

Newsletter Verkehrsrecht: Ausgabe April 2011

Themen: Das Wettbewerbsrecht im Autohaus, 2. Teil - Praxisbeispiele -

I. Das UWG – Praxisbeispiel

1. Unfallschadensregulierung

Die Regulierung von Verkehrsunfällen erfolgt in den meisten Schadensfällen ohne anwaltliche Hilfe. Mitverantwortlich hierfür ist die Versicherungswirtschaft. Sie versucht, den ersten Zugriff auf den Geschädigten für sich zu beanspruchen, indem sie eigene Sachverständige oder Partnerwerkstätten so früh wie möglich involviert. Durch den Wegfall des Rechtsberatungsgesetzes und dem Inkrafttreten des Rechtsdienstleistungsgesetzes (RDG) ergeben sich in der Tat neue Möglichkeiten sowohl für Kfz-Sachverständige als auch für Autohäuser oder Reparaturbetriebe.

Aber Achtung: Die Unfallregulierung ist eine Rechtsdienstleistung, die **nicht** von Sachverständigen, Autohäusern oder Reparaturbetrieben übernommen werden darf. Unter Rechtsdienstleistung ist jede Tätigkeit in konkreten fremden Angelegenheiten zu verstehen, die eine rechtliche Prüfung des Einzelfalls erfordert, § 2 Abs. 1 RDG. Die Vielzahl der rechtlichen Probleme, die sich nach einem Verkehrsunfall stellen, bedarf grundsätzlich einer Einzelfallprüfung, die nicht ausschließlich in Ihrem Interesse liegt, sondern primär im Interesse der Geschädigten. Diese Rechtsdienstleistung ist aber weder den Sachverständigen noch den Autohäusern oder Reparaturbetrieben gestattet, sondern nach der Gesetzesbegründung zum Entwurf des RDG den rechtsberatenden Berufen vorbehalten.

Wie bereits in der Märzangabe dargestellt, handelt derjenige unlauter, der einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, vgl. § 4 Nr. 11 UWG. Das RDG enthält solche Vorschriften. § 5 RDG erlaubt Rechtsdienstleistungen im Zusammenhang mit einer anderen Tätigkeit nur, wenn sie als Nebenleistung zum Berufs- oder Tätigkeitsbild der Haupttätigkeit gehören. Weder zur Gutachtertätigkeit noch zur Reparaturtätigkeit gehört jedoch die Unfallregulierung. Dies umso mehr, als das sich die Tätigkeit nicht nur im bloßen Übersenden der Reparaturrechnung erschöpft, sondern auch Haftungsquoten festzulegen sind. Weiter darf nicht vergessen werden, dass die reinen Reparaturkosten nicht die alleinige Schadensposition ist. Von daher sind folgende Werbeaussagen als unlauter eingeordnet worden:

- ! „Wir regeln die komplette Abwicklung Ihres Unfallschadens mit der gegnerischen Versicherung ohne Einschaltung eines Anwalts“

- ! „Unser Service für Sie: von der Schadensbeseitigung am Kfz bis hin zur Versicherungsabwicklung – alles aus einer Hand durch Ihr Autohaus...“
- ! „Neben der Reparatur ist unsere Spezialität die Unfallabwicklung mit der Versicherung“
- ! „Komplette Schadensabwicklung – Ihr Autohaus...“
- ! „Technische und rechtliche Unfallabwicklung von Ihrem Reparaturbetrieb...“
- ! „Unfallschadensabwicklung – ein Komplettservice Ihres Autohauses...“

2. Impressumsverstöße

Wie ein Impressum auszusehen hat, hatten wir in der Februarausgabe 2011 mit Formulierungsbeispiel mitgeteilt. Als rechtliche Grundlage dient das Telemediengesetz (TMG). In der Praxis ist § 5 TMG von Relevanz, der die "Informationsdichte" vorgibt. Da es sich hierbei um wesentliche Informationen i.S.d. § 5a Abs. 4 UWG handelt, dürfen diese dem Verbraucher nicht vorenthalten werden. Ein fehlerhaftes Impressum ist folglich unlauterer Wettbewerb, da das Vorenthalten einer nach § 5 a Abs. 4 UWG wesentlichen Information der für den Unternehmer geltenden fachlichen Sorgfalt widerspricht, die stets geeignet ist, die Entscheidungsfreiheit des Verbrauchers zu beeinträchtigen und ihn daher ggf. zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Ein solcher Verstoß ist auch nach § 3 Abs.2 UWG wettbewerbswidrig, OLG Frankfurt, Urt. v. 04.12.08, 6 U 187/07.

Weiterhin ist darauf hinzuweisen, dass § 5 TMG eine marktverhaltensregelnde Norm ist, vgl. § 4 Nr. 11 UWG. Ist das Impressum eines Mitbewerbers fehlerhaft, ist dieser Verstoß geeignet, die Interessen der Mitbewerber spürbar zu beeinträchtigen.

3. Fernabsatzverträge

In engem sachlichen Zusammenhang mit den Impressumsverstößen sind die Regelungen des Fernabsatzvertrages zu sehen. Denn derjenige, der sich z.B. über das Internet präsentiert, wird meist auch über das Internet den Abschluss von Verträgen anbieten. Allerdings muss der Verbraucher **v o r** Abgabe seiner Vertragserklärung deutlich und verständlich auf sein Widerrufsrecht und die Widerrufrechtsfolgen hingewiesen werden. Zusätzlich sind die Informationspflichten nach § 1 Nr. 1-3 BGB-InfoV zu erfüllen. Wir verweisen zur Vermeidung auf die Newsletter- Ausgabe September 2009. Erfolgt dies nicht, ist der Verstoß gegen eine das Marktverhalten regelnde Norm, hier § 312 c BGB, manifestiert. In der Vergangenheit sind immer wieder mal sog. Testkäufe durch Verbraucherzentralen oder auch Mitbewerber initiiert worden, die den unlauter Handelnden teuer zu stehen kamen.