

Alles was Recht ist: Guerilla-Marketing-Aktionen

Guerilla-Marketing lebt vom Überraschungseffekt. Für die Kunden und die Konkurrenz. Damit Sie als Initiator keine bösen Überraschung mit Ihrer Aktion erleben, hier ein paar rechtliche Hinweise.

Basis der rechtlichen Bestimmungen ist das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), wonach "Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen", unzulässig sind. Im Detail gilt es zu beachten:

Relevante Punkte	Bemerkungen
Verbot unsachlicher Einflussnahme:	
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Es ist untersagt, Kunden mit unsachlichen Argumenten und Angeboten, etwa durch Nötigung, Täuschung oder Gefühlsausnutzung zum Kauf zu verleiten. Jede Werbung, die die Entscheidungsfreiheit des Adressaten beeinträchtigt, ist verboten. Achten Sie also bei Ihrer Guerilla-Aktion darauf, dass Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung nicht direkt bewerben. 	
Verbot des Ausnutzens von Unerfahrenheit:	
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Die geschäftliche Unerfahrenheit insbesondere von Kindern und Jugendlichen auszunutzen, ist verboten. Das Gleiche gilt für die Leichtgläubigkeit, die Angst und eine mögliche Zwangslage von Verbrauchern. Für Sie heisst das: Verzichten Sie bei besonders geschützten Personengruppen (dazu können auch ältere Menschen zählen) auf Guerilla-Aktionen. 	
Verschleierungsverbot:	
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Der werbliche Charakter von Marketing-Aktionen darf nicht verschleiert werden. Für Ihr Guerilla-Marketing bedeutet das, dass Sie sich zumindest nach dem ersten Überraschungseffekt als Urheber outen müssen. 	
Verbot der Intransparenz:	
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Sind Wettbewerbe und Gewinnspiele Teil einer Marketing-Kampagne, ist der werbliche Charakter deutlich auszuweisen. Erwecken Sie also bei Mitmach-Events im Zuge Ihrer Aktion nicht den Eindruck, es würde sich um unabhängige, nichtkommerzielle Veranstaltungen handeln. 	
Auflagen bei der Strassenwerbung:	
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Das individuelle Ansprechen von Passanten auf öffentlichen Strassen und Plätzen zu Werbezwecken wird als aufdringliche, unzulässige Wettbewerbshandlung eingestuft. Das blosses Verteilen von Werbematerial ist nicht zu beanstanden. Vermeiden Sie also, gerade im direkten Wettbewerbsumfeld, eine allzu aggressive Passantenansprache. Bedenken Sie ausserdem, dass auch reine Verteilaktionen genehmigungspflichtig sein können. 	