

RS OGH 2011/2/15 4Ob208/10g, 4Ob34/11w, 4Ob36/11i, 4Ob38/11h, 4Ob37/11m, 4Ob152/11y, 4Ob162/11v, 4Ob

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 15.02.2011

Norm

UWG §9a Abs1 Z1

Rechtssatz

Das Ankündigen, Anbieten oder Gewähren von Zugaben gegenüber Verbrauchern ist aufgrund richtlinienkonformer Auslegung von § 9a Abs 1 Z 1 UWG nur dann unzulässig, wenn es im Einzelfall irreführend, aggressiv oder sonst unlauter ist. Die Koppelung des Warenbezugs mit einem Gewinnspiel verstößt als solche nicht gegen das Lauterkeitsrecht.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 208/10g
Entscheidungstext OGH 15.02.2011 4 Ob 208/10g
Veröff: SZ 2011/17
- 4 Ob 34/11w
Entscheidungstext OGH 23.03.2011 4 Ob 34/11w
Auch; Beisatz: Hier: „Teuepunkteaktion“. (T1)
Beisatz: Eine aggressive Geschäftspraktik könnte nur angenommen werden, wenn eine Zugabe aufgrund ihres (tatsächlichen oder angenommenen) Werts einen so hohen Anlockeffekt ausübt, dass sie auch für einen sonst aufmerksamen und kritischen Verbraucher ? unter Ausschaltung rationaler Erwägungen ? zum alleinigen Grund für den Erwerb der Hauptware würde. (T2)
- 4 Ob 36/11i
Entscheidungstext OGH 23.03.2011 4 Ob 36/11i
Auch, Beisatz: Hier: Zugaben zu einem Zeitungsabonnement. (T3)
- 4 Ob 38/11h
Entscheidungstext OGH 10.05.2011 4 Ob 38/11h
Auch; Beisatz: Hier: Zeitlich befristete Gratisgaben in Abhängigkeit zur Höhe des Einkaufswerts. (T4)
- 4 Ob 37/11m
Entscheidungstext OGH 21.06.2011 4 Ob 37/11m
- 4 Ob 152/11y

Entscheidungstext OGH 19.10.2011 4 Ob 152/11y

Auch

- 4 Ob 162/11v

Entscheidungstext OGH 22.11.2011 4 Ob 162/11v

Auch; Beisatz: Diese Einschränkungen gelten nicht bei Unternehmerzugaben nach § 9a Abs 1 Z 2 UWG. (T5)

- 4 Ob 121/11i

Entscheidungstext OGH 20.12.2011 4 Ob 121/11i

Beis wie T4; Beis wie T5; Beisatz: Ist eine Zugabe gegenüber Verbrauchern unzulässig, weil sie im Einzelfall (aufgrund eines einzigen anspruchsgrundenden Sachverhalts) irreführend, aggressiv oder sonst unlauter ist, ist keine Anspruchshäufung, sondern nur ein einheitlicher Unterlassungsanspruch anzunehmen, der sich auf den konkreten Unlauterkeitsaspekt zu beziehen hat. (T6)

Beisatz: Richtet sich eine Ankündigung einer Zugabe iSd § 9a Abs 1 UWG nach den Umständen des Einzelfalls typischerweise an Verbraucher, muss der Kläger konkrete Umstände behaupten und Beweisen (bescheinigen), aus denen sich ergibt, dass diese in spürbarem Ausmaß auch Unternehmer als Adressaten hat, widrigenfalls es an der Eignung iSd § 1 Abs 1 Z 1 UWG mangelt, den Wettbewerb zum Nachteil von Unternehmen nicht nur unerheblich zu beeinflussen. (T7)

- 4 Ob 91/12d

Entscheidungstext OGH 02.08.2012 4 Ob 91/12d

Veröff: SZ 2012/79

- 4 Ob 84/12z

Entscheidungstext OGH 18.09.2012 4 Ob 84/12z

Beisatz: Die Koppelung von Gewinnspielen an Umsatzgeschäfte kann zwar so erfolgreich sein, dass Mitbewerber dadurch ernstliche Umsatzeinbußen erleiden; solange eine solche Maßnahme aber nicht unlauter auf die Verbraucher einwirkt, ist sie lauterkeitsrechtlich unbedenklich. (T8)

Beisatz: Eine solche Beeinflussung des Verbrauchers setzt eine besondere Anlockwirkung des ausgelobten Preises voraus, die rationale Überlegungen völlig in den Hintergrund verdrängt. (T9)

Beisatz: Kopplungsangebote können den Wettbewerb auf dem Markt des gekoppelten Produkts einschränken. Dieser Schutzzweck liegt den kartellrechtlichen Vorschriften zugrunde und bleibt von der RL-UGP unberührt. (T10)

- 4 Ob 244/12d

Entscheidungstext OGH 19.03.2013 4 Ob 244/12d

Auch; Beisatz: Hier: Zugabe von Sammelbildern abhängig vom Wert des Einkaufs. (T11)

Beisatz: Inzwischen wurde § 9a UWG mit dem Kartell- und Wettbewerbsrechts-Änderungsgesetz 2012 (BGBl I 2013/13) überhaupt aufgehoben. (T12)

Beisatz: Das Ausnutzen eines möglicherweise bestehenden Sammeltriebs kann schon wegen der Notwendigkeit, Kinder und Jugendliche auf das alltägliche Marktgescchenen in der Welt der Erwachsenen vorzubereiten, nicht generell als unzulässig angesehen werden. (T13)

- 4 Ob 100/13d

Entscheidungstext OGH 18.06.2013 4 Ob 100/13d

Auch; Ähnlich Beis wie T12

- 4 Ob 149/13k

Entscheidungstext OGH 17.12.2013 4 Ob 149/13k

Auch

- 4 Ob 28/14t

Entscheidungstext OGH 25.03.2014 4 Ob 28/14t

Vgl Auch; Beisatz: Es ist nicht unlauter, einen Verbraucher durch Zugabe zu veranlassen, sich mit dem eigenen Angebot zu beschäftigen. (T14)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2011:RS0126589

Im RIS seit

07.04.2011

Zuletzt aktualisiert am

12.06.2015

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