
Rechtsanwalt

Dr. Martin Bahr

0190-TELEFONNUMMERN UND GEWINNSPIELE – EIN VERSTOß GEGEN § 1 UWG?

(veröffentlicht in: Wettbewerb in Recht und Praxis 2002, S. 501ff.)



**Kanzlei RA Dr. Bahr
Sierichstr. 35, 22301 Hamburg**

Tel.: 040 – 35 01 77 66

Fax: 040 – 35 01 77 68

E-Mail: info@dr-bahr.com

<http://www.dr-bahr.com>

0190-TELEFONNUMMERN UND GEWINNSPIELE – EIN VERSTOß GEGEN § 1 UWG?

von Rechtsanwalt Dr. Martin Bahr¹

TEIL 1: DIE PROBLEMSTELLUNG:

In der letzten Zeit werden immer häufiger telefonische Gewinnspiele angeboten, bei denen der potentielle Gewinner eine kostenpflichtige Telefonnummer anzurufen und eine bestimmte Antwort zu geben hat. In aller Regel handelt es sich dabei um die bekannten 0190-Telefonnummern,² bei denen bis zu 1,86 € pro Minute anfallen.³ Seit Mitte 2001 gibt es mit „9 live“ sogar einen Fernsehsender, der sich durch dieses System finanziert.⁴ Trotz dieser Praxisrelevanz ist in Rechtsprechung und Literatur bisher nahezu unerörtert geblieben, ob die Veranstaltung von Gewinnspielen mit kostenpflichtigen Telefonnummern einen Verstoß gegen § 1 UWG darstellt. Bezeichnenderweise wird daher im Verhaltenskodex der *Freiwilligen Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste*⁵ auch lediglich festgestellt, dass „beim Angebot von Gewinnspielen die vorherrschende Rechtsauffassung zu berücksichtigen ist.“⁶ Während der Kodex ansonsten sehr detaillierte Pflichten und Vorschriften beinhaltet, bleibt er aufgrund der unklaren Rechtslage bewusst derartig unbestimmt.

TEIL 2: BEGRIFF DER SITTENWIDRIGKEIT – AKTUELLE TENDENZEN

¹ Der Autor ist Rechtsanwalt in Hamburg. Seine Interessenschwerpunkte sind Recht der Neuen Medien und Gewerblicher Rechtsschutz, E-Mail: info@dr-bahr.com

² Es handelt sich dabei um Telefon- oder Sprachmehrwertdienste, auch „Premium Rate“-Dienste genannt. Vgl. die Verfügung der RegTP über die vorläufigen Regeln für die befristete Zuteilung von noch freien Rufnummern aus dem Teilbereich (0)190 für „Premium Rate“-Dienste, Amtsblatt des BMPT 1997, S.1862. Siehe auch die AGB der Deutschen Telekom AG zum Service 0190, abgedruckt bei *Gerhoff/Grote/Siering/Statz*, AGB der Deutschen Telekom, D 14.100. Grundlegend zur Nutzung von „Premium Rate“-Diensten *Demmel/Skrobotz*, CR 1999, 561ff.

³ Es gibt klassischerweise die Tarife 1 bis 4. Tarif 1: 0,41 €/Min., Tarif 2: 0,62 €/Min., Tarif 3: 1,24 €/Min und Tarif 4: 1,86 €/Min.

⁴ Bei „9 live“ rufen die Zuschauer keine 0190-Nummer an, sondern 0137-Nummern an. Bei der Anwahl fallen 0,49 € Anruf an. 0137-Nummern werden normalerweise benutzt, um Televotings (TED) der Zuschauer zu ermitteln. ZB. können so die Zuschauer über Sieg und Niederlage der Kandidaten einer Samstagabend-Show abstimmen oder unliebsame Bewohner aus kameraüberwachten Containern abwählen.

⁵ Online wiederzufinden unter <http://www.fst-ev.org>.

⁶ Vgl. Teil B, II. 3. des Verhaltenskodex, Stand: 05.11.2001. Online wiederzufinden unter <http://www.fst-ev.org/ger/verhaltenskodex.html>.

Die Möglichkeit, dass ein solches Gewinnspiel gegen die guten Sitten und somit gegen § 1 UWG verstößt, mag auf den ersten Blick ein wenig verwundern. Denn immerhin ist erst kürzlich durch den BGH im *Telefonsex-Urteil*⁷ entschieden worden, dass ein Verstoß gegen die guten Sitten nicht vorliegt. Auch ist absehbar, dass durch das am 01.01.2002 in Kraft getretene „Gesetz zur Regelung der Rechtsverhältnisse der Prostituierten“⁸ der Sittenbegriff des Zivilrechts sich grundlegend verändern wird. Zwar ist der Begriff der guten Sitten nach dem UWG bekanntlich wettbewerbsbezogen zu interpretieren,⁹ setzt jedoch zunächst auf den allgemeinen Begrifflichkeiten auf. Auch dürfte es, ob gewollt oder nicht, längst einer geänderten bzw. ändernden Sozial- und Wertemoral entsprechen, 0190-Telefonnummern nicht mehr grundsätzlich als sittenwidrig anzusehen.¹⁰

TEIL 3: RECHTSLAGE

A. Gewinnspiele grundsätzlich zulässig:

Bis Mitte der 50er Jahre wurden Gewinnspiele als Verstoß gegen § 1 UWG gewertet.¹¹ Im Laufe der Zeit wandelte sich die richterliche Einstellung. Inzwischen werden nach ständiger Rechtsprechung¹² und nach h.L.¹³ Gewinnspiele für als mit § 1 UWG grundsätzlich vereinbar angesehen. Demnach sind auch Gewinnspiele mit kostenpflichtigen Telefon-Nummern – wenigstens in einem ersten gedanklichen Schritt – als wettbewerbsrechtlich zulässig anzusehen.

B. Einschränkungen:

⁷ BGH, NJW 2002, 361.

⁸ BT-Drucks. 14/5958 und 14/7174.

⁹ BGHZ 140, 134 (134f.) – Hormonpräparate; 144, 255 (265) – Abgabeemissionen; BGH, GRUR 2000, 237 (238) – Giftnotruf; GRUR 2001, 354 (356) – Verbandsklage gegen Vielfachabmahner.

¹⁰ Zur Wandelbarkeit des Begriffs „gute Sitten“ vgl. RGZ 134, 342 (345); Buntgen, NJW 1985, 705 (706ff.); *Schricker*, Gesetzesverstoß und Sittenverstoß, München 1970, S.197.

¹¹ Reichsjustizminister v. 26.09.1938, GRUR 1938, 966; OLG Düsseldorf, GRUR 1951, 463; LG Flensburg; DW 1951, Nr. 2-3, S.1; Einigungsamt IHK Bochum, WRP 1955, 190; IHK Osnabrück, WRP 1955, 77.

¹² BGH, GRUR 1959, 138 – Italienische Note; GRUR 1959, 544 – Modenschau; GRUR 1962, 461 – Filmvorführung; GRUR 1967, 202 – Gratisverlosung; GRUR 1971, 224 – clix-Mann; GRUR 1973, 81 – Gewinnübermittlung; GRUR 1973, 418 – Das goldene A; GRUR 1973, 474 – Preisausschreiben; GRUR 1974, 345 – Geballtes Bunt; GRUR 1974, 729 – Sweepstake; GRUR 1977, 727- Kaffee-Verlosung I; GRUR 1987, 243 – Alles frisch; GRUR 1989, 434 – Gewinnspiel I. GRUR 1989, 757 – McBacon; GRUR 1990, 611 – Werbung im Programm; GRUR 1998, 735 – Rubbelaktion. Zuletzt BGH, WRP 2000, 724 – Space Fidelity Show.

¹³ *Baumbach/Hefermehl*, Wettbewerbsrecht, 22. Aufl., München 2001, § 1 UWG, Rn. 151ff.; *Eisenmann*, Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, 4. Aufl., Heidelberg 2001, Rn. 614ff.; *Klosterfelde/Jaeger-Lenz*, in: *Gloy*, Handbuch des Wettbewerbsrechts, 2. Aufl., München 1997, § 50, Rn. 130; *Heil*, WRP 1998, 839 (839); *Nordemann*, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 7. Aufl., Baden-Baden 1994, Rn. 225; *Rittner*, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 6. Aufl., Heidelberg 1999, § 2, Rn. 54 m.w.N.; *Speckmann*, Wettbewerbsrecht, 3. Aufl., Köln u.a. 2000, Rn. 466.

Es existieren jedoch bestimmte Einschränkungen¹⁴ von diesem Grundsatz. Dabei gilt es zwischen wettbewerbsrechtlichen und strafrechtlichen¹⁵ Einschränkungen zu differenzieren.

I. Wettbewerbsrechtliche Grenze:

In wettbewerbsrechtlicher Hinsicht ist dort eine Einschränkung zu machen, wo der Gewinnspiel-Veranstalter die Spiellust und das Gewinnstreben des einzelnen für sich oder einen anderen in wettbewerbswidriger Weise ausnutzt.¹⁶

1. Kopplungsfälle:

a) Allgemein:

Paradebeispiel hierfür sind u.a.¹⁷ die sog. „Kopplungs-Fälle“.¹⁸ Hier wird der Erwerb von Waren oder die Inanspruchnahme von Leistungen des Gewinnveranstalters zwangsweise als Voraussetzung für die Teilnahme am Gewinnspiel verlangt. Dabei unterscheidet man die Fälle der unmittelbaren und mittelbaren Kopplung. Eine Unmittelbarkeit liegt dann vor, wenn der Kauf einer Ware oder die Inanspruchnahme einer Dienstleistung zwingende Voraussetzung für die Teilnahme ist (z.B. „Jeder 10. Käufer gewinnt“ oder „Jeder Kassenzettel ist ein Los.“).¹⁹ Mittelbare Kopplung dagegen ist zu bejahen, wenn dieser erforderliche Zwang fehlt.²⁰ In diesen Fällen gibt es meist noch andere Mittel und Wege, um an dem Gewinnspiel teilzunehmen.²¹ Z.B. bei der Preisfrage „Wonach schmeckt die X-Schokolade?“ könnte der Teilnehmer einen seiner Freunde oder Nachbarn nach der Lösung fragen. In aller Regel wird er aber aus Zeit- und Kostengründen und um in der Öffentlichkeit nicht als geizig und kleinkariert zu erscheinen, erfahrungsgemäss die X-Schokolade selber erwerben.²² Dagegen ist das bloße Porto, welches ein Teilnehmer aufwendet, um die Lösung an den Veranstalter zu senden, noch kein die Sittenwidrigkeit begründender Einsatz.²³ Denn

¹⁴ Einschränkungen und Verbote von Gewinnspielen wurden schon 200 Jahre v.C. im Römischen Recht ausgesprochen. Vgl. nur *Vetteler*, Das strafbare Glücksspiel im geltenden Recht, Tübingen 1931, S.2.

¹⁵ Zur gewerberechtlichen Seite vgl. *Eichmann/Sörup*, MMR 2002, 142 (143).

¹⁶ *Eisenmann* (Fn. 13), Rn. 614ff.; *Klosterfelde/Jaeger-Lenz*, in: *Gloy* (Fn. 13), § 50, Rn. 130.

¹⁷ Neben der Absatz-Verkopplung und der Veranlassung zu unwirtschaftlichen Ausgaben sind weitere Fälle: Täuschung des Publikums, psychologischer Kaufzwang, Aufsuchen des Geschäftes und übertriebenes Anlocken. Vgl. dazu *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 152ff.

¹⁸ BGH, GRUR 1973, 474 – Preisausschreiben; WRP 1976, 100 – Mars: OLG Stuttgart, WRP 1988, 695; LG Berlin, WRP 1973, 673; *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 155; *Eisenmann* (Fn. 13), Rn. 614bff.; *Gloy-Klosterfelde/Jaeger-Lenz* (Fn. 13), § 50, Rn. 134; *Nordemann* (Fn. 13), Rn. 224ff.; *Speckmann* (Fn. 13), Rn. 468.

¹⁹ Zahlreiche weitere Beispiele bei *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 155.

²⁰ *Eisenmann* (Fn. 13), Rn. 616.

²¹ *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 155; *Eisenmann* (Fn. 13), Rn. 616.

²² *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 155; *Eisenmann* (Fn. 13), Rn. 616.

²³ *Eisenmann* (Fn. 13), Rn. 614c.

dieses fließt nicht dem Veranstalter, sondern einem Dritten zu, dessen Dienstleistung in Anspruch genommen wird.

b) Gewinnspiele mit 0190-Telefonnummer:

Fraglich ist, ob diese Kopplung auch in den Fällen gegeben ist, wo Gewinnspiele mit 0190-Telefonnummern veranstaltet werden. Die bisherige Rechtsprechung bezieht sich lediglich auf den Waren- oder Dienstleistungsabsatz. Die Verwendung von 0190-Telefonnummern führt nicht zu einer Erweiterung des Warenvertriebs oder einer Absatzerhöhung der Dienstleistung. Der jeweilige Veranstalter erhält vielmehr einen Geldrückfluss.

aa) Vergleichbarer wirtschaftlicher Vorteil:

Das LG Dortmund,²⁴ das LG Hamburg²⁵ und das LG Memmingen²⁶ haben derartige Gewinnspiele als Verstoß gegen § 1 UWG angesehen und die Veranstaltungen verboten. Diese Ansicht wird auch von den Verbraucherverbänden vertreten.²⁷ Die Richter stützten sich dabei auf die Parallele zu den Kopplungs-Fällen.²⁸ Die Vorteile, die ein Veranstalter durch eine Aktion erlangt, sind mit den Fällen vergleichbar, in denen der Warenabsatz gefördert wird. Denn der Veranstalter erlangt hier Vorteile, die dem durch ein Gewinnspiel geförderten Warenabsatz sowohl qualitativ als auch quantitativ gleichzustellen sind. Ein Teil der durch die 0190-Nummern erzielten Einnahmen fließt dem jeweiligen Gewinnveranstalter zu. Damit entstehen für diesen, insbesondere bei einer hohen Teilnehmeranzahl,²⁹ erhebliche Einnahmen. Diese Geldmittel stellen einen dem erhöhten Warenabsatz vergleichbaren wirtschaftlichen Vorteil dar. Auch liegt klar auf der Hand, dass dadurch die schutzwürdigen Interessen in ähnlicher Weise berührt sind wie in den traditionellen Kopplungsfällen.

bb) Parallele zu Post-Gebühren?

²⁴ LG Dortmund, einstw. VfG. v. 25.04.2001, Az: 20 O 27/01.

²⁵ LG Hamburg, einstw. VfG. v. 08.01.2002, Az: 406 O 7/02.

²⁶ LG Memmingen, Urt. v. 10.05.2000, Az.: 1 H 2217/99 = <http://www.jurawelt.com/gerichtsurteile/zivilrecht/lg/4646>.

²⁷ So z.B. die Rechtsauffassung des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände e.V., der im Fall des LG Memmingen (Fn. 26) geklagt hatte, <http://www.verbraucherschutzverein.de/download/info-200.doc>. Vgl. auch den Artikel *Millionär werden per 0190-Nummer?*, http://online.wdr.de/online/news2/0190_millionaer/index.phtml.

²⁸ Diese Parallele ebenso bejahend *Böhm*, Die Regelung entgeltpflichtiger Sprachwertdienste, Frankfurt a.M. 1997, S.279.

²⁹ Im Fall des LG Memmingen (Fn. 26) handelte es sich um ca. 67.000 Anrufer.

Im Fall des LG Memmingen hatte der Beklagte entgegengehalten, die anfallenden Telefon-Entgelte seien vergleichbar mit den Porto-Gebühren für etwaige Teilnahme­scheine, was den Umstand der Wettbewerbswidrigkeit entfallen lasse.

Dieser Argumentation ist das Gericht nicht gefolgt. Denn die Porto-Entgelte werden vom Teilnehmer an einen Dritten geleistet, dessen Dienstleistungen in Anspruch genommen werden (z.B. Deutsche Bundespost). In den Fällen der 0190-Nummern ist dies aber grundlegend anders. Dort zahlt der Teilnehmer zwangsläufig einen erheblichen Anteil der Verbindungsentgelte an den Veranstalter. Nur ein kleinerer Betrag dient zur Deckung der Dienstleistung des Dritten. Dem Teilnehmer ist es daher nicht möglich im Verhältnis zum Teilnehmer unentgeltlich an dem Gewinnspiel teilzunehmen, sondern er muss für seine Beteiligung immer auch an den Veranstalter bezahlen. Anders als ein Teilnehmer dies normalerweise erwartet, erfolgt hier somit die Gewinnzuteilung nicht auf Kosten des Veranstalters, sondern auf Kosten der Gesamtheit der Teilnehmer.

Was aber gilt, wenn der Veranstalter sich eines unabhängigen Dritten bedient und nur dieser Dritte die 0190 schaltet? In einem solchen Fall würden die Telefon-Entgelte ja ausschließlich einem Dritten zufließen.

Der Entscheidung des LG Memmingen³⁰ lag eine solche Dreier-Konstellation zugrunde. Die Beklagte, eine Warenproduzentin, veranstaltete im Fernsehen Gewinnspiele. Die geschalteten 0190-Rufnummern wurden vom Fernsehsender betrieben.

Die Richter rechneten den Zufluss der Telefonentgelte an den Fernsehsender der Beklagten mit folgender Argumentation zu: Die Beklagte habe kostenfrei im Rahmen des Gewinnspiels für ihre Waren werben dürfen. Normalerweise hätte die Beklagte hierfür aber entsprechend kostenintensive Werbesendezeiten buchen müssen. Dies habe sie hier nicht zu tun brauchen, da der Fernsehsender seine Ausgabe aus den 0190-Einnahmen finanziere. Bei wirtschaftlicher Betrachtung sei der Beklagten daher eine entgeltliche Leistung zugeflossen, die ursächlich mit dem „Premium Rate“-Dienst in Verbindung stünde.

Ob diese Argumentation auf alle Fälle übertragbar ist, in denen eine solche Dreier-Konstellation vorliegt, bleibt abzuwarten.

cc) Begründete, höhere Sachkosten?

Ein anderer Grund, der die Wettbewerbswidrigkeit möglicherweise entfallen lassen würde, könnte in dem Umstand begründet sein, dass durch die Schaltung einer telefonischen Hotline dem Veranstalter höhere Kosten entstehen, die bei Verwendung des schriftlichen Postweges

³⁰ LG Memmingen (Fn. 26).

nicht angefallen wären. Einer solchen Sichtweise hat das LG Memmingen³¹ eine klare Absage erteilt. Die Richter führen zutreffend aus, dass es sich dabei um eine eigenverantwortliche Entscheidung des Veranstalters handle, deren Folgen nicht den Spielteilnehmern aufgebürdet werden könnten.

dd) Wettbewerbsgemäß, weil andere Teilnahmemöglichkeit?

Bei der Entscheidung des LG Hamburg³² offenbarte sich ein weiteres Problem: Entfällt die Wettbewerbswidrigkeit, weil der Veranstalter neben der 0190-Telefonnummer auch die postalische Teilnahme anbot? Wird das Gewinnspiel dadurch insgesamt wieder zulässig?

Das LG Hamburg hat dies verneint. Dieses Ergebnis verwundert wenig. Denn in Rechtsprechung³³ und Lehre³⁴ ist anerkannt, dass andere Teilnahmemöglichkeiten die Wettbewerbswidrigkeit dann nicht entfallen lassen, wenn diese andere Möglichkeit unbequem ist, nicht ernst genommen wird oder erfahrungsgemäß kaum beachtet wird.

Entscheidend ist somit nicht, ob objektiv eine andere Teilnahmemöglichkeit besteht, sondern vielmehr, ob diese auch subjektiv von den angesprochenen Verkehrskreisen so wahrgenommen wird. Schon Mitte der 70er Jahre hat der BGH in der *Mars*-Entscheidung³⁵ festgestellt, dass ein UWG-Verstoß immer schon dann vorliegt, wenn ein nicht unerheblicher Anteil der Personen meint, es sei günstiger nur die eine Teilnahmeform zu wählen, weil evtl. eine höhere Gewinnchance besteht.

Das Ausfüllen einer Gewinnpostkarte ist weitaus mühevoller und zeitintensiver, als eben kurz den Hörer abzuheben und zu wählen. Außerdem wird der Großteil der Teilnehmer sich höhere Gewinnchancen ausrechnen, wenn er das Telefon wählt. Hintergedanke wird dabei sein – unerheblich ob berechtigt oder unberechtigt – dass der Veranstalter seine Gewinne überwiegend auch in dem Bereich ausschütten wird, mit dem er Einnahmen erzielt. Und das sind eben die besagten 0190-Nummern.

Der Regelfall wird daher der Griff zum Telefonhörer denn das mühsame Ausfüllen einer Postkarte sein. Dies zeigt sich noch klarer bei einer wiederholten Teilnahme. Bei vielen Gewinnspielen kann der Teilnehmer inzwischen so oft teilnehmen wie er möchte.³⁶ Im Fall

³¹ LG Memmingen (Fn. 26).

³² LG Hamburg (Fn. 25).

³³ BGH, WRP 1976, 100 – Mars; Vgl. auch *Gutachterausschuss für Wettbewerbsfragen*, WRP 1982, 117. Ebenso ÖOGH, ÖBl 1973, 84 – Maresi-Ettiketten-Wetten; ÖBl 1972, 128 – M-Familienspiel.

³⁴ *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 156 m.w.N.; *Eisenmann* (Fn. 13), Rn. 619aff.

³⁵ BGH, WRP 1976, 100 – Mars. Vgl. auch *Gutachterausschuss für Wettbewerbsfragen*, WRP 1982, 117.

³⁶ So auch im Fall des LG Hamburg (Fn. 25) und des LG Memmingen (Fn. 26).

des LG Hamburg³⁷ wurde damit sogar ausdrücklich geworben: „Du kannst so oft anrufen, wie Du willst!“

Eine erneute Teilnahme per Telefon ist für den einzelnen weitaus unkomplizierter und schneller als die postalische Variante. Hand auf's Herz: Wer von uns hat schon jemals mehr als eine Gewinnkarte ausgefüllt? Häufig ist es zudem so, dass bei der telefonischen Teilnahme sofort mitgeteilt wird, ob ein Preis gewonnen wurde oder nicht, während eine Benachrichtigung per Post Wochen, wenn nicht Monate dauert. Dies führt gerade in unser schnelllebigen, hektischen Zeit dazu, dass die überwiegende Mehrheit zum Telefon greift.

Hier zeigt sich auch, dass die bloße formale Begrenzung der 0190-Entgelte auf die Höhe von normalen Porto-Gebühren auch deswegen die Wettbewerbswidrigkeit nicht entfallen lässt, weil eben viele Anrufer mehrfach die Nummer anwählen.³⁸

Absurderweise tauchen, gerade im Bereich des Fernsehens, in der letzten Zeit zunehmend 0190-Gewinnspiele auf, bei denen zugesichert wird, dass selbstverständlich auch eine postalische Teilnahme möglich sei. Nur endet das Spiel eben meist schon nach wenigen Minuten, so dass der Postweg alleine schon aus tatsächlichen Gründen ausscheidet. Welche Absicht in diesen Fällen hinter dem nur theoretischen Hinweis auf eine andere Teilnahmemöglichkeit stecken dürfte, liegt auf der Hand.

2. Veranlassung zu unwirtschaftlichen Ausgaben:

a) Allgemein:

Ein weiterer Verstoß gegen § 1 UWG ist dann gegeben, wenn besonders schutzwürdige Personen, somit insbesondere Kinder und Jugendliche,³⁹ zu unwirtschaftlichen Ausgaben veranlasst werden.⁴⁰ Dem liegt der Gedanke zugrunde, dass Kinder und Jugendliche meist noch nicht in ausdrücklichem Maße in der Lage sind, Waren- und Dienstleistungsangebote kritisch zu hinterfragen. Vielmehr entscheiden sie gefühlsmäßig und folgen einer spontanen Eingebung. Als klaren Wettbewerbsverstoß wird es daher angesehen, diese Reize noch durch aleatorische Mittel (Preisausschreiben, Gewinnspiele) zu verstärken.⁴¹

Wettbewerbswidrigkeit ist jedoch nicht nur dann gegeben, wenn entsprechend den zu § 138 BGB entwickelten Grundsätzen ein auffälliges Missverhältnis zwischen Leistung und

³⁷ LG Hamburg (Fn. 25).

³⁸ So auch die Auffassung des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände e.V., der im Fall des LG Memmingen (Fn. 26) geklagt hatte, <http://www.verbraucherschutzverein.de/download/info-200.doc>.

³⁹ Als weitere besonders schützenswürdige Personen erachtet die Rechtsprechung unter bestimmten Umständen auch Ausländer, vgl. BGH, WRP 1998, 1068 (1069) – Verkaufsveranstaltung in Aussiedler-Wohnheimen.

⁴⁰ *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 198ff.; *Strothmann*, in: *Gloy* (Fn. 13), § 51, Rn. 20; *Speckmann* (Fn. 13), Rn. 472ff.

⁴¹ OLG Düsseldorf, GRUR 1975, 267 (267) – Milky Way; *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 198.

Gegenleistung gegeben ist, sondern schon immer dann, wenn die Ausgabe der wirtschaftlichen Vernunft widerspricht. Dabei darf - was gerade bei Gewinnspielen mit 0190-Nummern äußerst relevant ist⁴² - nicht nur auf die rational-wirtschaftliche Sicht eines Erwachsenen abgestellt werden, sondern es ist in angemessenen Umfang die Sicht des Jugendlichen zu berücksichtigen.⁴³ Bekanntes Beispiel ist hierbei die im Preis relativ hohe Eintrittskarte zum Konzert eines bekannten Pop-Sängers. Einem Erwachsenen wird diese Ausgabe häufig unsinnig erscheinen, während viele Jugendliche dem Konzert eine erhebliche Bedeutung beimessen.

Seine Grenze findet dies jedoch dort, wo die Linie des wirtschaftlich Vertretbaren und Nachvollziehbaren objektiv überschritten ist. So wurde z.B. eine Werbeanzeige in einer Jugendzeitschrift als wettbewerbswidrig erachtet, bei der Kinder und Jugendliche zum Führen von Telefongesprächen nach Australien veranlasst wurden, um „heiße News vom offiziellen Michael Jackson-Fan-Club“ zu erhalten.⁴⁴ Auch die Aufforderung an Kinder im Grundschulalter in einer Jugendzeitschrift, die „Lego-Hotline“ anzurufen, um zu erfahren, welche „tollen neue Lego-Spielzeuge es gibt“, verstößt gegen § 1 UWG.⁴⁵ Man spricht in diesen Fällen von sog. umgekehrter Telefonwerbung.⁴⁶

Hintergrund⁴⁷ dieser Verbote ist vor allem der Umstand, dass derartige Maßnahmen die Interessen der Kinder bewusst und zweckgerichtet nutzen, um mittelbar damit die Eltern unter Druck zu setzen.⁴⁸

b) Gewinnspiele mit 0190-Telefonnummer:

Diese Grundsätze gelten auch für Gewinnspiele mit 0190-Telefonnummern.⁴⁹

Das LG Memmingen hat die Wettbewerbswidrigkeit gerade auch in der Tatsache gesehen, dass 0190-Gewinnspiele dazu geeignet sind, die teilnehmenden Kinder in erheblichem Umfang zu einer elterlich nicht gewollten und auch nicht erlaubten Inanspruchnahme des elterlichen Telefons zu animieren. Gewinnspiele, die besonders auf für Kinder und

⁴² So handelte es sich bei den sämtlichen Entscheidungen der LG Dortmund (Fn. 24), LG Hamburg (Fn. 25) und LG Memmingen (Fn. 26) um Gewinnspiele, die sich ausschließlich oder überwiegend an Kinder und Jugendliche richtete.

⁴³ *Strothmann*, in: *Gloy* (Fn. 13), § 51, Rn. 20.

⁴⁴ LG Berlin, Az: 27 O 776/92, zitiert nach *Strothmann*, in: *Gloy* (Fn. 13), § 51, in Fn. 52.

⁴⁵ OLG Frankfurt a.M., GRUR 1994, 523 – Lego-Hotline. Anmerkung von *Timm*, EWIR 1995, 85.

⁴⁶ In Abgrenzung zu den bekannten „Kalt-Anrufen“ bei Telefonwerbung. Vgl. dazu nur *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 67ff. m.w.N.

⁴⁷ Ausführlich dazu *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 199; *Strothmann*, in: *Gloy* (Fn. 13), § 51, Rn. 21.

⁴⁸ Dies gilt sogar dann, wenn Kindergärten zu Malwettbewerben angesprochen werden, da Eltern dadurch u.U. in eine Zwangslage gebracht werden, vgl. BGH, GRUR 1979, 175 (158) – Kindergarten-Malwettbewerb; KG, NJW-RR 1992, 1396 (1396); *Brändel*, FS von *Gamm*, Köln u.a. 1990, 9 (22).

⁴⁹ Vgl. LG Dortmund (Fn. 24), LG Hamburg (Fn. 25) und LG Memmingen (Fn. 26).

Jugendliche attraktive Preise abstellten,⁵⁰ würden Kinder und Jugendliche gerade zu heimlichem und unerlaubtem Telefonieren anstiften.⁵¹

Hervorzuheben in diesem Zusammenhang ist die schon zitierte „Lego-Hotline“-Entscheidung des OLG Frankfurt.⁵² Es handelte sich dabei zwar um keine entgeltliche Sondernummer, sondern um eine herkömmliche. Als wettbewerbswidrig wurde jedoch angesehen, dass versucht wurde die anfallenden Kosten, wieder über den Umweg der Kinder, auf den Kunden abzuwälzen.⁵³ Gelten diese grundsätzlichen Bedenken schon für den herkömmlichen Fernsprech-Bereich, muss dies erst recht für die „Premium Rate“-Dienste gelten, bei denen die Tarife weit darüber liegen.

Dennoch ist gerade im Umgang mit Jugendlichen eine zunehmend liberalere Tendenz in der letzten Zeit unübersehbar. So war nach dem Verhaltenskodex der *Freiwilligen Selbstkontrolle*⁵⁴ noch im Jahre 1996 jegliche Werbemaßnahme, die vorrangig Minderjährige ansprach, ebenso unzulässig wie eine Werbung in speziellen Zeitschriften für Minderjährige.⁵⁵ In der aktuellen Fassung dagegen ist dies schon nicht mehr der Fall. Danach sind „Angebote, die zur Zielgruppe Minderjährige haben, bis zu einem maximalen Preis von 3,- € pro Anruf zulässig, soweit ein elterliches Einverständnis vorliegt.“⁵⁶ In der Praxis werden noch nicht einmal diese Vorgaben eingehalten.⁵⁷ Die meisten Anbieter überschreiten klar diese selbst auferlegten Grenzen.

3. Sonstige Gründe:

Als weiteren Grund für eine Wettbewerbswidrigkeit wird die Irreführung über die Gewinnchancen und / oder den Wert der Gewinne angesehen.⁵⁸ In der letzten Zeit sind gerade bei Live-Gewinnspielen im Fernsehen vom Moderator solche Sätze zu hören wie: „Warum ruft denn keiner an? Wir warten nur auf Ihren Anruf! Sie werden dann gleich zu mir direkt in die Show durchgestellt!“

⁵⁰ Im Fall des LG Hamburg (Fn. 26) waren dies z.B. bei Jugendlichen bekannte und beliebte Handys.

⁵¹ Zu weitgehend das LG Memmingen (Fn. 26), das zusätzlich auf eine dadurch bedingte Verletzung des elterlichen Erziehungsrechts abstellt.

⁵² Vgl. Fn. 45.

⁵³ OLG Frankfurt a.M., GRUR 1994, 523 (523) - Lego-Hotline. Zustimmend *Böhm* (Fn. 28), 279; *Timm*, EWiR 1995, 85 (86).

⁵⁴ Vgl. Fn. 5.

⁵⁵ Vgl. Verhaltenskodex der *Freiwilligen Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste*, Stand: Juni 1996, IV Nr. 6, abgedruckt bei *Böhm* (Fn. 28), S. 381ff.

⁵⁶ Vgl. Verhaltenskodex der *Freiwilligen Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste*, Stand: 05.11.2001, B. II Nr. 2, <http://www.fst-ev.org/ger/verhaltenskodex.html>

⁵⁷ Vgl. dazu die zu Recht kritischen Berichte der Verbraucherzentralen BaWü und NRW, die das teilweise „üble Abkassieren“ der Klingeltöne-Anbieter anprangern, <http://www.vz-nrw.de/SES33883088/doc1733A.html>

⁵⁸ BGH, WRP 1995, 591 (593) – Gewinnspiel II; BGH, WRP 1998, 724 (726) – Rubbelaktion; *Speckmann* (Fn. 13), Rn. 467.

Ruft man dann die entsprechende 0190-Nummer an, läuft nur ein Anrufbeantworter, der einem mitteilt, dass man, wenn man etwas Glück habe, zurückgerufen werde und man daher Namen und Telefonnummer hinterlassen solle.

Ein solches Verhalten verstößt klar gegen die höchstrichterlich festgelegte Transparenz in diesen Fällen. Denn die Ausführungen des Moderator führen den Einzelnen in die Irre. Denn es wird der Eindruck erweckt, bei Wählen der Nummer würde man sofort in die Show durchgestellt. Der Einzelne wird daher von einer durchaus realen Chance ausgehen und zum Hörer greifen. Das die Realität ganz anders aussieht und eine weitaus geringere Gewinnchance besteht, erfährt der Teilnehmer erst, wenn er schon die Nummer angewählt hat.

Auch in diesen Fällen liegt somit ein Verstoß gegen § 1 UWG vor.

I. Strafrechtliche Grenze (§§ 284, 287 StGB):⁵⁹

1. Allgemein:

Gemäß §§ 284, 287 StGB macht sich strafbar, wer ohne behördliche Erlaubnis Gewinnspiele veranstaltet. Ein Gewinnspiel ist dann gegeben, wenn eine Mehrzahl von Personen die Möglichkeit hat, gegen einen bestimmten Einsatz einen Gewinn zu erlangen, dessen Erzielung vom Zufall abhängt.⁶⁰ Ob und unter welchen Voraussetzungen eine behördliche Erlaubnis zu erteilen ist, hängt von den jeweiligen landesrechtlichen Vorschriften⁶¹ ab.

Bei dem Einsatz muss es sich um einen solchen mit nicht unbeträchtlichem Vermögenswert handeln.⁶² Ausreichend ist dafür ein versteckter Einsatz. Z.B. wenn jemand dem Käufer seiner Waren Freilose gibt,⁶³ bei Auslosung unter Abonnenten einer Zeitung⁶⁴ oder bei Prämienschießen in Schießbuden.⁶⁵ Muss der Teilnehmer dagegen nur Porto zahlen, handelt

⁵⁹ Allgemein zum Verhältnis Glücksspiel und Strafrecht vgl. *Belz*, Das Glücksspiel im Strafrecht, Marburg 1993 und *Dietz*, Zur Problematik des Glücksspielstrafrechts, Linz 1993.

⁶⁰ *Fruhmann*, MDR 1993, 822 (822f.); *Lackner/Kühl*, StGB, 23. Aufl., München 1999, § 287 StGB, Rn. 4; *Tröndle/Fischer*, StGB, 50. Aufl., München 2001, § 287 StGB, Rn. 2.

⁶¹ Hinsichtlich der speziellen Landesgesetze vgl. *Göhler/Buddendiek/Lenzen*, Lexikon des Nebenstrafrechts, 5. Aufl., München 1996, 515 II.

⁶² RGSt 64, 355 (355); 40, 21 (33); BGHSt 3, 99 (103); OLG Hamburg, MDR 1951, 492 (492); *Eisenmann* (Fn. 13), Rn. 614c; *von Bubnoff*, in: *LK*, StGB, 6. Band, 10. Aufl., Berlin u.a. 1988, § 284 StGB, Rn. 6, § 286 StGB, Rn. 4; *Tröndle/Fischer* (Fn. 60), § 287 StGB, Rn. 5 m.w.N.

⁶³ RGSt 59, 349 (349ff.); 65, 194 (194f.).

⁶⁴ RGSt 42, 430 (430f.); OLG Düsseldorf, NJW 1958, 760 (760f.). Kritisch dazu *Klenk*, GA 1976, 365ff..

⁶⁵ RG, JW 1911, 508 (508).

es sich dabei um keinen Einsatz, da das Entgelt nicht dem Veranstalter zufließt, sondern einem Dritten, dessen Dienstleistung in Anspruch genommen wird.⁶⁶

Entscheidende Bedeutung kommt auch dem Tatbestandsmerkmal des Zufalls zu. Eine Veranstaltung ist – in Abgrenzung zum reinen Geschicklichkeitsspiel – ein Gewinnspiel, wenn der Erfolg, also der Gewinn, allein oder überwiegend vom Zufall abhängt.⁶⁷ Zufall ist aber auch dann gegeben, wenn die Willkür des Unternehmens für die Verteilung der Gewinne maßgeblich ist⁶⁸ oder wenn die Ankunftszeit der Lösungen über die Reihenfolge der Gewinner entscheiden soll.⁶⁹ Lediglich wenn die Denkleistung eines Beklagten entscheidet, so kommen die §§ 284ff. StGB nicht in Betracht.⁷⁰ Keinesfalls aber braucht der Erfolg ausschließlich vom Zufall abhängen.⁷¹ Ist der Kausalverlauf teils beeinflussbar, teils nicht beeinflussbar, so kommt es darauf an, ob die Zufalls-Tatsachen überwiegen.⁷²

2. Gewinnspiele mit 0190-Telefonnummern:

a) Vermögenswerter Einsatz

Ohne jeden Zweifel⁷³ handelt es sich bei den 0190-Entgelten um einen vermögenswerten Einsatz. Denn diese fließen dem Veranstalter in erheblichem Umfang unmittelbar zu. Hier greift auch nicht die Parallele zum Porto, die eine Strafbarkeit ausschließen würde.⁷⁴ An diesem Punkt können die oben gemachten zivilrechtlichen Erwägungen nahtlos auf den strafrechtlichen Bereich übertragen werden. Denn in den 0190-Fällen dient nur ein kleiner Beitrag zur Deckung der Dienstleistung des Dritten. Der Großteil fließt dagegen dem Veranstalter zu.

Diese Ansicht wird auch von Seiten der Bundesregierung geteilt. Auf eine Kleine Anfrage⁷⁵ hin, teilte die Bundesregierung schon im Jahre 1994 ausdrücklich mit, dass sie Gewinnspiele mit 0190-Telefonnummern für genehmigungspflichtig halte.⁷⁶ Des weiteren spricht hierfür

⁶⁶ *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 144.; *Eichmann/Sörup*, MMR 2002, 142 (144).

⁶⁷ *Eichmann/Sörup*, MMR 2002, 142 (143).

⁶⁸ RGSt 27, 94 (94); *Tröndle/Fischer* (Fn. 60), § 287 StGB, Rn. 6.

⁶⁹ RGSt 27, 94 (95); *Tröndle/Fischer* (Fn. 60), § 287 StGB, Rn. 6.

⁷⁰ *Klosterfelde/Jaeger-Lenz*, in: *Gloy* (Fn. 12), § 50, Rn. 134; *Tröndle/Fischer* (Fn. 60), § 287 StGB, Rn. 6.

⁷¹ *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 145; *Eichmann/Sörup*, MMR 2002, 142 (143).

⁷² *Baumbach/Hefermehl* (Fn. 13), § 1 UWG, Rn. 145.

⁷³ Ebenfalls bejahend *Eichmann/Sörup*, MMR 2002, 142 (143f.). Ebenso der Beschluss der Lotteriereferenten der Länder v. 07./08.05.1998, vgl. dazu <http://www.hmdi.de/gesetze/abgrenzung.htm>. Differenzierend, jedoch ohne praktikablen Abgrenzungsvorschlag *Böhm* (Fn. 25). Ähnlich *Wehrmann*, in: *Brenig*, Telefonmehrwertdienste, Netzstruktur, Kommunikationskonzepte und Anwendungen, Loseblatt-Sammlung, Stand: September 1995, Kapt. 4.2, S.3f.

⁷⁴ So aber die Forderung der *Freiwilligen Selbstkontrolle Mehrwertdienste e.V.*, vgl. <http://www.vz-nrw.de/SES81066438/doc1732A.html>.

⁷⁵ Kleine Anfrage der Abgeordneten *Pick, Blunck u.a.*, BT-Drucks. 12/6996.

⁷⁶ Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten *Pick, Blunck u.a.*, BT-Drucks. 12/7165, S.3.

auch die Tatsache, dass schon während der Phase des Betriebsversuchs Unbedenklichkeitsbescheinigungen durch die zuständigen Landesbehörden erteilt wurden.⁷⁷

Auch die *Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste*⁷⁸ geht von einer Anwendung der §§ 284ff. StGB aus. Denn der einschlägige Teil ihres Verhaltenskodex lautet: „Glückspiele und Lotterien sind nur mit Erlaubnis der zuständigen Landesbehörde zulässig.“⁷⁹

Somit handelt es sich um einen vermögenswerten Einsatz.

b) Grenze der Unbeträchtlichkeit:

Eine Strafbarkeit scheidet aber dann, wenn der Einsatz die Grenze der Unbeträchtlichkeit nicht überschreitet. Für unbedenklich hielt das OLG Köln⁸⁰ im Jahre 1957 einen Betrag von 0,10 DM. Das OLG Hamm⁸¹ dagegen sah im gleichen Jahr die Grenze bei einem Wert von 1,00 DM überschritten. Das BayObLG⁸² hatte dies bei einer Summe von 5,00 DM ein Jahr zuvor ebenfalls bejaht.

Da die Portokosten in der Rechtsprechung als zulässig angesehen werden, bieten sie bei der Bestimmung des heute aktuellen Wertes eine gewisse Orientierungshilfe. Dies wäre ein Wert zwischen 0,51 € (Porto für Postkarte) und 0,56 € (Porto für Briefe). *Eichmann/Sörup*⁸³ dagegen wollen den Betrag unabhängig davon bestimmen und kommen im Wege des Inflationsausgleichs zu einem Wert von 2,50 €

Es kann dahingestellt bleiben, von welchem Wert auszugehen ist, denn in aller Regel wird der Veranstalter selbst die 2,50 €-Grenze überschreiten. Legt man den mittleren Tarif von 0,62 €/min. zugrunde, darf das Gespräch nicht länger als 4 min. dauern. Jedoch ist es gerade bei den meisten telefonischen Gewinnspielen der Fall, dass zunächst langwierige Erläuterungen vom Band erfolgen, bevor überhaupt die eigentliche Teilnahme möglich ist. In aller Regel wird daher auch die höhere Grenze von 2,50 € überschritten sein. Zudem gilt es zu berücksichtigen, dass in vielen Fällen die Teilnehmer nicht nur einmal, sondern mehrfach die Telefonnummer anwählen.⁸⁴

c) Zufallsbezogen⁸⁵

⁷⁷ Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten *Pick, Blunck u.a.*, BT-Drucks. 12/7165, S.3.

⁷⁸ Vgl. Fn. 5.

⁷⁹ Vgl. Teil B, II. 2. des Verhaltenskodex, Stand: 05.11.2002. Online wiederzufinden unter <http://www.fst-ev.org/ger/verhaltenskodex.html>.

⁸⁰ OLG Köln, NJW 1957, 721 (721).

⁸¹ OLG Hamm, JMBINW 1957, 251 (251).

⁸² BayObLG, GA 1956, 385 (386).

⁸³ *Eichmann/Sörup*, MMR 2002, 142 (145).

⁸⁴ Vgl. dazu die obigen zivilrechtlichen Ausführungen.

⁸⁵ Anders als bei der obigen zivilrechtlichen, bei der eine Verkopplung auch bei Gewinnspielen i.w.S. gegeben ist, bedarf es bei der strafrechtlichen Beurteilung einer exakten Begriffsbestimmung. Dem Tatbestandsmerkmal der Zufallsbezogenheit kommt dabei entscheidende Bedeutung zu.

Bei der Bestimmung der Zufallsbezogenheit ist eine in der letzten Zeit zunehmende besondere Form des (TV-) Gewinnspiels interessant. Dort wird der Gewinn neben der Einwahl über eine kostenpflichtige Telefonnummer von der Beantwortung einer Quiz-Frage abhängig gemacht. Es handelt sich dabei aber um eine rein vorgeschobene Frage, deren Beantwortung selbst einem Zuschauer mit geringer Bildung ohne Probleme möglich ist (z.B. *Frage*: Was scheint tagsüber und steht am Himmelsfirmament? *Antwort*: Sonne. Oder z.B. *Frage*: Was ist das Gegenteil von Schwarz? *Antwort*: Weiß).

In diesen Fällen ist offensichtlich, dass der Beantwortung der Frage keine allzu große Bedeutung zukommt. Im Rahmen einer Gesamtbetrachtung wird vielmehr entscheidend auf die telefonische Einwahl abzustellen sein. Und diese wird – selbst bei willkürlicher Bestimmung der Teilnehmer durch den Veranstalter – rechtlich betrachtet immer vom Zufall abhängen.

Etwas anderes kann jedoch dort geltend, wo die Beantwortung der Quiz-Frage nicht nur vorgeschoben ist, sondern eine ernsthafte Hürde für den Teilnehmer darstellt. Denn in diesen Fällen beeinflusst die individuelle Denkleistung des Teilnehmers den Ausgang entscheidend. Ob dennoch insgesamt eine Zufallsbezogenheit gegeben ist, ist dann eine Frage des Einzelfalls.

d) Bei anderweitiger Teilnahmemöglichkeit:

Etwas anderes könnte nur dann gelten, wenn der Veranstalter zugleich eine Gewinnteilnahme per Post vorsieht. Denn dann wird es u.U. am vermögenswerten Einsatz fehlen. Zwar ist für die Anwendung der §§ 284ff. StGB nicht erforderlich, dass alle Teilnehmer einen Einsatz leisten.⁸⁶ Ausreichend für eine Strafbarkeit ist, dass für die Mehrheit eine Verpflichtung besteht.⁸⁷ Es ist bislang gerichtlich nicht geklärt, ob dies auch für die Fälle gilt, in denen eine Teilnahme sowohl per 0190-Nummer als auch per Briefkarte möglich ist. Daher gilt es, die weitere Entwicklung abzuwarten.⁸⁸

TEIL 4 : RESÜMEE

Bei Betrachtung der derzeitigen Rechtslage kommt man somit zu dem Ergebnis, dass Gewinnspiele mit 0190-Nummern, soweit keine realistische postalische Teilnahme-

⁸⁶ Von *Bubnoff*, in: *LK* (Fn. 62), § 286 StGB, Rn. 4.

⁸⁷ *RG LZ* 1916, 1127 (1127); *BayOGLSt* 10, 348 (354); *Bubnoff*, in: *LK* (Fn. 62), § 286 StGB, Rn. 4.

⁸⁸ Vgl. dazu auch *Eichmann/Sörup*, *MMR* 2002, 142 (145).

möglichkeit besteht, wettbewerbswidrig sind. Ob ein Gewinnspiel unter §§ 284, 287 StGB fällt, hängt von den konkreten Umständen des Einzelfalls ab.

Es darf in diesem Zusammenhang natürlich nicht übersehen werden, dass es sich bei den Entscheidungen um keine gefestigte Rechtsprechung handelt, sondern vieles noch einer abschließenden höchstrichterlichen Klärung bedarf. Traditionell befindet sich das Wettbewerbsrecht in ständigem Fluss. Dies gilt insbesondere für den hier besprochenen Bereich.

Dennoch ist es lohnenswert, sich schon jetzt einige Gedanken zu machen: Es handelt sich augenscheinlich um ein merkwürdig anmutendes Ergebnis. Denn ein kurzer Blick in eine Jugendzeitschrift oder eine abendliche halbe Stunde vor dem Fernseher genügt, um zu erkennen, dass in der Praxis das genaue Gegenteil der Fall ist. Gewinnspiele mit „Premium Rate“-Diensten sind längst allgegenwärtig und alltäglich geworden. Egal wohin man schaut, sie finden sich an jeder Ecke.

Ist daher die Ansicht der Landgerichte Hamburg, Dortmund und Memmingen veraltet, geradezu überholt? Handelt es sich dabei um antiquiertes richterliches Denken? Ein Relikt des schnöden 20. Jahrhunderts?

Freilich, so einfach ist dann doch nicht. Denn gerade obige Darstellung hat gezeigt, dass Gewinnspiele mit 0190-Nummern nicht grundsätzlich, sondern nur ausnahmsweise unzulässig sind. Dies ist immer dann der Fall, wenn dem Gewinnspiele-Veranstalter ein unmittelbarer oder mittelbarer wirtschaftlicher Vorteil zufließt und keine andere reale Teilnahmemöglichkeit besteht. Bei diesen Einschränkungen handelt es sich um sinnvolle und angemessene Eingrenzungen der allgemeinen Wettbewerbsfreiheit zugunsten des Verbraucherschutzes. Wollte man derartige Gewinnspiele ausnahmslos für zulässig erklären, wäre dies nur eine falschverstandene Interpretation unseres modernen Liberalismus.