

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Entweder oder: Die Werbung mit einem Sachverständigen-Gutachten und weiteren Dienstleistungen

Sachverstand ist gefragt. Und nicht weniger gefragt ist der Begriff des Sachverständigen in der Werbung, weil es für geprüfte und bestätigte Qualität steht. Aber Vorsicht: Die Verwendung des Begriffes des Sachverständigen ist rechtlich nur in engen Grenzen möglich. Der Grat zur Irreführung ist hier sehr schmal – vor allem wenn um die Trennung von Sachverständigentätigkeit und sonstigem angebotenen Gewerbe geht. Und auch für den gemeinen Onlineshop kann dies von Relevanz sein: Und zwar etwa dann, wenn Reparaturdienstleistungen angeboten werden und zusätzlich mit einer Gutachtenerstellung oä. geworben wird. Hier droht akute Abmahngefahr.

Warum wir uns mit diesem Thema auseinandersetzen? Weil zuletzt ein Onlineshop abgemahnt wurde, der Reparaturdienstleistungen und eine Gutachtenerstellung angeboten hat. Auf den ersten Blick nichts ungewöhnliches - viele Shops bieten Ihren Kunden das an. Die Wettbewerbszentrale aber hat darin eine Irreführung und einen Verstoß gegen das Trennungsgebot gesehen. Ein Grund mal genauer bei der Werbung mit der Begrifflichkeit Sachverständiger/Gutachten hinzusehen.

Der Sachverständige

Aber fangen wir erstmal mit einer Begriffsbestimmung an: Dieser Begriff ist weder begrifflich definiert noch als Berufsbezeichnung gesetzlich geschützt – der Schutz des § 132 a StGB bezieht sich nur auf den öffentlich bestellten Sachverständigen, um den es aber meist nicht geht in der Werbung. Die Gerichte haben in Ihrer Rechtsprechungspraxis jedoch klargestellt, dass sich als Sachverständiger nur derjenige bezeichnen darf, der unabhängig und unparteiisch ist und über eine überdurchschnittliche Sachkunde. Hier ein paar Beispiele aus der Rechtsprechung zur Werbung mit der Bezeichnung Sachverständiger – ein solche ist irreführend, wenn

- es sich bei dem Sachverständigen nicht um eine besonders qualifizierte Person handelt (etwa OLG Frankfurt, WRP 1990, 340)
- im Bereich KFZ-Schäden der Sachverständige weder eine Meisterprüfung noch einen vergleichbaren Abschluss erlangt hat (etwa OLG München, WRP 95, 57)
- die Verwendung als Sachverständiger für Orientteppiche erfolgt und die betreffende Person weder öffentlich bestellt noch mehrfach für Behörden oder Gerichte tätig geworden ist (etwa OLG München, WRP 1976, 202)

In diesem [Beitrag](#) hatten wir uns auch schon mal mit der Begrifflichkeit Sachverständiger auseinandergesetzt.

Der freie Sachverständige

Mit dieser Bezeichnung wird gerne zum Ausdruck gebracht, dass der Sachverständige unabhängig und unparteiisch ist und in keinen Abhängigkeitsverhältnis der teilnehmenden Parteien steht. Dies allerdings ist dem Begriff des Sachverständigen immanent - mit der Folge, dass eine solche Bezeichnung eine Werbung mit Selbstverständlichkeit darstellt und damit per se irreführend ist. Die Anforderungen an solche Sachverständige sind im Übrigen genauso hoch, wie an den „einfachen“ Sachverständigen.

Der geprüfte Sachverständige

Eine weitere Spielart des Begriffes des Sachverständigen – auch dieser Begriff ist unzulässig, da er suggeriert, dass eine staatliche Anerkennung vorliegt (OLG München, 13.07.1995, 6 U 1529/95).

Sonderfall: Trennungsgebot in der Sachverständigenwerbung

Für viele Sachverständige stellt sich die Frage, ob und wie Sie werben dürfen, sofern Sie zusätzlich noch eine weitere Tätigkeit neben Ihrer Sachverständigentätigkeit ausüben – denn oft reicht allein die Sachverständigentätigkeit als Broterwerb nicht aus. Grds. galt in der Rechtsprechung: Der Sachverständige darf seine Werbung nicht mit anderen angebotenen Leistungsbereichen außerhalb der Sachverständigentätigkeit verknüpfen. Eine beidseitige Darstellung auf der Website, Visitenkarte, Briefbogen etc. sein danach nicht zulässig, irreführend und abmahnfähig.

Dies basierte auf dem sog. Trennungsgebot. Begründet wurde dieses Trennungsgebot von der Rechtsprechung wie folgt: Der Sachverständige darf nicht als ein am Verkauf interessierter Geschäftsmann auftreten, sondern es müsse auch im Geschäftsleben mehr unabhängiger und unparteiischer Gutachter sein – alles andere sei irreführend, die die beiden Bereiche Sachverständigentätigkeit/gewerbliche Tätigkeit nicht ausreichend getrennt sei (etwa: OLG Frankfurt a. Main, Urteil v. 11.11.1988, 24 U 218/88). Der durch die Werbung angesprochene Verkehrskreis würde dem Werbenden hier irreführender Weise eine überdurchschnittliche Sach- und Fachkunde zuschreiben, was aber gar nicht zutreffen müsse.

Das Trennungsgebot wurde in letzter Zeit in Frage gestellt. Es wurde argumentiert, dass ein solches Gebot in der Praxis nicht durchsetzbar sei und einen erheblichen Eingriff in die freie Berufsausübung darstelle. Zudem sei dem verständigen Durchschnittsverbraucher sehr wohl bekannt, dass ein Sachverständiger im Rahmen seiner gewerblichen anderweitigen Ausübung geschäftliche Interessen verfolge.

Klare rechtliche Regelungen oder aktuelle Rechtsprechung hierzu gibt es jedoch nicht, so dass letztlich vom Bestand des Trennungsgebotes bis auf weiteres auszugehen ist. In Zukunft werden sich jedoch die Gerichte sicherlich erneut mit dieser Werbung auseinandersetzen müssen und sicherlich nochmal einen

anderen Blick darauf werfen.

Das Trennungsgebot: Und jetzt zur Abmahngefahr der Onlineshops

Ums Trennungsgebot ging es auch bei der Abmahnung der Wettbewerbszentrale: Denn hier wurde zuletzt ein Onlineshop abgemahnt, der Reparaturdienstleistungen und eine Gutachtenerstellung beworben hatte auf seiner Website. Eigentlich nichts ungewöhnliches. Die Wettbewerbszentrale sah darin aber einen Verstoß gegen obengenanntes Trennungsgebot. Es würde fingiert, dass die Gutachtenerstellung einen Bezug zu der Tätigkeit eines Sachverständigen hat. Da zudem Reparaturdienstleistungen beschädigter Ware angeboten wurde, sind beide Bereiche beworben und nicht strikt getrennt worden, so die Wettbewerbszentrale. Das kann man sicherlich auch anders sehen - nicht nur wegen der allgemeinen Kritik am Trennungsgebot, sondern auch, weil hier an keiner Stelle auf eine Sachverständigentätigkeit eingegangen wird und gar nicht klar hervor geht aus der Werbung, ob hier überhaupt eine eigene Leistung beworben wird oder die von Dritten. Die Sache an sich ist aber in jedem Fall sehr spitzfindig und wissenswert für viele Shopbetreiber:

Also Vorsicht: Sofern im Shop Reparaturdienstleistungen beworben werden und gleichzeitig eine Gutachtenerstellung oder irgendeine sonstige Tätigkeit, die Bezug auf einen Sachverständigen nimmt, angeboten wird, kann dies irreführend und abmahnbar sein.

Fazit

Die Werbung mit der Bezeichnung „Sachverständiger“ bleibt riskant. Wenngleich dieser Begriff nicht gesetzlich geschützt ist, so hat die Rechtsprechung doch eine Kasuistik entworfen, die die Richtlinie für die Werbung vorgibt. Klar ist, dass nur bei entsprechender fachlicher Qualifikation mit diesem Begriff geworben werden darf. Unklar ist, wie das Trennungsgebot sich weiter entwickeln wird. Bis dahin haben sich aber letztlich besser daran zu halten –was bedeutet, dass die Werbung der Sachverständigentätigkeit strikt von einer weiteren gewerblichen Tätigkeit zu trennen sein wird. Diese Thematik hat auch für Onlineshops Relevanz, die mit Reparaturdienstleistungen auf ihrer Website werben und gleichzeitig eine Gutachtenerstellung oder irgendeine sonstige Tätigkeit, die Bezug auf einen Sachverständigen nimmt, anbieten - auch hier: Besser sein lassen oder das Risiko einer Abmahnung eingehen.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement