

## **26.07.2007 | Verbraucherschutz**

### **Bundesgerichtshof schränkt Schulwerbung ein**

**Der Bundesgerichtshof hat nach vierjähriger Verfahrensdauer eine im Jahr 2003 durchgeführte Werbeaktion der Firma Kellogg "Kellogg's Frosties für den Schulsport" als wettbewerbswidrig erachtet. Die Werbung sei geeignet, die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen auszunutzen, lautete das in der vergangenen Woche verkündete Urteil.**

Kellogg (Deutschland) GmbH hatte auf Verpackungen und im Internet mit der Aussage "Kellogg's Frosties für den Schulsport" geworben. Dabei sollten Schülerinnen und Schüler durch den Kauf von Kellogg's-Produkten so genannte "Tony Taler" sammeln, die sie dann in einem Sammelheft gegen Sportmaterialien für ihre Schule eintauschen konnten. So erhielt man beispielsweise für 50 Taler ein Badminton-Set, für 300 eine Beach-Volleyball-Anlage. Um ein Badminton-Set zu erwerben, war der Kauf von etwa 50 Frosties-Packungen à 2,79 € erforderlich, was einem finanziellen Aufwand von 139,50 € entsprach.

In einem weiteren Rechtsstreit gegen eine Werbeaktion der Firma Bahlsen steht eine höchstrichterliche Entscheidung noch aus. Hier konnten Eltern und Schüler durch den Kauf von Bahlsen-Produkten Punkte und damit eine finanzielle Unterstützung für eine Klassenfahrt erhalten.

*Bundesgerichtshof, Urteil vom 12.07.2007, Aktenzeichen I ZR 82/05*