

VG Hannover: Keine Werbung mit Freispielgutscheinen in Spielhallen

Das VG Hannover hat sich mit Urteil vom 17.06.2009 (Az. [11 A 4402/07](#)) mit der Frage beschäftigt, ob eine Spielhalle mit Freispielgutscheinen für ihr Unternehmen werben darf. Die Aufsichtsbehörde hatte genau eine solche Werbemaßnahme untersagt. Die hiergegen gerichtete Anfechtungsklage des Spielhallenbetreibers blieb erfolglos.

Der Spielbankbetreiber hatte in der Zeitung „G. Wochenblatt“ vom 25.07.2007 mit der Abbildung des Spielgerätes „Glücksrad“ und dem Text „Einladung! – Höllisch heiße Spiele! Teuflich gut“ – Ihr kleines Casino.“ geworben und „Testcoupons“ im Wert von jeweils 4,00 € mit dem Hinweis beigefügt „Gilt für Freispiele am neuen Glücksrad. Einzulösen in Ihren H. - SPIELOTHEKEN. Keine Auszahlung von Bargeld. Pro Person ein Gutschein möglich. Gültig bis 31.08.2007.“

Bei dem „Glücksrad“ handelt es sich um ein dem klassischen Roulette ähnliches elektronisches Spielsystem im Casino-Design mit bis zu sechs Spielpulten, bei dem die Zahlenziehung über ein mechanisches Glücksrad erfolgt.

Die Aufsichtsbehörde untersagte diese Werbung mit der Begründung, die unentgeltliche Abgabe von Gutscheinen mit der Möglichkeit der Einlösung in den Spielhallen verstoße gegen das umfassend zu verstehende Verbot des § 9 Absatz 2 der Spielverordnung (SpielV). Nach dieser Vorschrift darf der Aufsteller eines Spielgerätes oder der Veranstalter eines anderen Spiels dem Spieler neben der Ausgabe von Gewinnen über gemäß den §§ 33 c und 33 d der GewO zugelassene Spielgeräte oder andere Spiele keine sonstigen Gewinnchancen in Aussicht stellen und keine Zahlungen oder sonstigen finanziellen

Vergünstigungen gewähren.

Dies aber sah die erkennende Kammer im streitgegenständlichen Fall als gegeben an. Das VG Hannover weicht damit von Urteilen des OLG Oldenburgs (Urt. v. 16.11.2006 – 1 U 72/06-) wie auch des Bayerischen Verwaltungsgerichts München (Beschl. v. 09.05.2006 – M 16 S 06.1579 -) ab, die jeweils festgestellt hatten, dass die Ausgabe von vergleichbaren Freispiel-Gutscheinen in Zeitungsanzeigen als „Einstiegscoupons“ keine „dem Spieler“ gewährte finanzielle Vergünstigung darstelle.

Nach Ansicht des VG Hannover rechtfertigt sich die Untersagung anhand einer weiten Definition des „Spielerbegriffes“ des § 9 SpielV. Nach Ansicht des Gerichts ist unter einem Spieler jede Person, die sich in Spielabsicht in einer mit Spielgeräten im Sinne des § 33 c GewO ausgestatteten Räumlichkeit oder in deren unmittelbaren Nähe aufhält oder an einem anderen Spiel im Sinne des § 33 d GewO teilnimmt, zu verstehen. Aus dem Wortlaut des § 9 Abs. 2 SpielV ergibt sich nach Ansicht des VG bereits ein umfassendes Verbot der In-Aussicht-Stellung sonstiger Gewinnchancen und der Gewährung von Zahlungen oder sonstigen finanziellen Vergünstigungen. Die Regelung differenziert weder nach Entgeltlichkeit und Unentgeltlichkeit noch nach Koppelung des zusätzlichen Gewinnspiels mit einem Spielgerät oder einem anderen Spiel und einer entsprechenden Entkoppelung. Das gelte umso mehr, als in § 9 Abs. 1 SpielV explizit die Unzulässigkeit entgeltlicher Spiele hinsichtlich der Gewährung von Vergünstigungen geregelt ist.

Zwar könne durch die Teilnahme an einem kostenlosen Spiel unmittelbar kein finanzieller Verlust bei dem Teilnehmer eintreten. Mit dem kostenlosen Spiel werde in der Regel der Zweck verfolgt, Kunden in die Spielhalle zu locken, Spieler durch die Möglichkeit des Gewinns an die Spielhalle zu binden und auch neue Kunden zu werben in der Erwartung, dass diese auch an den entgeltlichen Spielen teilnehmen. Nur durch diesen Anreiz gewinnt das kostenlose Spiel für den Spielhallenbetreiber einen wirtschaftlichen Wert. Dieser

Anreiz zur Fortführung der Spieltätigkeit widerspreche indes dem Sinn und Zweck des § 9 Abs. 2 SpielV.