

Der Kfz-Sachverständige

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



SACHVERSTÄNDIGENWESEN

Rückblick: Zweites Expertenforum Automotive Recht (EAR) der Wettbewerbszentrale

SACHVERSTÄNDIGENWESEN

HUK-Coburg in Pilotregionen mit neuer Strategie

RECHT

Erstattungsfähigkeit vorprozessualer SV-Kosten im Passiv- und Aktiv-Prozess

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

Rückblick: Zweites Expertenforum Automotive Recht (EAR) der Wettbewerbszentrale



Dr. Andreas Ottofüllung ist als Anwalt seit mehr als 20 Jahren im Bereich des Wettbewerbsrechts tätig. Er ist Leiter Süd der Wettbewerbszentrale (Büro München und Stuttgart) und betreut u.a. den Bereich des Sachverständigen- und Prüflingenieurwesens und die Automobilbranche. Er ist Dozent an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing in München sowie Mitautor beim Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht.

Am 4.4. 2017 fand in der Autostadt in Wolfsburg das diesjährige Expertenforum Automotive Recht (EAR) der Wettbewerbszentrale statt. Im letzten Jahr hatten sich die Vertreter von Automobilherstellern und Zulieferunternehmen, Autohäusern sowie Kfz-Verbänden und -Innungen, Prüforganisationen und im Automobilbereich tätige Anwälte in der BMW Welt in München versammelt. Das automobilen Ambiente der Veranstaltungsorte schuf auch in diesem Jahr wieder einen guten Rahmen für das Branchentreffen.

Das zweite Expertenforum Automotive Recht wurde von RA Dr. Andreas Ottofüllung (Wettbewerbszentrale Büro München) eröffnet. Er begrüßte die Teilnehmer, stellte die Referenten und deren Themen vor und übernahm die Tagesmoderation. In einem kurzen Rückblick auf das EAR 2016 zeigte er den Zuhörern noch einmal auf, dass vor allem einer der Themenblöcke des letzten Jahres – Rechtsfragen rund um die PKW-EnVKV – seit Bekanntwerden des Dieselskandals im Herbst 2015 nach wie vor die Automobilbranche umfangreich beschäftigt und noch immer keine Ende abzusehen ist.

Autonomes Fahren

Den Vortragsauftakt machte Jan Michael Schüngeler, LL.M. (Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur, Berlin). Er referierte zum Thema „Aktivitäten der Bundesregierung im Bereich des automatisierten und vernetzten Fahrens.“ Er zeigte die Automatisierungsstufen auf: manuell, assistiert, teilautomatisiert, hochautomatisiert, vollautomatisiert und auto-

nom. Anschließend legte er Zahlen zu durchschnittlichen Wartezeiten in Staus in großen deutschen Städten dar und solche zu Unfallursachen. Der Vortragende zeigte alsdann Potenziale des vernetzten Fahrens, wie Steigerung der Verkehrseffizienz, Erhöhung der Verkehrssicherheit, Reduzierung der Emissionen bis hin zur Stärkung des Innovationsstandorts Deutschland auf. Auch legte er die Strategie des automatisierten und vernetzten Fahrens dar sowie die Handlungsfelder und Herausforderungen bei der Strategieumsetzung. Schließlich stellte er das vor wenigen Tagen mit Stimmen der großen Koalition verabschiedete Gesetz zum automatisierten Fahren vor, welches noch der Zustimmung des Bundesrats bedarf. Er zeigte hierbei auch die rechtlichen Problemfelder auf und skizzierte zudem die internationalen Aktivitäten der Bundesregierung im Hinblick auf die Weiterentwicklung des Wiener Übereinkommens, der Richtlinien zu Datenschutz und Cybersicherheit sowie Technische Regelungen. Weiter stellte er die Aktivitäten auf europäischer



Abb. 1: Auditorium von hinten; es referiert Dr. Hartmann (Foto: Wettbewerbszentrale).



Abb. 2: Referent Dr. Hartmann
(Foto: Wettbewerbszentrale).

Ebene vor: Cooperative ITS Plattform (DG Move), GEAR 2030 (DG Growth), Runder Tisch „Automatisiertes Fahren“ (DG Connect). Auch ging er kurz auf die Erklärungen der G7-Verkehrsminister, die entsprechende Arbeitsgruppe sowie bilaterale Kontakte und Abstimmungen mit einzelnen Ländern ein. Abschließend erläuterte der Referent noch das digitale Testfeld Autobahn und die Förderung erster Vorhaben auf digitalen Testfeldern in sieben deutschen Städten.

Produkthaftung und Robotik

In dem Vortragsblock zum autonomen Fahren, das seit dem letzten EAR noch mehr Fahrt aufgenommen hat, schilderte RA Dr. Volker Hartmann (Audi AG, Ingolstadt) unter dem Thema „Here come the robots – Produkthaftung und Robotik“ die aus Sicht eines Automobilherstellers zentralen Rechtsgebiete, wie Datenschutz, Produkthaftung, Produktsicherheit (Cyber Security), Vertragsrecht bis hin zu Zulassungs- und straßenverkehrsrechtlichen Regelungen. Eingangs stellte er zunächst einmal dar, dass der Kunde längst in der digitalen Welt angekommen sei und er deswegen auch smarte Produkte erwarte. Man gehe davon aus, dass bis zum Jahr 2020 90 % der Autos online seien. Sodann befasste er

sich mit der Frage, ob die Technik das Recht abhängt. Im Rahmen der produkthaftungsrechtlichen Pflichten schilderte er in anschaulicher Weise, was ein Hersteller alles zu beachten hat. Vor allem sei eine Grundregel maßgebend: Ein Hersteller muss zur Zeit der Inverkehrgabe des Fahrzeugs im Rahmen des objektiv Erforderlichen und des objektiv Zumutbaren alle Maßnahmen ergreifen, um sein Produkt für den Nutzer bei bestimmungsgemäßem Gebrauch (und vorhersehbarem Fehlgebrauch) möglichst sicher zu machen. Hinzu komme eine weitere wichtige Pflicht: Produkt- und Marktbeobachtung nach Inverkehrgabe mit entsprechenden Maßnahmen wie Rückrufe, Warnungen, Umstellung der Serie usw. Gerade bei den „Smart Products“ komme der Konstruktions- und Produktbeobachtungspflicht eine besondere Bedeutung zu. Beim Sicherheitsmaßstab der Konstruktionspflicht habe sich der Hersteller vor allem an dem neuesten Stand von Wissenschaft und Technik, den berechtigten Sicherheitserwartungen der Verbraucher und dem Zeitpunkt der Inverkehrgabe zu orientieren. Die Herausforderung bestehe derzeit darin, dass es für automatisierte Systeme weder einen gerichtsfest etablierten oder anerkannten Stand von Wissenschaft und Technik noch eine bekannte Verbrauchererwartung gäbe. Der Hersteller gestalte die Verbrauchererwartung ganz wesentlich selber mit, durch Werbung jeglicher Art, Systembeschreibungen und Bedienungsanleitungen. Mit zunehmender „Smartness“ würden auch die IT-Sicherheit und Datensicherheit einen neuen Stellenwert erhalten – die Schlagworte seien: Privacy by Design und IT-Security bei Design. Aufgrund des überaus schnellen technischen Wandels verwische zusehends der Zeitpunkt der Inverkehrgabe als Fixpunkt für den ausschlaggebenden Stand von Technik und Wissenschaft, weswegen für die sicherheitsrelevanten Aspekte die Produktbeobachtung einen zentralen Stellenwert erlange. Der Referent stellte im Weiteren die Pflichten bei der Life-cycle-Beobachtung dar und stellte die These auf: „Mit steigender Komplexität durch die Vernetzung der Smart Devices kann die Produktsicherheit bei Smart Products zukünftig nur bei einer herstellerseitigen Zusammenschau von produkthaftungsrechtlichen/-sicherheitsrechtlichen und IT-sicherheitsrechtlichen Vorgaben gewährleistet werden. Die technische Vernetzung der Smart

Devices untereinander muss mithin auch eine ‚Vernetzung‘ von Rechtsgebieten zur Folge haben.“

In der Schlussbetrachtung wies Dr. Hartmann darauf hin, perspektivisch werde sich die Frage der Maschinenethik stellen – es müssten Grundregeln entwickelt werden, an die sich die Hersteller und Programmierer halten können.

Werbung und rechtlicher Rahmen

Dem schloss sich der Vortrag von RA Dr. Lambert Pechan (Weber Sauberschwarz Rechtsanwälte, Düsseldorf) an mit dem Thema „Werbung mit sicherheitsrelevanten Produkteigenschaften/Fahrzeugeigenschaften.“ Nach einer Einführung, was sicherheitsrelevante Eigenschaften (konkrete Produkteigenschaften, Fahrassistenzsysteme, hochautomatisiertes Fahren) sind, stellte er den rechtlichen Rahmen nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Blacklist-Tatbestände des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG, Irreführungsregelungen des § 5 UWG, Irreführung durch Unterlassen nach § 5a UWG, unlautere Handlungen im Sinne von §§ 3, 3a UWG) straßenverkehrs- und zulassungsrechtlicher Regelungen dar unter Einbeziehung von Fallbeispielen, wie dem Vertrieb von Tuning-Teilen, Scheinwerfern und LED-Leuchten ohne entsprechende Prüfzeichen, der Bewerbung von Gelenkwellen mit eigenständigen Bestellnummern sowie Baugrößenbezeichnungen und Ersatzteilnummern von Produkten eines Mitbewerbers. Bei Fallbeispielen zur Testwerbung stellte der Referent die Entscheidung des BGH „LGA-tested“ vom 21.7.2016 – I ZR 26/15 vor und eine weitere Entscheidung des EuGH „Canal Digital“ vom 26.10.2016 – Rs. C-611/14 und wies darauf hin, dass aufgrund der letztgenannten Entscheidung fraglich sei, ob der BGH erneut so entscheiden würde, die Angabe einer Fundstelle sei eine wesentliche Information im Sinne von § 5a Abs. 3 UWG. Denn der EuGH habe statuiert, die Regelung in Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29/EG sei dahin auszulegen, dass er eine abschließende Aufzählung der wesentlichen Informationen enthält. Anders noch der BGH in Rn. 54: „... Weder Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken noch § 5a Abs. 3 UWG lässt sich entnehmen, dass sie die im Fall der Aufforderung zum Kauf



Abb. 3: von rechts: RA Dr. Hartmann, RA Sacré, Hr. Schüngeler (Foto: Wettbewerbszentrale).

wesentlichen Informationen abschließend regeln.“ Anschließend befasste sich der Vortragende mit der Werbung zu Crashtests, der Werbung für aktive und passive Sicherheitsausstattung anhand von Rückfahrkameras und der Werbung für Fahrassistenzsysteme. Als dann analysierte er Werbebeispiele von Fahrzeugherstellern zum teilautomatisierten und vollautomatisierten Fahren. Gerade das letztgenannte Beispiel, in dem ein Fahrer die Hände auf den Knien liegen und die Füße von den Pedalen genommen hatte, wurde wettbewerbsrechtlich als hochriskant eingestuft. Dies umso mehr, als ein Slogan in der Werbung eingeblendet war, der sinngemäß besagte, die Person auf dem Fahrersitz sei dort nur aus Rechtsgründen positioniert, sie tue nichts, das Auto fahre selbst. Eine solche Werbekampagne hat bereits das Bundesverkehrsministerium auf den Plan gerufen: „Bundesverkehrsminister warnt Tesla-Fahrer offiziell vor ‚Autopilot‘.“ Also nicht „Finger weg vom Lenkrad“, sondern „Hände an dasselbe“, so muss die Werbebotschaft lauten.

Angriff der Trolle

RA Dr. Constantin Kurtz, LL.M. (Klaka Rechtsanwälte, München), hatte für seinen Vortrag das Thema gewählt: „SEP mit FRAND-Erklärung. Was tun, wenn die IT im Kfz zum Angriffspunkt von Trollen wird?“ Die nicht selbst erklä-

renden Abkürzungen stehen für „Standardessentielle Patente“, die von einer Standardisierungsorganisation, wie der ETSI, in einen Standard aufgenommen werden, wenn der Patentinhaber erklärt, jedem an der Technologie Interessierten eine Lizenz zu Bedingungen zu erteilen, die fair, angemessen und nicht diskriminierend sind (FRAND = Fair, Reasonable And Non-Discriminatory). Die Geschichte der Patent-Trolle geht in das Jahr 1879 zurück, als ein amerikanischer Patentanwalt eine pferdelose Kutsche zum Patent anmeldete. Da er aber nicht über die nötigen finanziellen Mittel verfügte, selbst eine Auto zu entwickeln, verkaufte er sein Patent an einen Finanzinvestor. Dessen Anwälte verschickten fortan Abmahnungen gegen amerikanische Automobilhersteller wegen Patentverletzungen. Henry Ford, berühmter Autobauer, war derjenige, der sich dagegen zur Wehr setzte. Im Laufe der über 100 Jahre sei das Thema heute die IT im Kfz. Denn in den Autos werde Hightech aus der IT-Branche verbaut, wie bspw. WLAN, Bluetooth, Mobiltelefonie, Netzwerktechnologie, Mapping, GPS etc. Da diese Techniken nicht von der Automobil- und Zulieferindustrie entwickelt worden seien, besitzen sie auch nicht die Patente an den Grundlagen dieser Technologien. Hier sei der Tummelplatz von Trollen, weil Unternehmen, die Geld benötigten oder aus diesen Bereichen ausgestiegen seien, große Patentportfolios veräußert haben

und weil die Besonderheit der Standardisierung jeden Nutzer dazu zwingt, standardessentielle Patente zu nutzen, kann die Automobilindustrie nicht auf patentfreie Lösungen ausweichen. Der Nachweis der Patentverletzung sei deutlich erleichtert, weil der Inhaber eines SEP im Wesentlichen nur darlegen muss, dass das angegriffene technische Produkt (Bsp.: GSM-Modul für eCall) einem Mobilfunkstandard entspricht und der Standard voraussetzt, dass von der Lehre seines Patents Gebrauch gemacht werde. Es sei kaum möglich, moderne Technologien zu nutzen, ohne Patente Dritter zu verletzen. Um zu verhindern, dass Patentinhaber unkontrollierte Macht erlangten, sei Aufgabe von Standardisierungsorganisation, Patente, die für einen technischen Standard essenziell seien, in den Standard aufzunehmen, wenn der Patentinhaber erkläre, jedem an der Technik Interessierten eine Lizenz zu Bedingungen zu erteilen, die fair, angemessen und nicht diskriminierend seien. Der Referent hat das Geschäftsmodell, Patentportfolios zu erwerben, um daraus Geld zu machen, indem man gegen produzierende Unternehmen vorgeht, ebenso vorgestellt wie eine sehr ausführliche Rechtsprechungsanalyse geliefert. Dabei hat er sich kritisch mit zahlreichen Urteilen bis hin zur EuGH-Entscheidung „Huawei/ZTE“ auseinandergesetzt, verfassungsrechtliche Überlegungen angestellt und auch die Literaturmeinungen zu diesem

Themenkomplex dargelegt. Im Ergebnis kommt der Referent zu dem Schluss, dass der EuGH die Position der Nutzer von SEP gestärkt habe und nun etwas mehr Waffengleichheit herrsche. Er äußerte die Hoffnung, dass die Instanzgerichte nun noch die Rechtsprechung des Kartellsenats des BGH zu Art. 102 AEUV und § 19 GWB konsequent anwenden, so dass man in den kommenden Jahren zu gerechteren Ergebnissen und deutlich mehr Rechtssicherheit komme.

Assoziationswerbung mit Sportereignissen

In dem Referat „Ambush Marketing: Dürfen Automobilhersteller und -händler sich an den guten Ruf von Sportereignissen anlehnen?“, nahm Prof. Dr. Peter Heermann, LL.M. (Universität Bayreuth), die Zuhörer mit auf eine Reise in die Welt des parasitären, des Guerilla- und Schmarotzermarketings, oder feiner formuliert: Assoziationswerbung. Denn viele der diese Werbeform nutzenden Unternehmen seien gerade bemüht, keine Rechtsverletzungen zu begehen. Man trete etwa nicht als offizieller Sponsor auf, nutze nicht die von den Organisationen den Vertragspartnern zur Verfügung gestellten Logos und Embleme. Ambush Marketing sei jegliches, von einem Sportgroßveranstalter nicht autorisiertes Verhalten eines Unternehmens, mit dem bewusst eine Assoziation zu der Veranstaltung angestrebt werde, um davon ohne Leistung eines unmittelbaren eigenen Beitrags zu der Veranstaltung oder an den Veranstalter zu profitieren. Der Referent stellte anhand zahlreicher Beispiele sodann die Erscheinungsformen anhand von Bezeichnungen und Kennzeichen einer Sportveranstaltung (Fußballsammelbilder), die Werbung am Ort (Verteilen von T-Shirts und Air Ambushing durch Opel während des GTI-Treffens am Wörthersee, Sportler halten Ausrüstungsgegenstände von Nichtsponsoren in die Kamera) und die Bezugnahme auf diesen (Abbildung des Eifelturms während der EURO 2016™ bei einer Fahrzeugwerbung für „Allstar-Modelle“), die Verwendung typischer Veranstaltungsmerkmale, den Einsatz von sportaffinen Personen, die Verwendung sportbezogener Begrifflichkeiten und den Einsatz veranstaltungsbezogener Produkte (insbesondere im Rahmen von Gewinnspielen) vor. Als-

dann zog der Referent die rechtlichen Grenzen anhand des Markenrechts, des Olympiaschutzgesetzes und des Lauterkeitsrechts unter Einbeziehung der zu verschiedenen Werbebeispielen ergangenen Rechtsprechung. Wenn man allerdings berücksichtige, dass nach einer Entscheidung des BGH der normal informierte Verbraucher zwischen der Werbung eines Sponsors und der sonstigen werblichen Bezugnahme auf die Olympischen Spiele unterscheidet und ihm ferner bekannt sei, dass offizielle Ausstatter, Lieferanten, Sponsoren oder Werbepartner diesen Umstand deutlich herausstellen, dann hätten die Ambusher nicht viel zu befürchten, wenn sie sich von den offiziellen Bezeichnungen und Zeichen fernhielten. So habe denn auch der BGH die Aussagen „Olympische Preise“ und „Olympia-Rabatt“ nicht verboten. Die Verlosung von Tickets von großen Sportveranstaltungen werde man solange lauterkeitsrechtlich nicht unterbinden können, wie der Veranstalter des Gewinnspiels nicht den Eindruck erwecke, selbst Sponsor der Veranstaltung zu sein. Abschließend zeigte der Referent noch auf, welche Strategien Sportveranstalter entwickeln können, um Ambusher möglichst auf Abstand zu halten.

Kartellrecht

Ein kartellrechtliches Thema unter der Überschrift „Risiken bei Absprachen in der Automobilwirtschaft aus kartellrechtlicher Sicht“ wurde von RA Prof. Dr. F. Christian Genzow (Friedrich Graf von Westphalen & Partner Rechtsanwälte, Köln) beleuchtet. Nach einer kurzen Darstellung der Rechtsgrundlagen widmete sich der Vortragende Wettbewerbsbeschränkungen auf horizontaler Ebene (Preisabsprachen, Mengenabsprachen, Marktaufteilungen) und legte dar, dass man hier selten Vereinbarungen finde, die Kartellbehörden aber häufig abgestimmte Verhaltensweisen vorfänden. Die besondere Schwierigkeit liege in der Abgrenzung zum „schlichten Parallelverfahren.“ Anschaulich schilderte er sodann das „Spanien-Kartell“ – hier hatte die spanische Kartellbehörde eine abgestimmte Verhaltensweise zwischen Händlern untereinander und zugleich miteinander mit den Herstellern festgestellt. Dabei deckte das bereits in 2006 gegründete Kartell 91 % des spanischen Kfz-Marktes ab. Gegen die Autohersteller, Importeure und Händler wurden Geldbußen

von etwas über 2,5 Mrd. € festgesetzt. Die verhängten Bußgelder beliefen sich auf Beträge zwischen 70.000 € und ca. 23 Mio. €. Betroffen waren fast alle namhaften Automobilmarken der Volumen- und Premiumhersteller. Die Industrie hatte 2009 einen „Brands-Club“ gegründet, in dem die von den Mitgliedern gelieferten modellspezifischen Marktinformationen zu Preisempfehlungen verarbeitet wurden. Dabei wurde festgelegt, wer zu welchem Zeitpunkt eine Preiserhöhung oder Preisherabsetzung vornimmt. Das spanische Kartellamt ist davon ausgegangen, dass auf diese Weise jeder Käufer eines Neuwagens im Mittel etwa 1.000 bis 1.500 € zu viel bezahlt hat. Das Amt hat die Käufer aufgefordert, von Herstellern und Händlern Schadensersatz zu verlangen. Der Referent hat ein weiteres Kartell aus der Kfz-Branche vorgestellt. Gegen ein LKW-Kartell hat die EU-Kommission gar Geldbußen von knapp 3 Mrd. € verhängt. Außerdem stellte der Referent noch Fälle vertikaler Bindung – betreffend Handelsvertreter, Kommissionsagent, Vertragshändler – vor und erläuterte auch hierzu anschaulich die rechtlichen Implikationen der VertikalVO (330/2010). Als Fazit hierzu hielt er fest, auch wenn die für den Handel günstige GVO 1400/02 nicht mehr bestehe und „nur“ die VertikalVO 330/2010 gelte, sei festzuhalten, es gäbe immer wieder eine ganze Reihe von schwierigen Rechtsfragen, die eine kartellrechtliche Beurteilung auch in der Beziehung zwischen Lieferant und Absatzmittler notwendig machten.

Regulierung des Service- und Ersatzteilmarkts

Mit dem Thema „Die Regulierung des Service- und Ersatzteilmarkts unter wettbewerbsrechtlichen Aspekten (Marktverhaltensregelungen und gerichtliche Praxis auf dem Aftermarkt)“ befasste sich RA Marcus Sacré, M.A. (Osborne Clarke, Köln). Zunächst stellte er die Vertriebswege und das Marktvolumen bei Ersatzteilen sowie die „Alliance for the Freedom of Car Repair in Europe“ mit den verschiedenen Verbänden vor. Anschließend widmete er sich den rechtlichen Regelungen nach dem UWG, hier insbesondere Regelung des § 3a UWG, die einen lauterkeitsrechtlichen Unterlassungsanspruch dann gewährt, wenn einer gesetzlichen Vorschrift zuwidergehandelt wird, 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. Solche Regelungen finden sich in der StVZO, dem ProdSG, dem ElektroG sowie der ElektroStoffV, dem BattG und der AltöIV. Bei einigen der Normen verdeutlichte er die Praxisrelevanz anhand von Beispielen. Im Anschluss daran ging der Vortragende ausführlich auf das Regelwerk der Euro 5/6-Verordnung 715/2007 ein. Eine Besonderheit liegt darin begründet, dass aus Art. 6 der VO 715/2007 i.V.m. § 3a UWG ein unmittelbarer Leistungsanspruch statt eines Unterlassungsanspruch geltend gemacht werden kann entsprechend der Rechtsprechungspraxis bei § 33 GWB, wie vom OLG Frankfurt/M. entschieden. Der Zugang zu technischen Informationen muss umfassend gewährt werden, d.h. alles, was zur sachgerechten Wartung und Reparatur erforderlich ist, muss der Hersteller den Werkstätten, Teillehrendern und Publishern zur Verfügung stellen (technische Informationen, Werkzeuge, Training). Auf welche Art der Zugang zu technischen Informationen ermöglicht werden muss, war ein weiterer Aspekt, den der Referent beleuchtete. Das muss in verwendbarer Form, nicht diskriminierender Weise und zu angemessenen Konditionen geschehen. Dazu gehört dann auch der unmittelbare Zugang über das Internet (Bsp.: elektronisches Serviceheft, sodass eine freie Werkstatt Reparaturen selbst eintragen kann). Auch dürfen Vertragswerkstätten keinen besseren Zugang erhalten als freie Werkstätten.

Das sektorspezifische Kartellrecht mit der Marktabgrenzung und den Inhalten der Kfz-GVO bildeten den abschließenden Schwerpunkt des Vortrags. Außerdem stellte er u.a. dar, welche Vorgaben zur Qualität ein Fahrzeughersteller machen darf und welche Regelungen bei Garantien möglich sind.

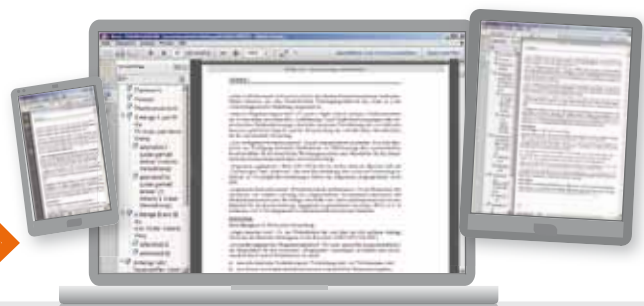
Vergleichs- und Bewertungsportale

Die Vortragsreihe beendete RA Peter Breun-Goerke, Syndikusrechtsanwalt (Wettbewerbszentrale, Büro Bad Homburg) mit seinem Referat „Muss ich mir das gefallen lassen? Die Rechtsprechung zu Vergleichs- und Bewertungsportalen.“ Der Automobilhersteller, -händler und -zulieferer muss sich grundsätzlich eine Bewertung gefallen lassen, so das Eingangsstatement des Referenten, dargelegt und erläutert anhand zahlreicher Praxisfälle und der hierzu ergangenen ober- und höchstrichterlichen Rechtsprechung. Allerdings ist der Bewertete nicht schutzlos gestellt. Bei einer konkreten Beanstandung der Bewertung obliegt dem Portal eine Prüfungspflicht. Bei beleidigenden und vulgären Bewertungen, bei Drohungen oder falschen Tatsachenbehauptungen gibt es einen Lösungsanspruch. Die Grenzziehung ist einzelfallabhängig – so kann nach einer Entscheidung des BVerfG auch eine überzogene und ausfällige Kritik hinzunehmen sein, nicht aber eine persönliche Kränkung, bei der das sachliche Anliegen in den Hintergrund tritt. Gleichwohl hat so manche Bewertung durch die Gerichte die Teilnehmer des EAR in Erstaunen versetzt. So wurde

durch das LG Berlin die Bezeichnung eines Professors an einer Fachhochschule als „Psychopath“ und „echt das Letzte dieser Typ“ in einem Bewertungsportal für Professoren als (noch) zulässig bewertet. Die Kritik an einem Produkt zur Energieeinsparung eines Unternehmens mit den Bezeichnungen „Schwindel“ und „Betrug“ hat der BGH durchgehen lassen. Aber auch bei der Urteilsschelte war das höchste deutsche Gericht – das BVerfG – nicht zimperlich. Danach müssen Robenträger auch eine überzogene und ausfällige Kritik hinnehmen, wie bereits oben erwähnt. Wenn allerdings eine Meinungsäußerung auf falschen oder bewusst unwahren Tatsachenbehauptungen basiert, dann kann nach einer Entscheidung des LG Köln ein Anspruch aus §§ 1004, 823 BGB resultieren. Bei den Vergleichsportalen hat das OLG Hamburg herausgearbeitet, dass diese nicht zu Zwecken des Wettbewerbs handeln, sondern der Meinungs- und Pressefreiheit aus Art. 5 GG unterfallen, wenn sie nur eigenverantwortlich ausgewählte Angebote in Listen darstellen. Abschließend gab der Vortragende noch einen Ausblick auf Regelungsinstrumentarien der EU und Thesen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie zu digitalen Plattformen.

Die Teilnehmer waren sich einig, dass das zweite Expertenforum Automotive Recht (EAR) der Wettbewerbszentrale eine gelungene Veranstaltung war und als automobiler Branchenveranstaltung im gewerblichen Rechtsschutz und Wettbewerbsrecht im kommenden Jahr eine Fortsetzung finden muss.

Nutzen Sie unsere Bücher
auch als **E-Books!**



Jetzt ausprobieren: → shop.bundesanzeiger-verlag.de

Einfach Thema auswählen und den Reiter „E-Book“ anklicken!