

Haribo-GLÜCKS-WOCHEN

TV-Werbespot lockte mit "Goldbärenbarren"-Gewinnspiel: wettbewerbswidrige Reklame?

Im Februar 2011 startete der Süßwarenhersteller eine neue TV-Werbekampagne mit Thomas Gottschalk, die "GLÜCKS-WOCHEN". Im Werbespot traf der Fernsehmoderator in einem Supermarkt auf Familien mit Kindern und empfahl ihnen das Haribo-Gewinnspiel. Wer fünf Packungen Lakritz oder Fruchtgummi kaufte (zu je 1 Euro) und die Kassenzettel ans Unternehmen schickte, konnte an der Verlosung von 100 "Goldbärenbarren" im Wert von je 5.000 Euro teilnehmen.

Ein Konkurrent beanstandete die Werbung als wettbewerbswidrig: Der potenzielle Gewinn verlocke Kinder dazu, Süßigkeiten über den Bedarf hinaus zu kaufen. So nutze Haribo die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen aus. Es sei unlauterer Wettbewerb, Gewinnspiele zu veranstalten, an denen nur Käufer des Produkts teilnehmen könnten — also Verkauf und Glücksspiel zu verbinden.

Während die Vorinstanzen dem Konkurrenten Recht gaben, wies der Bundesgerichtshof seine Unterlassungsklage gegen die Werbekampagne ab (I ZR 192/12). Die Reklame verstoße nicht gegen Vorschriften, die speziell Kinder und Jugendliche schützten. Der Fernsehspot enthalte keine direkte Aufforderung an Kinder, die Produkte zu kaufen.

Er wende sich auch nicht in erster Linie an Kinder und Jugendliche, um nur deren Einkaufsverhalten zu beeinflussen. Haribo-Produkte seien bei Kindern und Erwachsenen gleichermaßen beliebt, stellten die Bundesrichter fest (wohl aus eigener Erfahrung).

Wenn ein Gewinnspiel den Absatz eines Produkts bei Kindern und Erwachsenen fördern solle, sei es bei der Beurteilung der Reklame entscheidend, wie ein durchschnittlicher Verbraucher die Reklame verstehe — und nicht, wie das kindliche Gemüt darauf reagiere. An diesem Maßstab gemessen, sei die Werbung nicht wettbewerbswidrig.

Die Kosten der Teilnahme am Gewinnspiel würden klar benannt, die Reklame suggeriere auch keine unzutreffenden Gewinnchancen.

© 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/haribo-gluecks-wochen>