

**RS OGH 1992/4/7 4Ob37/92,  
4Ob77/93, 3Ob199/97d, 4Ob290/99x,  
4Ob28/03a, 3Ob273/07d**

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 07.04.1992

## Norm

ZugG §1

UWG §9a

## Rechtssatz

Die Eignung einer Zuwendung, zum Erwerb der Hauptware oder Hauptleistung anzulocken, ist auf Grund der Lebenserfahrung als Rechtsfrage zu lösen; wie erfolgreich die entsprechende Ankündigung tatsächlich war, ist ohne rechtliche Bedeutung.

## Entscheidungstexte

- 4 Ob 37/92  
Entscheidungstext OGH 07.04.1992 4 Ob 37/92  
Veröff: ÖBI 1992,174
- 4 Ob 77/93  
Entscheidungstext OGH 27.07.1993 4 Ob 77/93  
Veröff: MR 1993,196 = ÖBI 1993,250 = WBI 1994,33
- 3 Ob 199/97d  
Entscheidungstext OGH 09.07.1997 3 Ob 199/97d  
nur: Wie erfolgreich die entsprechende Ankündigung tatsächlich war, ist ohne rechtliche Bedeutung. (T1)
- 4 Ob 290/99x  
Entscheidungstext OGH 14.12.1999 4 Ob 290/99x  
Vgl auch; Beisatz: Die Frage, ob ein Gewinnspiel geeignet ist, den Kaufentschluss zu beeinflussen, ist regelmäßig eine Rechtsfrage. Wenn aber die Erfahrungen des täglichen Lebens nicht ausreichen und dem Richter die notwendige Sachkenntnis fehlt, sind Beweise aufzunehmen. (T2)
- 4 Ob 28/03a  
Entscheidungstext OGH 18.02.2003 4 Ob 28/03a  
Auch; Beis wie T2
- 3 Ob 273/07d  
Entscheidungstext OGH 30.01.2008 3 Ob 273/07d  
Auch; Beis wie T2 nur: Die Frage, ob ein Gewinnspiel geeignet ist, den Kaufentschluss zu beeinflussen, ist regelmäßig eine Rechtsfrage. (T3); Beisatz: Auch die Beurteilung der Wirkung einer Werbung auf die angesprochenen Verkehrskreise ist regelmäßig eine Rechtsfrage. (T4)

## Schlagworte

Siehe nunmehr § 9 a UWG.

## European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1992:RS0084147

## Dokumentnummer

JJR\_19920407\_OGH0002\_0040OB00037\_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](http://www.jusline.at)