

**Gericht**

OGH

**Rechtssatznummer**

RS0116104

**Entscheidungsdatum**

19.12.2001

**Geschäftszahl**

7Ob290/01z; 1Ob303/02v; 4Ob27/03d; 2Ob73/03d; 9Ob65/03d; 1Ob118/03i; 7Ob106/03v; 9Ob118/03y; 9Ob21/04k; 7Ob25/05k; 2Ob34/05x; 5Ob26/06v; 9Ob82/06h; 1Ob137/12x; 1Ob159/16p

**Norm**

KSchG §5j

**Rechtssatz**

Wird auf der Vorderseite der Gewinnzusage in einem überdruckten Teil ein schwer eruierbarer Hinweis auf umseitige (in die Innenseite des Versendungsumschlages "versteckt" platzierte) Bedingungen gemacht und wird in diesen umseitigen Bedingungen nicht durch deutliche Hervorhebungen darauf aufmerksam gemacht, dass die Gewinnzusage noch von weiteren Bedingungen abhängig ist, ist die Gewinnzusage als rechtlich verbindlich zu werten.

**Entscheidungstexte**

TE OGH 2001-12-19 7 Ob 290/01z

Veröff: SZ 74/203

TE OGH 2003-02-28 1 Ob 303/02v

Auch; Beisatz: Voraussetzung für eine Anwendung des § 5j KSchG soll vor allem sein, dass die Zusendung durch ihre Gestaltung den Eindruck erweckt, dass der Verbraucher einen bestimmten Preis gewonnen habe. (T1)

Veröff: SZ 2003/20

TE OGH 2003-02-18 4 Ob 27/03d

Vgl auch; Beisatz: Wenn die in der Übersicht der drei Gewinne neben dem Geldgewinn abgedruckte Zahl mit der von der Klägerin auf ihrem "grünen Smiley" freigerubbelten Zahl übereinstimmt, wird nach der Unklarheitenregel im Gesamtzusammenhang der Eindruck erweckt, bereits gewonnen zu haben; dies auch ungeachtet der Tatsache, dass wiederholt nur von einer "Gewinnchance" die Rede ist. (T2)

Beisatz: Keine verfassungsrechtlichen Bedenken bgegen § 5j KSchG. (T3)

TE OGH 2003-04-24 2 Ob 73/03d

Auch; Beisatz: Die Rechtsfolgen des § 5j KSchG treten auch dann ein, wenn die angesprochenen Verbraucher zwar keinen sicheren Eindruck haben, bereits gewonnen zu haben, dies aber aufgrund der

unklaren, verwirrenden oder sogar bewusst missverständlichen Gestaltung der Zusendung zumindest ernstlich für möglich halten durften. (T4)

TE OGH 2003-06-25 9 Ob 65/03d

Vgl; Beisatz: Die Frage, ob durch die Zusendung beim angesprochenen Verbraucher der Eindruck entstehen konnte, einen bestimmten Preis gewonnen zu haben, kann regelmäßig nur im Einzelfall entschieden werden. (T5)

TE OGH 2003-07-01 1 Ob 118/03i

Vgl auch; Beisatz: Den auf der Innenseite eines Briefumschlags abgedruckten Teilnahmebedingungen kommt kein Auffälligkeitwert zu. (T6)

Beisatz: Hier: Bezeichnet sich der Unternehmer in der Zusendung als "beliebtester Geldgewinn-Versender" und spricht von einer "Gewinn-Bar-Auszahlung" auf Grund eines schon vorhandenen "Guthaben-Belegs" sowie von "vielen tausend Gewinnern", und fragt den Verbraucher, wie er in seinem "Gewinnfall die öS 210.000 erhalten" wolle, und bietet ihm bereits seine Unterstützung "bei der Anlage dieses vielen Geldes" an, und erläutert ferner, der Bargeldgewinn könne "neben dem Absenden eines Briefes auch erstmals telefonisch sofort beauftragt werden", wird offenkundig der (falsche) Eindruck vermittelt, der Verbraucher habe bereits gewonnen und müsse sich zur Gewinnauszahlung nur noch bis zu einem bestimmten Termin anmelden; hätte doch der Verbraucher den gegenteiligen Schluss allenfalls nur aus der "Kopie des öffentlichen Protokolls des staatlich vereidigten Notars" ziehen können, wobei jedoch das Verlosungsdatum durch seine Schreibweise und Platzierung verschleiert war. (T7)

Veröff: SZ 2003/75

TE OGH 2003-08-05 7 Ob 106/03v

Auch; Beis wie T2; Beis wie T3; Beis wie T4

TE OGH 2003-10-22 9 Ob 118/03y

Vgl; Beisatz: Zusendung wie in 9 Ob 65/03d. (T8)

TE OGH 2004-04-21 9 Ob 21/04k

Vgl; Beis wie T5; Beisatz: Hier: Es wird der Eindruck erweckt, der Empfänger der Zusendung habe jedenfalls EUR 12.500,- (also einen bestimmten Preis) gewonnen. Dass zusätzlich der Eindruck erweckt wird, der Preis könne auch noch höher ausfallen, kann nicht dazu führen, dem betroffenen Verbraucher den Anspruch auf den ihm jedenfalls (scheinbar) zugesagten (Mindestpreis) Preis zu verwehren. (T9)

TE OGH 2005-02-16 7 Ob 25/05k

Vgl auch

TE OGH 2005-09-22 2 Ob 34/05x

Vgl auch; Beis wie T3; Beis wie T5

TE OGH 2006-05-30 5 Ob 26/06v

Auch; Beis wie T1; Beisatz: Zusendungen, bei denen erst im Kleingedruckten, an unauffälliger Stelle oder erst als Ergebnis einer akribischen Textanalyse ein anderer, für den Unternehmer günstigerer Sinn ermittelt werden könnte, sind von den Rechtsfolgen des § 5j KSchG umfasst. (T10)

TE OGH 2006-08-11 9 Ob 82/06h

Auch; Beis wie T5

TE OGH 2012-09-06 1 Ob 137/12x  
Auch; Beis wie T1

TE OGH 2016-10-19 1 Ob 159/16p  
Vgl auch; Beis wie T4

**European Case Law Identifier**

ECLI:AT:OGH0002:2001:RS0116104