

Inhaltsverzeichnis

- ❖ Werbebegriff
- ❖ Grundsätze der Werberegulierung aus § 5 GlüStV
- ❖ Umsetzung in Erlaubnissen nach § 4 GlüStV
- ❖ Problemfelder



Werbebegriff

- ❖ „Der Werbebegriff aus der Werberichtlinie wird beibehalten, so dass auf die bisherige Rechtsprechung zurückgegriffen werden kann. Sponsoring im Sinne des § 2 Absatz 2 Nummer 10 des Medienstaatsvertrags unterfällt nicht dem Werbebegriff dieses Staatsvertrags und muss daher gesondert in den Absätzen 1 und 7 geregelt werden. Der Begriff der Werbung unterscheidet sich notwendigerweise von jenem des bisherigen Rundfunkstaatsvertrages (dort § 2 Absatz 2 Nummer 7) und des Medienstaatsvertrages (dort ebenfalls § 2 Absatz 2 Nummer 7), weil der glücksspielrechtliche Begriff der Werbung nicht nur Werben im Rundfunk oder einem Telemedium erfasst, sondern auch anderweitige Werbung, z.B. Plakatwerbung, Flyer etc.“ (Erläuterungen zum Glücksspielstaatsvertrag 2021 S. 44)
- Werbung ist jede Äußerung bei der Ausübung eines Handelsgewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern.

Werbegriff

- ❖ Werbung ist „jede Äußerung, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, dient und gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung im Rundfunk oder in einem Telemedium aufgenommen ist. Werbung ist insbesondere Rundfunkwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung; § 8 Abs. 9 und § 22 Abs. 1 Satz 3 bleiben unberührt“ § 2 Abs. 2 Nr. 7 MStV
- ❖ Werbung ist „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern.“ Art 2 lit a) der Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung (RL 2006/114/EG).

Grundsatz: Werbefreiheit für erlaubtes Glücksspiel

- ❖ § 5 Abs. 1 Satz 1 GlüStV „*Inhaber einer Erlaubnis nach § 4 dürfen vorbehaltlich anderweitiger gesetzlicher Regelungen für die erlaubten Glücksspiele werben und Sponsoring betreiben.*“
- “grundsystematische Änderung der Werberegulierung“ – VG Hamburg, Beschl. v. 20.12.2022 – 14 E 3058/22
- Ausnahmen? Nur durch anderweitige gesetzliche Regelungen!

Gesetzliche Regelungen i.S.v. § 5 Abs. 1 Satz 3 GlüStV

- ❖ Werbung über Telekommunikationsanlagen ist verboten.
- ❖ Die Werbung darf nicht übermäßig sein.
- ❖ Werbung darf sich nicht an Minderjährige oder vergleichbar gefährdete Zielgruppen richten.
- ❖ Täglich zwischen 6 Uhr und 21 Uhr darf keine Werbung im Rundfunk und Internet für virtuelle Automatenspiele, Online-Poker und Online-Casinospiele erfolgen.
- ❖ Persönlich adressierte Werbung für diese Glücksspiele an gesperrte Spieler ist unzulässig.

§ 5 Abs. 1 Satz 3 GlüStV

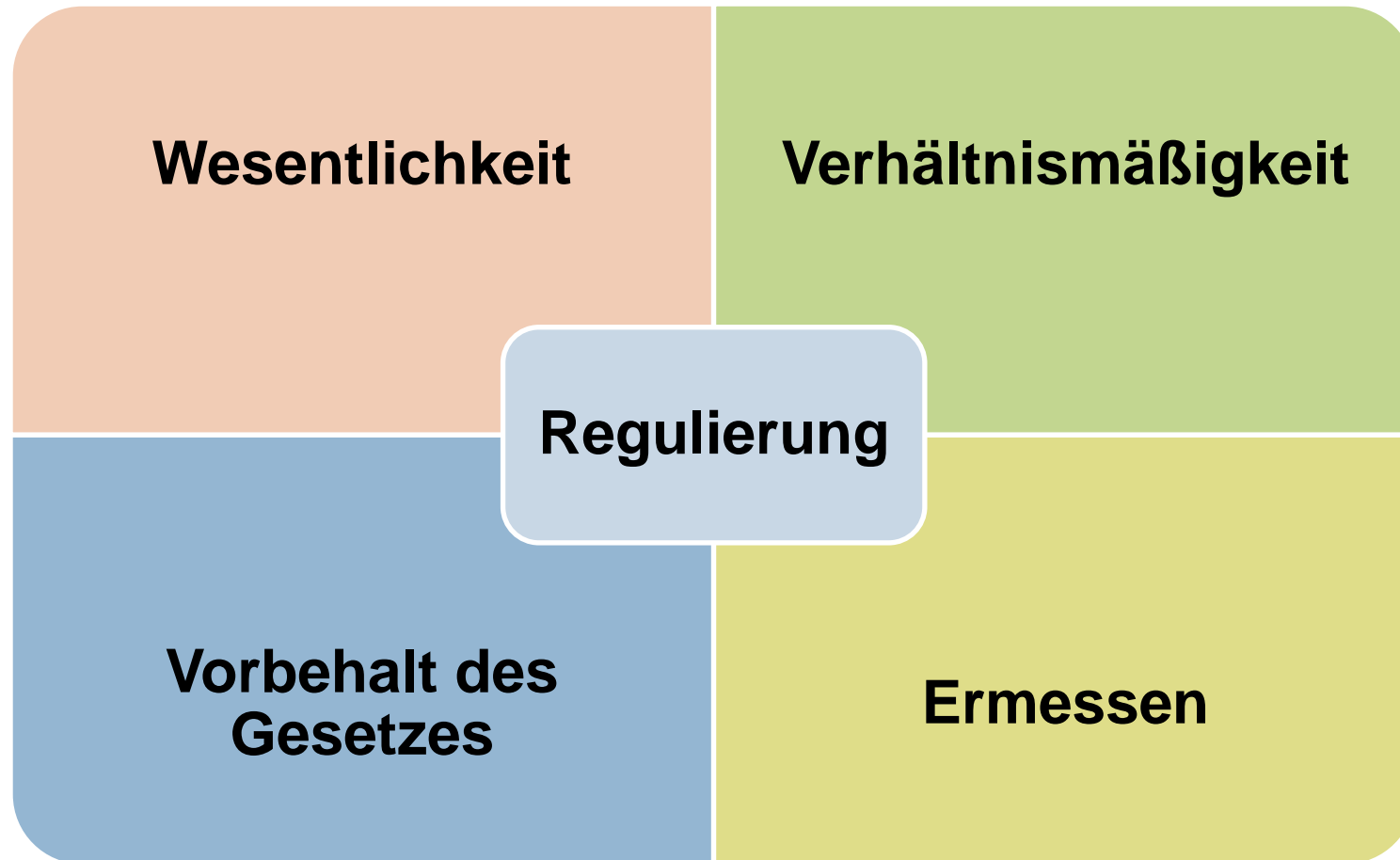
„In der Erlaubnis nach § 4 sind Inhalts- und Nebenbestimmungen zur Ausgestaltung der Werbung für öffentliches Glücksspiel, insbesondere im Fernsehen und im Internet einschließlich fernsehähnlichen Telemedien und Video-Sharing-Diensten, sowie zu Pflichthinweisen festzulegen.“

- Einzelbestimmungen in Erlaubnissen statt WerbeRL

Nebenbestimmungen der Erlaubnisse - Auszug

- ❖ Werbeverbot für unentgeltliche Spiele i.S.v. § 6j Abs. 1 Satz 1 GlüStV
- ❖ Werbeverbot im öffentlichen Raum (z.B. auf Plakatwänden, Litfaßsäulen, ÖPNV)
- ❖ Verbot von Influencer-Marketing
- ❖ „Streamer-Kooperationsverbot“
- ❖ Affiliate-Marketing nur auf „sauberen“ Seiten, die ausschließlich auf Glücksspielangebote von lizenzierten Anbietern verlinken

Problemfelder aus dem Verhältnis § 5 GlüStV – glücksspielrechtliche Erlaubnisse



Your Vision. Our Challenge.

timelaw.de

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Yannick Skulski
Salary Partner
y.skulski@timelaw.de

Phillip Beumer
Senior Associate
p.beumer@timelaw.de

Hambach & Hambach Rechtsanwälte
Haimhauser Str. 1
80802 München

T +49 89 389975-50
F +49 89 389975-60
www.timelaw.de



Hambach  Hambach
LAW|TAX