

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

## UWG – Schwarze Klausel Nr. 3 - Falsche Werbung: Wenn der Verhaltenskodex gar nicht anerkannt ist

Es macht einen guten Eindruck, wenn der Verhaltenskodex eines Unternehmens von einer öffentlichen oder privaten Stelle gebilligt worden ist und so einen besonderen Anstrich erhält. Das macht sich vor allem in der Werbung gut. Probleme entstehen aber dann, wenn das gar nicht stimmt. Lesen Sie dazu jetzt den vierten Teil der [Serie der IT-Recht Kanzlei](#).

### Die Klausel

“

*„Unzulässige geschäftliche Handlungen im Sinne des § 3 Abs. 3 sind...*

*Nr. 3: ...die unwahre Angabe, ein Verhaltenskodex sei ein von einer öffentlichen oder anderen Stelle gebilligt, obgleich dies nicht der Fall ist.“*

”

### Der Begriff des Verhaltenskodexes

Was ein Verhaltenskodex ist, wurde schon in dem Beitrag zu Klausel Nr. 1 erläutert.

Gemäß § 2 Absatz 1 Nr. 5 UWG sind Verhaltenskodizes „Vereinbarungen oder Vorschriften über das Verhalten von Unternehmern, zu welchem diese sich in Bezug auf Wirtschaftszweige oder einzelne geschäftliche Handlungen verpflichtet haben, ohne dass sich solche Verpflichtungen aus Gesetzes- oder Verwaltungsvorschriften ergeben“. Somit handelt es sich dabei um Regeln, die nicht von Staats wegen aufgestellt werden, sondern um solche, die sich ein Unternehmen selbst gibt bzw. denen es sich freiwillig verpflichtet.

### Die Lüge

Das Lügen muss ausdrücklich erfolgen. Nur dann ist die Werbung bzw. die entsprechende Angabe unzulässig gemäß Klausel Nr. 3. Dabei genügt es wiederum wie bei Klausel Nr. 1 nicht, dass durch die Werbung unterschwellig der Eindruck erweckt wird, es handle sich um einen von einer entsprechenden Stelle gebilligten Verhaltenskodex. Tatsächlich muss dies explizit behauptet werden.

## Die Billigung der öffentlichen oder anderen Stelle

Grund für die scharfe Sanktion einer solchen Irreführung nach Klausel Nr. 3 ist der vertrauensvoll wirkende, aber unrichtige Eindruck, der durch die Behauptung entsteht: die Billigung eines Verhaltenskodexes durch eine öffentliche oder sonstige Stelle erweckt beim Verbraucher den Eindruck, dieser sei „quasi-gesetzlich“ oder von hoher Stelle abgesegnet und dadurch von besonderer Qualität oder Verlässlichkeit. Da dies in den von Klausel Nr. 3 erfassten Fällen jedoch gerade nicht der Fall ist, werden die Verbraucher somit ganz bewusst hinters Licht geführt. Unternehmer oder Unternehmen, die sich im Wettbewerb derartiger Methoden bedienen, sollen im Vergleich zu ihren Mitbewerbern, die sich korrekt verhalten, bestraft werden.

Nun stellt sich nur die Frage, wie eine solche Billigung einer öffentlichen oder anderen Stelle aussehen kann. Nach § 24 Absatz 3 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (kurz GWB) können Wirtschafts- und Berufsvereinigungen, die für die unter ihrem Dach organisierten Unternehmen gemäß § 24 Absatz 1 GWB sog. Wettbewerbsregeln aufgestellt haben, diese von der Kartellbehörde anerkennen lassen. Dies würde eine solche Anerkennung oder Billigung einer öffentlichen Stelle nach Klausel Nr. 3 darstellen. Aber auch private Stellen, etwa Vereine, könnten eine solche Billigung aussprechen. Für die Einschlägigkeit von Klausel Nr. 3 ist dabei nur relevant, ob die ausdrücklich behauptete Billigung der entsprechenden Stelle tatsächlich vorliegt oder nicht. Falls ja, liegt kein Verstoß vor, falls nein, ist dies unzulässig.

## Beispiel

Im Folgenden soll anhand eines fiktiven Fallbeispiels die Klausel Nr. 3 erläutert werden.

Das traditionsreiche Ingenieurbüro „Automatisierungsplanung Automatus & Partner“ entschließt sich dazu, sich im Zuge einer Qualitätsoffensive von der Konkurrenz abzuheben. Dazu entwickelt Automatus mit seinen Partnern einen Verhaltenskodex, der die Integrität und das Qualitätsmanagement des Unternehmens intern wie extern absichern soll. Damit auch die (potentiellen) Kunden des Büros – das sind vor allem kleine, mittelständische Unternehmen, die für die Herstellung neuer Produkte entsprechende neue Fertigungsmaschinen benötigen, die bei „Automatus & Partner“ geplant und entwickelt werden – von der hohen Qualität und Qualitätskontrolle des Unternehmens erfahren, wird ein Werbeprospekt herausgegeben. Darin heißt es

“

*„Wir vom Ingenieurbüro Automatisierungsplanung Automatus & Partner fühlen uns zu höchsten Ansprüchen verpflichtet, was die Qualität unserer Arbeit anbelangt. Deshalb richten wir unsere Arbeit an Grundsätzen aus, die vom Verband der Ingenieure (VDI) gut geheißen werden. Diese beinhalten Folgendes (es folgt der Verhaltenskodex des Unternehmens)“.*

”

Tatsächlich bestand in Wirklichkeit nie Kontakt zum VDI.

Der Fall ist aus mehreren Gründen recht anschaulich.

Zum einen geht es in dem Fall nicht um ein sog. B2C (Unternehmer-Verbraucher)-Verhältnis, sondern um ein B2B (Unternehmer-Unternehmer-)Verhältnis, da die Kunden des Ingenieurbüros in der Regel nicht Verbraucher, sondern Unternehmer sind. Da die schwarzen Klauseln generell nur für den B2C-Bereich unmittelbar gelten, ist Klausel Nr. 3 auf den Beispielfall im Prinzip gar nicht anwendbar. Allerdings geht von Klausel Nr. 3 eine Indizwirkung aus, die beispielsweise bei der Beurteilung, ob eine Irreführung nach § 5 UWG vorliegt, berücksichtigt werden muss. Dies bedeutet mit anderen Worten, dass Klausel Nr. 3 zumindest eine mittelbare Wirkung im B2B-Bereich entfalten kann.

Im Hinblick auf Klausel Nr. 3 selbst stellt sich aber eine weitere Frage. Es ist – zumindest auf den ersten Blick – nicht eindeutig erkennbar, ob das Ingenieurbüro in seiner Werbebroschüre tatsächlich ausdrücklich behauptet, der VDI habe ihren eigenen Verhaltenskodex gebilligt. Die Aussage kann nämlich auch so verstanden werden, dass der VDI nicht genau diesen Verhaltenskodex des Ingenieurbüros gutgeheißen hat, sondern generell – etwa in Form von Thesen oder anderen Aussagen auf seiner Homepage – kundgetan hat, welche Verhaltensweisen seiner Mitglieder er gut findet und fördert. Wenn die Inhaber des Ingenieurbüros nun ihre eigenen Verhaltensgrundsätze den Thesen des VDI angepasst haben, ohne dass der VDI diese Grundsätze danach überhaupt je zu Gesicht bekommen hat oder hätte billigen können, so könnte dies auch mit genau derselben Werbeaussage ausgedrückt werden, die das Ingenieurbüro in der Broschüre veröffentlicht hat. Somit ist darin keine ausdrückliche Aussage zu sehen, der VDI hätte den Verhaltenskodex gebilligt. Die Werbeaussage wäre daher auch dann nicht nach Klausel Nr. 3 unzulässig, wenn sie im B2B-Bereich gelten würde.

## Fazit

Die praktische Relevanz von Klausel Nr. 3 ist heute noch nicht abzusehen. Fraglich ist vor allem, welche Anforderungen an die Anerkennung oder Billigung der entsprechenden Stelle zu stellen sein werden. Denn die unwahre Angabe, die Anknüpfungspunkt für den lauterkeitsrechtlichen Vorwurf ist, muss ausdrücklich erfolgen. Aussagen lassen sich jedoch bekanntermaßen oftmals in verschiedene Richtungen deuten, so dass bei manchen Aussagen die Frage im Raum stehen wird, ob sie nun tatsächlich beinhaltet, es läge eine Billigung der jeweiligen Stelle vor oder nicht. Bei dieser Beurteilung spielt insbesondere das sog. Äußerungsrecht eine Rolle.

Unzulässig sind in jedem Fall Aussagen wie „Das Verbraucherschutzministerium hat unsere Regeln (offiziell) anerkannt“, wenn dies gar nicht stimmt.

In der nächsten Woche erfahren Sie mehr über Klausel Nr. 4!

Autor:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**

Rechtsanwalt