

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Gewinnspiel! Preisausschreiben! – Ein Gewinn für alle? – Teil 1

Gewinnspiele und Preisausschreiben bieten Unternehmern die Gelegenheit, Kunden anzulocken und den Bekanntheitsgrad des eigenen Unternehmens oder der eigenen Produkte zu erhöhen. Damit die Verlosungen jedoch nicht zur rechtlichen Retourkutsche werden, müssen bestimmte Gesetze beachtet werden. Welche – davon berichtet nun die IT-Recht Kanzlei im Rahmen [ihrer Serie über die rechtlichen Aspekte der Werbung im Internet](#). Lesen Sie dazu heute den ersten von insgesamt drei Teilen zum Thema „Gewinnspiel! Preisausschreiben! – ein Gewinn für alle?“

Preisausschreiben – nicht immer ein Glücksfall

Preisausschreiben, Verlosungen und Gewinnspiele sind eine attraktive Möglichkeit für Unternehmer, auf ihr Unternehmen und ihre Produkte aufmerksam zu machen. In aller Regel lohnt sich der „kostenlose Einsatz“ eigener oder fremder Produkte: der Werbewert ist höher als die Kosten, die damit verbunden sind. Es wird allerdings nicht immer rechtskonform mit Gewinnspielen geworben. So entfaltet insbesondere das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) in § 4 Nr. 5 und 6 einen rechtlichen Rahmen, den Unternehmer einhalten müssen, wenn sie von Abmahnungen verschont bleiben wollen.

Relevante Gesetze im Zusammenhang mit Gewinnspielen

Für Gewinnspiele und Preisausschreiben als Maßnahmen der Absatzförderung sind insbesondere die bereits angesprochenen § 4 Nr. 5 und 6 UWG einschlägig.

So lautet § 4 Nr. 5 UWG:

"Unlauter handelt (..), wer

“

(Nr. 5) bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen mit Werbecharakter die Teilnahmebedingungen nicht klar und eindeutig angibt."

”

In § 4 Nr. 6 UWG heißt es:

"Unlauter handelt (..), wer

“

(Nr. 6) die Teilnahme von Verbrauchern an einem Preisausschreiben oder Gewinnspiel von dem Erwerb einer Ware oder der Inanspruchnahme einer Dienstleistung abhängig macht, es sei denn, das Preisausschreiben oder Gewinnspiel ist naturgemäß mit der Ware oder der Dienstleistung verbunden."

”

Die letztere Vorschrift stand zuletzt im Fokus, weil der EuGH – oberste rechtliche Instanz im Bereich der europaweit vereinheitlichten Vorschriften des Lauterkeitsrechts – darüber entschieden hat, ob jede Koppelung von Gewinnspielen mit dem Erwerb von Waren wettbewerbswidrig ist oder es Ausnahmen gibt.

Die IT-Recht Kanzlei hat bereits von dem Urteil berichtet. Dazu auch mehr im dritten Beitrag zum Thema „Gewinnspiel! Preisausschreiben!“.

Für Preisausschreiben/Gewinnspiele im Internet ist auch die Vorschrift des § 6 Absatz 1 Nr. 4 des Telemediengesetzes (TMG) relevant. Dort heißt es:

Diensteanbieter haben bei kommerziellen Kommunikationen, die Telemedien oder Bestandteile von Telemedien sind, mindestens die folgenden Voraussetzungen zu beachten:

“

Nr. 4: Preisausschreiben oder Gewinnspiele mit Werbecharakter müssen klar als solche erkennbar und die Teilnahmebedingungen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.

”

Schließlich gibt es auch im BGB eine Vorschrift, die sich mit Gewinnspielen und Preisausschreiben beschäftigt. Im § 661 BGB heißt es, dass eine sog. Auslobung (in diesem Fall: Gewinnspiel-Ausrichtung) nur gültig ist, wenn in der Bekanntmachung eine Frist für die Bewerbung bestimmt wird.

Daraus ergibt sich, dass der Ausrichter eines Gewinnspiels angeben muss, bis wann die Teilnahme möglich ist. Für weitere Ausführungen zu § 661 BGB lesen Sie gerne auch einen bereits erschienenen anderen Beitrag der IT-Recht Kanzlei an [dieser Stelle](#).

Was ist eigentlich ein Gewinnspiel, was ein Preisausschreiben?

Im Lauterkeitsrecht versteht man unter einem Preisausschreiben die Aufforderung zur Teilnahme an einem Wettbewerb, bei dem der Gewinner ausschließlich auf Grund seiner Kenntnisse und Fertigkeiten ermittelt werden soll (vgl. Köhler/Bornkamm, UWG, 28. Auflage 2010, § 4 Rz. 1.117). Dagegen versteht man unter einem Gewinnspiel die Aufforderung zur Teilnahme an einem Spiel, bei dem der Gewinner durch irgendein Zufallselement ermittelt wird (vgl. Köhler/Bornkamm, UWG, 28. Auflage 2010, § 4 Rz. 1.120). Somit liegt die rechtliche Unterscheidung dieser zwei Begriffe darin, dass man bei einem

Gewinnspiel allein durch die Teilnahme gewinnen kann, während man bei einem Preisausschreiben eine eigene Leistung erbringen muss, etwa die Lösung eines Rätsels oder die Beantwortung einer Frage etc.

Aber stets: Werbecharakter!

§ 4 Nr. 5 UWG ist nur auf solche Gewinnspiele und Preisausschreiben anwendbar, die „Werbecharakter“ haben. Dieser Begriff ist jedoch weit zu verstehen: allein die Tatsache, dass ein Unternehmer bekannter wird bzw. sich zusätzliche Bekanntheit durch das Gewinnspiel/Preisausschreiben verschafft, genügt hierfür bereits.

Es müssen klare Teilnahmebedingungen herrschen

Der Begriff der „Teilnahmebedingungen“ ist weit zu verstehen. Darunter fällt zum einen, wer überhaupt teilnehmen darf (etwa: „Teilnahme nur ab 18 Jahren, ausgenommen Mitarbeiter der xyz AG“) und was der- oder diejenige tun muss, um eine Chance auf den ausgeschriebenen Preis/Gewinn zu haben (z.B. „Schicken Sie uns einfach eine E-Mail mit der richtigen Antwort an...“ oder „Rufen Sie uns an unter (...) und nennen Sie uns die richtige Lösung“).

Zu den Teilnahmebedingungen gehört auch, wie die etwaige Gewinnbenachrichtigung erfolgt (postalisch, telefonisch, per E-Mail, persönlich...) und ob die Teilnahme mit besonderen Kosten verbunden ist, etwa Gebühren bei Anruf einer Mehrwertdienstnummer.

Nicht informieren muss der Veranstalter darüber, wie groß die Gewinnchancen sind – das kann in aller Regel sowieso nicht zuverlässig abgeschätzt werden. Ebenfalls muss nicht darauf hingewiesen werden, welche Gewinne in welcher Anzahl und zu welchem Wert ausgelobt werden. Dies stellt regelmäßig jedoch kein Problem dar, weil viele Veranstalter von Gewinnspielen/Preisausschreiben gerade auf die Darstellung und Bekanntgabe der Gewinne nicht verzichten wollen, um ihr Gewinnspiel besonders attraktiv zu machen.

Wann sind die Teilnahmebedingungen klar genug?

Wichtig ist, dass ein durchschnittlicher Teilnehmer die Teilnahmebedingungen ohne Probleme verstehen kann. Die Bedingungen müssen daher ohne Probleme auffindbar und (inhaltlich) verständlich sein. Dazu gehört z.B., dass bei Gewinnspielen, die sich (nur) an Deutsche richten, auch die deutsche Sprache verwendet wird.

Zu welchem Zeitpunkt muss der Veranstalter informieren?

Die Teilnehmer eines Gewinnspiels sollen selbstverständlich bereits vor der Teilnahme wissen, auf was sie sich einlassen, d.h. zu welchen Bedingungen die Teilnahme möglich ist. Daher muss der Veranstalter des Gewinnspiels/Preisausschreibens auch vor der Teilnahme entsprechende Informationen zur Verfügung stellen. Ein Unternehmer, der im Rahmen seines Webshops ein Gewinnspiel/Preisausschreiben veranstalten will, muss daher bereits auf seiner Website über die Teilnahmebedingungen informieren.

Es reicht beispielsweise nicht aus, wenn der Veranstalter erst mit der Gewinnbekanntgabe darauf hinweist, dass die Inanspruchnahme/Herausgabe des Gewinns davon abhängt, dass der „Gewinner“ eine bestimmte Ware käuflich erwirbt (unabhängig davon, ob eine solche Koppelung überhaupt rechtmäßig wäre, dazu jedoch später mehr).

Sobald Personen die Teilnahme am Gewinnspiel/Preisausschreiben möglich ist, etwa weil in einem TV-Werbespot eine Telefonnummer genannt wird und dazu aufgefordert wird „Rufen Sie jetzt an!“, müssen die Teilnahmebedingungen klar und eindeutig und vor allem auch unmittelbar angegeben sein. Ein Hinweis auf eine andere Informationsquelle, die der potentielle Teilnehmer eines Preisausschreibens/Gewinnspiels aktiv nutzen muss (z.B. Website, Info-Hotline etc.) reicht hierbei nicht aus.

Anders ist es allerdings zu bewerten, wenn – etwa im Fernsehen – lediglich ein Gewinnspiel angekündigt wird oder auf ein solches hingewiesen wird und dem anderen Ort, an dem (erst) die Gewinnspielteilnahme möglich ist, über die Teilnahmebedingungen informiert wird. Dies ist zulässig, da zum Zeitpunkt der Ankündigung des Gewinnspiels/Preisausschreibens eine Teilnahme noch nicht möglich gewesen ist.

Gewinnspiel verstößt gegen das UWG – was sind die Rechtsfolgen?

Bei jedem Verstoß gegen das UWG ergeben sich die Rechtsfolgen vor allem aus § 8 und § 9 UWG. Nach § 8 Absatz 1 UWG kann ein Unternehmen, das wettbewerbswidrig handelt, auf Beseitigung und Unterlassung in Anspruch genommen werden. Somit müssen rechtswidrig handelnde Unternehmen vor allem mit Abmahnungen rechnen, die – wenn sie berechtigt sind – mit nicht unerheblichen Abmahnkosten verbunden sein können.

Auch möglich, wenn auch weniger wahrscheinlich, ist, dass ein sich wettbewerbswidrig verhaltendes Unternehmen nach § 9 UWG Schadensersatz leisten muss.

Bei Werbung mit Gewinnspielen im Internet § 6 Absatz 1 Nr. 4 TMG nicht vergessen

Das Telemediengesetz enthält bestimmte Regelungen, die für sog. „elektronische Informations- und Kommunikationsdienste“ gelten, also für alle, die im Internet aktiv sind – somit auch alle Unternehmer, die im Internet Werbung betreiben.

Die Vorschrift des § 6 Absatz 1 Nr. 4 TMG (siehe den abgedruckten Wortlaut zu Beginn dieses Artikels) enthält Ergänzungen zu § 4 Nr. 5 UWG. Demnach müssen bei Gewinnspielen/Preisausschreiben die Teilnahmebedingungen auch leicht zugänglich sein. Diese Regelung trägt dem Umstand Rechnung, dass das Internet etwas anderes ist als das gute alte, geduldige Papier: Informationen sind flüchtig und lassen sich hinter schwer auffindbaren Verlinkungen verstecken – gerade das darf aber nicht passieren! Ansonsten läge ein Gesetzesverstoß vor, was zur Folge hätte, dass dieser über § 4 Nr. 11 UWG ebenfalls zu wettbewerbsrechtlichen Konsequenzen führen könnte.

Fazit

Gewinnspiele und Preisausschreiben sind (natürlich) eine tolle Sache – sowohl für die Veranstalter wie auch für die Teilnehmer. Unternehmer, die deren Werbewert für sich nutzen wollen, müssen lediglich gewisse Regeln einhalten.

Dann müssen keine Abmahnungen befürchtet werden. Insbesondere muss für die Teilnehmer des Gewinnspiels/Preisausschreibens klar und leicht verständlich ersichtlich sein, unter welchen Bedingungen die Teilnahme möglich ist.

Lesen Sie nächsten Freitag an dieser Stelle den zweiten Teil dieses Artikels „Gewinnspiel! Preisausschreiben! – ein Gewinn für alle?“ im Rahmen [der Serie der IT-Recht Kanzlei über die rechtlichen Aspekte der Werbung im Internet](#) !

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber

Rechtsanwalt