

TE OGH 1960/12/13 4Ob349/60

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 13.12.1960

Norm

Glücksspielverordnung §1

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb §1

Kopf

SZ 33/137

Spruch

Zeitungs-Preisrätsel mit obligatorischer Einsendung eines Kupons als Voraussetzung für die Teilnahme verstoßen gegen 1 GlückspielV.

Entscheidung vom 13. Dezember 1960, 4 Ob 349/60.

I. Instanz: Handelsgericht Wien; II. Instanz: Oberlandesgericht Wien.

Text

Die Klägerin verband mit der Klage den Antrag auf Erlassung einer einstweiligen Verfügung, der beklagten Partei werde die Ankündigung und Hingabe von Kupons bzw. Bons als Bedingung für die Teilnahme an Preisrätselwettbewerben in der Zeitung "A.-Blatt" verboten.

Das Erstgericht wies den Antrag auf einstweilige Verfügung ab. Es nahm als bescheinigt an, daß im "A.-Blatt" Preisrätsel veröffentlicht werden, bei denen für die Teilnahme an der Verlosung der richtigen Einsendungen die Miteinsendung des entsprechenden Kupons, der beim Rätsel abgedruckt ist, verlangt wird. Nach Ansicht des Erstgerichtes wird die Veranstaltung von Werbepreisrätseln erst dann sittenwidrig, wenn ein Zwang zum Kauf der Zeitung ausgeübt oder der freie Entschluß zum Kauf der Zeitung sittenwidrig beeinflußt wird. Dies sei aber nicht der Fall, wenn die Miteinsendung eines in der Zeitung abgedruckten Kupons begehrt werde, weil es auf der Hand liege, daß dies bloß aus organisatorischen Gründen zur leichteren Sortierung des Posteinlaufs begehrt werde. Die Zeitung werde nicht wegen des Verlangens, einen Kupon für das Preisrätsel miteinzusenden, gekauft, sondern wegen ihres allgemeinen Inhalts.

Das Rekursgericht bewilligte die beantragte einstweilige Verfügung. Die Werbemethode der beklagten Partei verstoße gegen § 1 UWG., denn zumindest ein Teil der Zeitungsleser werde nicht durch den Zeitungsinhalt, sondern durch das spielerische Moment zum Ankauf der Zeitung angelockt. Die Teilnahme an der Verlosung werde an den Besitz des Kupons und damit an den Erwerb der Zeitung geknüpft. Nur derjenige, der das entsprechende Exemplar der Zeitung erworben habe, sei an der Verlosung teilnahmeberechtigt. Damit werde aber ein unsachliches Moment in die Werbung hineingetragen. Der Absatz der Zeitung werde durch die Ausnützung der Spielleidenschaft gefördert. Die regelmäßige Folge solcher Maßnahmen sei ein besonders starker Zulauf von Interessenten, die alle hofften, durch Zufall besondere Vorteile zu erlangen. Der im Anreiz der Spielleidenschaft liegende psychologische Kaufzwang sei schon an und für sich sittenwidrig.

Der Oberste Gerichtshof gab dem Revisionsrekurs der beklagten Partei nicht Folge.

Rechtliche Beurteilung

Aus der Begründung:

Die Frage, ob Preisausschreiben wettbewerbsrechtlich zulässig sind, wird in der Rechtsprechung und in der Lehre grundsätzlich bejaht (s. SZ. XVI 15, SZ. XXXII 80 und die dort angeführte zahlreiche Literatur). Sie sind nur dann wettbewerbswidrig, wenn damit ein Kaufzwang verfolgt oder sonst die freie EntschlieÙung des Publikums in sittenwidriger Weise beeinflusst wird.

Das muß aber im vorliegenden Fall deshalb angenommen werden, weil - wie die beklagte Partei im Revisionsrekurs selbst ausführlich darlegt - an dem Preisausschreiben sich nur die im Besitz der Zeitung befindlichen Leser beteiligen sollen. Es wird von der beklagten Partei geradezu als unsittlich erklärt, wenn die Möglichkeit bestünde, daß sich auch solche Personen beteiligen könnten, die die Lösung nur von demjenigen abgeschrieben hätten, der sie gefunden habe. Die beklagte Partei sieht den Kernpunkt der Frage in der Erbringung der Leistung, wie bei jeder anderen Auslobung. Damit verkennt sie aber das zu entscheidende Problem, das ausschließlich auf wettbewerbsrechtlichem Gebiet zu suchen ist. Wie Bastecky (GR. 1955 S. 1) ausführte, ist bei Prämienausreibungen, die in die Form einer Auslobung nach Satz 1 des § 860 ABGB. (Satz 2 scheidet hier aus) gekleidet sind und bei denen die Preisträger durch das Los ermittelt werden, immer unter Heranziehung der jüngeren Spezialvorschriften des UWG. und der Glückspielverordnung zu untersuchen, ob Voraussetzung für die Teilnahme der Kauf der Ware ist, die Prämienausreibung also mit dem Warenvertrieb verquickt ist. Ist dies der Fall, dann handelt es sich um einen verbotenen glückspielartigen Warenvertrieb (in diesem Sinn Hohenecker - Friedl, Wettbewerbsrecht, S. 72; Baumbach - Hefermehl, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, 8. Aufl. S. 248, dort unter besonderer Bezugnahme auf die Übung, bei Preisrätseln in Zeitungen die Beteiligung von der Einsendung eines Zeitungsabschnittes abhängig zu machen).

Auch der Hinweis der beklagten Partei, daß kein Leser in dem üblichen Verlangen nach Kuponeinsendung eine sittenwidrige Handlung erblicke, ist unbeachtlich, weil die Spezialvorschrift des § 1 GlückspielV. die Beachtung einer gegenteiligen Übung (die sonst nach § 1 UWG. von Bedeutung sein könnte) verbietet.

Anmerkung

Z33137

Schlagworte

Glückspielverordnung, Zeitungspreisrätsel mit Kupons, Kupons, Einsendung von - bei Zeitungspreisrätseln, Preisrätsel in Zeitungen, Einsendung von Kupons, Rätsel in Zeitungen, Einsendung von Kupons, Unlauterer Wettbewerb
Zeitungspreisrätsel mit Kupons, Wettbewerb unlauterer Zeitungspreisrätsel mit Kupons, Zeitungspreisrätsel, Einsendung von Kupons

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1960:0040OB00349.6.1213.000

Dokumentnummer

JJT_19601213_OGH0002_0040OB00349_6000000_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