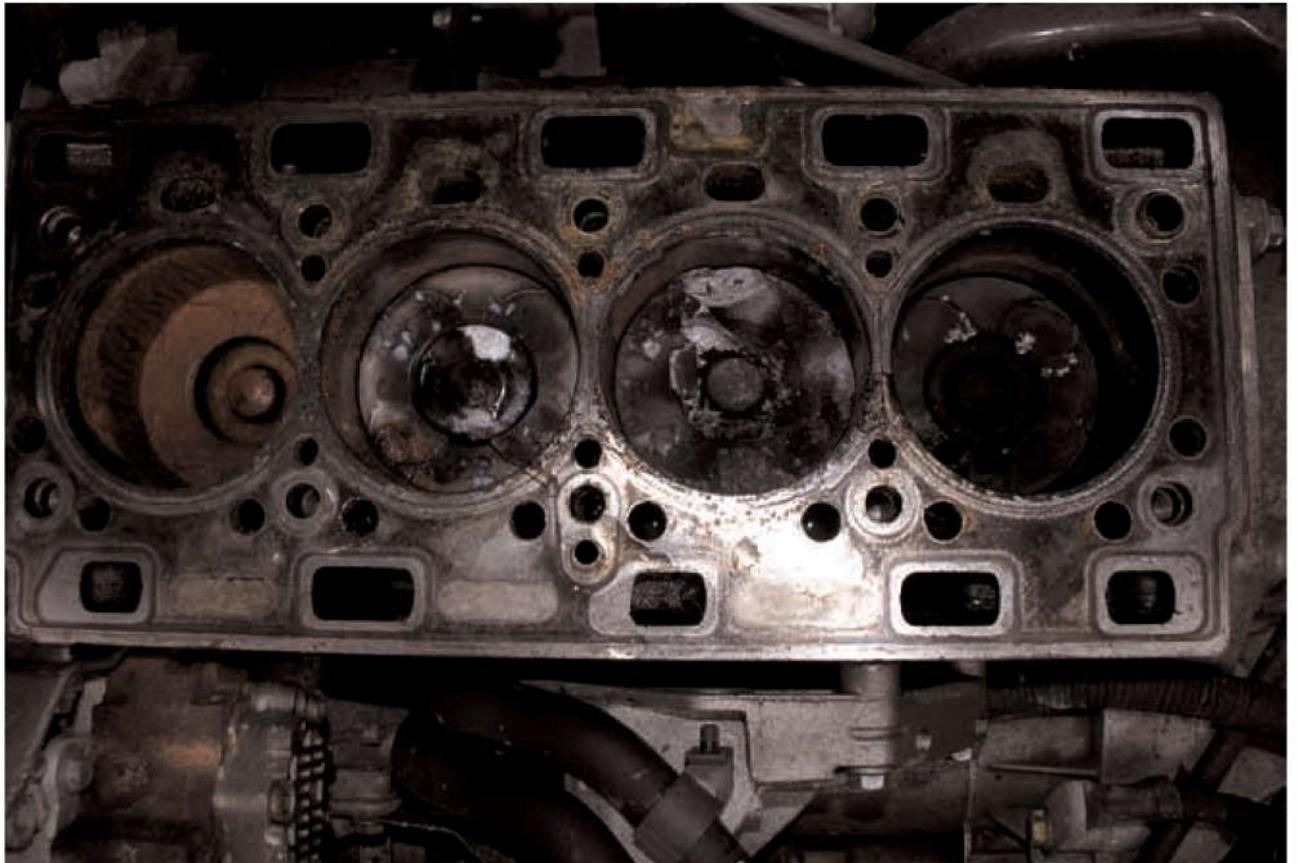


Der Kfz- Sachverständige

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



GUTACHTEN

Motorschaden an Reisemobil: Was war die Ursache?

SACHVERSTÄNDIGENWESEN

Interview mit Dirk Barfs:
Wie geht es weiter im BVSK?

SACHVERSTÄNDIGENWESEN

Das Wettbewerbsrecht im
Sachverständigenwesen

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

Das Wettbewerbsrecht im Sachverständigenwesen unter besonderer Berücksichtigung der Kfz-Branche

Der Beitrag gibt einen kurzen Überblick über die Tätigkeit der Wettbewerbszentrale in der Sachverständigenbranche und beleuchtet die Tätigkeitsschwerpunkte.



Dr. Andreas Ottofölling 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 Prüfingenieurwesens 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“.

wird. Viele der Anfragen und Beschwerden sind exemplarisch und können im Kfz-Bereich ebenso vorkommen wie in der Immobilienbranche oder auch in anderen Sachgebieten, die Sachverständigenbranche betreffend. Sie sind auch nicht typisch für eine bestimmte Kategorie von Sachverständigen, d.h. sowohl ein öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger als auch eine zertifizierte Sachverständige ebenso wie ein verbandsanerkannter oder eine geprüfte Sachverständige können mit denselben Fragestellungen im Hinblick auf ihre werbliche Darstellung betroffen sein. Dabei reicht die Spannweite der Werbemedien von der Briefbogen-gestaltung über die Visitenkarte bis hin zur Werbung in einem Flyer oder Mailing und der Darstellung der eigenen Tätigkeit in einer Telefon- oder Branchenbuchanzeige und nicht zuletzt im werblichen Auftritt auf der eigenen Homepage und in einigen Fällen sogar schon in der Präsenz in den Sozialen Medien, wie Facebook oder Instagram.

Das Fallaufkommen im Jahr 2019 belief sich allein im Sachverständigenwesen auf gut 150 Vorgänge. Davon betrafen mehr als 40 Vorgänge Beratungsanfragen von Mitgliedern (Körperschaften, Verbände und Sachverständigenbüros sowie Prüforganisationen). In den anderen Fällen wurde die Wettbewerbszentrale gebeten, zu prüfen, ob unlautere Werbemaßnahmen vorlagen, die im Bedarfsfall unterbunden werden sollten. Es mussten fast 70 Abmahnungen ausgesprochen werden und es wurden 6 Hinweisschreiben verfasst. Die Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten wurde in 14 Fällen angerufen, um den Betroffenen noch einmal die Möglichkeit der außergerichtlichen Streitbeilegung zu ermöglichen. Bei diesen Verfahren liegt die Besonderheit darin, dass sich die Parteien – anders als bei den Landgerichten – nicht anwaltlich vertreten lassen müssen, sondern selbst auftreten können. Es handelt sich um ein wesentlich kostengünstigeres Verfahren, weil in diesen Fällen keine

I. Einleitung und Verfahrensüberblick

Die Wettbewerbszentrale betreut zahlreiche Sachgebiete und Branchen im Wettbewerbsrecht.¹ So auch das Sachverständigenwesen, welches bundesweit vom Büro München bearbeitet

¹ Vgl. hierzu die Branchenübersicht unter: <https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/>

Anwaltskosten anfallen und auch keine Gerichtsgebühren zu bezahlen sind. In nur fünf Fällen mussten die Gerichte bemüht werden, um die Ansprüche durchzusetzen.

Die Branche wurde über die aktuellen lauterkeitsrechtlichen Entwicklungen und die Schwerpunktthemen sowohl auf Sachverständigentagen geschult als auch mittels Publikationen informiert. Auf der Internetseite der Wettbewerbszentrale finden sich hierzu nähere Informationen:

<https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/sachverstaendige/aktuelles/>

<https://www.wettbewerbszentrale.de/de/publikationen/aufsatzbeitraege/#Sachverst%C3%A4ndige>

II. Rechtlicher Rahmen für die Sachverständigenwerbung

Generell gilt für den Bereich der Werbung zunächst einmal das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).² Dieses ist bindend für alle Sachverständigen, egal, ob öffentlich bestellt und vereidigt, verbandsanerkannt oder -geprüft oder zertifiziert. Auch die „selbsternannten“ Sachverständigen unterfallen dem Regelungsbereich des UWG. Daneben kann es spezialgesetzliche Vorschriften geben, die berücksichtigt werden müssen, so z.B. in der Handwerksordnung, der Preisangabenverordnung, dem Telemediengesetz, dem Rechtsdienstleistungsgesetz usw.

Für verbandsanerkannte und -geprüfte Sachverständige kann es ebenso wie für zertifizierte Sachverständige noch Sonderregelungen ihrer Fachverbände oder der Zertifizierer geben, die sie berücksichtigen müssen. Allerdings stellen etwaige Verstöße gegen diese Regelungswerke nicht automatisch auch Wettbewerbsverstöße dar, die über das UWG sanktioniert werden können. Hier ist entscheidend, ob es sich bei den verletzten Regelungen um sog. marktverhaltensregelnde Normen handelt.³ Das ist bei Verbandssatzungen und vergleichbaren Regelungen häufig nicht

der Fall. Das bedeutet, dass Verstöße gegen diese Regelungswerke in der Regel nur von den Verbänden gegenüber ihren Mitgliedern sanktioniert werden können. Da spannt sich der Bogen von Ermahnungen hin bis zu Ausschlüssen aus dem Verband.

Für die öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen gelten im Hinblick auf das Gestalten von Werbung neben den UWG-Tatbeständen sowie den spezialgesetzlichen Vorschriften aus der Gewerbe- und/oder Handwerksordnung sowie marktverhaltensregelnden Normen aus anderen Gesetzen stets auch die Regelungen in den Sachverständigenordnungen sowie die dazu erlassenen Auslegungsrichtlinien. Die jeweiligen Bestellungskörperschaften orientieren sich regelmäßig an den Mustersachverständigenordnungen des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) oder des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) und übernehmen diese für ihre eigenen Sachverständigenordnungen. Der DIHK hat Mitte Oktober 2019 neue Richtlinien zur Mustersachverständigenordnung aus dem Jahre 2015 erlassen. Diese Richtlinien sind abrufbar unter: https://svv.ihk.de/svv/informationen/Richtlinien-zur-Mustersachverstaendigenordnung%20Stand%2015_16_Oktober%202019.pdf

Die Ausführungen zur Werbung befinden sich in § 18 RL-MSVO. Nach einer ersten Analyse ist festzuhalten, dass den Sachverständigen ein größerer Freiraum für Marketingaktivitäten eingeräumt wird. Nun bleibt abzuwarten, ob das auch von den jeweiligen Sachverständigen genutzt wird.

III. Fallbeispiele aus der Praxis

1. Werbung mit Qualifizierungen

In 2019 betrafen die Anfragen und Beschwerden im Hinblick auf die Werbung von Sachverständigen häufig den Bereich der Qualifizierung. Dabei ging es um Fragen möglicher irreführender Aussagen wegen angeblicher Prüfungen, Zertifizierungen, Eintragungen bei Kammern bis hin zur Verwendung von Diplombezeichnungen und vergleichbaren akademischen Abschlüssen. So warben verschiedene Personen mit folgenden Angaben: „Dipl. Graph.“, „Dipl. Graphologe“, „Geprüfter Gra-

phologe FVDG“, „Diplom-Graphologe FVDG“ sowie „Geprüfter Graphologe des Graphologischen Lehrinstituts Königsfeld“. Es gibt keinen akademischen Grad für Graphologen, weil Hochschulen in diesem Fachbereich kein „Diplom“ verleihen. Mithin sind solche Diplom-Bezeichnungen irreführend und müssen unterlassen werden. Eine andere Beurteilung ergibt sich auch nicht daraus, dass hinter einer solchen Bezeichnung ein Kürzel wie „FVDG“ angehängt wird, denn dieses ist aus sich heraus nicht verständlich und zudem nicht geeignet, als ein Hinweis auf eine (Fach-)Hochschule wahrgenommen zu werden.

2. Werbung mit Eintragung, Registrierung, Zulassung, Prüfung, Bestellung

Aber auch die unzulässige Werbung mit einer Eintragung bei einer Industrie- und Handelskammer musste untersagt werden. Dem war vorausgegangen, dass ein Sachverständiger sich nach den Voraussetzungen für eine öffentliche Bestellung und Vereidigung bei einer Industrie- und Handelskammer erkundigt und sodann gebeten hatte, man möge ihm die Anfrage bestätigen. Seitens der Kammer wurde ihm bestätigt, er sei registriert worden. Dies nutzte der Sachverständige fortan um mit der Angabe „ab 1996 Eintragung als Sachverständiger für Schäden und Gebäuden bei der IHK Frankfurt“ zu werben. Im Rahmen eines Einigungsstellenverfahrens gab der Sachverständige schließlich die geforderte Unterlassungserklärung ab und löschte die Werbung auf seiner Homepage. Ein anderer Fall betraf die Verwendung eines Rundstempels mit der Angabe „Von der DEKRA geprüfter Lacksachverständiger“. Der Betreffende hatte zwar vor mehr als 15 Jahren an einem lacktechnischen Seminar teilgenommen und eine Teilnahmebescheinigung mit den vermittelten Inhalten erhalten, aber keine Urkunde, die ihn berechtigt hätte, mit der zitierten Angabe zu werben. Auch wurde ihm von dem Seminaranbieter kein entsprechender Stempel – so wie bei Bestellungskörperschaften üblich – ausgehändigt. In einem gerichtlichen Verfahren⁴ hat der Beklagte eine Unterlassungserklärung abgegeben. Darin hat er sich verpflichtet, nicht mehr mit Angaben „Gerichtliche Zulassung“

² Abrufbar unter: https://www.wettbewerbszentrale.de/de/recht/nationales/recht_national_ordner/uwg-2015/default.aspx

³ In § 3a UWG heißt es dazu: Unlauter handelt, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, und der Verstoß geeignet ist, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern oder Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen.

⁴ LG Augsburg, Az. 2 HK O 2530/19.

und/oder „Der gerichtliche Sachverständige“ zu werben. In einem anderen gerichtlichen Verfahren wurde die Verwendung eines Stempels mit Hinweis auf eine „Prüfung als Sachverständiger eines Verbandes“ untersagt, sofern nicht auch das Sachgebiet der Prüfung angegeben wird.⁵ Und schließlich gab es noch einen Fall, wo ein ehemals öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger unter Angabe seines Namens und mit dem Slogan „seit über 50 Jahren im Dienst des Arztes“ mit folgender Angabe auf der Homepage eines Unternehmens warb: „Öffentlich bestellter (bis zum 70. Lebensjahr) und vereidigter Sachverständiger für die Bewertung von Arzt- und Zahnarztpraxen“. Da nach der Rechtsprechung nach Ablauf oder dem anderweitigen Erlöschen einer öffentlichen Bestellung nicht mehr unter Hinweis auf diese geworben werden darf,⁶ wurde der Sachverständige wegen eines Verstoßes gegen das Irreführungsverbot und das Verbot unlauterer Werbung abgemahnt. Er gab zur Vermeidung einer gerichtlichen Auseinandersetzung die

geforderte Unterlassungserklärung ab und ließ die Internetwerbung ändern.

3. Werbung mit Emblemen, Logos, Marken

Schließlich gab es auch im Berichtszeitraum wieder Fälle wegen unberechtigter Verwendung von Logos, Emblemen und Wappen unter lauterkeits- und markenrechtlichen Aspekten zu beurteilen. In einem Fall verwendete eine Sachverständigen-GmbH in unberechtigter Weise die Logos und Signets von „TÜV Süd“, „DAT“ und „Schwacke“. Das Unternehmen vertrat zunächst die Ansicht, die Embleme und Logos der Firmen werblich verwenden zu dürfen. Angeblich gab es geschäftliche Kontakte zu den Markeninhabern. Nach Abmahnung und erfolglosem Einigungsstellenverfahren wurde dann doch noch eine Unterlassungserklärung abgegeben und die Zeichen auf der Homepage gelöscht. Eine Bau- und Dienstleistungs-GmbH warb mit nicht existierenden Partnerschaften zum Bundesverband öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger (BVS e.V.), der Architektenkammer der Freien und Hansestadt Bremen KdöR (AKHB) sowie dem Baukosteninformationszen-

trum Deutscher Architektenkammern (BKI). Da keinerlei Bereitschaft bestand, außergerichtlich eine Unterlassungserklärung abzugeben, musste diese irreführende Werbung gerichtlich verboten werden.⁷ Überhaupt ist die Werbung mit der Zugehörigkeit zu einem Fachverband bei Sachverständigen beliebt. So gab es auch in der Vergangenheit bereits zahlreiche Fälle, in denen Sachverständige aus der Kfz-Branche sich „mit den Federn“ des BVSK derart schmückten, dass sie sowohl das vorgenannte Kürzel des Verbandes auf ihren Briefbögen, Visitenkarten und der Homepage verwendeten als auch das Original-BVSK-Logo einblendeten. Entsprechende Fallgestaltungen gab es auch immer wieder bei der unberechtigten Verwendung des „Zeichens für Sachverständigen“, d.h. des Logos der öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen. Diesem Personenkreis ist die Verwendung nur in den Fällen gestattet, in denen eine Lizenzvereinbarung mit dem Institut für Sachverständigenwesen e.V. (IfS) getroffen wurde.⁸

⁵ LG Hannover, Urteil vom 10.9.2019 – 32 O 11/19.

⁶ Zur Darlegung der Rechtsprechung und Literatur vgl. Ottofülling, Der Sachverständige 2011, 50 ff.; ders., Der Kfz-Sachverständige 2014, 17–18.

⁷ LG Bremen, Versäumnisurteil vom 24.1.2019 – 12 O 263/18.

⁸ Zu den Bedingungen vgl.: <https://www.ifsforum.de/sachverstaendige/zeichen-fuer-sachverstand/>