

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

RS OGH 1999/12/14 4Ob290/99x, 4Ob72/00t

JUSLINE Entscheidung

⌚ Veröffentlicht am 14.12.1999

Norm

UWG §9a

Rechtssatz

Ob ein Gewinnspiel geeignet ist, den Kaufentschluss zu beeinflussen, hängt von seiner Attraktivität ab, die wiederum von verschiedenen Faktoren bestimmt wird. In erster Linie sind die ausgespielten Gewinne maßgebend; je "wertvoller" der Gewinn, desto interessanter die Teilnahme. Die Anziehungskraft des Gewinns bestimmt nicht nur dessen materieller Wert, sondern auch ein allfälliger ideeller Wert und auch das Ausmaß der Mühe, die sonst mit dem Erwerb der als Gewinn ausgespielten Sache verbunden ist. Die Größe der Gewinnchance ist demgegenüber von geringerer Bedeutung, was sich darin zeigt, dass - unabhängig von der Wahrscheinlichkeit des Gewinns - umso mehr Personen an einem Gewinnspiel teilnehmen, je wertvoller der Gewinn ist. Das Gewinnspiel ist auch umso attraktiver, je besser die ausgespielten Preise den Interessen der jeweils angesprochenen Verkehrskreise entsprechen. Eine Rolle spielt auch, wie hoch der Kaufpreis der zu erwerbenden Ware des Veranstalters ist, die Art und Verwendbarkeit dieser Ware und der mit ihrem Erwerb verbundene Aufwand. Hingegen ist grundsätzlich nicht von Bedeutung, wie viele Personen tatsächlich am Gewinnspiel teilgenommen haben. Die Zahl der Teilnehmer kann aber gewisse Rückschlüsse auf die Eignung des Gewinnspiels zulassen, zum Kauf der Zeitung zu verlocken.

Entscheidungstexte

- 4 Ob 290/99x

Entscheidungstext OGH 14.12.1999 4 Ob 290/99x

- 4 Ob 72/00t

Entscheidungstext OGH 21.03.2000 4 Ob 72/00t

nur: Ob ein Gewinnspiel geeignet ist, den Kaufentschluss zu beeinflussen, hängt von seiner Attraktivität ab, die wiederum von verschiedenen Faktoren bestimmt wird. In erster Linie sind die ausgespielten Gewinne maßgebend; je "wertvoller" der Gewinn, desto interessanter die Teilnahme. Die Anziehungskraft des Gewinns bestimmt nicht nur dessen materieller Wert, sondern auch ein allfälliger ideeller Wert und auch das Ausmaß der Mühe, die sonst mit dem Erwerb der als Gewinn ausgespielten Sache verbunden ist. Die Größe der Gewinnchance ist demgegenüber von geringerer Bedeutung, was sich darin zeigt, dass - unabhängig von der Wahrscheinlichkeit des Gewinns - umso mehr Personen an einem Gewinnspiel teilnehmen, je wertvoller der Gewinn ist. Das Gewinnspiel ist auch umso attraktiver, je besser die ausgespielten Preise den Interessen der jeweils angesprochenen Verkehrskreise entsprechen. Eine Rolle spielt auch, wie hoch der Kaufpreis der zu erwerbenden Ware des Veranstalters ist, die Art und Verwendbarkeit dieser Ware und der mit ihrem Erwerb verbundene Aufwand. (T1)

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1999:RS0112996

Dokumentnummer

JJR_19991214_OGH0002_0040OB00290_99X0000_001

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