
Immobilienwirtschaft

Jennifer Beal, Büro Berlin
Dr. Wolfgang Nippe, Büro Berlin

In dem Berichtsjahr war die Wettbewerbszentrale mit über 200 Vorgängen aus der Immobilienwirtschaft befasst, von denen rund 10% auf Beratungsanfragen entfielen. Zur Fallbearbeitung kamen noch Vortragstätigkeiten hinzu: Ein mehrstündiges Seminar speziell zum Wettbewerbsrecht für Immobilienmakler wurde sowohl in das Seminarprogramm des Bildungsinstituts des IVD Berlin-Brandenburg, des IVD Nord als auch des RDM Berlin Brandenburg aufgenommen bzw. dort fortgeführt. Die Grundzüge des Wettbewerbsrechts für Immobilienmakler wurden ferner im Rahmen eines Vortrags bei dem 12. Informationsforum Immobilienwirtschaft, einer Gemeinschaftsveranstaltung der IHK zu Rostock und des IVD Nord, vermittelt.

Immobilienportale

In der Immobilienbranche sind die Betreiber von Internetportalen etablierte Marktteilnehmer. Es verwundert daher nicht, dass ihr Wettbewerbsverhalten mehr und mehr in den Blickpunkt gerät und auch Anlass zu wettbewerbsrechtlichen Beanstandungen hervorbringt. Sie betreffen eine Reihe von Fallgestaltungen.

Im Vordergrund der Beschwerden zu Immobilienportalen standen Fragen zur Transparenz des Geschäftsmodells. Die Portale sind darauf ausgerichtet, dem Nutzer – das ist in der Regel ein verkaufswilliger Immobilieneigentümer – zu suggerieren, dieser könne bei Nutzung des Portals den besten Immobilienpreis,

den besten Makler oder auch eine unabhängige Beratung bzw. eine neutrale Makler-Empfehlung erhalten. Das ist allerdings nur selten der Fall. Anders als überwiegend impliziert bieten Immobilienportale häufig nur eine reine Vermittlungsleistung an, für die sie seitens der vermittelten Makler eine Provision erhalten. In anderen Fällen werden Kooperationsverträge abgeschlossen, worin sich Makler teilweise verpflichten, eine bestimmte Anzahl sogenannter Leads innerhalb eines bestimmten Zeitraums zu kaufen.

Im Jahresbericht 2017, Seite 111, wurde auf zwei eingeleitete Klageverfahren gegen Immobilienportale wegen unzulässiger Spitzenstellungswerbung hingewiesen. Beide Urteile des Landgerichts Berlin liegen nun vor und bestätigen die Auffassung der Wettbewerbszentrale, dass die Inanspruchnahme der Dienstleistung eines Immobilienportals nicht dazu geeignet ist, den Höchstpreis für eine Immobilie zu erzielen. In der einen Entscheidung kam das Gericht zu dem Ergebnis, dass die Werbung eines Portals mit dem Hinweis „bis zu 25.000 € mehr“ bzw. „Zum Höchstpreis verkaufen“ irreführend sei, da ein Höchstpreis bei Immobilien schon nicht bestimmbar sei. Auch sei nicht ersichtlich, inwieweit die Einholung von drei „Angeboten“ verschiedener Makler zu regelmäßig höheren Verkaufspreisen führen könne (LG Berlin, Urteil vom 05.06.2018, Az. 16 O 267/17; B 1 0026/17, siehe auch News vom 19.07.2018, abrufbar unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/Immobilienwirtschaft/aktuelles/_news/?id=3044). In einem weiteren Verfahren untersagte das Landgericht Berlin einem Portalbetreiber die Werbung mit den Angaben „zum Bestpreis verkaufen“, „Bestpreis erreicht in 92 %“

sowie „schnell und zum besten Preis Ihre Immobilie verkaufen“, da diese Versprechen aus Sicht des Gerichts nicht erfüllbar seien. Jedes Objekt weise individuelle, preisbestimmende Merkmale auf, so dass sich ein Marktpreis nicht durch reine Marktbeobachtung ermitteln lasse. Die Werbeaussagen erfolgten demnach ins Blaue hinein. Auch die Bezeichnung als „Deutschlands größtes Empfehlungsnetzwerk“ wurde als irreführend angesehen (LG Berlin, Urteil vom 07.08.2018, Az. 15 O 295/17, Berufung anhängig beim KG Berlin; B 1 0113/17, siehe auch News vom 24.08.2018, abrufbar unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/Immobilienwirtschaft/aktuelles/_news/?id=3064).

In einem zum Jahresende noch anhängigen Verfahren beim Landgericht Hamburg lässt die Wettbewerbszentrale klären, inwieweit ein Immobilienportal mit Aussagen wie „Führend in spezialisierter Maklersuche“ und einer „unabhängigen Beratung“ werben darf, sofern größtenteils nur solche Makler vermittelt werden, die eine Aufnahmegebühr an den Portalbetreiber gezahlt haben bzw. im Falle einer erfolgreichen Vermittlung einen Teil ihrer Provision an diesen zahlen. Geklärt werden soll ferner, inwieweit eine solche Vermittlungsleistung angeboten werden darf, ohne den Nutzer auf das Provisionsmodell hinzuweisen (LG Hamburg, Az. 315 O 208/18; B 1 0334/17). Eine weitere Klage wurde zum Jahresende beim Landgericht Hamburg erhoben: Ein Portal warb mit der Aussage „Sie suchen einen Immobilienmakler? Bei uns können Sie sich Ihren Makler unverbindlich empfehlen lassen – konkret für Ihre Immobilie“. Verschwiegen wurde auch hier, dass das Portal nur solche Makler vermittelt, die mit dem Portalbetreiber eine Provisions- bzw. Kooperationsvereinbarung abgeschlossen haben. Der Kreis der zu vermittelnden Makler ist demnach begrenzt, was für den Nutzer nicht erkennbar ist. Hier fordert die Wettbewerbszentrale mehr Transparenz (B 1 0166/18, das Aktenzeichen des LG Hamburg lag zum Jahresende noch nicht vor).

Andere Immobilienportale zeigten sich einsichtig und gaben zu verschiedenen irreführenden Aussagen Unterlassungserklärungen ab. Dazu gehörte die Behauptung, durch die Nutzung des Portals ließen sich „höhere Erlöse bei Verkauf oder Vermietung“ erzielen und zudem mit einer Maklersuche über das Portal der „beste Makler vor Ort“ finden (B 1 0175/18). Die irreführen-

de Werbung für die Vermittlung angeblich zertifizierter Makler, ohne dass darauf hingewiesen wurde, nach welchen Kriterien und Standards und von wem die Makler zertifiziert wurden, konnte zusammen mit der irreführenden Behauptung eines „unabhängigen Service“ ebenfalls außergerichtlich unterbunden werden (B 1 0154/18). Auch ein weiterer Portalbetreiber gab eine Unterlassungserklärung dahingehend ab, im Rahmen eines provisionsgesteuerten Geschäftsmodells nicht mehr mit einer „unabhängigen Beratung“ zu werben. Das Unternehmen verpflichtete sich ferner dazu, zukünftig darauf hinzuweisen, dass nur Makler vermittelt werden, die dem Portal für die Vermittlungsleistung eine Provision zahlen (B 1 0162/18).

Besondere Seriosität wollen einzelne Portalbetreiber durch die Verwendung von Prüfzeichen und Testergebnisse ausstrahlen. Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes (BGH) sind Unternehmen dabei gehalten, die Prüfkriterien zu nennen, die für die Verleihung des Prüfzeichens ausschlaggebend sind, zumindest aber eine Fundstelle anzugeben, an der Interessierte die Prüfkriterien einsehen und nachlesen können. Die Prüfzeichen können dabei die einzelnen Immobilien- und Maklerunternehmen betreffen, die durch das Immobilienportal vermittelt werden. Man trifft aber auch auf den Sachverhalt, dass ein Testergebnis die Immobilienplattform selbst betrifft. Ein Plattformbetreiber warb auf der Startseite seiner Internetpräsentation mit folgender Aussage: „Geprüfter Immobilienmakler. Wir prüfen und bewerten Immobilienmakler. Holen Sie sich den exklusiven Prüfbericht.“ Damit wollte das Unternehmen zum Ausdruck bringen, dass sich in seinem Internetportal nur solche Makler befinden, die bestimmten Prüfkriterien entsprechen. Diese Prüfkriterien fanden sich in der Internetpräsentation allerdings nicht, ebenso wenig ein Hinweis auf die Fundstelle, an der die Kriterien ohne Preisgabe der Identität eingesehen werden konnten. Auf die Abmahnung der Wettbewerbszentrale hin gab das Unternehmen die geforderte Unterlassungserklärung ab (B 2 0180/18). In einem anderen Fall stufte das Landgericht Berlin die Werbung für eine unabhängige „Auswahl geprüfter Immobilienmakler“ bzw. für die Vermittlung „verifizierter Makler“ als irreführend ein, sofern die zu vermittelnden Makler kein Auswahlverfahren durchlaufen müssten, sondern vielmehr seitens des Portals nur eine Einsicht in die Gewerbeerlaubnis und Referenzen erfolgte (LG Berlin, Urteil vom 07.08.2018,

Az. 15 O 295/17; Berufung anhängig beim KG Berlin, Az. 5 U 121/18; B 1 0113/17). Man trifft aber auch auf den Sachverhalt, dass ein Testergebnis die Immobilienplattform selbst betrifft. Der Betreiber eines der größten Immobilienportale in Deutschland verwendete die Werbeaussage „Immobilien beim Testsieger“. Auch dazu fehlten Angaben über die Prüfkriterien, die dem Test zugrunde lagen, oder ein Hinweis auf eine Fundstelle zu den Prüfkriterien. Dieses Verfahren konnte durch Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung außergerichtlich abgeschlossen werden (B 2 0349/18). Dies gilt auch für die weitere Werbung eines Immobilienportals, bei der mit einem Siegel des TÜV Saarland in Bezug auf eine besonders hohe Kundenzufriedenheit geworben wurde, ohne die entsprechende Fundstelle anzugeben (B 1 0154/18). Ein weiteres Immobilienportal warb für die eigene Leistung mit der Note „sehr gut (Note 1,3)“, ohne den angesprochenen Personenkreis darüber aufzuklären, wer die Note vergeben hat und wo Einzelheiten des Tests nachzulesen waren. Die Wettbewerbszentrale hat beim Landgericht Hamburg Unterlassungsklage eingereicht (B 1 0213/18). Das Gerichtsaktenzeichen lag zum Jahresende noch nicht vor.

Regionaler Bezug

Es kennzeichnet die Werbung in der Immobilienbranche, einen regionalen Bezug oder eine Ortsnähe zur potentiellen Kundschaft herauszustellen. Nicht selten betonen Immobilienmakler daher in ihrer Werbung, dass sie in bestimmten Städten oder Regionen geschäftsansässig sind, oder sie weisen auf ihr Filialnetz hin. Das geschieht allerdings mitunter in unlauterer Weise. Ein Maklerunternehmen ist in Baden-Württemberg an zehn Standorten präsent. Über eine Internet-Suchmaschine ließ sich in Erfahrung bringen, es sei auch „Makler in Tübingen“. In dieser Stadt unterhält das Unternehmen jedoch keine Filiale. Die Abmahnung der Wettbewerbszentrale wegen Irreführung beantwortete das Unternehmen mit Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung (B 2 0290/18). Ein anderes Maklerunternehmen begrüßte Interessenten auf seiner Internetseite mit dem Hinweis, ein „Schwergewicht in der Immobilienbranche“ zu sein und über

mehr als 70 Büros deutschlandweit zu verfügen. Die in der Internetpräsentation aufgeführten Mitarbeiter sind jedoch in ein und derselben Stadt tätig. Die Zahl von 70 Büros deutschlandweit ergibt sich daraus, dass das Maklerunternehmen einem Netzwerk angehört. Die darin zusammengefassten Maklerbüros sind allerdings selbstständige Unternehmen. Das war der Werbung jedoch nicht zweifelsfrei zu entnehmen, sodass die Werbung irreführend ist. Nach erfolgloser Abmahnung hat die Wettbewerbszentrale die Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten bei der Industrie- und Handelskammer angerufen, um dem Unternehmen eine weitere Möglichkeit einer außergerichtlichen Streitbeilegung zu geben. Am Jahresende war das Verfahren noch nicht beendet (B 2 0287/18).

Was den Standort der Immobilie selbst angeht, kam es ebenfalls gelegentlich zu Beanstandungen. In zwei Fällen sprach die Wettbewerbszentrale Abmahnungen aus, weil die Anbieter die zu vermittelnde Immobilie mit falschen bzw. unterschiedlichen Postleitzahlen in Immobilienportale eingestellt hatten. Die Verfahren konnten durch die Abgabe entsprechender Unterlassungserklärungen beigelegt werden (B 1 0007/18; B 1 0037/18). Das Landgericht Berlin hatte bereits 2016 entschieden, dass die Werbung für Immobilien mit einer falschen Lage eine irreführende Geschäftspraxis darstellt (LG Berlin, Urteil vom 28.07.2016, Az. 16 O 93/16). Gegen diese Entscheidung verstieß der damalige Anbieter im Berichtsjahr, weshalb das Landgericht Berlin auf Antrag der Wettbewerbszentrale ein Ordnungsgeld in Höhe von 3.000,00 Euro festsetzte (LG Berlin, Beschluss vom 21.08.2018, Az. 16 O 93/16; B 1 0382/15).

Preiswerbung

Die Preiswerbung spielt auch in der Immobilienbranche eine zentrale Rolle. Es verwundert daher nicht, dass es im abgelaufenen Jahr auch in diesem Bereich zu Wettbewerbsverstößen kam.

Ein Immobilienunternehmen bot ein sanierungsbedürftiges Gebäude zum Erwerb im Mietkauf an. Wer sich für dieses Objekt entschied, sollte das Eigentum daran

erwerben. Die Preisangabe lautete: „Kaufpreis 380 €“. Aus der weiteren Werbung war zu erfahren, dass der Käufer bei diesem Mietkauf 380 Euro monatlich zu zahlen habe, sodass es nach ein paar Jahren ihm gehören würde. Im Falle einer Sofortzahlung sei der Gesamtbetrag natürlich günstiger. Die Wettbewerbszentrale beanstandete, dass das Angebot keinen Gesamtpreis enthielt. Ihm ließ sich nicht entnehmen, welcher Gesamtbetrag in monatlichen Raten zu 380 Euro bezahlt werden sollte. Auch der niedrigere Gesamtbetrag im Falle einer sofortigen Zahlung war in dem Online-Angebot nicht enthalten. Das Unternehmen wendete gerichtliche Maßnahmen wegen Verstoßes gegen die Preisangabenverordnung ab, indem es eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgab (B 2 0258/18). In einem weiteren Fall warb ein Makler für den Verkauf einer Wohnung zum Preis von 192.000 Euro an. Erst aus dem Exposé ergab sich, dass noch ein Stellplatz zu 5.000 Euro, ein Gartenanteil zu 20.000 Euro und die SAT Anlage zu 8.000 Euro mit erworben werden mussten, der Kaufpreis sich mithin auf 225.000 Euro belief. Die preisangabenrechtliche Streitigkeit konnte außergerichtlich beigelegt werden (B 1 0089/18). Als irreführend wurde eine weitere Werbung beanstandet, in der in einem Immobilienportal ein Grundstück zu einem Kaufpreis von 20.000 Euro angeboten wurde. Der Objektbeschreibung war allerdings zu entnehmen, dass es sich bei dem als Kaufpreis genannten Preis nur um den Preis für die notarielle Reservierung des Grundstücks handelte – für das Grundstück selbst war ein Kaufpreis von 260.000 Euro vorgesehen (B 1 0233/18). Außergewöhnlich war die Anfrage eines Immobilienmaklers an die Wettbewerbszentrale. Er wollte eine in Großbritannien gelegene Immobilie auf dem deutschen Markt zum Kauf anbieten. In der Werbung sollte der Preis nicht in Euro ausgewiesen werden, sondern in britischen Pfund. Da auch der Kaufpreis in britischen Pfund gezahlt werden sollte, hatte die Wettbewerbszentrale keine rechtlichen Bedenken gegen diese Art der Preiswerbung (B 2 0161/18).

Werbeanzeigen von Immobilienmaklern beinhalten regelmäßig zwei Preisangaben. Wird beispielsweise ein Einfamilienhaus zum Kauf angeboten, bezieht sich eine Preisangabe auf den Kaufpreis des Objekts. Zum anderen bietet der Makler in dem Inserat aber auch seine Maklerleistungen an, die der Erwerber zu vergüten hat. Die Provision kann in einem festen Betrag bestehen,

aber auch in einem Prozentsatz vom letztlich beurkundeten Kaufvertrag. Bei Wohnimmobilien richtet sich das Angebot an Verbraucher, sodass die Provisionsangabe die Mehrwertsteuer beinhalten muss. Diese Vorgabe der Preisangabenverordnung wird nicht immer beachtet. Beschwerden zu Werbeaussagen wie „Käuferprovision: 5% zzgl. gesetzl. MwSt.“ erreichten die Wettbewerbszentrale. Derartige Wettbewerbsverstöße konnten durch Abgabe strafbewehrter Unterlassungserklärungen außergerichtlich ausgeräumt werden (B 1 0167/18; B 2 0141/18; B 2 0161/18; B 2 0365/18). Nicht aufgreifen konnte die Wettbewerbszentrale die Preisinformation „Kaufpreis 565.000 € Provision für Käufer Nein“ mit der zusätzlichen Erläuterung „Makler Courtage für das Grundstück im Gesamtpreis enthalten“. Der Kaufpreis versteht sich einschließlich der Maklerprovision. Zusätzlich zu dem genannten Preis von 565.000 Euro hat der Käufer eine Provision nicht zu zahlen. Der Endpreis wird damit genannt. Darüber hinaus hat der Käufer kein anerkanntes Interesse zu erfahren, wie der vereinbarte Betrag zwischen Verkäufer und Makler aufgeteilt wird (B 2 0079/18).

Bestellerprinzip

Verstöße gegen das sogenannte Bestellerprinzip treten nur noch selten auf. Es besagt, dass ein Immobilienmakler von einem Wohnungsmieter keine Provision verlangen kann, wenn er in Bezug auf die vermietete Wohnung bereits einen Vermittlungsauftrag vom Vermieter hatte. So hieß es in einem Exposé, das der Makler einem Wohnungssuchenden übersandt hatte, dass der Wohnungssuchende im Falle der Vermietung eine Maklergebühr von 1.499,40 Euro zu zahlen habe. Dieser Betrag entsprach zwei Monatsmieten. Da der Makler bereits vom Vermieter beauftragt worden war, einen Mieter zu finden, konnte er vom Wohnungssuchenden eine Provision nicht verlangen. Angesichts der eindeutigen Rechtslage gab der Makler die geforderte strafbewehrte Unterlassungserklärung ab (B 2 0363/18). Der Hinweis auf eine vom Miet-suchenden zu zahlende Maklercourtage ist nicht nur im Exposé selbst zu beanstanden, sondern auch dann, wenn im Rahmen der Allgemeinen Geschäfts-

bedingungen pauschal auf eine Provisionspflicht des Mieters bei Anmietung von Wohnraum hingewiesen wird (B 1 0236/18).

Im Berichtsjahr konnte für die Branche zumindest in erster Instanz geklärt werden, dass der früher übliche Hinweis „provisionsfrei“ für Mietwohnungen seit Inkrafttreten des Bestellerprinzips unzulässig ist. Das Landgericht Neuruppin ist dem Antrag der Wettbewerbszentrale gefolgt und hat die Werbung eines Plattformbetreibers für „provisionsfreie Mietwohnungen“ als irreführende Werbung mit Selbstverständlichkeiten angesehen, denn mit Einführung des Bestellerprinzips dürfe dem Wohnungssuchenden bis auf wenige Ausnahmen keine Zahlungspflicht auferlegt werden. Die Provisionsfreiheit sei daher etwas Selbstverständliches (LG Neuruppin, Urteil vom 14.02.2018, Az. 6 O 37/17 – nicht rechtskräftig; B 1 0049/17, siehe auch die News vom 14.03.2018 unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/immobilienwirtschaft/aktuelles/_news/?id=2986). Die Berufung ist beim Brandenburgischen Oberlandesgericht unter dem Az. 6 U 54/18 anhängig.

Energiekennzeichnung

Im Jahre 2017 hat der Bundesgerichtshof (BGH) höchstrichterlich entschieden, dass auch Immobilienmakler verpflichtet sind, in ihre Werbung die Daten aus dem Energieausweis aufzunehmen. Damit war Rechtssicherheit für die Makler hergestellt. Verstöße wegen fehlender Angaben aus dem Energieausweis sind daher stark zurückgegangen. Im Berichtsjahr zeigte sich jedoch, dass Unzulänglichkeiten in einem anderen Bereich zu beobachten waren, nämlich in der korrekten Angabe der Energieeffizienzklasse. Zu den Pflichtangaben aus dem Energieausweis gehören die werblichen Hinweise auf den Energieverbrauch oder den Energiebedarf des Gebäudes sowie auf die Energieeffizienzklasse. Die Zahlen zu Energieverbrauch und Energiebedarf haben für die Interessenten zumeist nur wenig Aussagekraft. Bedeutsamer sind die Energieeffizienzklassen, da sie ein Ranking der Energieeffizienz bilden. Das verdeutlicht folgendes Beispiel. Ein Makler bot eine Eigentumswohnung zum Kauf an und

gab als Verbrauchswert 226 kWh/m²a an. Er ordnete diesen Wert in die Energieeffizienzklasse B ein, der drittbesten Klasse. Ein Wert von 226 kWh/m²a gehört jedoch in die Energieeffizienzklasse H. Das ist die schlechteste Energieeffizienzklasse. In zwei Fällen musste die Wettbewerbszentrale eine Abmahnung wegen Irreführung aussprechen. Am Jahresende waren die Verfahren noch nicht beendet (B 2 0287/18; B 2 0348/18). In einem weiteren der Wettbewerbszentrale vorgelegten Fall waren zwar sämtliche Angaben aus dem Energieausweis im Exposé aufgeführt – der Energieausweis, auf den Bezug genommen wurde, war jedoch aufgrund von Zeitablauf nicht mehr gültig. Moniert wurde in diesem Fall somit nicht die unzureichende Energiekennzeichnung, sondern die Irreführung über das Vorliegen eines gültigen Energieausweises. Die geforderte Unterlassungserklärung wurde abgegeben (B 1 0176/18).

Verbandsmitgliedschaften

Ein verbreitetes Werbemittel in der Immobilienwirtschaft ist der werbliche Hinweis auf Mitgliedschaften in Immobilienverbänden. Mitunter kommt es auch dabei zu Wettbewerbsverstößen, wenn die beworbene Mitgliedschaft tatsächlich nicht besteht. Das traf auf Makler zu, die eine Mitgliedschaft im Immobilienverband Deutschland (IVD) kommunizierten. Die Irreführung über Mitgliedschaften erklärt das Gesetz für wettbewerbswidrig. Durch Abgabe strafbewehrter Unterlassungserklärungen konnten gerichtliche Verfahren allerdings vermieden werden (B 2 0214/18; B 2 0252/18). Bei der Änderung der Werbung im Internet war ein Unternehmen zu sorglos, sodass noch nach Abgabe der Unterlassungserklärung der Hinweis auf die Mitgliedschaft im Immobilienverband Deutschland zu sehen war. Die Wettbewerbszentrale nahm das Unternehmen daher auf Zahlung der Vertragsstrafe in Anspruch. Das Verfahren war am Jahresende noch nicht abgeschlossen (B 2 0214/18).

Quelle: Auszug aus dem Jahresbericht der Wettbewerbszentrale 2018, im Volltext abzurufen unter www.wettbewerbszentrale.de