

"Autokids-Club"

Autoproduzent wirbt im Internet Kinder als Mitglieder

Kinder sind ja so wissbegierig! Sie surfen gern im Internet. Sie interessieren sich für Freizeitparks. Und manchmal auch für Autos. All das machte sich ein Kfz-Hersteller zunutze und warb im Internet Mitglieder für seinen "Autokids-Club". Dabei fragte er persönliche Daten der Kinder ab, ihre Hobbys, ihr Lieblingsauto und wann und wo sie zuletzt einen Freizeitpark besucht hatten. Club-Mitglieder bekamen Vergünstigungen in Freizeitparks und wurden zu (Werbe-)Veranstaltungen eingeladen, die meistens in Autohäusern des Unternehmens stattfanden.

Das Oberlandesgericht Frankfurt erklärte diese Art der Mitgliederwerbung unter Kindern für wettbewerbswidrig (6 U 168/04). Wenn nicht das Einverständnis der Eltern mit dem Beitritt zum Club eingeholt werde, sei die Werbung unzulässig. Das Unternehmen nutze die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern aus, um mit dem Club sein Image aufzupolieren und den Absatz zu fördern. Denn mit den Kindern würden natürlich auch die Eltern in die Autohäuser gelockt, die meist ihre Kinder zu den Veranstaltungen begleiteten.

Zwar sei es nicht automatisch unlauterer Wettbewerb, im Internet Daten von Kindern abzufragen. In diesem Fall aber könnten die Kinder Vor- und Nachteile der Mitgliedschaft nicht einschätzen. Letztlich ziele die Werbung auf die Eltern als potenzielle Kunden ab, davon ahnten die Kinder nichts.

© Der Juristische Pressedienst Gritschneider UG ist Inhaber sämtlicher Inhalte und Nutzungsrechte. Diese sind urheberrechtlich geschützt. Auf die Nutzungsbedingungen wird verwiesen.

Quelle: <http://www.onlineurteile.de/urteil/autokids-club>