

RS OGH 2013/10/22 4Ob35/95, 4Ob51/95, 4Ob2053/96g, 4Ob2062/96f, 4Ob103/08p, 4Ob129/13v

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 09.05.1995

Norm

ZPO §502 Abs1 HIII3

UWG §1 D1f

1. ZPO § 502 heute
 2. ZPO § 502 gültig von 01.01.2031 bis 30.04.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 148/2020
 3. ZPO § 502 gültig ab 01.01.2031 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 61/2022
 4. ZPO § 502 gültig von 01.05.2022 bis 31.12.2030 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 61/2022
 5. ZPO § 502 gültig von 01.01.2021 bis 30.04.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 148/2020
 6. ZPO § 502 gültig von 01.07.2009 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 52/2009
 7. ZPO § 502 gültig von 01.01.2005 bis 30.06.2009 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 128/2004
 8. ZPO § 502 gültig von 01.01.2005 bis 31.12.2004 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2003
 9. ZPO § 502 gültig von 01.01.2003 bis 31.12.2004 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 76/2002
 10. ZPO § 502 gültig von 01.01.2002 bis 31.12.2002 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 98/2001
 11. ZPO § 502 gültig von 01.01.1998 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 140/1997
 12. ZPO § 502 gültig von 01.08.1989 bis 31.12.1997 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 343/1989
1. UWG § 1 heute
 2. UWG § 1 gültig ab 20.07.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 110/2022
 3. UWG § 1 gültig von 12.12.2007 bis 19.07.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 79/2007
 4. UWG § 1 gültig von 23.11.1984 bis 11.12.2007

Rechtssatz

Psychischer (= "moralischer") Kaufzwang liegt vor, wenn der Kunde einen Geschäftsabschluss nur schwer ausweichen kann oder veranlasst wird, eine Ware nicht wegen ihrer Güte und Preiswürdigkeit, sondern "anstandshalber" zu kaufen. Der Umworbene gerät durch die Vergünstigung in eine psychische Zwangslage, in welcher er es als unanständig oder jedenfalls peinlich empfindet, nichts zu kaufen. Je wertvoller ein Geschenk ist, desto eher wird sich der Empfänger verpflichtet fühlen, Kunde desjenigen zu werden oder zu bleiben, dem er es verdankt. Hier: Gutscheine für Gratisflugreisen für bestehende Zeitungsabonnenten.

Entscheidungstexte

- RS0077935">4 Ob 35/95
Entscheidungstext OGH 09.05.1995 4 Ob 35/95
Veröff: SZ 68/88
- RS0077935">4 Ob 51/95
Entscheidungstext OGH 13.06.1995 4 Ob 51/95
- RS0077935">4 Ob 2053/96g
Entscheidungstext OGH 26.03.1996 4 Ob 2053/96g
nur: Psychischer (= "moralischer") Kaufzwang liegt vor, wenn der Kunde einen Geschäftsabschluss nur schwer ausweichen kann oder veranlasst wird, eine Ware nicht wegen ihrer Güte und Preiswürdigkeit, sondern "anstandshalber" zu kaufen. Der Umworbene gerät durch die Vergünstigung in eine psychische Zwangslage, in welcher er es als unanständig oder jedenfalls peinlich empfindet, nichts zu kaufen. (T1)
Beisatz: CA-Tausender. (T2)
- RS0077935">4 Ob 2062/96f
Entscheidungstext OGH 29.05.1996 4 Ob 2062/96f
Auch; nur: Psychischer (= "moralischer") Kaufzwang liegt vor, wenn der Kunde einen Geschäftsabschluss nur schwer ausweichen kann oder veranlasst wird, eine Ware nicht wegen ihrer Güte und Preiswürdigkeit, sondern "anstandshalber" zu kaufen. (T3)
Beisatz: Die unabhängig von einem Kauf angekündigte verbilligte oder kostenlose Beförderung kann aber einen psychischen Kaufzwang auslösen, der die Kaufinteressenten in ihrer Entscheidungsfreiheit so stark beeinträchtigt, dass sie meinen, "anstandshalber" etwas kaufen zu müssen. (T4)
- RS0077935">4 Ob 103/08p
Entscheidungstext OGH 10.06.2008 4 Ob 103/08p
nur T3; Beis wie T4; Beisatz: Ob ein Angebot auf Gratisbeförderung geeignet ist, einen derartigen „psychischen Kaufzwang“ entstehen zu lassen, richtet sich nach den konkreten Umständen des Einzelfalls, insbesondere nach der Art und Weise, wie die Beförderung im Einzelnen durchgeführt wird, und ob dadurch für den Interessenten das Gefühl einer Verpflichtung zum Abschluss eines Vertrags entstehen kann. (T5)
- RS0077935">4 Ob 129/13v
Entscheidungstext OGH 22.10.2013 4 Ob 129/13v
Vgl auch; nur T1; Veröff: SZ 2013/96

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1995:RS0077935

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

01.02.2016

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