

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Bundesgerichtshof: zur Zulässigkeit einer an Kinder gerichteten Werbung (Zeugnisaktion)

Der BGH hat kürzlich über die Zulässigkeit einer "Zeugnisaktion" eines Elektronik-Fachmarktes entschieden. Die Beklagte warb in einer Zeitungsanzeige mit einer Werbeaktion, bei der Schüler eine Kaufpreismäßigung von 2 € für jede Eins im Zeugnis erhielten. In der Anzeige wurde darauf hingewiesen, dass die Ermäßigung für alle von der Beklagten angebotenen Warenbereiche gelten sollte. Der klagende Bundesverband der Verbraucherzentralen hält diese Werbung für unlauter, da sie die angesprochenen Schüler in unzulässiger Weise zum Kauf auffordere und deren geschäftliche Unerfahrenheit ausnutze.

Das Landgericht hat den auf Unterlassung gerichteten Antrag abgewiesen. Die Berufung des Klägers hatte keinen Erfolg. Nach Ansicht des Berufungsgerichts enthält die Werbung zwar eine an Kinder gerichtete Aufforderung zum Kauf. Sie verstoße aber nicht gegen die Verbotsnorm der Nummer 28 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG*, weil sich der allgemeine Kaufappell nicht auf konkrete Produkte, sondern auf das gesamte Sortiment der Beklagten beziehe. Die Werbung übe auch keinen unangemessenen unsachlichen Einfluss auf die Entscheidungsfreiheit der angesprochenen Schulkinder aus und nutze auch nicht deren geschäftliche Unerfahrenheit aus. Mit der vom Berufungsgericht zugelassenen Revision erstrebt der Kläger die Verurteilung der Beklagten.

Der Bundesgerichtshof hat die Revision des Klägers zurückgewiesen. Er hat angenommen, dass es an einem hinreichenden Produktbezug im Sinne von Nummer 28 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG fehlt. Diese Bestimmung setzt voraus, dass ein auf bestimmte Produkte gerichteter Kaufappell vorliegt. Eine allgemein auf das gesamte Warensortiment bezogene Kaufaufforderung genügt nicht.

Der Bundesgerichtshof hat - wie das Berufungsgericht - auch einen Wettbewerbsverstoß gemäß § 4 Nr. 1 und Nr. 2 UWG verneint. Bei der gebotenen unionsrechtskonformen Auslegung dieser Vorschriften im Lichte von Art. 8 und 9 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken kann weder ein unangemessener unsachlicher Einfluss auf die Entscheidungsfreiheit noch eine Ausnutzung der Unerfahrenheit der von der Werbung angesprochenen Schulkinder angenommen werden.

Urteil vom 3. April 2014 - I ZR 96/13 - Zeugnisaktion

Quelle: PM des BGH

Autor:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt