von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

Frage des Tages: Ist die Werbung als Paketbeilage (Paketflyer) rechtlich zulässig?

Die Marketing-Ideen kennen kaum Grenzen, in rechtlicher Hinsicht ist die ein oder andere Marketing-Kampagne allerdings rechtswidrig. Im Falle von Paketbeilagen handelt es sich zumeist um Prospekte, Flyer, Gutscheine, etc. werbetreibender Unternehmen, die den Warensendungen von Online-Händlern beigelegt werden, um für die eigenen Waren zu werben. Aber ist diese Form der Werbung auch zulässig?

Der Vorteil derartiger Paketbeilagen ist die unmittelbare Erreichbarkeit des Kunden. Die Kosten für die Paketbeilagen sind äußerst gering, zudem wird der bestehende Versand von Waren genutzt, um mit solch einer Warensendung zugleich auch die Werbung (für das eigene oder fremde Unternehmen) zu integrieren. Es entstehen für die Paketbeilagen keine gesonderten Versandkosten, was diese Werbeform äußerst kostengünstig macht.

Zudem macht sich diese Form der Werbung auch den Augenblick der gesteigerten Aufmerksamkeit des Kunden zunutze, der die Sendung wohl in den meisten Fällen in einer positiven Grundstimmung/Erwartungshaltung auspacken und in diesem positiven Gefühlszustand die Werbung zur Kenntnis nehmen wird. Paketbeilagen haben sich daher mittlerweile zu einer der reichweitenstärksten und kostengünstigsten Offline-Werbemaßnahmen etabliert.

Aber wie verhält es sich hiermit in rechtlicher Hinsicht? **Ist das Beilegen von Werbung für das eigene bzw. ein fremdes Unternehmen grundsätzlich erlaubt?**

Antwort: Ja. Nach dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (kurz UWG) ist diese Form der Werbung grundsätzlich möglich und erlaubt. Hierfür ist es auch nicht von Nöten, dass der betroffene Empfänger zuvor dieser Form der Werbung zugestimmt hat. Eine Ausnahme von diesem Grundsatz mag dann gelten, wenn die konkrete Paketbeilage selbst wettbewerbsrechtlichen Vorgaben nicht genügt. Auch könnte man eine solche Werbung dann für unzulässig halten, wenn die Warensendung mit überproportional viel Paketbeilagenwerbung versehen ist. Wo in solch einem Fall die Grenze zu ziehen ist, ist konkrete Tatfrage.

Tipps für das Marketing mit Paketbeilagen:

- Bestimmen Sie den Personenkreis, der mit den Paketbeilagen angesprochen werden soll! Erst wenn die Zielgruppe definiert ist, kann festgelegt werden, an wen welche Werbung versendet werden soll.
- Damit die Paketbeilage die beabsichtigte Wirkung entfaltet, sollten Online-Händler besondere Mühe in die Ausgestaltung der Beilage selbst investieren, nur dann ist eine wirkungsvolle Zielgruppenansprache möglich. Wichtig ist hierbei vor allem, dass für den Empfänger ein besonderer Wert gestiftet wird, die beworbene Person muss also einen Nutzen aus der Beilage ziehen können.
- Messen bzw. evaluieren Sie den Erfolg solcher Werbung, um abzuschätzen, welche Werbung bei Ihren Kunden besonders guten Anklang.

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360

Autor:
RA Jan Lennart Müller
Rechtsanwalt

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360