, ZPO zurückgewiesen (Paragraph 528 a, in Verbindung mit Paragraph 510, Absatz 3, ZPO).

Text

Begründung:

Rechtliche Beurteilung

Dieselbe Wirkung wie durch die Ankündigung eines Gewinnspiels auf der Titelseite einer Zeitung kann auch dadurch erzielt werden, daß Gewinnspiele so regelmäßig veranstaltet werden, daß durch eine solche Aufeinanderfolge in den angesprochenen Leserkreisen der sichere Eindruck erweckt wird, auch in künftigen Ausgaben der Zeitung werde wieder ein (neues) Gewinnspiel oder die neue Fortsetzung einer begonnenen Gewinnspielserie enthalten sein (ÖBI 1994, 160 - Bub oder Mädel II). Ob diese Voraussetzungen anzunehmen sind, hängt von der Gestaltung des Spiels im Einzelfall ab. Eine Häufung attraktiver Gewinnspiele ist als Anreiz zum Erwerb der Zeitungen geeignet (ÖBI 1997, 287 - Krone Aktion; 4 Ob 42/98z); ist der zu erzielende Preis hingegen wenig attraktiv, wird der Zugabencharakter des Gewinnspiels auch dann zu verneinen sein, wenn etwa mit der Fortsetzung des Spiels in folgenden Ausgaben der Zeitung zu rechnen ist (ÖBI 1991, 263 - Luftbilderrätsel) oder ein Kupon auszuschneiden ist, um an dem Spiel teilnehmen zu können (RdW 1997, 535 mwN). Dieselbe Wirkung wie durch die Ankündigung eines Gewinnspiels auf der Titelseite einer Zeitung kann auch dadurch erzielt werden, daß Gewinnspiele so regelmäßig veranstaltet werden, daß durch eine solche Aufeinanderfolge in den angesprochenen Leserkreisen der sichere Eindruck erweckt wird, auch in künftigen Ausgaben der Zeitung werde wieder ein (neues) Gewinnspiel oder die neue Fortsetzung einer begonnenen

Gewinnspielserie enthalten sein (ÖBI 1994, 160 - Bub oder Mädel römisch II). Ob diese Voraussetzungen anzunehmen sind, hängt von der Gestaltung des Spiels im Einzelfall ab. Eine Häufung attraktiver Gewinnspiele ist als Anreiz zum Erwerb der Zeitungen geeignet (ÖBI 1997, 287 - Krone Aktion; 4 Ob 42/98z); ist der zu erzielende Preis hingegen wenig attraktiv, wird der Zugabencharakter des Gewinnspiels auch dann zu verneinen sein, wenn etwa mit der Fortsetzung des Spiels in folgenden Ausgaben der Zeitung zu rechnen ist (ÖBI 1991, 263 - Luftbilderrätsel) oder ein Kupon auszuschneiden ist, um an dem Spiel teilnehmen zu können (RdW 1997, 535 mwN).

Es lässt sich nicht allgemein verbindlich festlegen, welchen Wert Preise haben dürfen, damit das Gewinnspiel nicht im Sinne der zitierten Entscheidung "attraktiv" ist. Neben dem materiellen Wert spielen verschiedene Umstände, wie (zB) der ideelle Wert, die Interessen der jeweils angesprochenen Leserkreise und die Mühen, die sonst mit dem Erwerb verbunden sind, eine Rolle. Im Falle der Entscheidung 4 Ob 42/98z war vor allem die tägliche Verlosung eines Tausenders, wobei die Folgeverlosungen noch dazu ausdrücklich angekündigt waren, dafür ausschlaggebend, die aufeinanderfolgenden Gewinnspiele als attraktiv zu werten. Gegenstand der Entscheidung 4 Ob 160/97a (= ÖBI 1997, 287 - Krone Aktion) waren 60 Gewinnspiele, die die "Neue Kronen Zeitung" in der Zeit vom 13.3. bis 4.8.1996 veranstaltet hatte. Bei jedem einzelnen der Gewinnspiele waren wertvolle Preise zu gewinnen, so etwa Freikarten für Konzerte ua der drei Tenöre und bekannter internationaler Interpreten, wie Deep Purple, Tina Turner, Sting, Kelly Family ua; weiters Reisen in ferne Länder, Autos, Fahrräder usgl.

Die Vorinstanzen haben hier den Anlockeffekt der in geringen Zeitabständen angekündigten Gewinnspiele der Beklagten im Hinblick auf den im wesentlichen geringen Wert der ausgesetzten Preise und die Verschiedenartigkeit der damit angesprochenen Interessentenkreise verneint (in 34 beanstandeten Gewinnspielen wurden achtmal Bücher oder CD, fünfmal Konzertkarten für Udo Jürgens, Joe Zawinul, Jovanotti ua, siebenmal Karten für Theater, Kabarett oder Kino und achtmal sonstige kleinere Gewinne, wie Tanzparty, Ballkarten, Geschenkschecks a S 250,- und Teilnahme an Wickelseminar ua ausgelobt; nur bei vier Spielen inklusive der Sportlerwahl gab es auch wertvollere Preise, wie Wochenendaufenthalte im Inland oder Flugreisen zu gewinnen). In dieser Beurteilung liegt keine im Interesse der Rechtssicherheit wahrzunehmende Verkennung der Rechtslage.

Anmerkung

E50209 04A01158

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1998:0040OB00115.98K.0505.000

Dokumentnummer

JJT_19980505_OGH0002_0040OB00115_98K0000_000

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