

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

LG Amberg: Unzulässige Werbung für ein Gewinnspiel ohne Angabe der Teilnahmebedingungen

Verstöße gegen Informationspflichten in Bezug auf Teilnahmebedingungen von Gewinnspielen oder Preisausschreiben nach § 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG haben immer wieder teure Abmahnungen zur Folge. Die Teilnahmebedingungen müssen leicht zugänglich sein und klar und unzweideutig angegeben werden. Das LG Amberg entschied, dass eine unzulässige Werbung für ein Gewinnspiel vorliegt, wenn keine Teilnahmebedingungen angegeben werden. Lesen Sie mehr zur Entscheidung des Gerichts in unserem Beitrag.

Was war geschehen?

Ein abmahnfähiger Verein mahnte einen Discounter ab. Der Discounter warb in einem Werbeprospekt mit einem Gewinnspiel. Unter anderem ab 20,- Euro Einkaufswert sollten die Kunden jeweils ein „Los mit doppelter Gewinnchance“ erhalten.

Die Aufreißlose beinhalteten sowohl Sofortgewinne als auch sog. Hauptgewinne (u.a. Eis, Fahrrad iPhone X). Für die Prüfung, ob ein Hauptgewinn gewonnen wurde, musste ein Code aus dem Aufreißlos auf der Internetseite des Discounters eingegeben werden. Der Werbung war dazu ein Verweis auf die entsprechende Internetseite beigefügt. Im besagten Werbeprospekt war jedoch nicht angegeben, dass **nur Personen ab 18 Jahren mit Wohnsitz in Deutschland** an dem Gewinnspiel teilnehmen konnten. Weiter waren **Mitarbeiter** des Discounters und Mitarbeiter eines der Kooperationspartner von der Teilnahme **ausgeschlossen**.

Der Verein hielt die Printwerbung für unlauter, da die Einschränkung des Teilnehmerkreises dort nicht erwähnt wurde. Es handele sich dabei um überraschende Ausschlüsse. Des Weiteren stelle die angegebene Internetseite **keinen direkten Verweis auf die Teilnahmebedingungen** dar. So beziehe der angesprochene Verkehrskreis die angegebene Internetseite nicht auf Teilnahmebedingungen.

Der Discounter wies die Vorwürfe aus der Abmahnung zurück und führte hingegen an, dass es bei den Sofortgewinnen keine Beschränkungen des Teilnehmerkreises gegeben habe. Er meinte weiter, nicht unlauter gehandelt zu haben. Es handle sich bei der Printwerbung um eine bloße Ankündigung eines Gewinnspiels mit Verweis auf eine Internetseite. So hätten die Verbraucher die Möglichkeit der Kenntnisnahme von den Teilnahmebedingungen vor der eigentlichen Teilnahme.

Nach erfolgloser Abmahnung verklagte der Verein den Discounter vor dem LG Amberg auf Unterlassung.

Gewinnspiele und Teilnahmebedingungen

Wenn ein Gewinnspiel oder Preisausschreiben mit Werbecharakter veranstaltet wird, müssen diese nach § 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG **klar als solche erkennbar** und die **Teilnahmebedingungen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig** angegeben werden.

Unter den Teilnahmebedingungen sind dabei die Voraussetzungen zu verstehen, die der Interessent erfüllen muss, um am Gewinnspiel oder dem Preisausschreiben teilnehmen zu können. Der Begriff der Teilnahmebedingungen bezieht sich nicht nur auf die Teilnahmeberechtigung, sondern auch auf die **Modalitäten** der Teilnahme.

Hinweis: Wenn Sie mehr zum Thema Gewinnspiele und Teilnahmebedingungen erfahren möchten, empfehlen wir die Lektüre des Beitrag [Ein echter Gewinn für Sie: IT-Recht Kanzlei sichert Ihre \(Online-\) Gewinnspiele mit sicheren Teilnahmebedingungen ab!](#)

Achtung: Da diese Angaben auch nach § 5a Abs. 4 UWG als „wesentlich“ im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG angesehen werden, stellen Unzulänglichkeiten hinsichtlich der Teilnahmebedingungen auch einen Wettbewerbsverstoß dar und sind somit abmahnbar.

LG Amberg: Teilnahmebedingungen auch bei Printwerbung!

Das LG Amberg (Urt. v. 08.04.2019, Az. 41 HK O 932/18) stellte sich auf die Seite des Klägers und sah einen Wettbewerbsverstoß des beklagten Discounters. Bei Gewinnspielen müsse der Verbraucher Gelegenheit haben, sich **vor** seiner Teilnahmehandlung **umfassend** über die Teilnahmebedingungen zu informieren. Das Gericht verwies auf die höchstrichterliche Rechtsprechung, wonach unerwartete Beschränkungen oder sonstige überraschende Teilnahmebedingungen stets schon unmittelbar in der Werbung o?enbart werden müssen (BGH, Urteil vom 09.07.2009, Az.: I ZR 64/07).

Sofern der Verbraucher aufgrund einer Werbung noch nicht ohne Weiteres an dem Gewinnspiel teilnehmen kann, reiche es aus, ihm unter Berücksichtigung der räumlichen und zeitlichen Beschränkungen des verwendeten Werbemediums diejenigen Informationen zu geben, für die bei ihm nach den Besonderheiten des Einzelfalls schon zum Zeitpunkt der Werbung ein aktuelles Aufklärungsbedürfnis besteht (BGH, Urt. v. 10.01.2008, Az. I ZR 196/05).

Zu diesen Informationen gehören die Bedingungen der Teilnahmeberechtigung, so das LG Amberg. Die Beschränkung des Teilnamerechts auf volljährige Personen mit Wohnsitz in Deutschland, die nicht Mitarbeiter des Beklagten und eines der Kooperationspartner des Beklagten sind, hätte in dem Werbeprospekt räumlich ohne Weiteres mit angegeben werden können.

Es handele sich zudem um Teilnahmebeschränkungen, die nicht ohne Weiteres auf der Hand lägen, mithin überraschend seien. Die Richter führten aus, dass die in der Werbung in Aussicht gestellten Gewinne insbesondere auch für Minderjährige Anreize zur Teilnahme hervorgerufen habe (z.B.

möglicher Gewinn des iPhone X). Darüber hinaus wurden von der Teilnahmeberechtigung nicht alle Mitarbeiter aller Kooperationspartner des Beklagten ausgeschlossen, sondern nur die Mitarbeiter des Beklagten und lediglich eines der Kooperationspartner. Dieser selektive Ausschluss stelle eine überraschende Klausel dar. Die Beschränkung des Teilnehmerkreises auf Personen mit Wohnsitz in Deutschland sei überraschend, weil es sich nicht erschließe, warum etwa Urlaubsreisende aus anderen Ländern nicht an dem Gewinnspiel teilnehmen dürfen sollten, so die Richter.

Schließlich seien die Teilnahmebedingungen den Verbrauchern nicht leicht zugänglich. Denn die in der Werbung genannte Internetseite verweise nicht auf Teilnahmebedingungen. Der angesprochene Verkehrskreis beziehe die so bezeichnete Internetseite auch nicht auf Teilnahmebedingungen. Das Gericht bejahte somit den Unterlassungsanspruch des Klägers und stütze diesen auf §§ 3, 8 Abs. 1, 5a Abs. 2, Abs. 4 UWG i.V.m. § 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG.

Fazit

Verstöße gegen Informationspflichten hinsichtlich Teilnahmebedingungen nach § 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG können teuer werden, denn diese können wettbewerbsrechtlich abgemahnt werden. Wer ein Gewinnspiel bzw. Preisausschreiben mit Werbecharakter veranstaltet, muss die **Teilnahmebedingungen** leicht zugänglich machen und dafür sorgen, dass diese klar und unzweideutig angegeben werden. Unerwartete Beschränkungen oder sonstige überraschende Teilnahmebedingungen müssen schon unmittelbar in der Werbung offenbart werden.

Dies gilt grundsätzlich auch im Rahmen von Printwerbung unter Berücksichtigung deren räumlicher Beschränkungen, sofern nach den Besonderheiten des Einzelfalls schon zum Zeitpunkt der Werbung ein aktuelles Aufklärungsbedürfnis besteht.

Tipp: Wenn Sie Gewinnspiel-Teilnahmebedingungen erstellen lassen möchten, können Sie diese gleich [hier bestellen!](#)

Autor:

RA Jan Lennart Müller
Rechtsanwalt