

## **Jugendgefährdende Schokoriegel**

**Sind Sammelaktionen auf Schokoriegeln wettbewerbswidrig, weil sie die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen ausnutzen? Eine Antwort hierauf gab jetzt der BGH.**

Streitgegenstand war eine Werbaktion auf Schokoriegeln (unter anderem "Lion", "KitKat" und "Nuts"). Auf den Verpackungen der Riegel war je ein Sammelpunkt aufgedruckt. Für 25 solcher Sammelpunkte sollte man einen Gutschein bei Amazon im Wert von EUR 5,- erhalten.

Diese Werbung hielt der Bundesverband der Verbraucherzentralen für wettbewerbswidrig, da die Werbeaktion die Sammelbegeisterung von Kindern und Jugendlichen in unzulässiger Weise ausnutze.

### **Entscheidung des Gerichts**

Der Bundesgerichtshof sah dies in seinem [Urteil vom 17.07.2008 - Az. I ZR 160/05](#) jedoch anders und wies die Klage der Verbraucherzentrale ab. Zwar könnten grundsätzlich solche Sammelaktionen wettbewerbswidrig sein, wenn Sie für die Kinder und Jugendlichen nicht überschaubar sind und somit ihre Unerfahrenheit ausnutzen, dies sei in diesem Fall aber nicht gegeben. Bei der Schokoriegel-Werbeaktion konnten die Jugendlichen die wirtschaftliche Bedeutung, die Preiswürdigkeit und die finanzielle Belastung hinreichend bestimmen. Deshalb wurde hier keine Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen ausgenutzt, so die Karlsruher Richter.

### **Fazit**

Werbung die sich insbesondere an Kinder und Jugendliche richtet, unterliegt noch strengeren Maßstäben, so dass hier bei der Ausgestaltung besondere Vorsicht geboten ist. Insbesondere dürfte die EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken hier noch zu Verschärfungen führen. Die Richtlinie wurde in der oben genannten Entscheidung nämlich noch nicht berücksichtigt.