

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

Gewinnspiel! Preisausschreiben! - Ein Gewinn für alle? - Teil 2

Bereits letzte Woche informierte die IT-Recht Kanzlei [im ersten Teil dieses Artikels](#) darüber, welche Gesetze die Veranstalter von Gewinnspielen und Preisausschreiben beachten müssen – insbesondere im Internet. Lesen Sie dazu heute im zweiten Teil, ob es rechtmäßig ist, wenn ein Verkäufer die Teilnahme an einem Gewinnspiel von dem Kauf eines Produkts abhängig macht.

Das Transparenzgebot

Bereits letzte Woche hat die IT-Recht Kanzlei beleuchtet, wie ein Gewinnspiel ausgestaltet sein muss, dass es den rechtlichen Anforderungen des in § 4 Nr. 5 UWG geregelten sog. Transparenzgebots genügt, d.h. was es bedeutet, dass die Teilnahmebedingungen klar und eindeutig angegeben sein müssen.

Heute geht es einen Schritt weiter: im Fokus steht heuer § 4 Nr. 6 UWG. Diese Vorschrift ist im Moment deshalb von besonderem Interesse, weil sich der EuGH erst im Januar zu dieser Regelung geäußert hat. Die IT-Recht Kanzlei hat [bereits darüber berichtet](#).

Das Gesetz

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.*

”

Diese Vorschrift stand zuletzt im Blickpunkt, 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 ob bestimmte Ausnahmen gemacht werden müssen. Die IT-Recht Kanzlei hat bereits von dem Urteil berichtet. Dazu mehr im dritten Teil des Artikel in der nächsten Woche.

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.

Was ist ein Gewinn?

Schwierigkeiten macht schon die Abgrenzung zwischen dem zu gewinnenden Preis und dem damit zusammenhängenden Erwerb einer Ware (bzw. Inanspruchnahme einer Dienstleistung). Denn die Vorschrift des § 4 Nr. 6 UWG ist möglichst eng zu verstehen. Dies bedeutet, dass nur solche Fälle von ihr erfasst werden, bei denen der Käufer einer Ware durch die damit verbundene Teilnahme an einem Gewinnspiel/Preisausschreiben etwas Zusätzliches bekommt. Dagegen nicht erfasst werden solche Fälle, bei denen sich der Kaufpreis der Ware durch das Gewinnspiel/Preisausschreiben ermäßigt.

Dazu folgendes Beispiel:

“

Falls jeder 20. Käufer in einem Internetshop zusätzlich zu seinem Kauf einen DVD-Player geschenkt bekommt (ohne dass er vor der Bestellung weiß oder wissen kann, dass er einer der „zwanzigsten“ Käufer ist), so ist dieser Fall von § 4 Nr. 6 UWG erfasst, da der Käufer neben seiner gekauften Ware zusätzlich etwas Weiteres hinzubekommt. Anders sieht es dagegen aus, wenn bei einem Webshop jeder 20. Kunde den Kaufpreis erlassen bekommen würde (etwa „Jeder 20. Einkauf kostenlos“). Denn dann bekommt der Käufer genau genommen nichts zusätzlich – es werden lediglich die Kaufmodalitäten verändert.

”

Das mag für rechtliche Laien kaum verständlich sein, jedoch soll § 4 Nr. 6 UWG gerade nur solche Fälle erfassen, bei denen die Teilnahme an einem Gewinnspiel/Preisausschreiben mit dem Erwerb einer Ware verbunden ist.

Nur Verbraucher!

Bei § 4 Nr. 6 UWG geht es um Verbraucher. Dies bedeutet, dass die Vorschrift nur dann einschlägig ist, wenn sich das Gewinnspiel an Verbraucher im Sinne des § 13 BGB richtet. Der Hintergrund ist, dass § 4 Nr. 6 UWG Verbraucher davor schützen soll, dass sie ihre Kaufentscheidung auf unsachgemäße Gründe stützen könnten (nämlich auf die Möglichkeit bzw. Chance auf einen attraktiven Gewinn).

Ein solcher „Schutz“ ist bei Unternehmern (im Rechtssinne gem. § 14 BGB der Gegenpol zu den Verbrauchern) nicht notwendig, denn diese hält das Gesetz für geschäftlich erfahren genug, um zwischen einem emotionalen Impuls (attraktive Gewinne beim Gewinnspiel/Preisausschreiben) und Geschäftsentscheidung (Erwerb einer Ware bzw. Inanspruchnahme einer Dienstleistung) zu differenzieren. Dabei ist jedoch zu beachten, dass es für die Frage, ob jemand Verbraucher oder Unternehmer im Rechtssinne ist, nicht darauf ankommt, ob er etwa Kaufmann oder wenigstens kaufmännisch tätig ist. Vielmehr ist entscheidend, ob das konkrete Geschäft für die kaufende Person ein Verbrauchergeschäft ist oder nicht. So ist der Kauf eines Buches für einen Buchhändler ein Unternehmergeschäft, während er für den Obsthändler regelmäßig ein Verbrauchergeschäft ist.

Ware oder Dienstleistung

Grundsätzlich werden jedwede Waren und Dienstleistungen von der Vorschrift erfasst, so auch Presseerzeugnisse wie Zeitschriften, Tageszeitungen und Magazine.

Die Zuordnung als Ware oder Dienstleistung ist allerdings dann problematisch, wenn die Dienstleistung, die zur Gewinnspielteilnahme in Anspruch genommen werden muss, lediglich die teure Anwahl einer Mehrwertdiensterufnummer ist. Ist das Anrufen einer solchen teuren Nummer notwendig, um an einem Gewinnspiel/Preisausschreiben teilnehmen zu können, so könnte darin ein Verstoß gegen § 4 Nr. 6 UWG zu sehen sein. Dieser Fall ist jedoch – soweit ersichtlich – noch nicht von einem Gericht entschieden worden. Kein Problem stellt es jedoch dar, wenn man zur Teilnahme an einem Gewinnspiel zwar eine teure Mehrwertdiensterufnummer anrufen soll, aber daneben auch dadurch teilnehmen kann, dass man eine bestimmte Website im Internet aufsucht. Denn dann ist die Teilnahme an dem Gewinnspiel nicht zwingend mit der Inanspruchnahme der Dienstleistung gekoppelt.

Erwerb von Ware oder Dienstleistung notwendig

Verboten ist nach § 4 Nr. 6 UWG etwa eine Koppelung von Gewinnspiel und Kauf dahingehend, dass der Teilnahmechein / Coupon nur erhältlich ist, wenn man ein bestimmtes Produkt kauft, weil dieser beispielsweise auf der Produktverpackung aufgedruckt ist und ausgeschnitten und eingeschickt werden muss. Keine (verbotene) Koppelung liegt wiederum dann vor, wenn Teilnehmer auch auf anderen Wegen an einem solchen Gewinnspiel/Preisausschreiben teilnehmen können – etwa durch Aufsuchen einer Internetseite.

Fälle dieser Art sind bei Gewinnspielen, die zu Werbezwecken im Internet veranstaltet werden, allerdings kaum denkbar.

Von § 4 Nr. 6 UWG werden allerdings auch Fälle des sog. psychischen Kaufzwangs erfasst. Wenn sich Kunden aus Anstandsgründen verpflichtet fühlen, etwas zu kaufen, wenn sie an dem Gewinnspiel teilnehmen, so kann dies ebenfalls von dem Koppelungsverbot erfasst werden. Allerdings sind hieran sehr strenge Anforderungen zu stellen, denn mittlerweile setzt sich ein Verbraucherleitbild durch, das davon ausgeht, dass Verbraucher weitestgehend mündig und selbstständig sind und nicht immer beaufsichtigt, zu sehr geschützt oder gar bevormundet werden müssen. Daher wird es nur in Einzelfällen dazu kommen, dass das Koppelungsverbot aus § 4 Nr. 6 UWG bei sog. psychischem Kaufzwang zu einer Unzulässigkeit eines Gewinnspiels/Preisausschreibens führt.

Ähnliches gilt im Übrigen für Fälle, in denen Verbrauchern der Eindruck erweckt wird, ihre Gewinnchancen einem Gewinnspiel/Preisausschreiben würden sich dadurch erhöhen, dass sie eine bestimmte Ware/Dienstleistung kaufen/in Anspruch nehmen, auch wenn dies tatsächlich gar nicht der Fall ist. Auch hier kommt es stets auf den Einzelfall an – nur in besonders krassen Fällen wird man hier zu einer Wettbewerbswidrigkeit kommen.

Konkret – Hürden im Internet?

§ 4 Nr. 6 UWG kann bei Werbung im Internet beispielsweise dann eine Rolle spielen, wenn Unternehmer (Verkäufer) die Teilnahme an einem Gewinnspiel davon abhängig machen, dass ein Verbraucher eine (nicht notwendig) bestimmte Ware bestellen.

So wäre es wettbewerbswidrig, damit zu werben, dass jeder Kunde, der im Webshop bestellt, durch einfaches Ankreuzen eines Kästchens im Bestellformular an einer Verlosung teilnimmt, wenn nicht auch Personen an dem Gewinnspiel/Preisausschreiben teilnehmen können, ohne dass sie eine solche Bestellung vornehmen.

Ausnahme: die „naturgemäße Verbundenheit“

Nach § 4 Nr. 6 UWG ist ein Gewinnspiel/Preisausschreiben auch dann lauterkeitsrechtlich zulässig, wenn es naturgemäß mit der (zu kaufenden) Ware verbunden ist. Diese Vorschrift zielt vor allem auf die sog. Rätselhefte ab, die nicht verboten sein sollen. Im Zeitschriftenhandel sind bekanntermaßen viele Rätselmagazine (käuflich) erhältlich, deren Inhalt fast ausschließlich aus Preisausschreiben/Gewinnspielen besteht. Um an diesen Gewinnspielen teilnehmen zu können, müssen Verbraucher selbstverständlich die Zeitschriften erwerben; hier ist das Gewinnspiel/Preisausschreiben zwingend mit dem Erwerb des Produkts gekoppelt.

Rechtsfolgen eines Verstoßes gegen § 4 Nr. 6 UWG

Wie bei einem Verstoß gegen § 4 Nr. 5 UWG muss auch derjenige, der gegen § 4 Nr. 6 UWG verstößt, damit rechnen, abgemahnt zu werden und entsprechende Abmahnkosten tragen zu müssen (§ 8 Absatz 1 UWG).

Auch Schadensersatzansprüche können in seltenen Fällen in Betracht kommen (§ 9 UWG).

Verstoß gegen EU-Recht?

§ 4 Nr. 6 UWG steht nicht für sich allein – vielmehr muss die Vorschrift im Kontext des Europäischen Gemeinschaftsrechts gesehen werden, denn hieraus hat sie sich entwickelt. Aber gerade in der Zusammenschau mit der EG-Richtlinie, auf die § 4 Nr. 6 UWG zurückgeht bzw. die deren Inhalt beeinflusst, ergab sich ein rechtliche Fragestellung, die der EuGH im Januar mit einem wegweisenden Urteil entschieden hat.

Worin das rechtliche Problem besteht und wie der EuGH die Rechtsfrage entschieden hat, können Sie nächsten Freitag an dieser Stelle im dritten Teil dieses Artikels „Gewinnspiel! Preisausschreiben! – ein Gewinn für alle?“ [im Rahmen der Serie der IT-Recht Kanzlei](#) zu den rechtlichen Aspekten der Werbung im Internet lesen.

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber
Rechtsanwalt