

RS OGH 2003/7/1 1Ob118/03i, 1Ob148/03a, 1Ob132/03y, 1Ob261/03v, 7Ob249/03y, 5Ob264/03i, 8Ob13/04a, 8

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 01.07.2003

Norm

KSchG §5c

KSchG §5j

Rechtssatz

Der Erfüllungsanspruch des Verbrauchers gemäß §5j KSchG setzt eine unmittelbar mit der Anbahnung des Kaufs von Waren verknüpfte Gewinnzusage des Unternehmers nicht voraus. Es genügt vielmehr jede, auf einer erkennbaren Gewinnabsicht beruhende unseriöse Gewinnzusage, mit der der Unternehmer das Verhalten von Verbrauchern am Markt unsachlich beeinflussen will.

Entscheidungstexte

- 1 Ob 118/03i
Entscheidungstext OGH 01.07.2003 1 Ob 118/03i
Veröff: SZ2003/75
- 1 Ob 148/03a
Entscheidungstext OGH 01.07.2003 1 Ob 148/03a
- 1 Ob 132/03y
Entscheidungstext OGH 01.08.2003 1 Ob 132/03y
Auch; Beisatz: Schon die Ausübung eines psychologischen Kaufzwangs genügt für die Verwirklichung des Tatbestands des §5j KSchG; es ist also nicht nötig, dass die "Gewinnzusage" eine Aufforderung zur Warenbestellung enthält. (T1)
- 1 Ob 261/03v
Entscheidungstext OGH 18.11.2003 1 Ob 261/03v
- 7 Ob 249/03y
Entscheidungstext OGH 10.11.2003 7 Ob 249/03y
Auch; Beis wie T1
- 5 Ob 264/03i
Entscheidungstext OGH 25.11.2003 5 Ob 264/03i
nur: Der Erfüllungsanspruch des Verbrauchers gemäß § 5j KSchG setzt eine unmittelbar mit der Anbahnung des

Kauf von Waren verknüpfte Gewinnzusage des Unternehmers nicht voraus. (T2)

Beis wie T1 nur: Schon die Ausübung eines psychologischen Kaufzwangs genügt. (T3)

Beisatz: Maßgebend ist der Gesamteindruck und nicht ein einzelner Teil der Teilnahmebedingungen. (T4)

- 8 Ob 13/04a

Entscheidungstext OGH 26.02.2004 8 Ob 13/04a

Auch; nur: Es genügt vielmehr jede, auf einer erkennbaren Gewinnabsicht beruhende unseriöse Gewinnzusage, mit der der Unternehmer das Verhalten von Verbrauchern am Markt unsachlich beeinflussen will. (T5)

- 8 Ob 14/05z

Entscheidungstext OGH 17.02.2005 8 Ob 14/05z

Vgl auch; Beisatz: Durch diesen Erfüllungsanspruch sollen verpönte Werbemethoden hintangehalten werden, die in einer unsachlichen Beeinflussung des Verbraucherverhaltens durch "Gewinnzusagen" liegen. (T6)

- 2 Ob 34/05x

Entscheidungstext OGH 22.09.2005 2 Ob 34/05x

Auch; Beisatz: Die gerichtliche Einforderung einer Gewinnzusage ist nicht von der Aufforderung zu einer gleichzeitigen Bestellung abhängig. (T7)

- 1 Ob 137/12x

Entscheidungstext OGH 06.09.2012 1 Ob 137/12x

Auch; Beisatz: Für die Unlauterkeit der Geschäftspraxis und die verpönte Beeinflussung des betreffenden Verbrauchers ist es auch ohne Bedeutung, ob der angekündigte Vorteil („in Wirklichkeit“) überhaupt nicht vergeben werden soll oder ob der Gewerbetreibende ? entgegen dem erweckten Eindruck ? den Vorteil einem anderen als dem angesprochenen Verbraucher zukommen lassen will. (T8)

- 1 Ob 53/14x

Entscheidungstext OGH 24.04.2014 1 Ob 53/14x

Vgl auch; Beis wie T6; Beisatz: § 5j KSchG soll ? auf dem Umweg über die Gewährung von Zahlungsansprüchen des angesprochenen Verbrauchers - Formen des Wettbewerbs mittels „Gewinnspielen“ verhindern, die eine unsachliche Beeinflussung des Kaufverhaltens beim Verbraucher bewirken können. Insbesondere soll hintangehalten werden, dass Verbraucher durch derartige Gewinnmitteilungen veranlasst werden (geschäftlichen) Kontakt zum Unternehmer aufzunehmen, in dessen Rahmen es allenfalls auch zu entgeltlichen Geschäften kommen kann, was vom Unternehmer in aller Regel beabsichtigt ist. Hauptzweck des § 5j KSchG ist es, die verbreitete aggressive Werbep Praxis von Unternehmern abzustellen, vermeintliche Gewinnzusagen persönlich adressiert an Verbraucher zu verschicken, um diese zu Warenbestellung zu motivieren. (T9)

- 1 Ob 159/16p

Entscheidungstext OGH 19.10.2016 1 Ob 159/16p

Vgl auch; Beis wie T9; Beisatz: Schafft ein Unternehmer die Möglichkeit, dass eine anonyme Gewinnzusage durch einen Fehler des von ihm mit der Versendung beauftragten Dienstleisters beim Bepacken an einen von ihm nicht angestrebten, aber auf der Sendung namentlich genannten Empfänger übermittelt wurde, hat er entsprechend dem Gesetzeszweck für die Gewinnzusage nach § 5c KSchG einzustehen. (T10)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2003:RS0117775

Im RIS seit

31.07.2003

Zuletzt aktualisiert am

18.11.2016

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2024 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at