

# Selbstkontrolle

Wir sprachen mit Rechtsanwalt Dr. Andreas Ottofülling über wettbewerbsrechtliche Fallstricke bei Fahrzeugangeboten. Er ist Geschäftsführer des Münchner Büros der Wettbewerbszentrale (WBZ).



Bild: Ganzer

Dr. Andreas Ottofülling vor dem Münchner Büro der Wettbewerbszentrale, das für das Kfz-Gewerbe zuständig ist.

Herr Dr. Ottofülling, der eine oder andere Leser dieses Interviews hat vielleicht schon mal unliebsame Post von der Wettbewerbszentrale (WBZ) bekommen und ihr gedanklich bereits den Stempel „Abmahnverein“ aufgedrückt. Was entgegnen Sie?

Die Wettbewerbszentrale existiert bereits seit 1912 und wurde damals als Selbstkontrollorganisation der gewerblichen Wirtschaft gegründet. In diesem Rahmen haben wir als Tätigkeitsgebiet natürlich auch die Rechtsverfolgung, d.h. es werden Abmahnungen ausgesprochen und gerichtliche Verfahren angestrengt. Bei uns fallen aber viele weitere Aufgaben an, so z.B. Informationsdienstleistungen wie die wettbewerbsrechtliche Beratung unserer Mitglieder oder die Durchführung von Seminaren.

Ein in den vergangenen Jahren immer wichtiger werdender Bereich ist die sogenannte Politikberatung. Hier sind wir

sowohl auf nationaler Ebene tätig, z. B. im Bundesjustizministerium in der Arbeitsgruppe „Unlauterer Wettbewerb“, aber auch auf europäischer Ebene in Brüssel.

**Selbstkontrolle heißt, die WBZ-Mitglieder sind Teil der Branche?**

Ja, die Wettbewerbszentrale hat über 800 Körperschaften und Verbände als Mitglieder. Das sind u.a. Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern und Verbände, z.B. aus der Automobilindustrie der VDA. Das macht ungefähr ein Drittel der Mitglieder aus. Die anderen zwei Drittel der Mitglieder sind Unternehmen von der Großindustrie bis hin zum Kleingewerbetreibenden. Im Automotive-Bereich haben wir zahlreiche Hersteller, wie z. B. BMW, Daimler, Ford, Kia, Opel und VW sowie Zulieferunternehmen wie Continental oder die

Schaeffler-Gruppe, aber eben auch viele Autohäuser und Werkstätten.

**Das Beispiel Opel zeigt, dass Mitgliedschaft nicht vor Rechtsverfolgung durch die WBZ schützt. Der Streit um die „lebenslange Garantie“ (vgl. asp 9/2010) war sicher einer Ihrer spektakulärsten Streitfälle der vergangenen Jahre.**

Das war eine klar unlautere Werbung. In solch einem Fall gehen wir auch gegen eigene Mitglieder vor, wenn wir eine förmliche Beschwerde erhalten. Das trübt nicht unser Miteinander, weil jeder weiß, die Wettbewerbszentrale wird nicht tätig, um dem Unternehmen etwas Böses zu tun, sondern um unsere satzungsgemäße Aufgabe zu erfüllen, nämlich gleiche Marktbedingungen zu schaffen. Und alle Mitgliedsunternehmen – ob groß oder klein – haben ja im Vorfeld die Möglichkeit, eine solche Werbekampagne, die ja in diesem Fall ganz groß aufgezogen war,

mit uns abzuklären. Wir teilen ihnen dann mit, ob und wenn ja, wo wir wettbewerbsrechtliche Probleme sehen.

**Viele Abmahnungen – nicht nur von Ihnen – gab es in der Vergangenheit zur Verbrauchskennzeichnungsverordnung (Pkw-EnVKV), was dazu geführt hat, dass viele gewerbliche Anbieter aus Unsicherheit grundsätzlich diese Angaben machen, obwohl es gar nicht nötig wäre.**

Die Pkw-EnVKV ist in der Tat ein Schreckgespenst für die Branche und hier hat mancher Händler schon viel Geld zahlen müssen. Sie gilt aber nur für neue Pkw. Das sind laut Verordnung solche, die noch nicht zu einem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs veräußert

► **Laut UWG** muss sich ein Kfz-Betrieb auch Facebook-Nachrichten eines Mitarbeiters zurechnen lassen

wurden. Das heißt, die Tageszulassung eines Händlers stellt immer ein Neufahrzeug im Sinne dieser Pkw-EnVKV dar! Ich habe Verständnis, wenn sich Händler nicht bei jedem einzelnen Fahrzeug mit diesen Fragen auseinandersetzen wollen und sagen „ich habe die Werte, also gebe ich sie grundsätzlich an“. Allerdings muss man dann aufpassen, dass man die richtigen Werte angibt, sonst kann es wieder Ärger geben.

**Ist wirklich jeder Vorführgewagen kennzeichnungspflichtig? Es gab doch schon Gerichte, bei denen die Laufleistung als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen wurde.**

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat gesagt, dass eine Laufleistung von mehr als 1.000 Kilometer ein taugliches Kriterium zur Abgrenzung ist. Wir sind der Meinung, dass dies nicht das einzige Kriterium sein darf und wollten dies vor dem Landgericht Traunstein anhand eines Premiumfahrzeuges geklärt haben. Es ging um einen Jaguar. Wir sind aus dem Verfahren aber nur als zweiter Sieger hervorgegangen.

**Warum sollte aus Ihrer Sicht die 1.000 Kilometer-Grenze bei diesem Fahrzeug nicht gelten?**

Weil Vorführgewagen der Oberklasse einem Interessenten auch schon mal für ein Wochenende mitgegeben werden und so sehr schnell über 1.000 Kilometer zusammenkommen.

**Das heißt bei einer vergleichbaren Anzeige ohne Verbrauchsangaben würde die WBZ wieder tätig werden?**

Wir werden ja nur aufgrund von konkreten Beschwerden tätig, die natürlich meistens von Mitbewerbern kommen, ab und zu auch von Verbänden. Bei diesem Gericht würden wir in dieser Angelegenheit sicherlich nicht mehr klagen. Die WBZ ist anders als die Mitbewerber eines Kfz-Betriebs immer an einen bestimmten Gerichtsort gebunden, nämlich an den Unternehmenssitz des Gegners. Ein Mitbewerber eines Autohauses kann sich dagegen, wenn es z. B. um eine Internetwerbung geht, einen ihm genehmen Gerichtsstand aussuchen.

**Apropos Internetwerbung: Es war ja lange Zeit umstritten, ob die Pkw-EnVKV überhaupt für Anzeigen in GW-Börsen gilt.**

Die Beantwortung dieser Streitfrage war Gegenstand einer Reihe gerichtlicher Auseinandersetzungen, in die die WBZ allerdings nicht involviert war. Trotz fehlender direkter Bestellmöglichkeit sind die meisten Landgerichte zum Ergebnis gekommen, dass in Online-Börsen inserierte Fahrzeuge „ausgestellt“ werden und somit die Pkw-EnVKV anwendbar ist. Wir hatten hierauf bereits frühzeitig in einer Stellungnahme hingewiesen.

**Ein anderes Streitthema im Bereich Fahrzeughandel sind Preisgegenüberstellungen. Welche Fehler werden hier am häufigsten von den Betrieben gemacht?**

Bei der unzulässigen Preisgegenüberstellung wird entweder mit einer nicht existierenden unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers geworben oder mit einem Hauspreis, der über der UVP liegt, aber niemals ernsthaft verlangt wurde. So will man in einer Anzeige einen ganz enormen Preisvorteil für den Interessen-

ten suggerieren. Tatsächlich gibt es diesen Vorteil aber gar nicht. Das gilt auch für „Aktionspreise“, bei denen die Überführungskosten nicht in den Endpreis inkludiert werden oder für Preise, die in der Werbung als „unschlagbar“ angepriesen werden. Kann nachgewiesen werden, dass ein Mitbewerber trotzdem günstiger ist, drohen juristische Konsequenzen.

**Ein großer Unsicherheitsfaktor ist auch die direkte Kundenansprache, z.B. über Telefon oder zunehmend auch soziale Netzwerke im Internet.**

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) regelt das eigentlich sehr genau in § 7. Es ist ganz wichtig für die Autohäuser und Werkstätten, dass man sich eine ausdrückliche Einwilligung des Kunden in eine spätere Kontaktaufnahme zu Werbezwecken geben lässt. Das gilt übrigens auch für geplante Zufriedenheitsbefragungen, die durch eine externe Agentur durchgeführt werden. Diese Einwilligung muss klar und deutlich kommuniziert werden, gut lesbar sein und durch eine eigene Unterschrift nochmal bestätigt werden.

Man kann das also nicht irgendwo in den AGB verstecken. Das gilt auch für soziale Netzwerke. Hier haben wir ganz aktuell einen Fall, bei dem ein Autohaus-Mitarbeiter seinen Facebook-Freunden ohne Wissen des Chefs Fahrzeugangebote postete, in denen viele Pflichtangaben fehlten. Im UWG ist geregelt, dass sich der Unternehmer eine solche Werbemaßnahme des Mitarbeiters zurechnen lassen muss.

**Herr Dr. Ottofülling, vielen Dank für die Informationen.**

Das Interview führte Niko Ganzer

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V.

## Anlaufstelle für Beschwerden

Die Wettbewerbszentrale unterhält neben ihrem Hauptsitz in Bad Homburg fünf regionale Büros in Berlin, Dortmund, Hamburg, Stuttgart und München, in denen insgesamt über 50 festangestellte Mitarbeiter, davon 25 Wettbewerbsjuristen, tätig sind. Die bayerische Dependence kümmert sich u.a. um die Kfz-Branche und veröffentlicht relevante Entscheidungen unter [www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/Kfz-Branche/aktuelles](http://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/Kfz-Branche/aktuelles). Die Rechtsberatung ist Mitgliedern vorbehalten, Beschwerden können aber von jedermann eingereicht werden.