

Unzulässige oder umstrittene Werbemaßnahmen

Aufgabe 1

Ordnen Sie die angegebenen Begriffe den entsprechenden Begriffserklärungen zu.

1	Lockvogelwerbung _____	A	Werbung, in der ein Produkt /ein Unternehmen mit der Behauptung beworben wird, eine Spitzenstellung am Markt einzunehmen, z.B. durch Aussagen wie „Der größte...“, „Der beste...“, „Führendes Unternehmen im Bereich...“, „Die Nr. 1“, „Simply the Best“ usw..
2	Mondpreiswerbung _____	B	Integration des Namens, Produkts oder des Logos eines Unternehmens in den Massenmedien, ohne dass der Rezipient dies als Werbung erkennen oder als störend empfinden soll – z.T. identisch mit dem Begriff des „Product Placement“.
3	Alleinstellungswerbung _____	C	... liegt dann vor, wenn die als besonders günstig angepriesene Ware nicht oder nur in unzureichender Menge zur Verfügung steht oder wenn diese so angekündigt wird, dass beim Konsumenten der Eindruck entsteht, dass diese Preiskalkulation beispielhaft für das Gesamtsortiment ist.
4	Vergleichende Werbung _____	D	... liegt dann vor, wenn die Werbeaussage drucktechnisch besonders auffallend hervorgehoben ist und die für die Richtigkeit / Zulässigkeit der Aussage erforderliche ergänzende Information nur klein und schwer leserlich erscheint.
5	Redaktionelle Werbung _____	E	Werbung, die insbesondere an das Mitleid, die Spendenfreudigkeit, die Hilfsbereitschaft, die soziale Verantwortung, die Frömmigkeit oder an die Ängste des Verbrauchers appelliert.
6	Gefühlsbetonte Werbung _____	F	...handelt es sich dann, wenn bei einer Werbemaßnahme missverständliche, täuschende oder falsche Angaben über die Beschaffenheit, die Herkunft, den Preis von Waren / Leistungen oder über den Anlass oder den Zweck des Verkaufs gemacht werden.
7	Irreführende Werbung _____	G	Es wird mit reduzierten Preisen geworben, wobei der frühere (höhere) Preis nur für einen unangemessen kurzen Zeitraum gefordert wurde.
8	Schockwerbung _____	H	...liegt dann vor, wenn eine Anzeige wie ein redaktioneller Bericht aufgemacht und nicht als Werbung gekennzeichnet ist, also der Eindruck erweckt wird, es handele sich um Recherchen oder um die Meinung eines unabhängigen Dritten.
9	Blickfangwerbung _____	I	Werben mit Bildaufnahmen, die aufgrund des Motivs (Not, Leid, religiös oder politisch hochbrisante Themen) heftige Reaktionen der unterschiedlichsten Art hervorrufen, wobei kein Sachbezug zu dem beworbenen Produkt besteht.
10	Schleichwerbung _____	K	Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die von einem Mitbewerber angebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht.

Unzulässige oder umstrittene Werbemaßnahmen (2)

Aufgabe 2:

Ergänzen Sie die Sätze mit passenden Verben aus dem Schüttelkasten (Zwei Verben werden nicht benötigt). Orientieren Sie sich dabei an den in Klammern angegebenen Verben und achten Sie auf die richtige Flexion.

anfallen, angeben, ausnutzen, ausüben, beeinträchtigen, behindern, beziehen, entpuppen, heraufsetzen, hervorheben, stattfinden, verschleiern, verunglimpfen, täuschen, knüpfen, vorhalten, verstoßen

1. Der Verbraucher wurde durch gefühlsbetonte Werbung in seiner Entscheidungsfreiheit _____ . (*behindern*)
2. Auf den Verbraucher wurde psychologischer Kaufdruck _____ . (*machen*)
3. Die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern wurde _____ . (*für eigene Zwecke missbrauchen*)
4. Der Werbecharakter der Werbemaßnahme wurde _____ . (*unkennlich machen*)
5. Bei dem versprochenen Preisnachlass wurden Bedingungen nicht eindeutig _____ . (*nennen*)
6. Die Waren eines Konkurrenten wurden _____ . (*schlecht machen*)
7. Der Verbraucher wurde über die betriebliche Herkunft der Ware _____ . (*betrügen*)
8. Die Konkurrenten wurden durch verschiedene Maßnahmen gezielt _____ . (*gestört / gehandikapt*).
9. Das angebotene Produkt wurde nicht in angemessener Menge zur Befriedigung der Nachfrage _____ . (*zur Verfügung stellen*)
10. Bei der Preisauszeichnung wurde nicht darauf hingewiesen, dass zusätzliche Versandkosten _____ (*entstehen*)
11. Die Teilnahme an dem Gewinnspiel wurde unzulässig an den Kauf einer Ware _____ . (*verbinden mit*)
12. Bei der Werbemaßnahme wurde der Endpreis nicht klar genug _____ . (*markieren*)
13. Der vom Anbieter gezogene Vergleich seiner Ware mit der seines Mitbewerbers _____ sich nicht auf eine objektive und nachprüfbare Eigenschaft. (*betreffen*)
14. Bei der Werbemaßnahme hat das Unternehmen massiv gegen die Vorschriften der Preisangabenverordnung _____ . (*zuwiderhandeln*)
15. Kurz vor Beginn der Rabattaktion hatte der Anbieter unzulässig die Preise verschiedener Artikel _____ . (*erhöhen*)

Unzulässige oder umstrittene Werbemaßnahmen (3)

Aufgabe 3:

Lesen Sie den nachfolgenden Auszug aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und ergänzen Sie die Lücken mit den passenden Wörtern (siehe Auswahlliste unten):

§ 7 Unzumutbare Belästigungen

- (1) Unlauter im Sinne von § 3 handelt, wer einen Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise (a) _____.
- (2) Eine unzumutbare Belästigung ist insbesondere anzunehmen
1. bei einer Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der (b) _____ diese Werbung nicht wünscht;
 2. bei einer Werbung mit Telefonanrufen gegenüber Verbrauchern ohne deren Einwilligung oder gegenüber sonstigen (c) _____ ohne deren zumindest mutmaßliche Einwilligung;
 3. bei einer Werbung unter Verwendung von automatischen Anrufmaschinen, Faxgeräten oder (d) _____ Post, ohne dass eine Einwilligung der Adressaten vorliegt;
 4. bei einer Werbung mit Nachrichten, bei der die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, (e) _____ oder verheimlicht wird oder bei der keine gültige Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur (f) _____ solcher Nachrichten richten kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen (g) _____.
- (3) (h) _____ von Absatz 2 Nr. 3 ist eine unzumutbare Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung elektronischer Post nicht anzunehmen, wenn
1. ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse (i) _____ hat,
 2. der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet,
 3. der Kunde der Verwendung nicht (j) _____ hat und
 4. der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf (k) _____ wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), vom 3. Juli 2004, Bundesgesetzblatt Teil I, Seite 1414

- (a) belastet / belädt / belästigt / beköstigt
- (b) Bezieher / Erhalter / Empfänger / Bezogene
- (c) Marktteilnehmern, Teilhabern, Interessenten, Mitbewerbern
- (d) elektrischer, elektronischer, elektrifizierter, elektrotechnischer
- (e) verschwendet, vernetzt, verschleiert, verraten
- (f) Einstellung, Verhinderung, Verbreitung, Entsagung
- (g) entstehen, bezahlen, steigen, verteuern
- (h) Abseitig, Abweisend, Abweichend, Absichtlich
- (i) erhoben, bestellt, geschickt, erhalten
- (j) widersprochen, zugesagt, entgegnet, erwidert
- (k) bemerkt, angesprochen, hingewiesen, gestoßen



Unzulässige oder umstrittene Werbemaßnahmen, Lösungsschlüssel

Aufgabe 1

1 C Lockvogelwerbung:

unzulässig gemäß UWG § 5 Absatz 1 u. Absatz 4

2 G Mondpreiswerbung:

unzulässig gemäß UWG § 5 Absatz 4

3 A Alleinstellungswerbung:

Die Alleinstellungsbehauptung in einer Werbeaussage ist nur dann zulässig, wenn tatsächlich ein beachtlicher Vorsprung vor anderen Mitbewerbern besteht, dieser bereits eine über einen längeren Zeitraum hin andauert und nicht nur ein kurzzeitiger Effekt ist. UWG § 6, Absatz 2

4 K Vergleichende Werbung:

nur zulässig, wenn die Ware/Dienstleistung vergleichbar ist, d.h. sich der Vergleich auf den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung bezieht, wenn der Vergleich objektiv ist, d.h. sich auf wesentliche, relevante, nachprüfbar und typische Eigenschaften oder auf den Preis bezieht und wenn der Mitbewerber damit nicht herabgesetzt oder verunglimpft wird. (UWG § 6)

5 H Redaktionelle Werbung:

unzulässig, da irreführend, UWG § 4, § 5

6 E Gefühlsbetonte Werbung

unzulässig, wenn dadurch die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer beeinträchtigt oder die Leichtgläubigkeit, die Angst oder die Zwangslage von Verbrauchern ausgenutzt wird. UWG, § 4 Absatz 1 und 2.

7 F Irreführende Werbung:

unzulässig, UWG § 5

8 I Schockwerbung:

umstrittene Form der Werbung, wie die jahrelange gerichtliche Auseinandersetzung um die Bennetton-Kampagne (Bilder von toten Vögeln, sterbenden HIV-Positiv-Kranken und Gewaltopfern) zeigt. Die Bilder wurden durch alle Instanzen hindurch bis hin zum Bundesgerichtshof als sittenwidrig (altes UWG) eingestuft. Das Bundesverfassungsgericht hob diese Entscheidung jedoch im Jahr 2005 wieder auf.

9 D Blickfangwerbung:

unzulässig, da irreführend nach UWG § 5, und Verstoß gegen die PreisangabenVO § 1 Absatz 6

10 B Schleichwerbung:

unzulässig, da irreführend, UWG § 4, § 5

Aufgabe 2

1. beeinträchtigt
2. ausgeübt
3. ausgenutzt
4. verschleiert
5. angegeben
6. verunglimpft
7. getäuscht
8. behindert
9. vorgehalten
10. anfallen
11. geknüpft
12. hervorgehoben
13. bezog
14. verstoßen
15. heraufgesetzt

Aufgabe 3

- (a) belästigt
- (b) Empfänger
- (c) Marktteilnehmern
- (d) elektronischer
- (e) verschleiert
- (f) Einstellung
- (g) entstehen
- (h) Abweichend
- (i) erhalten
- (j) widersprochen
- (k) hingewiesen

