

# OLG München verbietet dem Freistaat Bayern unlautere Glücksspielwerbung

**Staatliche Monopolanbieter verstoßen gegen Glücksspielstaatsvertrag**

Die Wettbewerbszentrale war zweitinstanzlich gegen den Freistaat Bayern erfolgreich, der über seine zum Deutschen Lotto- und Totoblock gehörende Staatliche Lotterieverwaltung im großen Umfang gewerblich Sportwetten und Glücksspiele anbietet. Das Oberlandesgericht (OLG) München untersagte dem Freistaat Bayern kürzlich in drei Fällen unlautere Werbung (Az. 29 W 1211/08 – nicht rechtskräftig).

Die von der Wettbewerbszentrale angegriffene Werbung, u. a. mit den Aussagen „Spiel mit“ und „Lotto ... Aktueller Jackpott: ca. 18 Mio. €...“, stellt nach den Feststellungen des OLG die Höhe des bei der jeweils nächsten Ausspielung möglichen Gewinns unzulässig in den Vordergrund.

Eine solche Werbung verstößt gegen § 5 Abs. 1 des Glücksspielstaatsvertrages (GlüStV). Nach dieser Vorschrift hat sich Werbung für öffentliches Glücksspiel zur Vermeidung eines Aufforderungscharakters auf eine Information und Aufklärung über die Möglichkeit zum Glücksspiel zu beschränken.

Rechtsanwalt Dr. Andreas Ottofölling von der Wettbewerbszentrale führte zu dieser Entscheidung aus: „Sie verdeutlicht, dass sich der Freistaat Bayern als Lotterieveranstalter nicht an die von ihm selbst aufgestellten Werbegrundsätze hält. Der Staat kann nicht auf der einen Seite das Lotteriemonopol mit dem Schutz der Bürger vor Spielsucht begründen und auf der anderen Seite selbst plakativ zur Teilnahme an Glücksspielen auffordern.“

Das Vorbringen der Behörden, dass die Landeslotteriegesellschaften ihre Werbung angesichts der Vorgaben durch das Bundesverfassungsgericht nachhaltig umgestellt und eingeschränkt hätten, ist angesichts dieser Entscheidung offenkundig nicht haltbar. Es besteht weiterhin nicht nur ein deutliches Regelungsdefizit (so zutreffend das VG Berlin), sondern auch ein gravierendes Vollzugsdefizit. Entgegen den Vorgaben des Bundesverfassungsgerichts gibt es keine unabhängige Überwachung der staatlichen Anbieter, durch die das rechtswidrige Verhalten dieser Monopolanbieter effektiv kontrollieren werden könnte.

Die Entscheidungsgründe des OLG München sind nunmehr veröffentlicht worden (MD 2008, 709 ff.). Das Gericht führt darin zum unlauteren Werbeverhalten des Freistaats Bayern aus:

„Die Zeitungsanzeige stellt die Höhe des bei der jeweils nächsten Ausspielung möglichen Gewinns blickfangmäßig in den Vordergrund. Andere Informationen als diesen die besondere Attraktivität der Spielteilnahme begründenden Umstand erwähnt sie nur in wesentlich kleinerer Schrift. Zwischen der plakativen Hervorhebung der Gewinnangabe und der im Schriftbild demgegenüber kaum in Erscheinung tretenden Erwähnung der Suchtgefahr und der geringen Gewinnwahrscheinlichkeit besteht ein eklatantes Missverhältnis. Die Unausgewogenheit der Anzeige, die sich aus der einseitigen Hervorhebung der Möglichkeit eines besonders hohen Gewinns ergibt, bewirkt einen gesteigerten Anreiz für die durch die Werbung angesprochenen Personen, an der Lotterie teilzunehmen. Der gem. § 5 I GlüStV gestattete informative und aufklärende Gehalt der Werbung tritt deutlich gegenüber deren Aufmachung als Reklame mit Anreiz zur Teilnahme zurück. Das verstößt gegen § 5 I, II S. 1 GlüStV.

Den beiden anderen angegriffenen Werbemaßnahmen (Werbetafel und Titelblattwerbung) kommt der verbotene Anreizcharakter in noch höherem Maße zu, da diese nicht einmal untergeordnete Hinweise auf gegen eine Spielteilnahme sprechende Umstände

enthalten, sondern die attraktive Gewinnhöhe in Alleinstellung anführen. Sie stehen damit sogar im Widerspruch zu der Vorgabe in Nr. 2 der Richtlinien zur Vermeidung und Bekämpfung von Glücksspielsucht (Anhang zum GIüStV), nach der eine Information über Höchstgewinne mit der Aufklärung über die Wahrscheinlichkeit von Gewinn und Verlust zu verbinden ist. (...)

Bei der Werbung auf dem Titelblatt des Magazins kommt hinzu, dass bei der Feststellung des maßgebenden Gesamteindrucks, den die Werbemaßnahme auf die angesprochenen Verkehrskreise macht, auch die übrige Gestaltung des Titelblatts – insbesondere der ebenfalls blickfangmäßig gestaltete Titel „Spiel mit“ – zu berücksichtigen ist. Im Zusammenwirken mit diesem in der Befehlsform gehaltenen Titel kommt der Hervorhebung des möglichen Gewinns nicht nur eine zur Spielteilnahme anreizende, sondern auch eine ausdrücklich dazu auffordernde Wirkung zu.“