

von Mag. iur Christoph Engel

## Fahrzeughandel: Navi ist nicht gleich Navi - Werbung ohne Zusatz nur für fest integrierte Geräte

**Wer im Kfz-Handel mit der Angabe "Navi" wirbt, sollte dann auch ein Fahrzeug anbieten können, in das ein Navigationsgerät integriert ist - ein kleines, mobiles Navi berechtigt nicht zu dieser Werbeaussage. Argument: Der Wert und Komfort des Fahrzeugs wird nur durch ein fest verbautes Navigationssystem merklich gesteigert; die Werbung "Navi" für ein mobiles Gerät ruft folglich eine Fehlvorstellung des Verbrauchers über eine wesentliche Eigenschaft des Fahrzeugs hervor (vgl. OLG Frankfurt a. M., Beschl. v. 26.07.2011, Az. 6 U 275/10).**

Der Fall ist schnell erklärt: Ein Autohändler bot einer Internet-Plattform ein Fahrzeug an, das unter anderem mit dem Zubehör "Navi" beworben wurde. Es verfügte jedoch über kein herstellerseitig integriertes Navigationssystem, sondern lediglich über ein beigelegtes mobiles Navi. Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main sah in dieser Form der Werbung jedoch eine irreführende und damit unlautere geschäftliche Handlung (vgl. OLG Frankfurt a. M., Beschl. v. 26.07.2011, Az. 6 U 275/10):

*"Die Anzeige ist auf der Internetplattform [...] erschienen und richtete sich damit an die Allgemeinheit, also zum weit überwiegenden Teil an private Letztverbraucher. [...] Bereits die Angabe 'Navigationssystem' unter der Rubrik 'Fahrzeugausstattung' wird jedenfalls von dem Privatkunden so verstanden, dass es sich um ein werkseitig eingebautes Navigationsgerät handelt. Verstärkt wird diese Fehlvorstellung dadurch, dass das Fahrzeug bereits in der Titelzeile beworben wird als '[...] Navi/Klimaaut/GARANTIE/PDC/C'. [...].*

*Diese Fehlvorstellung, die durch einen klarstellenden Hinweis ohne weiteres vermeidbar wäre, ist auch relevant, da werkseitig eingebaute Navigationssysteme im Schnitt deutlich teurer sind als andere, dafür aber wegen des Integriertseins in das Fahrzeug wesentlich komfortabler, als nachträglich zu befestigende Geräte."*

Man mag nun einwenden, dass die Werbung nicht irreführend war, schließlich lieferte der Händler ja Navi - richtig dürfte hier jedoch die Ansicht des Gerichts sein, da der Käufer hinter dem Attribut "Navi" eben nicht nur einen beliebigen elektronischen Routenplaner vermutet, sondern ein werksseitig verbautes Gerät, das gleichzeitig den Komfort und auch Zeitwert des Fahrzeugs erhöht. Ein Auto, in dessen Kofferraum ein alter Discman liegt, kann schließlich auch kaum mit dem Hinweis "CD-Player" vermarktet werden.

Bei der Werbung für (insbesondere gebrauchte) Fahrzeuge wird also künftig darauf zu achten sein, dass

beigelegte mobile Geräte entweder deutlich als solche angegeben oder in der Anzeige gar nicht erst erwähnt werden.

Autor:

**Mag. iur Christoph Engel**

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)