

## WETTBEWERBSRECHT – W02

Stand: August 2004

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

### Gefühlswerbung

#### Bei Wohltätigkeit Wettbewerbsrecht beachten

Eine gute Tat erfüllt Menschen mit Zufriedenheit, ganz besonders dann, wenn mehrere gemeinsam etwas Gutes getan haben. So kommt es dann zu Aktionen von Unternehmen, die ihre Kunden dazu veranlassen möchten, mit ihnen gemeinsam z. B. für einen wohltätigen Zweck Geld zusammenzubringen. Dabei sind die Regeln des fairen Wettbewerbs, besonders

§ 3 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) zu beachten.

#### Gefühlsbetonte Werbung darf nicht unsachlich beeinflussen

Eine Werbung, die sich an Gefühle wie Mitleid, Hilfsbereitschaft, Spendenfreudigkeit und soziale Verantwortung von Verbrauchern richtet, ist stets wettbewerbswidrig, wenn sie geeignet ist, Verbraucher irrezuführen. Dies geschieht dann, wenn zwischen dem Aufruf an das Mitgefühl oder an die soziale Hilfsbereitschaft einerseits und der angebotenen Ware oder Leistung auf der anderen Seite kein sachlicher Zusammenhang besteht.

#### Unzulässig

Unzulässig sind Aussagen wie: „Der Erlös aus dem Verkauf jedes Produktes A zu nur 2,- € wird am Spendentag voll als Spende an Kinderhilfswerk B weitergegeben“ oder „Aus den Provisionen für das Zeitschriftenabonnement B wird das Pflegeheim in Y unterstützt“ oder „Kaufen Sie am ... bei uns! Sämtliche Einnahmen dieses Tages werden an unsere Mitarbeiter verteilt.“ oder „Kaufen Sie Produkt D, dieses schafft Arbeitsplätze bei uns“.

#### Zulässig

Zulässig ist jedoch: „Spenden Sie für ...! Schon eine kleine Spende kann helfen. Ihre Spende können Sie in Briefmarken senden an .... Oder Sie nutzen das Spendenkonto .... Übrigens: Auf jeden gespendeten € (bis zu einem Gesamtspendenaufkommen von € ...) legt unser Unternehmen ... Cent drauf.“ Ein solcher Spendenaufruf sollte nach Möglichkeit nicht mit der Produktwerbung verbunden werden. Andernfalls besteht die Gefahr, dass Gerichte doch wieder von einer unzulässigen Verknüpfung von Mildtätigkeitsappellen und Warenabsatz ausgehen. Unternehmen dürfen aus Gewinnen auch Spenden machen, jedoch nicht vorher die Spendenbereitschaft an den Kauf bestimmter

Produkte knüpfen. Zulässig wäre z. B.: Ein Unternehmer überreicht einen Spendenscheck an den Vertreter einer wohltätigen Organisation und erklärt dabei, dass er sich vorgenommen habe, jedes Jahr den Betrag X für diese Organisation zu spenden. Diese Erklärung kann auch mit Öffentlichkeitsarbeit verbunden sein.

*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.*