jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

RS OGH 1994/5/10 4Ob6/94, 4Ob123/94, 3Ob59/94 (3Ob60/94 - 3Ob80/94), 4Ob1091/95, 4Ob46/97m, 4Ob35/97v

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 10.05.1994

Norm

UWG §9a Abs1 Z1
ZPO §502 HIII3

Rechtssatz

Dieselbe Wirkung wie durch die Ankündigung eines Gewinnspiels auf der Titelseite einer Zeitung kann auch dadurch erzielt werden, dass Gewinnspiel so regelmäßig veranstaltet werden, dass durch eine solche Aufeinanderfolge in den angesprochenen Leserkreisen der sichere Eindruck erweckt wird, dass auch in künftigen Ausgaben der Zeitung wieder ein (neues) Gewinnspiel oder die neue Fortsetzung einer begonnenen Gewinnspielserie enthalten sein wird, "Bub oder Mädel", an sechzehn Tagen vierzehn mal Hinweise auf das Gewinnspiel im Blattinneren.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 6/94
  Entscheidungstext OGH 10.05.1994 4 Ob 6/94
- 4 Ob 123/94
  Entscheidungstext OGH 08.11.1994 4 Ob 123/94
  Auch
- 3 Ob 59/94
  Entscheidungstext OGH 25.01.1995 3 Ob 59/94
- 4 Ob 1091/95
  Entscheidungstext OGH 07.11.1995 4 Ob 1091/95
- 4 Ob 46/97m
  Entscheidungstext OGH 25.02.1997 4 Ob 46/97m
  Beisatz: Ob diese Voraussetzungen anzunehmen sind, hängt von der Gestaltung des Spiels im Einzelfall ab. Ist der zu erzielende Preis wenig attraktiv, wird der Zugabencharakter des Gewinnspiels auch dann zu verneinen sein. (T1)
- 4 Ob 35/97v
  Entscheidungstext OGH 11.02.1997 4 Ob 35/97v
  Vgl aber

- 4 Ob 160/97a
  Entscheidungstext OGH 26.06.1997 4 Ob 160/97a
  nur: Dieselbe Wirkung wie durch die Ankündigung eines Gewinnspiels auf der Titelseite einer Zeitung kann auch dadurch erzielt werden, dass Gewinnspiel so regelmäßig veranstaltet werden, dass durch eine solche Aufeinanderfolge in den angesprochenen Leserkreisen der sichere Eindruck erweckt wird, dass auch in künftigen Ausgaben der Zeitung wieder ein (neues) Gewinnspiel oder die neue Fortsetzung einer begonnenen Gewinnspielserie enthalten sein wird. (T2); Beis wie T1; Beisatz: Eine Häufung attraktiver Gewinnspiele ist als Anreiz zum Erwerb der Zeitungen geeignet. Sie mag sogar stärkere Wirkung erzielen als die Ankündigung eines konkreten Gewinnspiels auf der jeweiligen Titelseite, zumal diese nur zum Kauf der konkreten Ausgabe veranlasst, wogegen im vorliegenden Fall ein Anreiz besteht, die Zeitung ständig zu erwerben, weil damit gerechnet werden muss, dass alle paar Tage solche Spiele stattfinden. (T3)
- 3 Ob 2231/96a
  Entscheidungstext OGH 18.06.1997 3 Ob 2231/96a
- 4 Ob 379/97g
  Entscheidungstext OGH 19.12.1997 4 Ob 379/97g
  Auch; nur T2; Beis wie T1 nur: Ob diese Voraussetzungen anzunehmen sind, hängt von der Gestaltung des Spiels im Einzelfall ab. (T4); Beisatz: Finden hingegen solche Gewinnspiele ohne vorherige Ankündigung nur gelegentlich oder in größeren Abständen, wenn auch mit einer gewissen Regelmäßigkeit statt, dann liegt kein psychischer Kaufzwang vor. (T5)
- 4 Ob 373/97z
  Entscheidungstext OGH 19.12.1997 4 Ob 373/97z
  nur T2; Beisatz: Finden hingegen solche Gewinnspiele ohne vorherige Ankündigung nur gelegentlich oder in größeren Abständen, wenn auch mit einer gewissen Regelmäßigkeit statt, dann liegt kein psychischer Kaufzwang vor. Ob im Einzelfall eine solche Regelmäßigkeit gegeben ist, die auf eine Fortsetzung des Gewinnspiels schließen lässt, berührt keine erhebliche Rechtsfrage. (T6)
- 3 Ob 339/97t
  Entscheidungstext OGH 26.11.1997 3 Ob 339/97t
  Beis wie T5
- 4 Ob 55/98m
  Entscheidungstext OGH 24.02.1998 4 Ob 55/98m
  Vgl auch
- 4 Ob 42/98z
  Entscheidungstext OGH 24.02.1998 4 Ob 42/98z
  Auch; nur T2; Beis wie T3 nur: Eine Häufung attraktiver Gewinnspiele ist als Anreiz zum Erwerb der Zeitungen geeignet. (T7)
- 4 Ob 364/97a
  Entscheidungstext OGH 27.01.1998 4 Ob 364/97a
  Vgl auch
- 4 Ob 115/98k
  Entscheidungstext OGH 05.05.1998 4 Ob 115/98k
  nur T2; Beis wie T1; Beis wie T7
- 4 Ob 287/98d
  Entscheidungstext OGH 10.11.1998 4 Ob 287/98d
  Vgl; Beis wie T4
- 4 Ob 267/98p
  Entscheidungstext OGH 10.11.1998 4 Ob 267/98p
  nur T2
- 3 Ob 92/98w
  Entscheidungstext OGH 11.11.1998 3 Ob 92/98w
  nur T2; Beis wie T1; Beis wie T3; Beis wie T5
- 4 Ob 28/99t

Entscheidungstext OGH 09.03.1999 4 Ob 28/99t
Vgl; nur T2

- 4 Ob 249/98s
  Entscheidungstext OGH 23.03.1999 4 Ob 249/98s
  Auch; nur T2
- 4 Ob 178/99a
  Entscheidungstext OGH 13.07.1999 4 Ob 178/99a
  Vgl auch; Beisatz: Auch Ankündigungen ein und desselben Gewinnspiels sind daher in die Beurteilung einzubeziehen, wenn der ausgespielte Preis geeignet ist, einen entsprechenden Anlockeffekt zu bewirken. Ob dies der Fall ist, hängt so sehr von den Umständen des Einzelfalls ab, dass keine erhebliche Rechtsfrage im Sinne des § 528 Abs 1 ZPO vorliegt. (T8)
- 4 Ob 203/99b
  Entscheidungstext OGH 13.09.1999 4 Ob 203/99b
  Auch; nur T2; Beis wie T5
- 4 Ob 290/99x
  Entscheidungstext OGH 14.12.1999 4 Ob 290/99x
  Auch; nur T2
- 4 Ob 72/00t
  Entscheidungstext OGH 21.03.2000 4 Ob 72/00t
  Auch; nur T2; Beis wie T6
- 4 Ob 149/00s
  Entscheidungstext OGH 15.06.2000 4 Ob 149/00s
  Auch; nur T2
- 4 Ob 278/00m
  Entscheidungstext OGH 28.11.2000 4 Ob 278/00m
  Vgl auch
- 4 Ob 33/04p
  Entscheidungstext OGH 16.03.2004 4 Ob 33/04p
  Auch; Beisatz: Auch ein einmalig veranstaltetes Gewinnspiel für Abonnenten einer Tageszeitung kann einen Kaufanreiz zur Aufrechterhaltung des Abonnements in Erwartung zukünftiger derartiger Gewinnspiele ausüben. (T9)
- 3 Ob 54/07y
  Entscheidungstext OGH 26.09.2007 3 Ob 54/07y
  Ähnlich; Beisatz: Ob eine Zusatzleistung geeignet ist, Kunden anzulocken, hängt von den Umständen des Einzelfalls ab. (T10)
- 3 Ob 273/07d
  Entscheidungstext OGH 30.01.2008 3 Ob 273/07d
  Vgl auch; Beisatz: Der Eindruck der Abhängigkeit vom Warenbezug kann durch eine Gewinnspielankündigung auf dem Titelblatt oder dadurch entstehen, dass die Teilnahmebedingungen eines nur im Blattinneren angekündigten Gewinnspiels es nahe legen, weitere Exemplare derselben Zeitung zu kaufen (so schon 4 Ob 290/99x). (T11)
- 4 Ob 153/08s
  Entscheidungstext OGH 20.01.2009 4 Ob 153/08s
  Vgl; Beisatz: Ob eine Werbeaktion im Einzelfall als Zugabe mit einer Eignung zu einer nicht unerheblichen Nachfrageverlagerung aufzufassen ist, wirft aufgrund der nach den konkreten Umständen des Einzelfalls vorzunehmenden Beurteilung - von krasser Fehlbeurteilung abgesehen - keine Rechtsfragen erheblicher Bedeutung im Sinn des § 528 Abs 1 ZPO auf. (T12)
- 4 Ob 127/12y
  Entscheidungstext OGH 18.09.2012 4 Ob 127/12y
  Vgl; Beis ähnlich wie T9; Beisatz: Die Möglichkeit, bestimmte Leistungen „exklusiv“ in Anspruch nehmen zu können, ist ein Anreiz, die Mitgliedschaft in einem „Klub“ und damit im Regelfall auch das Abonnement aufrecht

zu erhalten. (T13)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1994:RS0079360

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

07.12.2012

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