

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Was müssen Händler bei Werbung mit Umweltangaben beachten?

Werben Händler im Internet für Autos, müssen sie besondere gesetzliche Informationspflichten beachten. Diese (Umwelt-)Angaben müssen insbesondere gut lesbar sein, damit Verbraucher sie rechtzeitig erkennen können. Wann genau eine gute Lesbarkeit gegeben ist, hat jüngst das OLG Köln beschäftigt. Wir erläutern die gesetzlichen Hintergründe und geben Händlern Hinweise, was sie im Zusammenhang mit den gesetzlichen Informationspflichten unbedingt beachten sollten.

I. Welche besonderen gesetzlichen Vorgaben gibt es für die Werbung von Kraftfahrzeugen?

Die Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen und Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen ("Pkw-EnVKV") enthält einige Vorgaben für die Werbung für Kraftfahrzeuge.

Nach § 5 Abs. 1 der Pkw-EnVKV haben

“

"Hersteller und Händler, die Werbeschriften erstellen, erstellen lassen, weitergeben oder auf andere Weise verwenden, (...) sicherzustellen, dass in den Werbeschriften Angaben über den offiziellen Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen der betreffenden Modelle neuer Personenkraftwagen nach Maßgabe von Abschnitt I der Anlage 4 gemacht werden."

”

Der § 5 Abs. 2 der Pkw-EnVKV stellt klar, dass diese Regelungen

“

"entsprechend für in elektronischer Form verbreitetes Werbematerial, Werbung durch elektronische, magnetische oder optische Speichermedien"

”

gelten und die Angaben

“

"nach Maßgabe der Abschnitte II und III der Anlage 4 erfolgen"

”

müssen.

Die Anlage 4 zu § 5 Pkw-EnVKV mit allen weiteren (ergänzenden) Regelungen zu den Pflichtangaben über Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen in der Werbung finden Sie unter folgendem Link:

https://www.gesetze-im-internet.de/pkw-envkv/anlage_4.html

II. Worum ging es im konkreten Fall des OLG Köln?

Bei der Klägerin handelte es sich um den Deutsche Umwelthilfe e.V. (DUH). Der Beklagte war Betreiber eines Autohauses. Im Mai 2021 teilte der Beklagte auf Facebook – genauso wie andere Autohäuser – einen 25 Sekunden langen Videoclip der Facebook-Seite „A Motors DE“. Vor dem Clip war folgender Kommentar zu sehen:

“

"Passend zu unserem Angebot!!! Das ist mal günstige Werbung!!! [...]"

”

In dem Moment, wo der geteilte Post des Beklagten auf dem Bildschirm eines Nutzers erschien, wurde das Video automatisch vollständig abgespielt. Nach 17 Sekunden erschien dann die Auflösung der Fußnote mit u.a. den Angaben zum Kraftstoffverbrauch und den CO₂-Emissionen des Fahrzeugs. Die weitere Beschreibung

“

"Glänzende Nachrichten für alle B Fans! Unser praktischer City-Flitzer B 1.2 Benziner konnte beim E Autokosten-Check für Kleinwagen ein... Mehr ansehen"

”

befand sich unterhalb des geteilten Posts. Sobald ein User auf den Button „Mehr ansehen“ klickte, erschienen u.a. die Angaben zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den spezifischen CO₂-Emissionen des Fahrzeugs. Der Videoclip wurde nach dessen Ende immer wieder automatisch von vorne abgespielt.

Die DUH sah in dem Post einen Verstoß gegen § 5 Pkw-EnVKV. Sie begründete dies damit, dass die Beklagte nicht sichergestellt habe, dass die Angaben zum Kraftstoffverbrauch und den CO₂-Emissionen automatisch in dem Augenblick zur Kenntnis gelangten, in dem erstmalig Angaben zur Motorisierung auf der Internetseite angezeigt würden.

Nach einer erfolglosen Abmahnung des Beklagten erhob die DUH Klage auf Unterlassung.

III. Wie hat das Gericht entschieden?

Nachdem das Gericht erster Instanz zunächst keinen Wettbewerbsverstoß erkannte und die Klage abwies, hatte die Berufung der DUH vor dem OLG Köln Erfolg (Urteil des OLG Köln vom 10. Juni 2022, Az. 6 U 3/22).

Das Gericht entschied, die Klägerin habe einen Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1 UWG i. V. m. § 8 Abs. 3 Nr. 3, §§ 3, 3a UWG, § 5 Pkw-EnVKV und dessen Anlage 4, Abschnitt II Nr. 3.

IV. Wie begründete das Gericht seine Entscheidung?

Nach Auffassung des Gerichts genügte der Videoclip nicht für die Erfüllung der Vorgaben des § 5 Pkw-EnVKV, da hierbei nicht sichergestellt werde, dass dem Empfänger des Werbematerials die gesetzlichen Pflichtinformationen automatisch in dem Augenblick zur Kenntnis gelangten, in dem erstmalig eine Angabe zur Motorisierung – hier zum Hubraum („1.2 Benziner“) – erfolge.

Das Gericht stellte sich hierfür ein Szenario vor, in dem Empfänger der Werbung die Beschreibung „Glänzende Nachrichten für alle B Fans! Unser praktischer City-Flitzer B 1.2 Benziner konnte beim ADAC Autokosten-Check für Kleinwagen ein... Mehr ansehen“ lesen, ohne sich das Video in voller Länge oder überhaupt anzuschauen. Es hob hervor, dass die Angaben zum Kraftstoffverbrauch und den CO₂-Emissionen erst nach 17 Sekunden am Ende des Videoclips erfolgen würden.

Die Anzeige der Informationen zum Kraftstoffverbrauch und den CO₂-Emissionen durch Anklicken des Buttons „Mehr ansehen“ genüge der Pkw-ENVKV nicht. Hierzu führte das Gericht aus, dass die Regelung in der Anlage 4 Abschnitt II Nr. 3 Satz 2 der PKW-EnVKV eine Vorabentscheidung des Verbrauchers ausschließlich auf der Grundlage von Angaben zur Motorisierung des Fahrzeugmodells vermeiden sollte. Informationen über den Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen sollen den Verbraucher zu Gunsten sparsamerer, CO₂-reduzierter Fahrzeuge beeinflussen und zudem dadurch Automobilherstellern einen Anreiz geben, den Kraftstoffverbrauch der von ihnen hergestellten Fahrzeuge zu reduzieren. Das Gericht äußerte seine Sorge u.a. dahingehend, dass Verbraucher solche Angaben, die nicht in der ersten Beschreibung enthalten seien, als weniger bedeutsam einstufen würden und dadurch das gesetzliche Ziel verfehlt werden könnte.

V. Wann sind Umweltangaben gut lesbar?

Umweltangaben im Rahmen von Online-Werbung müssten – so das Gericht weiter – stets gut lesbar und genauso betont bzw. hervorgehoben sein, wie der Hauptteil der Werbebotschaft, und auch bei flüchtigem Lesen leicht zu verstehen sein. Dies sei nur dann der Fall, wenn die Online-Werbung in einem unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit den Angaben zur Motorisierung stünden – und nicht nur weit hinter diesen, etwa im Zusammenhang mit Ausführungen, bei denen der Verbraucher solche Angaben nicht mehr erwartet und/oder die den Verbraucher kaum noch interessieren.

VI. Worauf müssen Händler nun achten?

Die rechtskonforme Gestaltung von Online-Werbung ist nicht immer leicht. Dies muss auch beim Aufbau und bei den einzelnen Funktionalitäten der betreffenden Online-Präsenzen berücksichtigt werden.

Bei Online-Werbung für Kraftfahrzeuge müssen Händler aufgrund der hierfür geltenden spezialgesetzlichen Regelungen der Pkw-EnVKV zudem darauf achten, dass Umweltangaben stets gleichzeitig mit den Angaben zur Motorisierung erfolgen, wobei insbesondere ein unmittelbarer räumlicher Zusammenhang gegeben sein muss. Dann ist ist gesetzlich geforderte „gute Lesbarkeit“ gegeben. Ferner sollten Händler die weiteren – in Anlage 4 zu § 5 Pkw-EnVKV aufgelisteten - Details rund um die gesetzlichen Pflichtangaben im Auge behalten.

Die IT-Recht Kanzlei stellt ihren Mandanten viele Leitfäden für Werbung und die Erfüllung von Informationspflichten im Internet zur Verfügung, damit sie Verstöße gegen gesetzliche(Pflicht-)Angaben verhindern können.

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber

Rechtsanwalt