

## WETTBEWERBSRECHT – W04

Stand: November 2023

Ihr Ansprechpartner  
Ass. iur. Kim Pleines  
E-Mail  
kim.pleines@saarland.ihk.de  
Tel.  
(0681) 9520-640  
Fax  
(0681) 9520-690

### Gewinnspiele, Verlosungen und Tombolas

In der Vorweihnachtszeit, zu Festtagen oder Jubiläen veranstalten Gewerbetreibende gerne Verlosungen, Spiele oder Tombolas. Sie sprechen die Risikobereitschaft und die Spielfreude der Kunden an und sollen den Verkauf fördern. Um den Verbraucher hier vor einer übermäßigen Beeinflussung zu schützen, werden im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) bestimmte Voraussetzungen an die Zulässigkeit solcher Gewinnspiele geknüpft.

**Praxistipp:** Für Gewinnspiele **auf Social Media Präsenzen** gelten grundsätzlich die gleichen Regelungen. Nach § 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG müssen Preisausschreiben oder Gewinnspiele mit Werbecharakter klar als solche erkennbar und die Teilnahmebedingungen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden. In der Regel geben die Betreiber von Social Media Diensten Richtlinien vor, die für die Durchführung von Gewinnspielen ebenfalls zu beachten sind.

### Grundsatz: Keine Kostenpflicht!

Die Teilnahme an einem Gewinnspiel darf nicht von der Entrichtung eines Einsatzes abhängig gemacht werden. Denn: Kostenpflichtige Gewinnspiele sind **erlaubnispflichtig**. Das Veranstalten eines Gewinnspiels ohne behördliche Erlaubnis stellt einen Straftatbestand dar (§§ 284 ff. StGB).

Unter **Einsatz** versteht man eine Geldleistung, die in der Hoffnung erbracht wird, im Falle des Gewinnes eine gleiche oder höherwertige Leistung zu erhalten. Typischer Fall für einen Einsatz ist der Kauf eines Loses.

**Kein Einsatz liegt vor**, wenn ein Los nur an denjenigen abgegeben wird, der eine Ware oder eine Eintrittskarte gekauft hat oder wenn der Einkauf in einem Supermarkt gleichzeitig die Teilnahme an einer vom Supermarkt veranstalteten Verlosung ermöglicht. Nach der Rechtsprechung ist der Preis des Loses dann im Kaufpreis enthalten. Etwas anderes gilt nur, wenn die Kosten des Gewinnspiels auf den Kunden - etwa durch Erhöhung des Kaufpreises - übergewälzt werden (verstecktes Glückspiel).

Eine **Kopplung des Gewinnspiels an den Erwerb einer Ware oder Dienstleistung ist grundsätzlich zulässig**. Die Kopplung ist dann unzulässig, wenn der Verbraucher aufgrund der Anlockwirkung des Gewinnspiels so sehr beeinflusst wird, dass er nicht mehr in der Lage ist, rational über den Kauf zu entscheiden.

## Teilnahmebedingungen

Die **Teilnahmebedingungen** des Gewinnspiels müssen **klar und eindeutig** angegeben werden und **leicht zugänglich** sein. Anzugeben sind insbesondere:

- Veranstalter des Gewinnspiels
- Dauer des Gewinnspiels
- Teilnahmeberechtigungen bzw. -beschränkungen
- genaue Beschreibung des Gewinns
- Datum der Preisauslosung
- Regeln, nach denen die Gewinner bestimmt werden
- Art und Weise der Gewinnbenachrichtigung und -ausschüttung

## Irreführungsverbot

Die Angaben über das Gewinnspiel dürfen den Verbraucher nicht irreführen. Unzulässig sind insbesondere irreführende Angaben bezüglich Gewinnchance und Gewinnhöhe. Die tatsächliche Gewinnchance, die Zahl der ausgesetzten Gewinne oder die Zahl der zur Verteilung vorgesehen Lose müssen grundsätzlich nicht angegeben werden. Macht der Veranstalter Angaben, müssen diese aber stimmen.

Unzulässig ist es auch, wenn mit der Verlosung wertvoller Gegenstände geworben wird, die Gegenstände in Wirklichkeit aber nicht verlost werden oder geringwertiger sind.

## Kein psychologischer Kaufzwang

Die **Lose müssen für den Interessenten frei erhältlich sein**, ohne dass er sich zu einem Kauf gedrängt fühlt. Die Behälter mit Losen sollten daher möglichst vor den Schaufenstern oder im Eingangsbereich z. B. in der Zone vor der Kasse stehen.

Die Lose können auch mit **Postwurfsendungen** verteilt werden oder in einem **Anzeigenblatt** abgedruckt werden, damit Interessenten sie ausschneiden können. Wichtig ist, dass die Verbraucher sich nicht unter psychologischen Kaufzwang versetzt fühlen. Insbesondere bei kleineren Geschäften könnte es der Interessent als peinlich empfinden, wenn er möglicherweise den Eindruck hinterlässt, nicht als Kunde, sondern nur wegen des Gewinnspiels gekommen zu sein. Daher ist es bedenklich, die Lose im Innern des Geschäftslokals und dann sogar noch nur auf ausdrückliche Bitte zu verteilen.

Um scheinbaren Zwang zu vermeiden, sollte schon der Zusatz auf der Teilnehmerkarte „Abgabe im Geschäft“, auch wenn er nur eine Alternative zum Einsenden per Post ist, weggelassen werden.

Grundsätzlich sind Gewinnspiele unzulässig, bei denen man Teile der Lösung entweder im Geschäftslokal erfragen muss oder nur durch umfangreiche Sortimentsprüfung feststellen kann.

## **Gewinne auch zusenden**

Psychologischer Kaufzwang kann auch ins Spiel kommen, wenn die Spielteilnehmer die Gewinne nur in einem Geschäftslokal abholen können. Daher sollte immer deutlich **auf die Möglichkeit hingewiesen werden, sich die Gewinne zuschicken zu lassen**. Jedoch: Bei unbedeutenden Gewinnen kann das Abholen im Geschäft unschädlich sein.

Ebenso darf der Gewinn nicht in Einkaufsgutscheinen für das Geschäft des Veranstalters bestehen, wenn der Kunde diese im Geschäft des Veranstalters einlösen muss und wenn der Betrag des Gutscheines so niedrig ist, dass der Gewinner eine Ware nur erhalten kann, wenn er eine Zuzahlung leistet.

## **Datenschutz und Werbung**

Im Rahmen des Gewinnspiels werden in der Regel personenbezogene Daten von den Teilnehmern erhoben. Hierbei ist zu beachten, dass nur die Daten abgefragt werden, die auch tatsächlich für das Gewinnspiel erforderlich sind. Der Teilnehmer muss über die Datenverarbeitung informiert werden. Hierfür bietet sich eine [Datenschutzerklärung](#) an.

Die erhobenen Daten dürfen nur zum Zwecke des Gewinnspiels verwendet werden. Sollen die Daten darüber hinaus auch für andere Zwecke - insbesondere für die Werbung - verwendet werden, muss der Teilnehmer in der Weiterverarbeitung ausdrücklich einwilligen. Wichtig ist, dass die Teilnahme am Gewinnspiel nicht an die Einwilligung in die Werbung gekoppelt werden darf, so dass ohne Einwilligung eine Teilnahme ausgeschlossen ist.

*Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.*