

Unzulässige oder umstrittene Werbemassnahmen

Aufgabe 1

Ordnen Sie die angegebenen Begriffe den entsprechenden Begriffserklärungen zu.

1	Schleichwerbung	A	Werbung, in der ein Produkt /ein Unternehmen mit der Behauptung beworben wird, die Spitzenstellung am Markt einzunehmen, z.B. durch Aussagen wie „Der grösste...“, "Der beste...", "Führendes Unternehmen im Bereich...", "Die Nr. 1", 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	Werbung, die (un)mittelbar einen Mitbewerber oder die von einem Mitbewerber angebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht.
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 man bei einer Werbemassnahme missverständliche, täuschende oder falsche Angaben über die Beschaffenheit, die Herkunft, den Preis von Waren / Leistungen oder über den Anlass / Zweck des Verkaufs macht.
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 / politisch hochbrisante Themen) heftige Reaktionen hervorrufen, wobei kein Sachbezug zu dem beworbenen Produkt besteht.

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 _____ . (betrogen)
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)

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

- (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