

TE OGH 2005/2/28 50b30/05f

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 28.02.2005

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr. Floßmann als Vorsitzenden sowie die Hofräte des Obersten Gerichtshofes Dr. Baumann, Dr. Hurch, Dr. Kalivoda und Dr. Höllwerth als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei Johann P*****, vertreten durch Mag. Gerold Beneder, Rechtsanwalt in Wien, gegen die beklagte Partei K***** GmbH, *****, vertreten durch Prunbauer, Themmer & Toth, Rechtsanwälte GmbH in Wien, wegen EUR 12.500 sA über die Revision der beklagten Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichtes Wien als Berufungsgericht vom 19. März 2004, GZ 4 R 46/04w-11, womit das Urteil des Handelsgerichtes Wien vom 16. November 2003, GZ 16 Cg 137/03a-7 bestätigt wurde, den

Beschluss

gefasst:

Spruch

1. Das mit Beschluss des erkennenden Senates vom 7. Dezember 2004 zu GZ 5 Ob 205/04i unterbrochene Verfahren wird fortgesetzt.
2. Die Revision wird zurückgewiesen.

Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei die mit EUR 749,70 bestimmten Kosten des Revisionsverfahrens (darin EUR 124,95 USt) binnen 14 Tagen zu ersetzen.

Text

Begründung:

Rechtliche Beurteilung

Zu 1. Mit Entscheidung vom 2. 12. 2004 hat der Verfassungsgerichtshof zuG 52/04 den Individualantrag der hier beklagten Partei auf Aufhebung der Bestimmung des § 5j KSchG zurückgewiesen. Es war daher von Amts wegen das unterbrochene Verfahren fortzusetzen. Zu 1. Mit Entscheidung vom 2. 12. 2004 hat der Verfassungsgerichtshof zu G 52/04 den Individualantrag der hier beklagten Partei auf Aufhebung der Bestimmung des Paragraph 5 j, KSchG zurückgewiesen. Es war daher von Amts wegen das unterbrochene Verfahren fortzusetzen.

Zu 2. Das Berufungsgericht, das dem auf Zuhaltung einer Gewinnzusage iSd § 5j KSchG gestützten Klagebegehren stattgegeben hat, begründete seinen Zulassungsausspruch damit, dass noch keine höchstgerichtliche Rechtsprechung zur Frage vorliege, ob eine intensive mediale Berichterstattung über Gewinnspiele Auswirkungen auf das objektive Verständnis der Verbraucher von derartigen Gewinnzusendungen habe. Zu 2. Das Berufungsgericht, das dem auf Zuhaltung einer Gewinnzusage iSd Paragraph 5 j, KSchG gestützten Klagebegehren stattgegeben hat, begründete seinen Zulassungsausspruch damit, dass noch keine höchstgerichtliche Rechtsprechung zur Frage vorliege, ob eine intensive mediale Berichterstattung über Gewinnspiele Auswirkungen auf das objektive Verständnis der Verbraucher

von derartigen Gewinnzusendungen habe.

Gemäß § 510 Abs 3 letzter Satz ZPO kann sich die Zurückweisung einer ordentlichen Revision wegen Fehlens einer erheblichen Rechtsfrage auf die Ausführung der Zurückweisungsgründe beschränken. An den gegenteiligen Ausspruch des Berufungsgerichtes ist der Oberste Gerichtshof nicht gebunden (§ 508a Abs 1 ZPO). Gemäß Paragraph 510, Absatz 3, letzter Satz ZPO kann sich die Zurückweisung einer ordentlichen Revision wegen Fehlens einer erheblichen Rechtsfrage auf die Ausführung der Zurückweisungsgründe beschränken. An den gegenteiligen Ausspruch des Berufungsgerichtes ist der Oberste Gerichtshof nicht gebunden (Paragraph 508 a, Absatz eins, ZPO).

Zur Frage, ob es für den Erfüllungsanspruch nach § 5j KSchG erforderlich ist, dass ein Verbraucher die wahre Absicht des Unternehmers im Zeitpunkt „seiner auf Auszahlung des Gewinns gerichteten Willenserklärung“ immer noch nicht durchschaut hat, hat der Oberste Gerichtshof bereits mehrfach Stellung bezogen. Für die Berechtigung des Klagebegehrens ist demnach ausschlaggebend, ob der Unternehmer bei Verbrauchern nach einem objektiven, durch die Maßfigur eines verständigen Verbrauchers determinierten Maßstab den Eindruck des im Mittelpunkt seiner Mitteilung stehenden Gewinns hervorgerufen hat (vgl 1 Ob 118/03i; RIS-Justiz RS0117852, insb 1 Ob 261/03v). Die Zusendung muss also nur abstrakt geeignet sein, beim durchschnittlichen Verbraucher als Empfänger den Eindruck zu erwecken, er werde einen bereits gewonnenen Preis erhalten. Auf das subjektive Verständnis der Zusendung durch den konkreten Empfänger kommt es nicht an, sodass nicht erforderlich ist, dass dieser dem Schreiben tatsächlich Glauben schenkt. Auch der Verbraucher, der die Gewinnzusage als bloßes Werbemittel durchschaut oder durchschauen könnte, kann die Leistung des angeblich gewonnenen Preises verlangen (vgl RIS-Justiz RS0115084; zuletzt 7 Ob 98/04v zu den Auslegungskriterien des BGH zu § 661a BGB, die jenen des Obersten Gerichtshofes zu § 5j KSchG entsprechen). Zur Frage, ob es für den Erfüllungsanspruch nach Paragraph 5 j, KSchG erforderlich ist, dass ein Verbraucher die wahre Absicht des Unternehmers im Zeitpunkt „seiner auf Auszahlung des Gewinns gerichteten Willenserklärung“ immer noch nicht durchschaut hat, hat der Oberste Gerichtshof bereits mehrfach Stellung bezogen. Für die Berechtigung des Klagebegehrens ist demnach ausschlaggebend, ob der Unternehmer bei Verbrauchern nach einem objektiven, durch die Maßfigur eines verständigen Verbrauchers determinierten Maßstab den Eindruck des im Mittelpunkt seiner Mitteilung stehenden Gewinns hervorgerufen hat (vergleiche 1 Ob 118/03i; RIS-Justiz RS0117852, insb 1 Ob 261/03v). Die Zusendung muss also nur abstrakt geeignet sein, beim durchschnittlichen Verbraucher als Empfänger den Eindruck zu erwecken, er werde einen bereits gewonnenen Preis erhalten. Auf das subjektive Verständnis der Zusendung durch den konkreten Empfänger kommt es nicht an, sodass nicht erforderlich ist, dass dieser dem Schreiben tatsächlich Glauben schenkt. Auch der Verbraucher, der die Gewinnzusage als bloßes Werbemittel durchschaut oder durchschauen könnte, kann die Leistung des angeblich gewonnenen Preises verlangen (vergleiche RIS-Justiz RS0115084; zuletzt 7 Ob 98/04v zu den Auslegungskriterien des BGH zu Paragraph 661 a, BGB, die jenen des Obersten Gerichtshofes zu Paragraph 5 j, KSchG entsprechen).

Damit ist die vom Berufungsgericht angesprochene Frage hinreichend dahin geklärt, dass Auswirkungen medialer Warnungen vor Gewinnspielen und eine Aufklärungskampagne im Herbst des Jahres 2002 auf den Verbraucherhorizont der Klagbarkeit eines Anspruchs nach § 5j KSchG nicht entgegenstehen. Damit ist die vom Berufungsgericht angesprochene Frage hinreichend dahin geklärt, dass Auswirkungen medialer Warnungen vor Gewinnspielen und eine Aufklärungskampagne im Herbst des Jahres 2002 auf den Verbraucherhorizont der Klagbarkeit eines Anspruchs nach Paragraph 5 j, KSchG nicht entgegenstehen.

Zu allen übrigen in der Revision aufgeworfenen Fragen liegt ebenfalls schon umfangreiche höchstgerichtliche Rechtsprechung vor, etwa dass keine verfassungsrechtlichen Bedenken gegen § 5j KSchG bestehen (vgl 4 Ob 27/03d ua). Zu allen übrigen in der Revision aufgeworfenen Fragen liegt ebenfalls schon umfangreiche höchstgerichtliche Rechtsprechung vor, etwa dass keine verfassungsrechtlichen Bedenken gegen Paragraph 5 j, KSchG bestehen (vergleiche 4 Ob 27/03d ua).

Die Entscheidung hängt damit nicht von der Lösung einer erheblichen Rechtsfrage iSd § 502 Abs 1 ZPO ab, was zur Zurückweisung der unzulässigen Revision zu führen hatte. Die Entscheidung hängt damit nicht von der Lösung einer erheblichen Rechtsfrage iSd Paragraph 502, Absatz eins, ZPO ab, was zur Zurückweisung der unzulässigen Revision zu führen hatte.

Der Kläger wies auf die Unzulässigkeit der Revision hin. Er hat daher nach § 41 ZPO iVm § 50 Abs 1 ZPO Anspruch auf Ersatz der Kosten seiner der zweckentsprechenden Rechtsverfolgung dienlichen Revisionsbeantwortung. Der Kläger

wies auf die Unzulässigkeit der Revision hin. Er hat daher nach Paragraph 41, ZPO in Verbindung mit Paragraph 50, Absatz eins, ZPO Anspruch auf Ersatz der Kosten seiner der zweckentsprechenden Rechtsverfolgung dienlichen Revisionsbeantwortung.

Textnummer

E77082

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2005:0050OB00030.05F.0228.000

Im RIS seit

30.03.2005

Zuletzt aktualisiert am

23.11.2011

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at