

# RS OGH 2001/3/15 6Ob14/01d, 6Ob149/01g, 6Ob168/01a, 7Ob290/01z, 7Ob47/02s, 1Ob303/02v, 2Ob73/03d, 90

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 15.03.2001

## Norm

ABGB §1330 A  
ABGB §1330 BI  
BGB §661a  
KSChG §5j

## Rechtssatz

Die Auslegung des Bedeutungsinhaltes der Äußerung hat nach dem Verständnis eines durchschnittlich qualifizierten Erklärungsempfängers (§ 1297 ABGB) zu erfolgen.

## Entscheidungstexte

- 6 Ob 14/01d  
Entscheidungstext OGH 15.03.2001 6 Ob 14/01d
- 6 Ob 149/01g  
Entscheidungstext OGH 05.07.2001 6 Ob 149/01g  
Auch; Veröff: SZ 74/117
- 6 Ob 168/01a  
Entscheidungstext OGH 27.09.2001 6 Ob 168/01a  
Auch
- 7 Ob 290/01z  
Entscheidungstext OGH 19.12.2001 7 Ob 290/01z  
Auch; Beisatz: Hier: Gewinnzusage im Sinne des § 5j KSChG, Forderungsdurchsetzung durch Klagbarkeit wurde bejaht. (T1)  
Veröff: SZ 74/203
- 7 Ob 47/02s  
Entscheidungstext OGH 29.04.2002 7 Ob 47/02s  
Vgl auch
- 1 Ob 303/02v  
Entscheidungstext OGH 28.02.2003 1 Ob 303/02v

Auch; Beisatz: Maßfigur ist auch hier der verständige Verbraucher. Von einer solchen Maßfigur kann allenfalls erwartet werden, dass sie es nicht bei einem einmaligen Durchlesen der Informationen bewenden lässt, sondern versucht, sich bei einer nochmaligen Durchsicht der auf verschiedene Stellen aufgeteilten Darlegungen ein Bild darüber zu verschaffen, ob und bejahendenfalls, unter welchen Voraussetzungen sie allenfalls bereits als Gewinner eines Preises anzusehen ist, sofern eines ihrer Lose mit dem angegebenen Gewinncode übereinstimmt. Dabei ist ein objektiver Maßstab anzulegen. (T2)

Beisatz: Zusendungen, bei denen erst im "Kleingedruckten", an unauffälliger Stelle oder gar erst auf Nachfrage die Dinge klargestellt werden und bei denen selbst Fachleute in die Irre geführt würden, sollen klagbar sein. (T3)

Beisatz: Hier hat die beklagte Partei ihre Informationen über das Gewinnspiel-ohne Notwendigkeit-auf zahlreiche unterschiedliche Stellen ihrer Zusendung (Briefkuvert, Katalog, Begleitbrief, Innenseite des Kuverts, beigelegte Lose) aufgeteilt und für verschiedene - ohnehin nicht leicht durchschaubare - Elemente ähnliche und verwechslungsfähige Bezeichnungen gewählt. (T4)

Veröff: SZ 2003/20

- 2 Ob 73/03d

Entscheidungstext OGH 24.04.2003 2 Ob 73/03d

Auch; Beis wie T1; Beisatz: Empfängerhorizont Verbraucher. (T5)

- 9 Ob 65/03d

Entscheidungstext OGH 25.06.2003 9 Ob 65/03d

Vgl auch; Beisatz: Die Frage, ob durch die Zusendung beim angesprochenen Verbraucher der Eindruck entstehen konnte, einen bestimmten Preis gewonnen zu haben, kann regelmäßig nur im Einzelfall entschieden werden. (T6)

- 1 Ob 118/03i

Entscheidungstext OGH 01.07.2003 1 Ob 118/03i

Auch; Beisatz: Gewinnzusage nach § 5j KSchG. Bei der Beurteilung ist ein objektiver Maßstab, der durch die Maßfigur eines verständigen Verbrauchers determiniert wird, anzulegen. (T7)

Beis wie T3

Veröff: SZ2003/75

- 1 Ob 148/03a

Entscheidungstext OGH 01.07.2003 1 Ob 148/03a

Auch; Beis wie T3; Beis wie T7

- 7 Ob 106/03v

Entscheidungstext OGH 05.08.2003 7 Ob 106/03v

Vgl auch; Beis wie T3; Beis wie T4

- 5 Ob 264/03i

Entscheidungstext OGH 25.01.2003 5 Ob 264/03i

Vgl auch; Beis ähnlich wie T6

- 10 Ob 1/04a

Entscheidungstext OGH 10.02.2004 10 Ob 1/04a

Auch; Beis wie T6

- 7 Ob 98/04v

Entscheidungstext OGH 16.06.2004 7 Ob 98/04v

Vgl auch; Beisatz: Die Auslegungskriterien des BGH zu § 661 a BGB entsprechen jenen des Obersten Gerichtshofes zu § 5j KSchG: Für eine Gewinnzusage oder vergleichbare Mitteilung ist nicht nur auf deren Inhalt, sondern auch auf die äußere Gestaltung abzustellen; die Zusendung muss abstrakt geeignet sein, beim durchschnittlichen Verbraucher in der Lage des Empfängers den Eindruck zu erwecken er werde einen - bereits gewonnenen - Preis erhalten; es kommt auf das subjektive Verständnis der Zusendung durch den konkreten Empfänger nicht an, sodass es nicht erforderlich ist, dass der Empfänger dem Schreiben tatsächlich Glauben schenkt und der Verbraucher, der die Gewinnzusage als bloßes Werbemittel durchschaut oder durchschauen könnte, die Leistung des angeblich gewonnenen Preises verlangen kann. (T8)

- 7 Ob 25/05k

Entscheidungstext OGH 16.02.2005 7 Ob 25/05k

Auch; Beis wie T3; Beis wie T8

- 2 Ob 34/05x  
Entscheidungstext OGH 22.09.2005 2 Ob 34/05x  
Auch; Beis wie T8
- 9 ObA 32/06f  
Entscheidungstext OGH 29.03.2006 9 ObA 32/06f  
Vgl auch
- 9 Ob 82/06h  
Entscheidungstext OGH 11.08.2006 9 Ob 82/06h  
Beis wie T7
- 6 Ob 285/07s  
Entscheidungstext OGH 10.04.2008 6 Ob 285/07s
- 6 Ob 51/08f  
Entscheidungstext OGH 05.06.2008 6 Ob 51/08f  
Beisatz: Die Mitteilung der eigenen wertenden Meinung an jenes Unternehmen, das das Produkt der Kläger vertreibt, ist auch keineswegs exzessiv. Wird ein Nahrungsergänzungsmittel zur Behandlung von Krankheiten unter Hinweis auf Testreihen öffentlich beworben, so muss es dem Anwender dieses Mittels erlaubt sein, sich gegenüber jenem Unternehmen, das den Vertrieb des Produkts vornimmt, kritisch über dessen Wirksamkeit zu äußern, und zwar insbesondere dann, wenn er von den Klägern eine entsprechende Information über die in der Werbung behaupteten Testreihen nicht erhält und deshalb an der Richtigkeit der Werbeaussage zweifeln durfte. (T9)
- 6 Ob 265/09b  
Entscheidungstext OGH 19.03.2010 6 Ob 265/09b  
Auch
- 3 Ob 239/09g  
Entscheidungstext OGH 24.03.2010 3 Ob 239/09g  
Vgl; Beisatz: Diese Grundsätze sind auch bei der Erkennbarkeit der Unentgeltlichkeit einer Verfügung nach § 29 Z 1 KO anzuwenden. (T10)  
Veröff: SZ 2010/24
- 3 Ob 240/09d  
Entscheidungstext OGH 28.04.2010 3 Ob 240/09d  
Vgl; Beis wie T10
- 3 Ob 244/09t  
Entscheidungstext OGH 28.04.2010 3 Ob 244/09t  
Vgl; Beis wie T10
- 6 Ob 36/10b  
Entscheidungstext OGH 15.04.2010 6 Ob 36/10b  
Vgl auch
- 6 Ob 114/11z  
Entscheidungstext OGH 18.07.2011 6 Ob 114/11z
- 6 Ob 258/11a  
Entscheidungstext OGH 12.01.2012 6 Ob 258/11a
- 6 Ob 45/14g  
Entscheidungstext OGH 26.06.2014 6 Ob 45/14g  
Auch; Beisatz: Hier: Behauptung der Tatsache, Mitarbeiter der Klägerin hätten der Mutter des Beklagten durch Verabreichung eines überdosierten Beruhigungsmedikaments schweren körperlichen Schaden zugefügt. (T11)
- 6 Ob 88/15g  
Entscheidungstext OGH 27.05.2015 6 Ob 88/15g  
Beis wie T6
- 1 Ob 159/16p  
Entscheidungstext OGH 19.10.2016 1 Ob 159/16p  
Beis wie T7; Beis wie T8

- 6 Ob 24/17y  
Entscheidungstext OGH 27.02.2017 6 Ob 24/17y
- 6 Ob 116/17b  
Entscheidungstext OGH 25.10.2017 6 Ob 116/17b
- 6 Ob 57/20f  
Entscheidungstext OGH 15.09.2020 6 Ob 57/20f
- 6 Ob 143/21d  
Entscheidungstext OGH 20.10.2021 6 Ob 143/21d
- 6 Ob 184/21h  
Entscheidungstext OGH 18.05.2022 6 Ob 184/21h  
Beisatz: Dies gilt auch für die Frage, ob ein verständiger Adressat Vorwürfe oder Mitteilungen, die die Vergangenheit betreffen, auch auf die gegenwärtige Einschätzung der juristischen Person bezieht. (T12)

### **Schlagworte**

Auslegung des Bedeutungsinhalts

### **European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OGH0002:2001:RS0115084

### **Im RIS seit**

14.04.2001

### **Zuletzt aktualisiert am**

11.07.2022

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

© 2025 JUSLINE

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

[www.jusline.at](http://www.jusline.at)