

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

## LG Essen: Gewinnspiele müssen bereits in der Werbung die Teilnahmebedingungen enthalten

Gewinnspiele werden von Unternehmen gerne dazu genutzt, um den Absatz eigener Waren oder den Bezug des eigenen Newsletters zu fördern. Zu beachten ist aber, dass bei solchen Gewinnspielen bestimmte Teilnahmebedingungen (u.a. Gewinnermittlung, Altersbeschränkungen etc.) den potentiellen Teilnehmern bereits in der entsprechenden Werbung mitgeteilt werden müssen. Dies hat das LG Essen nun kürzlich mit Urteil vom 02.10.2021 (Az. 44 O 6/20) entschieden. Ein bloßer Hinweis auf einen entsprechenden Link zu den Teilnahmebedingungen reicht grundsätzlich nicht aus. Lesen Sie mehr zur Entscheidung des LG Essen in unserem Beitrag.

### Gewinnspiel ohne Mitteilung der Teilnahmebedingungen

Im September 2019 wurde der Kläger – ein Verein, der sich unter anderem gegen unlauteren Wettbewerb einsetzt – darauf aufmerksam gemacht, dass die Beklagte zweimal ein Gewinnspiel beworben hatte, ohne dabei die nach Ansicht des Klägers notwendigen Teilnahmebedingungen mitzuteilen. Bei der Beklagten handelte es sich um die Betreiberin von rund 150 Möbelgeschäften in Deutschland.

Im Rahmen des 1. Gewinnspiels war in der Werbebeilage der Beklagten lediglich folgender Gewinnspielhinweis enthalten:

“

*"MEGA-Gewinnspiel zur C Tournee! Teilnahme Zeitraum vom zweiten bis 21.09.2019. Alle Infos und Teilnahmebedingungen zum Gewinnspiel finden Sie auf den Teilnahmekarten in ihrer [...] - Filiale."*

”

Auf jenen Teilnahmekarten wurde dann darüber aufgeklärt, dass die Gewinner ausgelost werden würden.

Der Kläger mahnte die Beklagte daraufhin ab. Doch bereits 3 Wochen später bewarb letztere erneut ein Gewinnspiel im Rahmen einer Jubiläumsfeier. Auch bei diesem Gewinnspiel war lediglich der folgende Hinweis auf die Teilnahmebedingungen enthalten:

“

*"Alle Infos und Teilnahmebedingungen zum Glücksspiel finden Sie in Ihrer [...] - Filiale unter [...] - Gewinnspiel.de/50Jahre"*

”

An beiden Gewinnspiel durften nur Erwachsene teilnehmen, was jedoch in den Teilnehmerkarten selbst

nicht mitgeteilt wurde.

Nachdem auch eine Abmahnung des Klägers auf das 2. Gewinnspiel erfolglos blieb, erhob der Kläger schließlich Klage vor dem LG Essen. Dabei stützte er sich darauf, dass gemäß § 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen mit Werbecharakter die **Teilnahmebedingungen leicht zugänglich** sein müssten.

Zudem müssten sie klar und unzweideutig angegeben werden und unter anderem die Art der Gewinnermittlung sowie die Bekanntgabe des Personenkreises, der zur Teilnahme berechtigt sei, gehöre, mitteilen. Diese Informationen würden in der Werbung der Beklagten fehlen.

## LG Essen: Bloßer Hinweis auf die Teilnahmebedingungen genügt nicht

Das LG Essen verurteilte die Beklagte im Ergebnis auf Unterlassung und gab der Argumentation des Klägers im Wesentlichen Recht.

Das [LG Amberg](#) hatte übrigens entschieden, dass (selbstverständlich) eine unzulässige Werbung für ein Gewinnspiel vorliegt, wenn **überhaupt keine** Teilnahmebedingungen angegeben werden.

Nach Ansicht des Gerichts müssen im Rahmen von Gewinnspielen bereits bei der Werbung bzw. bei der Anzeige die Teilnahmebedingungen deutlich mitgeteilt werden – insbesondere Beschränkung des Teilnehmerkreises sowie die Form der Gewinnermittlung.

Andernfalls würden dem Verbraucher gem. § 5 Abs. 2 UWG wesentliche Informationen vorenthalten werden, die dieser für eine geschäftliche Entscheidung benötigt. Dies stellt eine wettbewerbswidrige Handlung dar.

Das LG Essen fasst den Begriff der „Teilnahmebedingungen“ dabei relativ weit:

“

*"Der Begriff "Teilnahmebedingungen" des §§ 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG ist weit zu verstehen, sodass nicht nur die Berechtigung der Inanspruchnahme bzw. Teilnahme sondern auch deren Modalitäten angegeben werden müssen. Der Diensteanbieter muss deshalb angeben, welcher Personenkreis die jeweilige Verkaufsförderungsmaßnahmen in Anspruch nehmen kann bzw. zur Teilnahme berechtigt ist und anhand welcher Kriterien wie Wohnort, Alter oder Beruf dies zu beurteilen ist [...]. Diese Informationen müssen bereits in der Werbung selbst angegeben sein [...].*

*Da § 6 Abs. 1 TMG eine "informierte" geschäftliche Entscheidung des Kunden ermöglichen will, ist die Information so rechtzeitig zu erteilen, dass ein durchschnittlich informierter, (situationadäquat) aufmerksamer und verständiger Kunde die bei seiner Entscheidung über die Inanspruchnahme der Verkaufsförderungsmaßnahmen berücksichtigen kann. Das entspricht dem § 8 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 TMG und dem § 5 Abs. 2 2 Nr. 3 TMG. Eine derartige Entscheidung kann bereits darin liegen, dass der Kunde das Ladenlokal betritt [...]."*

Entgegen der Auffassung der Beklagten reiche es im vorliegenden Fall nicht aus, hinsichtlich der Teilnahmebedingungen bloß auf einen entsprechenden Link o.ä. zu verweisen. ”

Ein solcher Hinweis sei lediglich im Rahmen von § 5a Abs. 5 UWG möglich, soweit das gewählte Kommunikationsmittel beispielsweise nicht dazu geeignet ist, die Informationen darzustellen (daran fehlte es bei mehrseitigen Prospekten im vorliegenden Fall).

Dies gilt insbesondere im Hinblick auf die fehlende Angabe einer Altersbeschränkung, da insoweit keinerlei Beschränkung des Teilnehmerkreises stattfindet.

Denn Kinder sind nicht von vornherein von sämtlichen Gewinnspielen von vornherein ausgeschlossen, wie sich aus § 6 Abs. 2 JSchG ergibt (danach dürfen diese bei Gewinnspielen auf Volksfesten etc. mitmachen, soweit der Gewinn einen geringen Wert hat).

Somit müsse auch nicht jeder Verbraucher damit rechnen, dass Kinder oder Jugendliche an den streitigen Gewinnspielen teilnehmen dürfen.

Entsprechendes gelte hinsichtlich des Erfordernisses Mitteilung über die Form der Gewinnermittlung:

“

*"Der Verbraucher benötigt die Informationen, um informiert die geschäftliche Entscheidung zu treffen, sich ins Möbelhaus der Beklagte begeben, um an dem Gewinnspiel teilzunehmen. Bereits die Entscheidung des Verbrauchers, das Möbelhaus der Beklagten aufzusuchen, ist eine geschäftliche Entscheidung [...]*

*Das Vorenthalten der Information ist auch geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Denn es macht für ihn einen erheblichen Unterschied, ob und wie er teilnehmen kann und wie der Gewinner ermittelt wird. Das Vorenthalten ist damit geeignet, den Verbraucher zum Besuch des Geschäfts der Beklagten zu veranlassen, wovon er in Kenntnis der Teilnahmebedingungen sonst abgesehen hätte. Aus diesem Grund der Verstöße auch spürbar im Sinne von § 3a UWG."*

”

Sie möchten wissen, was Sie bei Gewinnspielen in **Zeiten der DSGVO** beachten müssen?

In unserem [Beitrag](#) klären wir Sie umfassend auf!

Wenn Sie wissen möchten, ob die Kopplung des Warenabsatzes mit der Teilnahme an einem Gewinnspiel möglich ist, dürfen wir Ihnen [diesen Beitrag](#) zur Lektüre empfehlen!

## Fazit

Das LG Essen hat entschieden, dass ein Wettbewerbsverstoß vorliegt, wenn die Werbung für ein Gewinnspiel keine Angaben zu den Teilnahmebedingungen (im konkreten Fall zur Ermittlung der Gewinner und Beschränkungen des Teilnehmerkreises) enthält.

Sie möchten professionell erstellte **Gewinnspiel-Teilnahmebedingungen** verwenden? [Hier entlang!](#)

Autor:

**RA Jan Lennart Müller**

Rechtsanwalt