

# Neue Regeln für Gewinnspiele und Wettbewerbe in der Schweiz

3. Januar 2019 Rechtsanwalt Martin Steiger

**Für Gewinnspiele und Wettbewerbe, auch im Internet, gelten seit dem 1. Januar 2019 neue Regeln in der Schweiz. Der Grund ist das neue Bundesgesetz über Geldspiele (BGS), kurz Geldspielgesetz. Es löste unter anderem das bisherige Lotteriegesetz ab.**

Bei Gewinnspielen und Wettbewerben werden Preise unter den Teilnehmern verlost oder Teilnehmer können Preise durch Geschicklichkeit gewinnen.

Solche Lotterien und Verlosungen sowie Geschicklichkeitsspiele fallen grundsätzlich unter das Geldspielgesetz, wenn für die Teilnahme ein Rechtsgeschäft abgeschlossen werden oder ein geldwerter Einsatz geleistet werden muss. Solche Gewinnspiele und Wettbewerbe benötigen eine Bewilligung.

Eine solche Bewilligung ist nur mit viel Aufwand oder gar nicht erhältlich. Wer einen Wettbewerb durchführt, sollte deshalb versuchen, gar nicht erst unter das Geldspielgesetz zu fallen. Man entgeht damit dem Risiko, bis Busse bis zu 500'000 Franken bestraft zu werden (Art. 131 BGS).

Es gibt vier Möglichkeiten, mit einem Gewinnspiel oder Wettbewerb nicht unter das Geldspielgesetz zu fallen und damit keine Bewilligung zu benötigen:

## **Vier Möglichkeiten: Gewinnspiele und Wettbewerbe ohne Bewilligung trotz Geldspielgesetz**

### **Möglichkeit 1: Kein geldwerter Einsatz oder kein Rechtsgeschäft**

Wer kein Geldspiel durchführt, fällt mit einem Gewinnspiel oder Wettbewerb überhaupt nicht unter das Geldspielgesetz und benötigt in keinem Fall eine Bewilligung. Kein Geldspiel führt durch, wenn für die Teilnahme kein geldwerter Einsatz und auch kein Rechtsgeschäft vorgesehen ist (Art. 3 lit. a BGS).

**Beispiel:** Aus allen Personen, die eine Seite auf Social Media liken, werden drei Apple Store-Gutscheine verlost.

### **Möglichkeit 2: Kein Geldgewinn oder geldwerter Gewinn**

Die einfachste Möglichkeit, keine Bewilligung zu benötigen, ist der Verzicht auf einen Geldgewinn oder einen sonstigen geldwerten Vorteil wie beispielsweise einen Gutschein oder einen Sachpreis als Gewinn: Kein geldwerter Gewinn, keine Bewilligungspflicht gemäss Geldspielgesetz (Art. 1 Abs. 1 i.V.m. Art. 3 lit. a BGS).

**Beispiel:** Aus allen Teilnehmern, die auf einer Website drei Wettbewerbsfragen richtig beantworten, wird eine Person ausgelost und als Gewinner präsentiert.

### **Möglichkeit 3: Gratis-Teilnahme an Gewinnspiel in den Medien**

Medienunternehmen benötigen keine Bewilligung, wenn sie ein Gewinnspiel zur kurzzeitigen Kundenbindung oder Verkaufsförderung durchführen und eine Gratis-Teilnahme möglich, sofern keine Gefahr von exzessivem Geldspiel besteht (Art. 1 Abs. 2 lit. e BGS).

Mit «Medienunternehmen» sind – soweit ersichtlich – Massenmedien wie Fernsehen, Radio und Zeitungen gemeint. «Kundenbindung» bedeutet beispielsweise, dass bezweckt wird, die Zuhörer beziehungsweise Zuschauer an eine einzelne Sendung oder an ein gesamtes Sendungsangebot zu binden. Wie lange «kurzzeitig» dauert, ist gesetzlich nicht definiert.

Der Zugang zum und die Teilnahme am Gewinnspiel muss zu den gleich guten Bedingungen wie bei Leistung eines geldwerten Einsatzes oder bei Abschluss eines Rechtsgeschäftes immer auch gratis möglich sein. Als «gratis» gilt auch die Übermittlung gemäss normalen Gebühren, wobei diese Gebühren nicht höher liegen dürfen als die Gebühren für die kostenpflichtige Teilnahme. Eine Teilnahme, die tatsächlich gratis ist, sieht das Geldspielgesetz nicht zwingend vor.

Die Möglichkeit für die Gratis-Teilnahme muss klar sowie unmissverständlich kommuniziert werden sowie genauso leicht verfügbar und zugänglich sein wie die kostenpflichtige Teilnahme. Die Teilnahme über veraltete oder nicht durchgesetzte Technologien wie beispielsweise WAP gilt nicht als «gratis».

**Beispiel:** Bei einer Fernsehsendung können Zuschauer telefonisch für 90 Rappen pro Anruf an der Verlosung von 10'000 Franken während der Sendung teilnehmen. Der Fernsehsender muss ermöglichen und darauf hinweisen, dass die Teilnahme auch gratis – zum Beispiel über ein Internet-Formular – möglich ist.

**Beispiel:** Eine Zeitung lockt neue Abonnenten mit der Verlosung einer Traumreise. Die Zeitung muss ermöglichen und darauf hinweisen, dass die Teilnahme auch ohne neues Abonnement möglich ist.

#### **Möglichkeit 4: Teilnahme an Gewinnspiel ausschliesslich durch Kauf von Dienstleistungen oder Waren**

Wer zur kurzzeitigen Verkaufsförderung die Teilnahme an einem Gewinnspiel mit dem Kauf von Dienstleistungen oder Waren zu höchstens marktkonformen Preisen verbindet, benötigt keine Bewilligung, sofern keine Gefahr von exzessivem Geldspiel besteht (Art. 1 Abs. 2 lit. d BGS).

**Beispiel:** Im Detailhandel nimmt jeder Käufer von Schokolade automatisch an der Verlosung von einem Gutschein für ein Jahres-Abonnement in einem Fitness-Center teil. Die Schokolade kostet gleich viel wie im Vorjahr, als der Kauf nicht mit der Teilnahme an einer Verlosung verbunden war.

#### **Weiterhin: Regeln gemäss Lauterkeitsrecht, Nutzungsbedingungen, ...**

Unabhängig vom neuen Geldspielgesetz gelten weiterhin die bestehenden Regeln für Gewinnspiele und Wettbewerbe in der Schweiz:

##### **Schweizerisches Lauterkeitsrecht**

Das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Lauterkeitsgesetz, UWG) verbietet beispielsweise, bei einem Wettbewerb einen Gewinn zu versprechen, der nur über den Kauf einer Dienstleistung oder Ware, über eine kostenpflichtige Mehrwertdienstnummer oder die Teilnahme an einer Verkaufsveranstaltung eingelöst werden kann (Art. 3 Abs. 1 lit. t UWG).

Weiter verbietet das UWG unter anderem irreführende Angaben (Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG) und besonders aggressive Verkaufsmethoden, die Kunden in ihrer Entscheidungsfreiheit beeinträchtigen (Art. 3 Abs. 1 lit. h UWG).

Aus dem UWG lässt sich auch die Notwendigkeit von Teilnahmebedingungen ableiten. Die Teilnahmebedingungen müssen unter anderem beinhalten, wer das Gewinnspiel durchführt, wer am Gewinnspiel (nicht) teilnehmen darf, wie lange das Gewinnspiel dauert, was es wie zu gewinnen gibt und wie Ermittlung sowie Benachrichtigung der Gewinner erfolgen. Der Rechtsweg darf ausgeschlossen werden.

##### **Schweizerisches Datenschutzrecht**

Bei Gewinnspielen werden Personendaten der Teilnehmer bearbeitet, weshalb das schweizerische Datenschutzgesetz (DSG) eingehalten werden muss. Die Bearbeitung erfolgt häufig nicht nur für den eigentlichen Wettbewerb, sondern über das Gewinnspiel hinaus, zum Beispiel für den Versand von Werbung oder für die Weitergabe an Partner.

So oder so ist immer eine Datenschutzerklärung – allenfalls im Rahmen der Teilnahmebedingungen – erforderlich. Für Werbung per E-Mail («Newsletter») ist ausserdem eine ausdrückliche Einwilligung erforderlich, die bei E-Mail mit «Double Opt-in» dokumentiert werden sollte (Art. 3 Abs. 1 lit. o UWG).

## **Nutzungsbedingungen von Social Media-Plattformen**

Bei einem Wettbewerb auf Facebook oder einer anderen Social Media-Plattform gelten die jeweiligen Nutzungsbedingungen.

Bei Facebook beispielsweise müssen die Richtlinien für «Promotions auf Seiten, in Gruppen und in Veranstaltungen» eingehalten werden. Demnach ist der Betreiber einer Facebook-Seite unter anderem für die Einhaltung gesetzlicher Regeln verantwortlich, muss Teilnahmebedingungen veröffentlichen, eine vollständige Freistellung von Facebook vorsehen und klarstellen, dass das Gewinnspiel in keiner Verbindung zu Facebook steht.

Vergleichbare Richtlinien gibt es bei allen Social Media-Plattformen, so unter anderem bei Instagram, Twitter und YouTube.

## **Vorsicht, DSGVO und anderes ausländisches Recht!**

Bei grenzüberschreitenden Gewinnspielen und Wettbewerb muss das jeweils anwendbare ausländische Recht beachtet werden. Dazu zählt beispielsweise die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union (EU).

## **Rechtsanwalt Martin Steiger**



Martin Steiger ist Anwalt und Unternehmer für Recht im digitalen Raum. Er befasst sich insbesondere mit Datenschutzrecht, Immaterialgüterrecht, IT-Recht und Medienrecht. Neben seiner Anwaltstätigkeit engagiert er sich unter anderem bei der Digitalen Gesellschaft und bei TEDxZurich. Martin Steiger ist ausserdem Mitgründer der Legal Tech-Unternehmen Datenschutzpartner AG (Schweiz) und VGS Datenschutzpartner UG (Deutschland).