

RS OGH 1992/10/20 4Ob87/92, 4Ob77/93, 4Ob1032/94, 4Ob15/95, 4Ob6/94, 4Ob94/98x, 4Ob48/98g, 3Ob91/98y

JUSLINE Entscheidung

Ⓢ Veröffentlicht am 20.10.1992

Norm

ZPO §502 Abs1 HIII3

UWG §9a

Rechtssatz

Der in ständiger Rechtsprechung zu § 28 UWG aF vertretene Grundsatz, wonach ein Gewinnspiel auch dann unzulässig - weil vom Warenbezug oder Leistungsbezug nicht völlig unabhängig - ist, wenn bei seiner Durchführung auf das Publikum bloß psychischer Kaufzwang ausgeübt wird, was insbesondere dann anzunehmen ist, wenn der Erwerb der Hauptware als förderlich angesehen wird oder die angebotenen Alternativen zum Kauf der Ware als Teilnahmevoraussetzung nicht gleichwertig sind, ist aufrechtzuerhalten.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 87/92
Entscheidungstext OGH 20.10.1992 4 Ob 87/92
Veröff: MR 1993,69 = ÖBI 1993,24
- 4 Ob 77/93
Entscheidungstext OGH 27.07.1993 4 Ob 77/93
Veröff: MR 1993,196 = ÖBI 1993,250 = WBI 1994,33
- 4 Ob 1032/94
Entscheidungstext OGH 12.04.1994 4 Ob 1032/94
- 4 Ob 15/95
Entscheidungstext OGH 07.03.1995 4 Ob 15/95
- 4 Ob 6/94
Entscheidungstext OGH 10.05.1994 4 Ob 6/94
- 4 Ob 94/98x
Entscheidungstext OGH 31.03.1998 4 Ob 94/98x
Vgl; Beisatz: Die Frage, ob eine Alternative gleichwertig ist, stellt sich erst, wenn sie mit dem gleichen Auffälligkeitswert angekündigt wird wie die Zuwendung und deren Abhängigkeit vom Erwerb einer bestimmten Ware. (T1)

- 4 Ob 48/98g
Entscheidungstext OGH 31.03.1998 4 Ob 48/98g
Vgl; Beis wie T1
- 3 Ob 91/98y
Entscheidungstext OGH 24.06.1998 3 Ob 91/98y
Auch; Beis wie T1
- 4 Ob 211/98b
Entscheidungstext OGH 12.08.1998 4 Ob 211/98b
Vgl; Beis wie T1
- 4 Ob 12/00v
Entscheidungstext OGH 01.02.2000 4 Ob 12/00v
Vgl; Beis wie T1
- 4 Ob 68/00d
Entscheidungstext OGH 21.03.2000 4 Ob 68/00d
Vgl auch; Beis wie T1
- 4 Ob 149/00s
Entscheidungstext OGH 15.06.2000 4 Ob 149/00s
Auch; nur: Der in ständiger Rechtsprechung zu § 28 UWG aF vertretene Grundsatz, wonach ein Gewinnspiel auch dann unzulässig - weil vom Warenbezug oder Leistungsbezug nicht völlig unabhängig - ist, wenn bei seiner Durchführung auf das Publikum bloß psychischer Kaufzwang ausgeübt wird, was insbesondere dann anzunehmen ist, wenn der Erwerb der Hauptware als förderlich angesehen wird. (T2)
- 4 Ob 136/00d
Entscheidungstext OGH 23.05.2000 4 Ob 136/00d
Vgl; Beis wie T1; Beisatz: Ob die Ankündigung einer alternativen Teilnahmemöglichkeit nach den im Einzelfall gegebenen Umständen den gleichen Auffälligkeitswert hat wie die Zugabenankündigung, hat regelmäßig keine darüber hinausgehende Bedeutung und bildet daher keine erhebliche Rechtsfrage im Sinne des § 528 Abs 1 ZPO. (T3)
- 4 Ob 17/08s
Entscheidungstext OGH 14.02.2008 4 Ob 17/08s
Beis wie T1; Beisatz: Eine Postkarte ist eine gleichwertige Alternative zu einer der Ware beiliegenden Antwortkarte (so bereits 4 Ob 15/95). (T4)
- 3 Ob 273/07d
Entscheidungstext OGH 30.01.2008 3 Ob 273/07d
Auch; Beisatz: Hier: Aufrufen einer Teletext-Seite keine gleichwertige Alternative zum Zeitungskauf. (T5)
- 4 Ob 57/08y
Entscheidungstext OGH 08.07.2008 4 Ob 57/08y
Auch; Beisatz: Ob ein kaufunabhängiges Gewinnspiel vorliegt, richtet sich nach dem Verständnis der angesprochenen Kreise. (T6); Beisatz: Hier: Volksschulkinder. (T7); Veröff: SZ 2008/96
- 4 Ob 159/08y
Entscheidungstext OGH 23.09.2008 4 Ob 159/08y
Auch
- 4 Ob 154/08p
Entscheidungstext OGH 18.11.2008 4 Ob 154/08p
Auch; Beisatz: Als Zugabe gilt insbesondere die mit dem Erwerb der Hauptware gekoppelte Ermöglichung der Teilnahme an einem Gewinnspiel. (T8)
- 3 Ob 10/13m
Entscheidungstext OGH 20.02.2013 3 Ob 10/13m
Auch; Beis wie T3; Beis wie T4; Beis wie T6

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1992:RS0079282

Im RIS seit

15.06.1997

Zuletzt aktualisiert am

02.04.2013

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