

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 HII13

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 Auseinandersetzung 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>

© 2026 JUSLINE

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

www.jusline.at