

# Der Kfz-Sachverständige

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

ISSN 1861-7158 Reguvis Fachmedien GmbH, Postfach 100534, 50445 Köln  
Postvertriebsstück – Entgelt bezahlt – G 70098



## SACHVERSTÄNDIGENWESEN

### Das Mysterium Reifen: Wie sicher sind Reifendruckkontrollsysteme?

#### SACHVERSTÄNDIGENWESEN

Interview mit Patrick Betzing,  
dem neuen Akademieleiter der awg

#### SACHVERSTÄNDIGENWESEN

Die Allianz übernimmt Control€xpert

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

# Rückblick: Fünftes Expertenforum Automotive Recht (EAR) der Wettbewerbszentrale



Dr. Andreas Ottofüllung ist Rechtsanwalt in München und leitet den Bereich Süd der Wettbewerbszentrale. Seit mehr als zweieinhalb Jahrzehnten betreut er u.a. den Bereich des Sachverständigen- und Prüflingenieurwesens sowie die Kfz-Branche. Er ist Mitau-

tor beim Münchener Kommentar Lauterkeitsrecht, Verfasser zahlreicher Beiträge sowie Referent im Sachverständigenwesen und der Automobilbranche sowie Redaktionsbeirat der Zeitschrift „Der Kfz-Sachverständige“.

Das nunmehr fünfte Expertenforum Automotive Recht (EAR) der Wettbewerbszentrale fand bei Mitsubishi in Friedberg (Hessen) am 18.2.2020 statt. Stationen davor waren die BMW-Welt in München, die Autostadt von Volkswagen in Wolfsburg, die „IAA-Messestadt“ Frankfurt sowie Toyota in Köln. Neben Vertretern von nationalen und internationalen Automobilherstellern sowie großen Automobilhändlern waren erneut wieder in der Automobilbranche tätige Anwälte sowie Juristen von Kfz- und anderen Fachverbänden vertreten.

Das fünfte Expertenforum Automotive Recht wurde von *Rechtsanwalt Dr. Andreas Ottofüllung* (Wettbewerbszentrale, Büro München) eröffnet. Er begrüßte die Teilnehmer, stellte die Referenten vor und führt durch das Tagesprogramm.

Den Vortragsauftakt machte *Rechtsanwalt Dr. Markus Schöner* (CMS Hasche Sigle, Hamburg). Er referierte zum Thema „Neues aus dem Automobilvertrieb – Vertikal- und Kfz-GVO auf dem Prüfstand“. Er hatte seinen Vortrag in die Punkte Vertikal- und Kfz-GVO (I.), Themen auf dem/für den Prüfstand (II.) sowie Werkstattbericht (III.) gegliedert. Unter (I.) beleuchtete er zunächst

den Status quo der Verordnung und erläuterte danach das Verfahren der EU-Kommission zur Überarbeitung der Vertikal-GVO und der Vertikal-LL und kam hierbei zu einem Zwischenergebnis für den Bereich Automotive. Als dann kamen unter (II.) Zulieferungsvereinbarungen, Preisbindung der zweiten Hand, Dual Pricing und Funktionsrabatte, Informationsaustausch, selektiver Vertrieb, Zugang zu Teilen, Zugang zu Reparatur- und Wartungsinformationen auf den Prüfstand und wurden mit höchstrichterlicher Rechtsprechung untermauert. Bei den Zuliefervereinbarungen ging der Referent auf die Privilegierung im Rahmen des Immanenzgedankens ein, die Bekanntmachung der Kommission über die Beurteilung von Zulieferverträgen, die Horizontal-Leitlinien betreffend Unternehmen auf demselben Produktmarkt, die Vertikal-Leitlinien betreffend Unternehmen auf verschiedenen Marktstufen sowie die Kfz-Leitlinien. Bei der Preisbindung der zweiten Hand beleuchtete er u.a. Art. 101 AEUV und § 1 GWB sowie § 21 GWB und Rn. 226 der Vertikal-Leitlinien. Beim Dual Pricing und den Funktionsrabatten hob er hervor, dass nicht jedes Doppelpreissystem eine Kundenbeschränkung bezwecke und dass ein objektiv legitimer Zweck ein solches System rechtfertigen könne. Beim dualen Vertrieb hob er hervor, Art. 2 Abs. 4 Satz 1 Vertikal-GVO schließe grundsätzlich eine Gruppenfreistellung für vertikale Vereinbarungen zwischen Wettbewerbern aus. Mögliche Lösungen für den Informationsaustausch könnten in Berechtigungskonzepten und Chinese Walls bestehen. Beim selektiven Vertrieb stellte der Vortragende die „Metro-Rechtsprechung“ dar, die durch das „Coty-Urteil“ bestätigt worden sei. Hier und auch bei der Frage des Zugangs zu Teilen ging er auf die einschlägigen Regelungen der Kfz-GVO ein, bevor er bei Zugang zu Reparatur-

und Wartungsinformationen auf die EuGH-Entscheidung zu Art. 6 Abs. 1 VO (EG) 715/2007 rekurrierte und die VO (EU) 2018/858, die am 18.9.2020 in Kraft treten wird. Im letzten Teil des Vortrags (III.) ging der Referent auf das Thema „Schutz der Vertriebsbindung“ sowie „Bekämpfung des Außenseiterwettbewerbs“ ein.

Mit dem Thema „Designschutz an Fahrzeugen und Fahrzeugteilen“ nahm *Rechtsanwalt Carsten Schröder* (HEINRICH Partner, Frankfurt) die Zuhörer mit auf eine Reise in die Welt des Fahrzeug-Designs. Zunächst einmal erläuterte er die Schutzvoraussetzungen des Designs nach dem Gesetz über den rechtlichen Schutz von Design (DesignG) und nach der Verordnung über das Gemeinschaftsgeschmacksmuster (GGV). In seinem nächsten Vortragspunkt ging der Referent auf den Teilrechtsschutz von Fahrzeugteilen beim Design ein. Anhand der höchstrichterlichen Rechtsprechung<sup>1</sup> zeigte er auf, dass es keinen Teilrechtsschutz beim eingetragenen Design gibt. Die Frage sei aber, ob es einen Teilrechtsschutz beim nicht eingetragenen Design geben könne. Hierzu verwies er auf ein Verfahren in Düsseldorf.<sup>2</sup> Anhand verschiedener Karosserieelemente (Fronthaube, Frontspoiler) stellte er die Fallbeispiele<sup>3</sup> vor.

Im Anschluss daran stellte der Referent den Designschutz bei Modellserien, insbesondere den Porsche-Baureihen 991 und 997 nebst der Lösungsverfahren und der dazu ergangenen Entscheidungen des EuG und des EuGH vor, um sodann den Verfahrensstand bei den Mo-

<sup>1</sup> BGH, Urteil vom 8.3.2012 – I ZR 124/10 – Weinkaraffe.

<sup>2</sup> LG Düsseldorf, Urteil vom 20.7.2017 – 14c O 137/16; OLG Düsseldorf, Urteil vom 6.12.2018 – I-U 122/17. Der BGH hat in dem Revisionsverfahren, Az. I ZR 1/19, am 30.1.2020 dem EuGH verschiedene Fragen zur Beantwortung vorgelegt.

<sup>3</sup> Ferrari FXX-K und Mansory Siracusa 4XX

dellserien VW Caddy 2011, VW Caddy (2K) Life und Caddy Maxi sowie dem VW Bus T5 und T4 GP vorzustellen, wo einer Löschung nicht stattgegeben wurde. In seinem letzten Vortragspunkt befasste er sich mit den Fragen des Designschutzes über das Urheberrecht anhand zahlreicher Beispiele von Porsche (911, 356) und VW (Kraft-durch-Freude-Wagen [sog. Ur-Käfer], Käfer 1955–1986, New Beetle 1997–2010, 2017) unter Darlegung aktueller Verfahren vor den LG Stuttgart<sup>4</sup> und Braunschweig.<sup>5</sup>

Dem schloss sich der Vortrag von *Rechtsanwalt Daniel Hoppe* (PREU BOHLIG, Hamburg) an mit dem Thema „Das neue Gesetz zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen – Auswirkungen für die Automobilbranche.“ Im Rahmen einer Einführung richtete er einen kurzen Blick auf die neue Rechtslage und die Auswirkungen für den Schutz von Geschäftsgeheimnissen. In einem zweiten Vortragspunkt ging er dann darauf ein, welche Fahrzeugdaten und Fahrerdaten Geheimnisschutz genießen können und wem der Schutz an diesen Daten zusteht. Sein dritter Punkt behandelte den aktiven Schutz von Geschäftsgeheimnissen. Hier ging der Referent auf die Obliegenheiten und Möglichkeiten ebenso ein wie auf die Frage nach angemessenen Geheimhaltungsmaßnahmen und das Reverse Engineering. Im vierten Punkt seines Vortrags ging es um die Grenzen des Schutzes und den Zugriff auf Geschäftsgeheimnisse unter der Überschrift „Zwischen Geheimnisschutz und Interessen der Allgemeinheit“. Dabei standen zum einen die Pflichten zur Zugangsgewährung nach Art. 61 ff. VO (EU) 2018/858 im Vordergrund. In diesem Zusammenhang analysierte der Referent auch das Urteil des EuGH vom 19.9.2019 – C-527/18 (Gesamtverband Autoteile-Handel e.V. gegen KIA Motors Corporation). In Abgrenzung dazu ging der Vortragende anschließend auf die Grenzen des Schutzes ein und prüfte die Frage, ob es ein berechtigtes Interesse an der Geheimhaltung als Schutzbereich gäbe. Im Ergebnis kam er dazu, dass das Gesetz zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen (GeschGehG) sowie die Richtlinie (EU) 2016/943 zu einer Stärkung des Geheimnisschutzes der Unternehmen im Automobilsektor beitragen können. Eine derart gestärk-

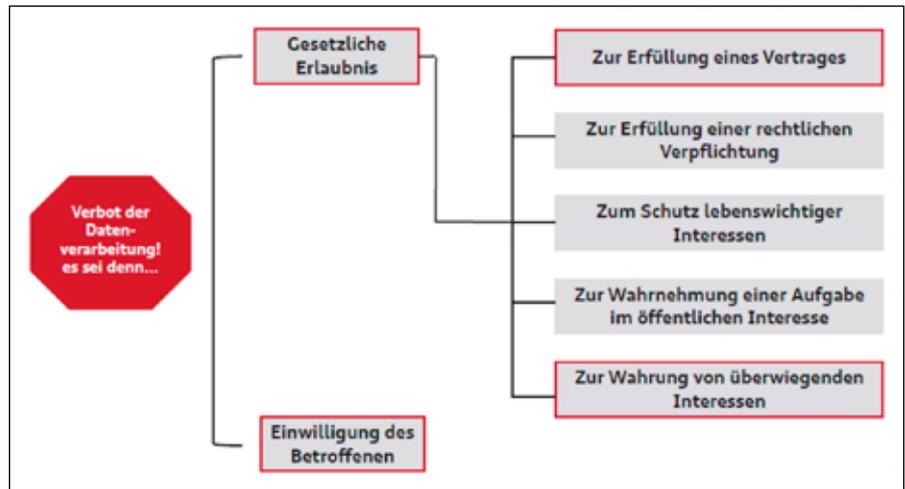


Bild 1: Kundendaten / rechtmäßige Verarbeitung

te Rechtsposition könnte Einfluss auf den Umfang der Mitteilungspflichten gegenüber Dritten und auch auf die Vergütungspflicht nach Art. 63 VO (EU) 2018/858 haben.

*Rechtsanwalt Florian Zoubek*, der seine Kollegin, *Rechtsanwältin Daniela Sigl-reithmaier* (beide Audi AG, Ingolstadt), vertrat, referierte zu dem Thema: „Datenschutz: Asset Kundendaten – CRM im Zeitalter der DSGVO“. Anhand von sechs Punkten wurde das Thema präsentiert. Zunächst ging es um den Wert von Kundendaten. Sodann wurde der Punkt Umgang mit Kundendaten nach der DSGVO näher beleuchtet und die Systematik anhand der Grafik (siehe oben) und weiterer Bilder erläutert.

Schließlich ging es um Fahrzeugdaten, hier vor allem um anonyme Daten (ohne Anwendung des Datenschutzrechts) und pseudonyme Daten (DSGVO weiterhin anwendbar). Alsdann folgten Ausführungen zu Kundenprofilen, Tracking und Targeting. Im Anschluss daran wurde das allgemeine Leadmanagement unter Berücksichtigung der Direktwerbung und des Marketings auf Basis von UWG und DSGVO vorgestellt. Im letzten Punkt skizzierte der Referent die weiteren Herausforderungen der Zukunft anhand der Betroffenenrechte und die Auftragsverarbeitung.

*Rechtsanwalt Dr. Reiner Münker* (Hauptgeschäftsführer der Wettbewerbszentrale) war kurzfristig für die verhinderte *Rechtsanwältin Christina Kiel-Otto* (Wettbewerbszentrale, Bad Homburg) eingesprungen und trug zum Thema „EUGH zu Cookies, Fanpages und Like Buttons: Aktuelle Rechtsprechung und die Auswirkungen auf die Automobil-

wirtschaft“ vor. Er begann die Rechtsprechungsanalyse mit dem Urteil des EuGH vom 5.6.2018 – C-210/16 (Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein). Hier hatte eine Datenschutzbehörde eine Wirtschaftsakademie angewiesen, die Facebook Fanpage zu deaktivieren. Denn der Fanpage-Betreiber sei gemeinsam mit Facebook verantwortlich. Das BVerwG habe mit Urteil vom 11.9.2019 – 6 C 15/18 den Rechtsstreit an das OVG zurückverwiesen, die Gründe lägen noch nicht vor, sodass die „Taskforce Facebook Fanpage“ erneut tagen werde und die von Facebook in der Zwischenzeit vorgenommenen Änderungen bewerten werde. Bei dem Urteil des EuGH vom 29.7.2019 – C-40/17 (Fashion ID) ging es um die Frage der Verantwortlichkeit eines Unternehmens, das auf der eigenen Website Social Plugins (Like Button) eingebunden hatte. Im Ergebnis bejahte das Gericht die Verantwortlichkeit des Unternehmens gemeinsam mit Facebook für die Erhebung und Weitergabe der Daten. Das habe für den Webseitenbetreiber zur Folge, dass er eine Datenschutzerklärung bereithalten muss, und zwar von jeder Unterseite leicht zugänglich (max. zwei Klicks entfernt). Die Frage der sog. Cookie-Einwilligung habe der EuGH in seinem Urteil vom 1.10.2019 – C-673/17 (Planet 49) aufgrund der vom BGH vorgelegten Fragen, ob eine wirksame Einwilligung durch ein voreingestelltes Ankreuzkästchen datenschutzrechtlich konform sei, verneint, und zwar auch dann, wenn keine personenbezogenen Daten betroffen seien. Denn eine Einwilligung sei nur auf Grundlage von „klaren und umfassenden Informationen“, u.a. An-

4 Urteil vom 26.7.2018 – 17 O 1324/17 – Berufung läuft.  
5 Urteil vom 19.6.2019 – 9 O 3006/17.

gaben zur Funktionsdauer der Cookies und ob Dritte Zugriff auf diese erhielten, zulässig.

Das zweite kartellrechtliche Thema des Tages stand unter der Überschrift „Vor- und nachgelagert: Kooperationen zwischen Zulieferern und zwischen Kfz-Händlern“ und wurde von *Rechtsanwalt Dr. Jochen Bernhard, Maître en Droit* (MENOLD BEZLER, Stuttgart) beleuchtet. Als Beispiel wählte er die Konstellation, dass zwei Autohäuser (jeweils Tochtergesellschaften größerer Händlergruppen) die Marketingaktivitäten einschließlich der Preissetzung für eine bestimmte Fahrzeugmarke zusammenlegen. Dabei soll aber der Werbetauftritt unter der eigenständigen Firma aufgrund jahrzehntelanger Marktwahrnehmung beibehalten werden. Die Preissetzung sowie die örtliche Reichweite der Werbung soll direkt zwischen den Muttergesellschaften besprochen werden. Die Autohäuser sollen aber in ihren jeweiligen Außenauftritten weiterhin als Wettbewerber auftreten. Da tauchen viele Fragen auf: Ist bei einer solchen Konstellation ein Kooperationsvertrag ausreichend, muss ein Joint Venture gegründet werden, müsste ein Autohaus beherrschenden Einfluss auf das andere erlangen oder müssten gar die Muttergesellschaften fusionieren?

In seinem zweiten Punkt ging er auf Kooperationen zwischen Zulieferern ein.

Dabei stellte er zunächst die verschiedenen Arten von Zulieferkooperationen vor: Arbeitsgemeinschaften auf Betreiben mehrerer Zulieferer; Joint Ventures zur dauerhaften Zusammenarbeit; durch OEM forcierte Zusammenarbeit, insbesondere Setzteilevereinbarungen; horizontale, vertikale und laterale Kooperationen. Im Anschluss daran nahm er die rechtlichen Bewertungen der verschiedenen Kooperationen vor und zeigte sodann die kartellrechtlichen Grenzen von Lieferantenvorgaben auf, bevor er sich der Frage widmete: Wer haftet bei Mängeln oder Produktionsausfall des Vorlieferanten? Alsdann nahm er eine Einordnung von Preisvorgaben zwischen OEM, Tier 1 und Tier 2 vor und zeigte Lösungsmöglichkeiten auf. Zum Schluss ging der Referent noch auf Kooperationen zwischen Kfz-Zulieferern und Händlern ein, hier vor allem auf den Ersatzteilbetrieb.

Die Vortragsreihe beendete *Rechtsanwalt Dr. Andreas Ottofülling* (Wettbewerbszentrale, Büro München) mit dem Referat „Automotive-Fallrechtspraxis der Wettbewerbszentrale.“ Nach einem kurzen Überblick über die Tätigkeiten der Wettbewerbszentrale im automobilen Kontext und den bestehenden Kontakten zu den an der automobilen Wertschöpfungskette beteiligten Akteuren stellte er die Fallrechtspraxis der jüngeren Vergangenheit anhand

zahlreicher Fälle vor, die teilweise im Rahmen der außergerichtlichen Rechtsverfolgung beigelegt werden konnten. Bei anderen dagegen war die Zuhilfenahme der Gerichte – teilweise durch mehrere Instanzen – erforderlich. Dabei begann er mit Fallbeispielen zur irreführenden Werbung (§ 5 UWG), insbesondere solchen, die falsche Aussagen enthielten: Fahrzeugausstattung (Suzuki), Modellbezeichnungen (Ferrari), Leistungsangaben (KTM), fehlenden Produktzertifizierungen (E-Scooter TÜV-zertifiziert), unberechtigte Verwendung von Logos, Emblemen, Marken etc. (Hyundai), falschen Angaben zu Nutzungsmöglichkeiten (Sixt-Mietwagen: „Ab ins Gelände“) sowie der Werbung für einen Autopilot und autonomes Fahren (Tesla). Weitere Beispiele betrafen Garantiewerbungen von Fahrzeugherstellern (Opel, Audi) sowie solche zur Finanzierungswerbung (SsangYong), irreführende Preisangaben von Automobilhändlern sowie einer „geschätzten“ Einsparung (Tesla). In einem weiteren Block mit Fällen ging es um die sog. Irreführung durch Unterlassen (§ 5a UWG). Hier zeigte der Referent anhand der Gebrauchtwagenwerbung eines Autohändlers, dass auf die Eigenschaft eines sog. „Selbstfahrervermietfahrzeugs“ (hier: Mietrückläufer aus Spanien) klar und erkennbar hingewiesen werden muss. Andere Beispiele betrafen die Werbung von namhaften Händlern exklusiver Automobile (Bentley, Porsche), die in Zeitungs- und Zeitschriftenanzeigen nicht die Firmierung gemäß Handelsregistereintragung angegeben hatten, sondern lediglich unter ihren Geschäftsbezeichnungen für den Verkauf von Fahrzeugen warben. In einem anderen Fall hatte ein Hersteller von Tuning-Modulen (Race Chip) für den Verkauf dieser mit teilweise falschen Leistungsangaben (überhöhte PS- und Nm-Werten) geworben und ohne für sämtliche der angebotenen Module sog. Teilegutachten zu haben.

Abschließend wurden noch Beispiele zu Verstößen gegen sog. marktverhaltensregelnde Normen (§ 3a UWG) bis hin zu einem Fall belästigender E-Mail-Werbung eines Volvo-Händlers vorgestellt.

Das Echo der Teilnehmer war auch in diesem Jahr wieder ein Positives, sodass damit der Weg für das nächste Expertenforum Automotive Recht (EAR) gegeben ist.



Bild 2: Rechtsanwalt Carsten Schröder referierte zum Designschutz.