



# WETTBEWERBSRECHT

## Werbung mit Gewinnspielen – Teil 1: unzulässig



Bei der Werbung für Medizinprodukte – dazu zählen zum Beispiel Korrektionsbrillen und Hörgeräte – sind laut § 7 Heilmittelwerbegesetz (HWG) „Werbegaben“ grundsätzlich unzulässig und nur in bestimmten Ausnahmefällen erlaubt. Auch die Teilnahmemöglichkeit an einem Gewinnspiel kann eine Werbegabe darstellen.

Das Oberlandesgericht (OLG) Frankfurt hat in einem aktuellen Fall einer Versandapotheke verboten, ein an die Einlösung eines Rezepts gekoppeltes Gewinnspiel über ein E-Bike im Wert von 2.500 Euro zu veranstalten (Urteil 6 U 112/17 vom 26.07.2018, nicht rechtskräftig). Es hat das Verbot auf § 7 HWG gestützt und betont, dass die Teilnahmemöglichkeit an einem Gewinnspiel eine „Werbegabe“ im Sinne dieser Vorschrift ist. Zweck des Werbeverbots sei, durch eine weitgehende Eindäm-

mung der Werteklamme im Bereich der Heilmittel der abstrakten Gefahr einer unsachlichen Beeinflussung zu begegnen. Das greife auch dann, wenn der Wirtschaftsteilnehmer sein Gesamtsortiment bewerbe. Die Teilnahmemöglichkeit an einem Gewinnspiel löse einen Anreiz aus, der dem Schutzzweck des § 7 HWG zuwiderläuft. Das Zuwendungsverbot des § 7 HWG solle eine mittelbare Gesundheitsgefährdung vermeiden und verhindern, dass die Kunden bei der Entscheidung, ob und welche Heilmittel sie in Anspruch nehmen, unsachlich beeinflusst werden – so die Frankfurter Richter. Im Jahr 2008 hatte auch schon das Landgericht Berlin ein ähnliches Gewinnspiel verboten (LG Berlin, Urteil 15 O 1010/06 vom 15.01.2008).

Dass Kunden eines Augenoptikers oder auch eines Hörgeräteakusti-

kers durch derartige Gewinnchancen unsachlich beeinflusst werden können, liegt aus Sicht der Wettbewerbszentrale auf der Hand. Wer ein Gewinnspiel an einen Kauf knüpft bzw. mit einer konkreten Produktwerbung verbindet, dem wird es willkommen sein, dass sich Kunden von der Chance auf den Gewinn des Preises zum Besuch seines Geschäfts verleiten lassen – sei das ein Kaffeevollautomat, eine Reise, ein Gutschein oder eine Rückzahlung auf den Brillen- oder Hörgerätepreis. Abhängig von der Attraktivität des Preises und der wahrgenommenen Gewinnchance werden Kunden in vielen Fällen in Kauf nehmen, dass sie nicht von ihrem angestammten Augenoptiker/Hörgeräteakustiker beraten werden, der ihre Bedürfnisse gut kennt, eine schlechtere Auswahl vorfinden, oder sie werden aufgrund des beschränkten Aktionszeitraums darauf verzichten, auch noch bei einem Konkurrenten vorbeizuschauen.

Im zweiten Teil des Artikels werden wir weitere Fälle mit Gewinnspielen besprechen und Konstellationen aufzeigen, in denen Gewinnspiele ausnahmsweise erlaubt sein können.



**Martin Bolm,**  
Syndikusrechtsanwalt bei der Wettbewerbszentrale, Büro Hamburg