

SCHIEDERMAIR

RECHTSANWÄLTE

Newsletter Gewerblicher Rechtsschutz

Nr. 24 – August 2008

Neues zum Transparenzgebot bei Gewinnspielen

Unser Newsletter Nr. 8 vom April 2007 berichtete über eine Entscheidung des OLG Frankfurt am Main, die sich mit verschiedenen Aspekten des so genannten Transparenzgebots bei Gewinnspielen (§ 4 Nr. 5 UWG) befasst. Hierbei ging es insbesondere um die Frage, welche Informationen in Bezug auf das Gewinnspiel zu welchem Zeitpunkt gegeben werden müssen. Das OLG Frankfurt am Main hatte in dem zu entscheidenden Fall der Ankündigung eines Gewinnspiels in einem TV-Spot dahin geurteilt, dass es nicht erforderlich sei, schon in einem TV-Spot die Teilnahmebedingungen umfassend zu kommunizieren, wenn keine unmittelbare Teilnahmemöglichkeit bestehe. Es reiche aus, wenn auf Teilnahmebedingungen aus einer leicht zugänglichen Informationsquelle verwiesen werde.

Da das OLG Frankfurt am Main die Revision gegen sein Urteil zugelassen hatte, ist die Entscheidung noch nicht rechtskräftig, sondern befindet sich zurzeit im Revisionsverfahren. Gegen einen ähnlich gelagerten, aber umgekehrt entschiedenen Fall des Kammergerichts in Berlin ist Nichtzulassungsbeschwerde eingelegt. Die Entscheidung, über die es jetzt zu berichten gilt, ist in einem Revisionsverfahren gegen ein Urteil des OLG Köln ergangen. Dies zeigt, dass auch vier Jahre nach Inkrafttreten der UWG-Reform von 2004 Vieles noch offen ist und ein hoher Bedarf an Klärung durch den Bundesgerichtshof besteht.

Problem:

Welche Informationen im Rahmen der Teilnahmebedingungen zwingend gegeben werden müssen, ist im Einzelnen streitig und hängt auch von dem Medium ab, über das

die betroffene Veranstaltung beworben wird. Das Gesetz selbst sagt ausdrücklich nichts darüber aus, zu welchem Zeitpunkt der Werbende diese Information geben muss. Unzweifelhaft ist, dass die Angaben so rechtzeitig gemacht werden müssen, dass ein aufmerksamer und verständiger Verbraucher sie bei seiner Entscheidung über die Teilnahme berücksichtigen kann. Ob dies auch schon bei der Ankündigung eines Gewinnspiels (zum Beispiel in einem TV-Spot) gilt, insbesondere dann, wenn an dem Gewinnspiel nicht unmittelbar teilgenommen werden kann, ist umstritten.

Entscheidung:

Der BGH hat mit seinem Urteil vom 10.01.2008 (I ZR 196/05 – Urlaubsgewinnspiel) eine erste Klärung einiger Fragen herbeigeführt.

In dem Fall hatte ein Möbelhaus in einer Zeitungsanzeige für ein Urlaubsgewinnspiel geworben. Es hatte die ausgelobten Preise angegeben und darauf hingewiesen, wo Gewinnspielkarten zu erhalten seien. Außerdem waren der Einsendeschluss genannt und dass der Gewinner per Los ermittelt werde. Ein Wettbewerbsverein hatte beanstandet, dass die Teilnahmebedingungen nicht klar und eindeutig angegeben seien. Nachdem er mit einem entsprechenden Verbotsantrag zunächst in erster Instanz Erfolg hatte, hatte das OLG Köln die Klage abgewiesen. Die Klageabweisung hat der BGH bestätigt.

Dabei ist der BGH zunächst einer ständigen Rechtsprechung des OLG Köln gefolgt, wonach das Transparenzgebot des § 4 Nr. 5 UWG auch schon Anwendung finde, wenn im Vorfeld eines Gewinnspiels werbend auf die Veranstaltung hingewiesen werde. Denn die vom Veranstalter bezweckte Anlockwirkung erreiche den Verbraucher bereits durch die Bewerbung des Gewinnspiels. Der mit dem Transparenzgebot verfolgte Schutzzweck gebiete es daher, auch schon die Werbung für ein Gewinnspiel in seinen Anwendungsbereich einzubeziehen. Könne der Verbraucher aufgrund einer Anzeigenwerbung aber noch nicht ohne weiteres – etwa mittels einer angegebenen Rufnummer oder einer beigefügten Teilnahmekarte – an dem Gewinnspiel teilnehmen, benötige er noch keine umfassenden Informationen über die Teilnahmebedingungen. Es reiche dann aus, unter Berücksichtigung der räumlichen und zeitlichen Beschränkungen des verwendeten Werbemediums dem Verbraucher diejenigen Informationen zu geben, für die bei ihm nach den Besonderheiten des Einzelfalls schon zum Zeitpunkt der Werbung ein aktuelles Aufklärungsbedürfnis bestehe. Danach reicht es nach Auffassung des BGH grundsätzlich aus, wenn dem Verbraucher mitgeteilt werde, bis wann er wie teilnehmen kann und wie die Gewinne ermittelt werden. Sollte es eine

besondere Beschränkung des Teilnehmerkreises geben (zum Beispiel Ausschluss von Minderjährigen), sei darauf hinzuweisen.

Kommentar:

Das Urteil des BGH ist unbedingt zu begrüßen, auch wenn es nicht in jeder Hinsicht überzeugt. Die Feststellung, dass es der Schutzzweck des § 4 Nr. 5 UWG gebiete, das Transparenzgebot auch schon in der werbenden Ankündigung für ein Gewinnspiel zu berücksichtigen, wird unter Verweis auf die (ebenfalls jede vertiefte Befassung mit der Problematik entbehrende) Gesetzesbegründung, die einen Gleichklang mit den Transparenzanforderungen bei Verkaufsförderungsmaßnahmen (§ 4 Nr. 4 UWG) vorsieht, apodiktisch behauptet, ohne auf den Unterschied zu den Besonderheiten des Schutzzwecks bei Verkaufsförderungsmaßnahmen nach § 4 Nr. 4 UWG einzugehen.

Überzeugend ist dagegen die Aussage des BGH, dass jedenfalls dann, wenn der Verbraucher aufgrund einer Werbung noch nicht ohne Weiteres an dem Gewinnspiel teilnehmen kann, keine umfassenden Teilnahmebedingungen kommuniziert werden müssen, sondern es ausreicht, das Wesentliche mitzuteilen. Dass die Gewinne und der Teilnahmeschluss sowie die Art und Weise, wie teilgenommen werden kann, mitgeteilt werden müssen, erscheint einleuchtend. Ob es wirklich erforderlich ist anzugeben, wie die Gewinner ermittelt werden („Los“), dürfte aber fraglich sein. Bei einem Gewinnspiel wird der Gewinner typischerweise durch einen „Zufallsgenerator“ ermittelt; ob dies das klassische Losverfahren, ein Computersystem oder etwas anderes ist, dürfte dem Verbraucher in der Regel gleichgültig sein. Angaben zur Art und Weise der Ermittlung des Gewinners machen zu müssen, erscheint daher überzogen.

Das Urteil des BGH spricht somit eine Reihe wichtiger Aspekte an, stellt aber noch keine abschließende Antwort auf alle Fragen dar. Insoweit hat der BGH im Rahmen der anderen noch bei ihm anhängigen Verfahren Gelegenheit, das Bild weiter abzurufen.

Für weitere Informationen stehen Ihnen Dr. Ulf Heil (heil@schiedermair.com) und Dr. Swen Vykydal (vykydal@schiedermair.com) gerne zur Verfügung. Wir möchten an dieser Stelle darauf hinweisen, dass die allgemeinen Informationen in unserem Newsletter eine Rechtsberatung im Einzelfall nicht ersetzen können. Sie können alle Newsletter auf unserer Homepage www.schiedermair.com (Arbeitsgebiete/Gewerblicher Rechtsschutz) einsehen.