

Gewinnspiele und Preisausschreiben - Welche rechtlichen Vorgaben müssen Sie beachten?

Auch für Shopbetreiber sind Gewinnspiele oder Preisausschreiben zur Kundengewinnung ein wesentliches Marketinginstrument. Jedoch sind auch bezüglich der Organisation und Durchführung von Gewinnspielen und Preisausschreiben rechtliche Vorgaben zu beachten.

Welche das sind, stellt RA Rolf Albrecht in seinem Gastbeitrag dar.

Grundsätzlich ist die rechtliche Verpflichtung gegeben, bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen die entsprechenden Teilnahmebedingungen klar und deutlich anzugeben. Dies ergibt sich aus der gesetzlichen Regelung des § 4 Nr. 5 UWG:

Unlauter handelt insbesondere, wer bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen mit Werbecharakter die Teilnahmebedingungen nicht klar und eindeutig angibt.

Was sind Preisausschreiben und Gewinnspiele?

Als Preisausschreiben ist dabei die Werbung des Unternehmers zu verstehen, bei dem zahlreiche Preise zur Verfügung gestellt werden, die dann durch entsprechende Preisrichter einem einzelnen Teilnehmer zuerkannt werden. Gewinnspiele sind dabei solche Veranstaltungen, bei denen der Gewinner im Rahmen eines zufälligen Auswahlvorganges ausgewählt wird.

Die Leistung des entsprechenden Kunden besteht in der Regel darin, dass eine Teilnahme durch Anmeldung erfolgt. Der Eintritt des Gewinns ist dabei von einem zukünftigen, zufälligen Ereignis abhängig.

Was versteht der Gesetzgeber unter „Werbecharakter“?

Unter dem Begriff „Werbecharakter“ versteht der Gesetzgeber, dass die Veranstaltung des Preisausschreibens bzw. des Gewinnspiels nicht allein der Unterhaltung des Teilnehmers dient, sondern in einem weitest zu verstehenden Sinne werbende Wirkung für den Veranstalter und/oder dessen Angebot entfaltet. Dass durch das Gewinnspiel oder Preisausschreiben eine werbende Wirkung für den Onlineshopbetreiber entsteht.

Da dies Sinn und Zweck einer solchen Werbemaßnahme ist, ist praktisch jedes Gewinnspiel oder Preisausschreiben mit „Werbecharakter“ versehen.

Wie müssen die Teilnahmebedingungen dargestellt werden?

Für den Shopbetreiber dürfte sich zu allererst die Frage stellen, zu welchem Zeitpunkt er die vollständigen Teilnahmebedingungen dem Verbraucher mitteilen muss. Grundsätzlich geht die Rechtsprechung davon aus, dass bereits bei der Werbung für ein Gewinnspiel oder Preisausschreiben diese Teilnahmebedingungen dann mitgeteilt werden müssen, wenn die Teilnahme unmittelbar aus der Werbung heraus erfolgen kann.

Ist dies nicht der Fall, so reicht es aus, wenn unter den räumlichen und zeitlichen Beschränkungen

des verwendeten Werbemediums dem Verbraucher diejenigen Informationen gegeben werden, wenn dies für die Entscheidung des Verbrauchers, ob er an dem Gewinnspiel oder Preisausschreiben teilnimmt, erforderlich ist.

Somit muss zwischen der unmittelbaren Teilnahmemöglichkeit und der Ankündigung unterschieden werden. Im Rahmen der Ankündigung dürfte die Nennung der Internetadresse ausreichend sein.

Entscheidet sich der Shopbetreiber dafür, dass Gewinnspiel oder das Preisausschreiben aktiv zu bewerben, so müssen bereits bei der Bewerbung die Teilnahmebedingungen dargestellt werden. Dafür dürfte es ausreichend sein, diese Informationen entweder mit einem Sternchenhinweis unmittelbar unterhalb der Bewerbung anzubringen oder über einen entsprechenden Link diese Informationen darzustellen.

Welche Angaben müssen die Teilnahmebedingungen enthalten?

Der Umfang der Informationspflichten erstreckt sich auf all die Angaben, die der Teilnehmer benötigt, um eine informierte Entscheidung über die Teilnahme an dem Gewinnspiel oder Preisausschreiben zu treffen. Dazu gehören zum Beispiel die Angaben, welche Personen an diesem Gewinnspiel oder Preisausschreiben teilnehmen können, ob ggf. Kosten für die Teilnahme anfallen oder Kosten für die Abholung entsprechender Gewinne.

Gleichfalls anzugeben sind ebenfalls der Veranstalter des Gewinnspiels inklusive der Anschrift und die Teilnahmefrist.

Abschließend müssen im Rahmen der Teilnahmebedingungen auch die Ermittlung des Gewinners und die Art und Weise der Bekanntgabe dargestellt werden. Nicht zu den Teilnahmebedingungen zählen jedoch die tatsächlichen Gewinnchancen des Verbrauchers bei der Teilnahme an dem Gewinnspiel oder auch die Angabe des Wertes des jeweiligen zu gewinnenden Gegenstandes.

Klar und deutliche Darstellung

All die vorgenannten Angaben müssen klar und deutlich dargestellt werden. Dies bedeutet, dass sie inhaltlich verständlich dargestellt werden müssen. Ergänzend findet dabei auch die Regelung des § 6 Abs.1 Nr.4 TMG Anwendung.

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

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

Werden diese Angaben über einen Sternchenhinweis im Onlineshop dargestellt, so muss dieser Sternchenhinweis unmittelbar im Rahmen der Bewerbung angebracht werden, damit dieser nicht übersehen werden kann.

Sollte eine solche Darstellung nicht erfolgen, so muss eine eigene Unterseite im jeweiligen Onlineangebot geschaffen werden, auf der sämtliche Teilnahmebedingungen aufgeführt werden.

Fazit

Unter Einhaltung der vorgenannten Bedingungen sollte ein Gewinnspiel oder auch ein Preisausschreiben für den Onlineshopbetreiber risikolos möglich sein.

Grundsätzlich keine Kopplung mit Gewinnspiel/Preisausschreiben

Ebenfalls zu beachten hat der Onlineshopbetreiber die Regelung des § 4 Nr. 6 UWG. Darin ist geregelt, dass grundsätzlich der Onlineshopbetreiber die Teilnahme an einem Gewinnspiel oder Preisausschreiben nicht von einem Kauf Waren oder dem Erwerb von Dienstleistungen in seinem Onlineshop abhängig machen kann.

Eine solche Abhängigkeit kann zum Beispiel dann vorliegen, wenn der Verbraucher gezwungen wird, an einem Preisausschreiben oder Gewinnspiel teilzunehmen, um im Nachhinein etwaige Waren in einem Onlineshop einzukaufen.

Ebenfalls besteht die Möglichkeit, dass für den Verbraucher der Eindruck erweckt wird, dass für eine erfolgreiche Beteiligung an einem Gewinnspiel der Erwerb einer Ware zwingend erforderlich ist.

In beiden vorgenannten Fällen kann eine solche Wirkung von der entsprechenden Bewerbung des Gewinnspiels oder des Preisausschreibens ausgehen.

Der Onlineshopbetreiber hat mithin darauf zu achten, die entsprechende Bewerbung so darzustellen, dass ein Eindruck für den Verbraucher nicht entsteht, der ggf. wettbewerbswidrig sein kann.

Ausnahmen sehr eingeschränkt möglich

Eine Ausnahme sieht der Gesetzgeber in dem Fall vor, dass eine so genannte „naturgemäße Verbindung“ mit Waren oder Dienstleistungen vorliegt. Unter dem Begriff „naturgemäße Verbindung“ versteht der Gesetzgeber den Fall, dass eine Veranstaltung des Gewinnspiels oder Preisausschreibens gar nicht möglich ist, ohne die Waren oder Dienstleistungen zu erwerben.

Dieser Fall dürfte im Bereich des Internets jedoch nicht gegeben sein. Ein klassischer Fall ist das in der Zeitschrift abgedruckte Preisrätsel oder auch Gewinnspiele in Funk und Fernsehen.

Aktuelle Rechtsentwicklung auf europäischer Ebene

Aktuellen Anlass zur Zulässigkeit des vorstehend genannten Kopplungsverbots hat eine aktuelle Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) gegeben. Das Gericht hatte in seiner Entscheidung vom 14. Januar 2010, Az.: C-304/08 grundsätzlich Bedenken in Bezug auf die rechtlichen Vorgaben des deutschen Gesetzgebers geäußert.

Es sei nicht mit dem europäischen Recht vereinbar, dass grundsätzlich ein Verbot der Kopplung besteht, ohne das der Gesetzgeber eine Prüfung des Einzelfalls ermöglicht. Dadurch sei europäisches Recht verletzt.

Auch wenn die Entscheidung wohl nur durch fachkundige Juristen verstanden werden kann, so gibt dieses Urteil für Unternehmen einen erweiterten Rechtsrahmen, innerhalb dessen auch bei der

Kopplung des Absatzes von Waren oder Dienstleistungen mit einem Preisausschreiben oder Gewinnspiel zulässig sein kann.

Vorsicht bei Gewinnmitteilungen

Gleichfalls unzulässig ist es nach Nr. 17 des Anhanges zu § 3 Abs. 3 (sog. Black-List) mit einem Gewinnspiel oder Preisausschreiben zu werben, wenn der zu erwartende Vorteil oder der Preis für den Verbraucher mit einer Geldzahlung oder einer Kostenübernahme unmittelbar zusammenhängt oder aber die dargestellten Preise von vornherein nicht gewonnen werden können. Wird ein solches Gewinnspiel oder Preisausschreiben durch den Onlineshopbetreiber veranstaltet und die vorangegangenen Voraussetzungen erfüllt, so liegt zwingend ein Wettbewerbsverstoß vor.

Preis wird trotz Gewinn nicht verteilt

Abschließend bleibt darauf hinzuweisen, dass es unzulässig ist es, Gewinnspiele oder Preisausschreiben anzubieten, wenn tatsächlich keine Gewinnchance für den Verbraucher besteht und gar kein Preis vergeben wird. Ein solches Vorgehen verstößt gegen Nr. 20 des Anhanges zu § 3 Abs. 3. Dabei ist zu beachten, dass dieser Wettbewerbsverstoß auch dann gegeben ist, wenn sich im Nachhinein herausstellt, dass die beworbenen Preise nicht in ausreichender Anzahl zur Verfügung gestellt werden.

Fazit

Zusammenfassend ist zu sagen, dass die Veranstaltung und Durchführung von Gewinnspielen oder Preisausschreiben für den Onlineshopbetreiber an rechtliche Voraussetzungen geknüpft ist. Werden diese Vorgaben jedoch eingehalten, so ist auch die Vornahme solcher Werbemaßnahmen ein probates Mittel für Onlineshopbetreiber.

Über den Autor:

 RA Rolf Albrecht

Rolf Albrecht ist Rechtsanwalt und Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz sowie Fachanwalt für Informationstechnologierecht in der Kanzlei [volke2.0](#). Rechtsanwalt Albrecht schreibt regelmäßig als Gastautor Beiträge für den Shopbetreiber-Blog.