

**RS OGH 1992/6/16 4Ob19/92,
4Ob1060/93, 4Ob6/94, 4Ob35/95,
4Ob51/95, 4Ob7/97a, 4Ob267/98p**

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 16.06.1992

Norm

UWG §9a Abs1 Z1

UWG §28

Rechtssatz

Zur Förderung des Absatzes der eigenen Zeitung setzt das Zeitungsunternehmen Inserate Dritter, in denen Gewinnspiele angekündigt werden, auch dann ein, wenn es diese Inserate auf der Titelseite veröffentlicht und damit den Kaufentschluß des Publikums zum Erwerb eines Exemplars der Zeitung besonders bei attraktiven Gewinnspielen in erheblichem Ausmaß beeinflusst. Das kann auch dann zu einem verpönten Anlockeffekt führen, wenn mit dem Inserat erkennbar der Inserent und nicht das Zeitungsunternehmen zum Leser spricht. - "Verführerschein".

Entscheidungstexte

- 4 Ob 19/92
Entscheidungstext OGH 16.06.1992 4 Ob 19/92
Veröff: 1992,210
- 4 Ob 1060/93
Entscheidungstext OGH 29.06.1993 4 Ob 1060/93
Auch; Beisatz: Fragebogen-Gewinn-Aktion-Brockhaus. (T1)
- 4 Ob 6/94
Entscheidungstext OGH 10.05.1994 4 Ob 6/94
Auch; Beisatz: Selbe Wirkung, wenn Gewinnspiele so regelmäßig veranstaltet werden, daß der Eindruck erweckt wird, in künftigen Ausgaben würden wieder Gewinnspiele enthalten sein. "Bub oder Mädel". (T2)
- 4 Ob 35/95
Entscheidungstext OGH 09.05.1995 4 Ob 35/95
Vgl auch; Beisatz: Die Chance einer neuerlichen Vergünstigung wird auch ohne regelmäßige Veranstaltung einer Geschenkkaktion als mindestens ebenso hoch eingeschätzt werden, wie in der Vergangenheit die Chance, bei einem Preisausschreiben einer von Millionen gelesenen Zeitung einen der (wenigen) Hauptpreise zu gewinnen. (T3) Veröff: SZ 68/88
- 4 Ob 51/95
Entscheidungstext OGH 13.06.1995 4 Ob 51/95
Vgl auch; Beis wie T3
- 4 Ob 7/97a
Entscheidungstext OGH 11.02.1997 4 Ob 7/97a
- 4 Ob 267/98p
Entscheidungstext OGH 10.11.1998 4 Ob 267/98p
Vgl; nur: Zur Förderung des Absatzes der eigenen Zeitung setzt das Zeitungsunternehmen Inserate Dritter, in denen Gewinnspiele angekündigt werden, auch dann ein, wenn es diese Inserate auf der Titelseite veröffentlicht und damit den Kaufentschluß des Publikums zum Erwerb eines Exemplars der Zeitung besonders bei attraktiven Gewinnspielen in erheblichem Ausmaß beeinflusst. (T4)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1992:RS0079329

Dokumentnummer

JJR_19920616_OGH0002_0040OB00019_9200000_002

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