

RS OGH 2003/2/28 1Ob303/02v, 1Ob118/03i, 1Ob148/03a, 1Ob261/03v, 7Ob249/03y, 7Ob25/05k, 2Ob34/05x, 2

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 28.02.2003

Norm

KSchG §5c

KSchG §5j

Rechtssatz

Gesetzeszweck des § 5j KSchG ist es, auch die Verständigung "von angeblichen 'Gewinnen' verschiedenster Art" als verpönte Werbemethode durch das Gewähren klagbarer Erfüllungsansprüche des Verbrauchers hintanzuhalten. Nur solche Zusendungen sind vom Anwendungsbereich der Regelung ausgenommen, die schon von vornherein "keine Zweifel offen lassen", dass der Gewinner eines Preisausschreibens erst in einer Ziehung oder auf andere Weise ermittelt werden muss.

Entscheidungstexte

- 1 Ob 303/02v
Entscheidungstext OGH 28.02.2003 1 Ob 303/02v
Veröff: SZ 2003/20
- 1 Ob 118/03i
Entscheidungstext OGH 01.07.2003 1 Ob 118/03i
Veröff: SZ 2003/75
- 1 Ob 148/03a
Entscheidungstext OGH 01.07.2003 1 Ob 148/03a
- 1 Ob 261/03v
Entscheidungstext OGH 18.11.2003 1 Ob 261/03v
nur: Nur solche Zusendungen sind vom Anwendungsbereich der Regelung ausgenommen, die schon von vornherein "keine Zweifel offen lassen", dass der Gewinner eines Preisausschreibens erst in einer Ziehung oder auf andere Weise ermittelt werden muss. (T1) Beisatz: Dies ist auch ausschlaggebend, wenn der Verbraucher lediglich überzeugt gewesen wäre, tatsächlich gewonnen zu haben, ohne eine konkrete Vorstellung über Art und Höhe des Gewinns zu haben. (T2)
- 7 Ob 249/03y
Entscheidungstext OGH 10.11.2003 7 Ob 249/03y

- 7 Ob 25/05k
Entscheidungstext OGH 16.02.2005 7 Ob 25/05k
- 2 Ob 34/05x
Entscheidungstext OGH 22.09.2005 2 Ob 34/05x
- 2 Ob 31/04d
Entscheidungstext OGH 20.02.2006 2 Ob 31/04d
Beisatz: Ob durch die Zusendung beim Erklärungsempfänger der Eindruck entstehen konnte, einen bestimmten Preis gewonnen zu haben, kann regelmäßig nur im Einzelfall entschieden werden. (T3)
- 3 Ob 230/05b
Entscheidungstext OGH 29.03.2006 3 Ob 230/05b
Auch; Veröff: SZ 2006/41
- 9 Ob 82/06h
Entscheidungstext OGH 11.08.2006 9 Ob 82/06h
nur T1
- 1 Ob 53/14x
Entscheidungstext OGH 24.04.2014 1 Ob 53/14x
Vgl auch; 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 Werbepaxis von Unternehmern abzustellen, vermeintliche Gewinnzusagen persönlich adressiert an Verbraucher zu verschicken, um diese zu Warenbestellung zu motivieren. (T4)
- 1 Ob 159/16p
Entscheidungstext OGH 19.10.2016 1 Ob 159/16p
Vgl auch; Beis wie T4; Beisatz: Schafft ein Unternehmer die Möglichkeit, dass eine anonyme Gewinnzusage durch einen Fehler des von ihm mit der Versendung beauftragten Dienstleisters beim Beipacken 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. (T5)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2003:RS0117343

Im RIS seit

30.03.2003

Zuletzt aktualisiert am

15.03.2017

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