

Newsletter Verkehrsrecht: Ausgabe März 2011

Themen: Das Wettbewerbsrecht im Autohaus, 1. Teil - Überblick, Begriffsdefinitionen -

Für das Jahr 2011 hatten wir eine nähere Auseinandersetzung mit dem Wettbewerbsrecht im Autohaus angekündigt. Der Umfang wettbewerbsrechtlich relevanten Verhaltens macht eine einmalige Abhandlung nicht möglich, so dass wir in mehreren Teilen das Thema bearbeiten werden.

I. Das UWG

Der Gesetzgeber hat mit dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (kurz: UWG) die Grundlage geschaffen. Das Gesetz soll nach dem in § 1 definierten Zweck „...den Schutz der Mitbewerber, Verbraucher sowie der sonstigen Marktteilnehmern vor unlauteren geschäftlichen Handlungen“ dienen. Diese und auch weitere Begriffe haben in § 2 UWG eine Legaldefinition erfahren. Auf den Punkt gebracht bedeutet:

- ! **geschäftliche Handlung** jedes Verhalten einer Person zu Gunsten des eigenen oder fremden Unternehmens vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezuges von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrages über Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt;
- ! **Marktteilnehmer** neben Mitbewerbern und Verbrauchern alle Personen, die als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen tätig sind;
- ! **Mitbewerber** jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmern als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis steht.

Nach § 3 UWG sind unlautere geschäftliche Handlungen unzulässig, wenn sie geeignet sind, die Interessen von Mitbewerbern, Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern spürbar zu beeinträchtigen. Dabei sei deutlich darauf hingewiesen, dass es eine tatsächlichen spürbaren Beeinträchtigung nicht bedarf. Ausreichend ist nach dem Willen des Gesetzgebers, dass die geschäftliche Handlung an sich **geeignet** ist, die spürbare Beeinträchtigung auszulösen.

Um die unlauteren geschäftlichen Handlungen „mit Leben zu erfüllen“, enthält § 4 UWG eine nicht abschließende Aufzählung unlauterer geschäftlicher Handlungen. So ist zum Beispiel nach Nr.1 unlauter, wenn die geschäftliche Handlung geeignet ist, die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer durch Ausübung von Druck, in menschenverachtender Weise oder durch sonstigen unangemessenen unsachlichen

Einfluss zu beeinträchtigen. Nach Nr.3 ist das Verschleiern des Werbecharakters der geschäftlichen Handlung unlauter. Unlauter handelt nach Nr.4 derjenige, der bei Verkaufsförderungsmaßnahmen (Preisnachlässe, Zugaben, Geschenke) die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angibt. Unlauter ist nach Nr.11, einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderzuhandeln, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.

Daneben hat § 5 UWG als unlauter die irreführenden geschäftlichen Handlungen definiert. Irreführend ist eine geschäftliche Handlung, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über – dort im Gesetz aufgezählte – Umstände enthält. Hierunter fallen z.B. die wesentlichen Merkmale der Ware/Dienstleistung, der Verkaufsanlass, die Unternehmensidentität, die Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austauschs oder einer Reparatur, oder aber auch Gewährleistungsrechte sowie Garantieansprüche bei Leistungsstörungen. Neu ist, dass durch § 5 a UWG Unlauterkeit auch durch Unterlassen und dadurch bedingte Irreführung eintreten kann.

In § 6 UWG ist als mögliche unlautere geschäftliche Handlung die vergleichende Werbung definiert worden. Vergleichend ist die Werbung dann, wenn sie unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die von einem Mitbewerber angebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die in § 7 UWG geregelte unzumutbare Belästigung, der gerade im Bereich der E-Mail-Werbung oder der unerwünschten Telefonanrufe höchste Priorität zukommt.

II. BGH, Urt. v. 15.09.10, AZ: VIII ZR 61/09

Die Entscheidung des BGH stellt nochmals klar, dass in der Aussage des Verkäufers, bei dem Fahrzeug handele es sich um ein „Vorführfahrzeug“ keine Vereinbarung über ein bestimmtes Fahrzeugalter zu sehen ist. Eine Übertragung der Standzeiten zum Erwerb von Neufahrzeugen (seit Herstellung zwei Jahre) und Jahreswagen (seit Zulassung ein Jahr, aber seit Herstellung maximal zwei Jahre) kommt nicht in Betracht, da der Begriff „Vorführrwagen“ nur eine gewerbliche Fremdnutzung zu Präsentationszwecken impliziert.