von **Antonia Lehmann**

Facebook-Post eines Autohauses kann "Werbematerial" iSd. der Pkw-EnVKV sein

Eine bereits fast vor zwanzig Jahren erlassene Richtlinie der Europäischen Union bestimmt, dass Händler potenziellen Käufern sachdienliche Informationen hinsichtlich des Kraftstoffverbrauchs und der CO2-Emissionen eines Kraftfahrzeuges mitteilen müssen. Der Hintergrund der Richtlinie ist, Verbraucher zum Kauf von Pkws mit niedrigem Kraftstoffverbrauch anzuregen, um eine Minderung der CO2-Emissionen zu erreichen. Durch die Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung wurde die Richtlinie in nationales Recht umgesetzt. Hiernach müssen auch die beim Marketing eingesetzten Werbematerialien Angaben über den jeweiligen Kraftstoffverbrauch und den CO2-Ausstoß der betreffenden Modelle enthalten, vgl. § 5 Pkw-EnVKV.

Den meisten Händlern und Herstellern ist bekannt, dass sie beim Verkauf von Pkws diesen Anforderungen genügen müssen. Dass diese Informationspflichten auch bei werbenden Maßnahmen eines Facebook-Posts Anwendung finden können, ist vermutlich für die meisten Gewerbetreibenden etwas Neues, denn dies entscheid erst kürzlich das OLG Celle.

Zum Hintergrund der Entscheidung

Die Beklagte ist Betreiberin eines Autohauses. Im Rahmen dieser Tätigkeit veröffentlichte sie im Mai 2016 auf Facebook eine von einem Kunden gefertigte Aufnahme in einem Fotoalbum, welches mit „Fan-Galerie“ überschrieben war. Auf dem Foto war das Kraftfahrzeug des Kunden zu sehen, wobei das konkrete Fahrzeugmodell benannt und das Foto zudem mit „tolles Bild“ kommentiert wurde.

In erster Instanz mahnte der Kläger die Beklagte aufgrund eines Wettbewerbsverstoßes ab und nahm diese auf Unterlassung in Anspruch. Die Klägerin legte Berufung gegen das Urteil des LG Hannovers ein (LG Hannover, 23.12.2016 - 15 O 25/16).

Nun hatte das OLG Celle über die Frage zu befinden, ob ein Facebook-Eintrag auf einer Händlerseite ebenfalls als Werbung iSd. § 5 I, II Nr. 1 Pkw-EnVKV einzustufen ist.

OLG Celle: Facebook-Eintrag ist „Werbematerial“ iSd. Pkw-EnVKV

Mit Urteil vom 01.06.2017 entscheid der Senat entgegen der Ansicht der Vorinstanz, dass es sich bei dem streitgegenständlichen Facebook-Eintrag ebenfalls um „Werbematerial“ iSd. § 2 Nr. 11 Pkw-EnVKV handle (OLG Celle 13. Zivilsenat, Urteil vom 01.06.2017, 13 U 15/17).

Wie in § 2 Nr. 11 Pkw-EnVKV normiert,

„ist „Werbematerial“ jede Form von Informationen, die für Vermarktung und Werbung für Verkauf und

Leasing neuer Personenkraftwagen in der Öffentlichkeit verwendet werden; dies umfasst auch Texte und Bilder auf Internetseiten, soweit für den Inhalt der Angaben nach anderen Rechtsvorschriften Fahrzeughersteller oder Unternehmen... verantwortlich sind“.

Zwar enthielt der Facebook-Post keine ausdrückliche Aufforderung zum Kauf, jedoch betreibe die Beklagte ihren Facebook-Auftritt nicht lediglich mit dem selbstlosen Zweck, ihren Kunden ein Forum zum Austausch über die Fahrzeuge der Beklagten zur Verfügung zu stellen. Sinn und Zweck sei vielmehr für die Beklagte und ihre Fahrzeuge zu werben. Dies habe den Hintergrund die Millionen von Nutzern des sozialen Netzwerks anzusprechen und mit den jeweiligen Kommentierungen auf die Fahrzeuge aufmerksam zu machen, umso auf die Kaufentscheidung Einfluss zu nehmen und Kunden zu akquirieren. In dem die Beklagte die eingesandten Fotos der Kunden mit einem selbstverfassten Text unter Angabe des konkreten Fahrzeugmodells versehe, werbe sie gerade für dieses Modell, um auch andere Kunde zu dessen Kauf zu veranlassen.

Aus diesem Grund könne von der Beklagten, welche mit dem von einem Dritten gefertigten Foto den Absatz ihrer Produkte zu fördern suche, ebenfalls verlangt werden den Pflichten gem. § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV zu genügen.

Darüber hinaus trage der Einwand der Beklagten, dass es sich bei dem Pkw um einen Gebrauchtwagen und damit nicht um einen Neuwagen iSv. § 5 PKW-EnVKV handele, nicht.

Die Beklagte mache auf Ihrer Facebook-Seite gerade keine Werbung für das konkret abgebildete Fahrzeug, welches im Übrigen auch gar nicht zum Verkauf stehe, sondern werbe vielmehr für das Modell, welches die Beklagte als Neufahrzeug verkaufe.

Fazit

Händler und Hersteller von Kraftfahrzeugen sollten bei der Veröffentlichung werbender Mittel unbedingt den Informationspflichten der Pkw-EnVKV genügen. Auch bei indirekten Werbemaßnahmen und Veröffentlichungen auf Facebook oder sonstigen sozialen Netzwerken, dürfen die Pflichtangaben wie Kraftstoffverbrauch und CO2-Emissionen, nicht vernachlässigt werden.

Autor:
Antonia Lehmann
(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)