

Der Kfz-Sachverständige

Die Fachzeitschrift für **Technik, Gutachten und Recht**



GUTACHTEN

Oldtimer: Muss thermoplastische Acryl-Lackierung vollständig ersetzt werden?

RECHT

Der ahnungslose Geschädigte – Vorschaden in der Vorbesitzzeit

RECHT

Die Werbung mit einer Zertifizierung: Wer, von wem und wofür?

■ Dr. Andreas Ottoföflling, Rechtsanwalt, Geschäftsführung Wettbewerbszentrale, München

Die Werbung mit einer Zertifizierung: Wer, von wem und wofür?

Mit dieser Headline lässt sich kurz umschreiben, was bei der Werbung mit Zertifizierungen zu beachten ist, nämlich: Wer wurde von wem für welches Sachgebiet zertifiziert?



Dr. Andreas Ottoföflling ist seit drei Jahrzehnten als Rechtsanwalt in München tätig und leitet den Bereich Süd der Wettbewerbszentrale. In seinem Schwerpunktbereich Wettbewerbsrecht betreut er u.a. den Bereich des Sachverständigen-

und Prüferingenieurwesens sowie die Automobilbranche. Er ist Mitautor beim Münchener Kommentar Lauterkeitsrecht, Verfasser zahlreicher Beiträge, Referent und Redaktionsbeirat der Zeitschrift „Der Kfz-Sachverständige“.

Einleitung

Die Praxis zeigt, nach wie vor herrscht eine Unkenntnis bei Sachverständigen und Gutachtern, wenn es um die richtige Darstellung von Qualifikationen – vornehmlich Zertifizierungen – geht. Ursachen dafür gibt es viele. Das kann daran liegen, dass der Sachverständige von der Zertifizierungsgesellschaft nicht informiert wurde, worauf er bei der Werbung mit seiner errungenen Zertifizierung achten muss. Oder der Sachverständige unterliegt dem Irrtum, mit dem Erlangen der Zertifizierung sei er in der werblichen Gestaltung frei. Dass kann aber auch darin begründet sein, dass er schlicht vergessen hat, sich beraten zu lassen, worauf er bei seiner Werbung achten muss.

Bei denjenigen Sachverständigen und Gutachtern, die ein qualifiziertes Zertifizierungsverfahren bei einer akkreditierten Zertifizierungsgesellschaft durchlaufen haben, zeigt sich häufig, sie haben nicht willentlich gegen Werberegeln verstoßen, sondern aus Unachtsamkeit oder Unkenntnis gehandelt. Es gibt aber auch die anderen, vornehmlich diejenigen, die nicht oder

nur über eine vermeintliche Zertifizierung verfügen. Das sind solche, deren „Zertifizierungsgesellschaft“ nicht auf der Basis von DIN-, EN- und ISO-Normen „zertifiziert“. Häufig übergeben diese Firmen den Lehrgangsteilnehmern ein „Zertifikat“. Die Teilnehmer verwechseln dieses vielfach mit einer „Zertifizierungsurkunde“ und kennen den Unterschied zu einem „Zertifikat“ nicht. Denn ein „Zertifikat“ ist nicht gleichzusetzen mit einer „Zertifizierungsurkunde“. Letztere wird auf Basis von entsprechenden Normen erteilt. Ersteres dagegen stellt häufig lediglich eine Teilnahmebestätigung des Veranstalters dar.¹

Diese Fälle sind vergleichbar denjenigen, in denen Kfz-affine Personen einen „Wochenendschnellkurs“ absolvieren, dafür häufig viel Geld bezahlen, um sich sodann als „geprüfte Kfz-Sachverständige“ oder als „anerkannte Kfz-Sachverständige“ zu bezeichnen und entsprechend Werbung für ihre Tätigkeit schalten. Auch hier fehlt es regelmäßig an der Angabe des Sachgebiets (Kfz-Schäden und -Bewertung) und der prüfenden oder anerkennenden Stelle; ganz zu schweigen von der Qualität solcher Kurse. Kann der Nachweis geführt werden, dass solche Kursinhalte nicht die in den Zertifikaten bestätigten „Anerkennungen“ oder „Prüfungen“ rechtfertigen, eröffnet dies die Möglichkeit eines wettbewerbsrechtlichen Vorgehens gegen einen solchen Kursanbieter. Die Wettbewerbszentrale ist in den

zurückliegenden Jahren regelmäßig gegen diverse Anbieter vorgegangen.²

Praxisfall

Ein Sachverständigenbüro bewarb sein Leistungsangebot auf der eigenen Homepage (siehe Bild 1)

Zudem erfolgte ein Hinweis auf ein

Team von qualifizierten und zertifizierten Gutachtern

wie folgt:

Rund um unseren Service

Was wir anbieten

Seit 2021 bietet Sachverständigenbüro ... Kunden im Raum ... sorgfältige Schätzungen Ihrer Wertobjekte.

Wir bieten genaue und objektive Wertermittlungen für KFZ-Versicherungen, Unfallschäden, Nachlasswerte und mehr.

Unser Team von qualifizierten und zertifizierten Gutachtern nutzt unser hochspezialisiertes Wissen, unsere Fertigkeiten und unsere umfangreiche Erfahrung, um unvoreingenommen Gutachten zeitnah und zu einem fairen

Preis zu erstellen. ...

In der Werbung wurde jedoch nicht mitgeteilt, welcher Mitarbeiter des Sachverständigenbüros für welches Sachgebiet zertifiziert wurde. Und es erfolgte auch keine Angabe, welche Zertifizierungsgesellschaft die Gutachter zertifiziert hat. Eine solche Darstellung entspricht nicht den wettbewerbsrechtlichen Anforderungen. Der Inhaber des Sachverständigenbüros wurde auf die nachstehend dargestellte Rechtsla-

¹ Vgl. auch Ottoföflling, Deutsches Ingenieur-Blatt 10/2020, S. 38 ff.: Hinweise auf „Zertifizierung“ und „Prüfung“: Wenn Sachverständige und Gutachter werben ...; ders., Der Sachverständige 2020, S. 275 ff.: Irreführende Werbung mit Zertifizierung.

² Ottoföflling, in: Jahresbericht 2018, S. 107 f.; hier abrufbar: <https://www.wettbewerbszentrale.de/media/getlivedoc.aspx?id=38847>

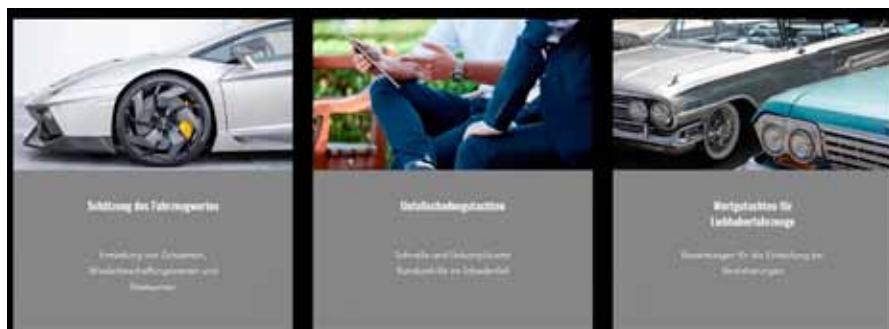


Bild 1

ge hingewiesen und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung aufgefordert. Dem ist er nachgekommen, sodass die Angelegenheit außergerichtlich beigelegt werden konnte.

Diese im deutschen Lauterkeitsrecht vorhandene Möglichkeit der Beseitigung von Wettbewerbsverstößen, d.h. Ausräumung der sog. Wiederholungsgefahr, ist eine ausgezeichnete Möglichkeit, schnell, kostengünstig und effizient Wettbewerbsverstöße im Wege der Selbstkontrolle der Wirtschaft ohne Hinzuziehung von Behörden oder Gerichten zu regulieren und damit wieder faire Wettbewerbsbedingungen zwischen den Marktteilnehmern der jeweiligen Branche zu schaffen. Ein System, das sich seit mehr als 100 Jahren in Deutschland immer wieder aufs Neue bewährt hat.

Rechtslage und Rechtsprechung

Die Werbung unter Bezugnahme auf das eigene Team von „zertifizierten Gutachtern“ verstößt gegen das Irreführungsverbot des § 5 Abs. 1 und Abs. 2 Nr. 3 UWG.³ Denn einerseits

³ § 5 UWG: Irreführende geschäftliche Handlungen

(1) Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.
(2) Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über folgende Umstände enthält:

1. die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung ...;
2. den Anlass des Verkaufs wie das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils, ...;
3. die Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers wie Identität, Vermögen einschließlich der Rechte des geistigen Eigentums, den Umfang von Verpflichtungen, Befähigung, Status, Zulassung, Mitgliedschaften oder Beziehungen, Auszeichnungen oder Ehrungen, Beweggründe für die geschäftliche Handlung oder die Art des Betriebs;

erweckt der Werbende den Eindruck, mehrere Sachverständige beschäftigt zu haben, die über eine besondere, den Standard der Mitbewerber deutlich überragende Qualifikation verfügen. Und andererseits wird der Eindruck hervorgerufen, diese Qualifikation sei in einem Zertifizierungsverfahren vor einer dafür kompetenten Stelle mit Erfolg unter Beweis gestellt worden. Es erfolgt jedoch kein Hinweis, wer (namentliche Nennung der Gutachter), von welcher Institution (Nennung der Zertifizierungsgesellschaft) und für welches Sachgebiet (konkrete Angabe gemäß Zertifizierungsurkunde) zertifiziert wurde.

Dies stellt eine Täuschung über die Betriebsverhältnisse im Sinne der genannten Vorschrift dar. Das haben die Gerichte schon vor Jahrzehnten bei der Werbung mit sog. „Anerkennungen“ entschieden.⁴ In einem dieser Fälle wurde einem Sachverständigen ausdrücklich verboten, mit Hinweisen zu werben wie „anerk. Sachverständiger“, sofern nicht darauf hingewiesen wird, durch wen die „Anerkennung“ vollzogen wurde.⁵ Andere Inhaber eines Sachverständigenbüros wurden zur Unterlassung der Hinweise „anerkannte Sachverständige für Fahrzeugschäden und -bewertungen • Oldtimerbewertung“ verurteilt, ohne mitzuteilen, welche Institution die Anerkennung ausgesprochen hat und/oder mit einer solchen Aussage im Plural zu werben, sofern nicht auch die Mitarbeiter genannt werden, auf die eine solche Werbung zutrifft.⁶

⁴ LG Bonn, WRP 1978, 922 – Anerkannter Sachverständiger; BGH WRP 1984, 542 – Anerkannter Kfz-Sachverständiger.

⁵ LG Duisburg, Urteil vom 15.2.2002 – 22 O 169/01 (= WRP 2002, 853 – Anerkannter Sachverständiger).

⁶ LG Bochum, (Anerkenntnis-)Urteil vom 9.11.2015 – I-14 O 191/15.

Dem ist die Rechtsprechung auch für die Werbung mit „Zertifizierungen“ in ganz unterschiedlichen Fallgestaltungen gefolgt. So wurde einem Sachverständigen untersagt, den Hinweis „zertifizierter Sachverständiger“ zu verwenden, sofern keine Personalzertifizierung vorliegt oder die Zertifizierungsgesellschaft genannt wird.⁷ Einem anderen Sachverständigen verbot ein Gericht bei Androhung der üblichen Ordnungsmittel (= bis zu 250.000 Euro Ordnungsgeld, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten) „unter Hinweis auf eine Zertifizierung zu werben, ohne mitzuteilen, welche Institution die Zertifizierung vorgenommen hat.“⁸

Einen besonderen Fall⁹ gilt es zu erwähnen: Die Ehefrau eines Sachverständigen warb auf ihrer Homepage unter ihrem Familiennamen „H“ in der männlichen Form als „zertifizierter ... Gutachter“ sowie „zertifizierter ... Sachverständiger“ unter Verwendung eines Verbandslogos mit der Bezeichnung „BDSH e.V. geprüfter Sachverständiger“. Zudem führte sie in den Kopfzeilen ihres Briefbogens u.a. die Bezeichnung „H. ... Sachverständiger“. Der Ehemann der Beklagten führte einen Stempel auf dem Briefbogen seiner Frau, in welchem die Angabe „BDSH e.V. geprüft Nr. ... Sachverständiger“ enthalten ist. Ferner war auf der Webseite der Beklagten ein stempelartiges Signet eingebunden mit der Angabe „geprüfter Sachverständiger“:



Bild 2

Im Berufungsverfahren vor dem OLG Celle wurde die Beklagte verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen

⁷ LG Dresden, (Anerkenntnis-)Urteil vom 31.1.2003 – 46 O 0526/02.

⁸ LG München II, (Anerkenntnis-)Urteil vom 24.11.2010 – 1 HK O 1783/10.

⁹ Vgl. hierzu auch Ottofülling, Der Sachverständige 2020, S. 275 ff.

Verkehr für eigene Dienstleistungen zu werben, wenn dies mit der Angabe „Zertifizierter ... Gutachter“ unter Verwendung des Signets des BDSF e.V. geschieht, indem sie mit der Bezeichnung „zertifizierter ... Gutachter/zertifizierter ... Sachverständiger“ und in einem Rundstempel des BDSH e.V. als „geprüfter Sachverständiger“ ohne Angabe des Sachgebiets wirbt. Weiter wurde ihr verboten, die Verwendung eines Stempels mit dem Hinweis auf eine Prüfung des BDSH e.V. durch Herrn ... (= Ehemann) gegenüber Verbrauchern zu dulden, sofern das Sachgebiet der Prüfung nicht angegeben wird (Einblendung des Stempels).¹⁰ Aufgrund des klaren Votums des Senats in der mündlichen Verhandlung, wonach der irreführende Eindruck erweckt werde, die Beklagte selbst sei Sachverständige und des Hinweises, dass Bezeichnungen als „geprüfter“ Sachverständiger in gleicher Weise wie die Angabe der vermeintlichen „Zertifizierung“ lauterkeitsrechtlich relevante Verstöße darstellen, hat die Beklagte nach der mündlichen Verhandlung aber noch vor dem anberaumten Termin zur Verkündung des Urteils beantragt, ein Anerkenntnisurteil zu erlassen.

Neben den vorstehend dargestellten Aspekten muss berücksichtigt werden, dass der Hinweis auf die Zertifizierung nur dann benutzt werden kann, wenn angegeben wird, im Rahmen welcher Norm (z.B. DIN EN/ISO 9.001:2000 oder DIN EN/ISO/IEC 17024 vormals DIN EN 45013) die Zertifizierung erfolgte und welche Zertifizierungsstelle dafür verantwortlich zeichnet.¹¹

Darüber hinaus ist der Hinweis auf eine Sachverständigen-Zertifizierung nur dann zulässig, „wenn die Zertifizierung von einer Zertifizierungsstelle vorgenommen wurde, die

a) über die dafür erforderliche sachliche Qualifikation, Unabhängigkeit und Objektivität verfügt und dabei den Erwartungen genügt, die das ratsuchende Publikum in die Tätigkeit eines von

ihr zertifizierten Sachverständigen setzt und

b) garantiert, dass der einzelne Sachverständige eine überdurchschnittliche Qualifikation aufweist und diese Qualifikation in einer Prüfung vor einer dafür kompetenten Stelle mit Erfolg unter Beweis gestellt hat“.¹²

Neben den Irreführungsaspekten stellen solche Werbungen regelmäßig auch unzulässige geschäftliche Handlungen gem. § 3 Abs. 1 UWG dar und verstoßen gegen § 3 Abs. 2 UWG.¹³ Nach der zweitgenannten Regelung entspricht eine solche Werbung nicht der unternehmerischen Sorgfalt und ist geeignet, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen. Denn wenn die Verbraucher die Wahl zwischen einem „zertifizierten Sachverständigen“ und einem nicht zertifizierten Sachverständigen haben, werden sie sich im Zweifel für einen „zertifizierten Sachverständigen“ entscheiden.

Eine Zusammenstellung der Rechtsprechung zur Werbung mit Hinweisen auf eine Anerkennung, Prüfung oder Zertifizierung hat der Verfasser dieses Beitrags im Zusammenhang mit dem vorerwähnten Verfahren auf der Homepage der Wettbewerbszentrale hinterlegt.¹⁴

Spezialfall: Werbung mit „TÜV-Zertifizierungen“

In Deutschland gibt es noch fünf eigenständige Technische Überwachungsvereine (TÜV-Organisationen): TÜV Nord, TÜV Rheinland, TÜV Saarland, TÜV Süd und TÜV Thüringen. Bei den TÜV-Gesellschaften Nord, Süd und Rheinland handelt es sich um Holdings. Bei den beiden anderen (Saarland und Thüringen) handelt es sich um konzernunabhängige Gesellschaften. Andere TÜV, wie bspw. TÜV Hanse oder TÜV Hessen sind Tochtergesellschaften einer

der fünf „großen“ TÜV. Die TÜV führen als Prüforganisationen technische Sicherheitskontrollen durch, so u.a. die Hauptuntersuchung nach § 29 StVZO. Daneben sind die TÜV aber auch in anderen Bereichen tätig. So gab es u.a. eine „TÜV Cert“-Zertifizierungsgemeinschaft e.V. Hierbei handelte es sich um eine Gruppe von TÜV-Gesellschaften mit einheitlichen Verfahren zur Zertifizierung von Managementsystemen, Personalqualifikationen und Produkten nach internationalen Normen und europäischen Richtlinien. Seit dem 1.1.2009 bietet der TÜV Cert keine Neuzertifizierungen mehr an. Zertifizierungen werden seitdem unter den jeweiligen akkreditierten „Hausmarken“ der TÜV-Cert-Mitglieder angeboten.

Mit einer TÜV-Zertifizierung darf nur geworben werden, wenn eine solche auch erfolgt ist und klar kommuniziert wird, wer für welches Sachgebiet und von welcher TÜV-Organisation zertifiziert wurde. Das betrifft ebenso die Verwendung eines Prüfzeichens eines TÜV auf Teilnahmebestätigungen an Lehrgängen (hier: TÜV Rheinland Prüfzeichen: „Zugelassener Träger nach AZAV“):



Bild 3

Aber auch die unlautere Verwendung eines Zertifizierungszeichens für ein Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001



Bild 4

auf einem Ausbildungszertifikat war Gegenstand einer wettbewerbsrechtlich

10 OLG Celle, (Anerkenntnis-)Urteil vom 23.7.2020 – 13 U 71/19; Leitsatz in: Der Sachverständige 2020, S. 296; Ottofülling, Deutsches Ingenieurblatt 10/2020, S. 38 ff.: Hinweise auf „Zertifizierung“ und „Prüfung“: Wenn Sachverständige und Gutachter werben; ders., Der Sachverständige 2020, S. 275 ff.: Irreführende Werbung mit Zertifizierung.

11 Bleutge, in: Mit Sachverstand werben, 3. Aufl. 2013, S. 41 f.; Cordes, in: Praxishandbuch Sachverständigenrecht, 6. Aufl. 2021, § 7 Rn. 30.

12 Bleutge, in: „Mit Sachverstand werben“, 3. Aufl. 2013, S. 41 f.; vgl. hierzu auch Cordes, in: Praxishandbuch Sachverständigenrecht, 6. Aufl. 2021, § 7 Rn. 30.

13 § 3 UWG: Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen
(1) Unlautere geschäftliche Handlungen sind unzulässig.
(2) Geschäftliche Handlungen, die sich an Verbraucher richten oder diese erreichen, sind unlauter, wenn sie nicht der unternehmerischen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen.

14 https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/sachverstaendige/aktuelles/_news/?id=3409

chen Beanstandung. Im konkreten Fall wurde dieses Zertifizierungszeichen auf einer Urkunde eingebildet, die Teilnehmer nach erfolgreichem Abschluss eines Lehrgangs zum Sachverständigen für das Bergungs- und Abschleppwesen ausgehändigt erhielten. Weder war das Qualitätsmanagement des die Ausbildung anbietenden Unternehmens zertifiziert noch hätte ein solche, das Qualitätsmanagement dokumentierende Zertifizierung, in der streitgegenständlichen Weise auf einem Ausbildungszertifikat verwendet werden dürfen. Denn damit besteht die Gefahr einer Irreführung im Hinblick auf eine – nicht vorhandene – Zertifizierung als Sachverständiger in dem genannten Sachgebiet, zumindest aber eine Irreführung dahingehend, der TÜV Thüringen habe die Ausbildung zertifiziert. Beides ist aber nicht der Fall. Das Unternehmen gab die geforderte Unterlassungserklärung ab.

Die Verwendung von TÜV-Signets spielt in der Praxis aber auch bei der Bewerbung von Produkten eine Rolle, vor allem, wenn selbige zertifiziert wurden. Wenn das jedoch nicht der Fall ist, oder die Zertifizierung keinen Bestand mehr

hat, darf damit auch nicht (mehr) erworben werden. In zwei gerichtlichen Verfahren¹⁵ gegen ein Schweizer und ein Liechtensteiner Unternehmen wurde die Verwendung von TÜV-Emblemen für Entkalkungsanlagen verboten, weil der falsche Eindruck erweckt wurde, die Produkte der Beklagten seien vom TÜV zertifiziert worden, während in Wirklichkeit 1990 nur ein Prüfbericht für eine konkrete – in einem Einfamilienhaus verbaute – Anlage von einer nicht mehr existierenden TÜV-Gesellschaft (TÜV Südwest) erstellt wurde. Hier wurde das nachstehende Emblem werblich eingesetzt:



Bild 5

¹⁵ LG Freiburg, (Anerkenntnis-)Urteil vom 27.3.2020 – 12 O 135/18 KfH; LG Freiburg, (Versäumnis-)Urteil vom 9.10.2020 – 12 O 46/20 KfH.

In dem anderen Fall wurde anstelle des vorstehenden Emblems des „TÜV SÜDWEST“ in unzulässiger Weise das aktuelle „TÜV SÜD Oktagon“



Bild 6

für die Bewerbung der Produkte eingesetzt und zudem auf die Webseite des TÜV SÜD durch Verlinkung verwiesen. Nachdem die Unternehmen auf die Abmahnungen hin sich nicht zur Unterlassung verpflichtet haben, mussten Klagen erhoben werden. Diese wurden in beiden Fällen beim LG Freiburg eingereicht. Das Gericht hat vollumfänglich die Ansicht der Wettbewerbszentrale bestätigt und die Unternehmen bei Androhung der üblichen Ordnungsmittel – Ordnungsgeld bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu zwei Jahren – zur Unterlassung und Zahlung der Aufwandspauschale verurteilt.

Reguvis

Wissen für Praktiker

Reguvis bietet gut recherchierte und aufbereitete Fachinformationen für Ihren beruflichen Alltag. Unsere Nähe zur Gesetzgebung gewährleistet Informationen direkt von der Quelle. Dabei sind unsere Autoren ausgewiesene Experten, von deren Wissen Sie profitieren.

**Bestellen Sie
direkt online
unter**

shop.reguvis.de

