

Vorwort

Der Einsatz von Gewinnspielen ist bei Unternehmen und Teilnehmern seit jeher sehr beliebt. Unternehmen nutzen Gewinnspiele im Rahmen ihrer Marketingstrategie. Und Teilnehmer spekulieren auf attraktive Preise und befriedigen zugleich den Spieltrieb. Durch das Internet hat die Anzahl der veranstalteten Gewinnspiele gefühlt noch einmal deutlich zugenommen. Gerade über Social-Media-Kanäle können Gewinnspiele in kurzer Zeit einer Vielzahl potentieller Teilnehmer angeboten werden.

So beliebt Gewinnspiele für Unternehmen zur Förderung des eigenen Images sind, so unsicher sind die meisten Verantwortlichen mit Blick auf die rechtsichere Umsetzung eines Gewinnspiels, gerade auch im Internet. Dies liegt unter anderem daran, dass es das „Gewinnspielrecht“ nicht gibt. Vielmehr richtet sich die Zulässigkeit eines Gewinnspiels nach einer Vielzahl von Rechtsvorschriften aus den unterschiedlichsten Gesetzen. Zudem ist das Recht der Gewinnspiele geprägt durch eine sich ständig entwickelnde Rechtsprechung. Es liegt auf der Hand, dass vor diesem Hintergrund recht schnell der Überblick verloren gehen kann. Das vorliegende Werk soll dabei helfen, diesen Überblick zu behalten, indem es versucht, die wesentlichen Vorschriften und Entwicklungen aus der Rechtsprechung in einem Band darzustellen.

Abschließend bedanke ich mich bei Herrn Rechtsanwalt Dr. Christian Grunst, Herrn Rechtsanwalt Orcun Sanli sowie bei Herrn Rechtsanwalt Benjamin Schuh, LL.M., die mir bei der Erstellung dieses Werkes mit ihren kritischen Anmerkungen wertvolle Unterstützung geleistet haben. Ein ganz besonderer Dank gilt meiner Freundin Anna Dahmen.

Köln im Juni 2017

Sebastian Laoutoumai