

# **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)