

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## Werbung mit kostenloser Zugabe: Kann zulässig sein

Das OLG Köln (Beschluss vom 30.12.2008, Az.: 6 W 180/08) hatte sich unlängst mit der Frage auseinanderzusetzen, ob eine Werbung zulässig ist, die eine kostenlose Zugabe versprochen hatte. Letztlich entschieden die Richter, dass es sich dabei um keine unlautere Geschäftspraxis handle, da der Verbraucher über die Kosten der Hauptleistung aufgeklärt wurde.

### Entscheidung

In Streit stand der Werbeslogan:

“

*„Wir bieten Ihnen einen Winter-Check für 15,- EUR und schenken Ihnen dazu auch noch einen Gutschein für einen kostenlosen Wintercheck, den Sie für ein weiteres Auto gleich welcher Marke nutzen können.“*

”

Stein des Anstoßes war dabei die Verwendung des Wortes „kostenlos“.

Zwar stellt es laut der EU-Richtlinie 2005/29/EG für unlautere Geschäftspraktiken eine Irreführung dar, wenn Begriffe wie „gratis“, „umsonst“ oder „kostenfrei“ in der Absatzwerbung verwendet werden, für den Verbraucher aber tatsächlich weitere Kosten als diejenigen anfallen, die im Rahmen des Eingehens auf die Geschäftspraxis und für die Abholung oder Lieferung der Ware unvermeidbar sind.

Diese unlautere Geschäftspraxis ist im Übrigen seit dem 30.12.2008 nunmehr auch gesetzlich in Nr.21 des Anhangs zu § 3 Abs.3 UWG („Schwarze Liste“) verankert.

Die Richter störten sich auch nicht daran, dass mit Verwendung des Wortes „kostenlos“ nicht genau die Wortwahl der Richtlinie getroffen wurde, da auch ähnliche Begriffe umfasst sein sollen.

Das Gericht hat aber letztlich die Werbung als zulässig angesehen.

Denn es greife nicht schon bei jeder Verwendung der genannten Schlüsselworte die Irreführungsfiktion der EU-Richtlinie. Entscheidend ist nach Meinung der Richter vielmehr:

“

*„...ob der durchschnittliche Verbraucher mit Kosten rechnet, die ihm im Rahmen des Eingehens auf die Geschäftspraktik entstehen. Bleiben solche für sich genommen kostenlosen Zugaben zu einem entgeltlichen Angebot aber erlaubt, müssen sie auch als „kostenlos“ oder als „Geschenk“ angekündigt werden können, solange nicht beim Durchschnittsverbraucher der Eindruck entsteht, er brauche, um die Zugabe in Anspruch*

nehmen zu können, nichts anderes abzunehmen und an den Anbietenden folglich überhaupt nichts zu bezahlen.“

”

Hierzu wurde weiter ausgeführt:

“

*„Der Verbraucher wurde in keiner Weise darüber im Unklaren gelassen, dass er diesen Betrag bei einem Eingehen auf das Angebot jedenfalls zahlen müsse.“*

”

In diesem Zusammenhang grenzt das Gericht seine Entscheidung auch ausdrücklich zu der Konstellation ab, die der Entscheidung des LG Saarbrücken (Urteil vom 19.11.2008, Az.: 7KFH O 221/08) zugrunde lag. Hier wurde ein Produkt mit 0,- EUR beworben und mittels Sternchenverweis darauf aufmerksam gemacht, dass das Angebot von dem Abschluss eines 2 Jahresvertrages abhängig sei.

Im Gegensatz zu dieser Konstellation wurde vorliegend der Verbraucher aber gerade nicht im Unklaren über anfallende Kosten gelassen.

## Fazit

Die Entscheidung zeigt, dass bei der Werbung zwar zum einen durchaus auf die Wortwahl zu achten ist, zum anderen aber auch der Gesamtkontext der Werbung bei der rechtlichen Beurteilung der Zulässigkeit von Bedeutung ist. Vorsicht sollte bei der Formulierung einer Werbung in jedem Fall oberstes Gebot sein.

Autor:

**RA Felix Barth**

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement