

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Wer teilt ist verpflichtet: Geteilter Autotest auf Facebook mit PKW-EnVKV-Pflichtangaben

Beim Marketing eingesetzte Werbematerialien müssen Angaben über den jeweiligen Kraftstoffverbrauch und den CO₂-Ausstoß der betreffenden PKW-Modelle enthalten – so will es die Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (PKW-EnVKV). Das gilt auch für ein Autohaus, welches einen Autotest auf seiner Facebook-Präsenz teilt und dabei vergisst das getestete Modell mit den entsprechenden Angaben zu versehen – so hat es das OLG Celle (OLG Celle, Beschluss vom 08.05.2018, 13 U 12/18) jedenfalls gesehen.

Wer teilt...der wirbt?

Auch im Autohandel nimmt das Internet insbesondere social media einen immer höheren Stellenwert ein. Autohändler nutzen Facebook & Co. gerne, um auf Ihre potentiellen Kunden zuzugehen. So auch vorliegend. Ein Betreiber eines Autohauses hat auf seinem facebook-account einen Testbericht über ein bestimmten PKW geteilt – dabei aber keine Angaben über die CO₂-Emissionen gemacht. Dies hatte eine Abmahnung zur Folge. Und die Sache landete schließlich beim OLG Celle.

Und wer wirbt...muss kennzeichnen!

Laut § 5 Pkw-EnVKV haben sowohl Hersteller als auch Händler, die Werbeschriften verwenden, sicherzustellen, dass dort Angaben über die offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen der betreffenden Modelle neuer Personenkraftwagen gemacht werden. "Werbematerial" ist dabei 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. Und eben auch den Facebookauftritt eines Autohändlers – und betrifft dabei nicht nur selbst eingestellte Werbung, sondern auch die sog. geteilten Beiträge:

“

"Auch im vorliegenden Verfahren gilt, dass der Beklagte seinen Facebook-Auftritt nicht lediglich mit dem selbstlosen Zweck betreibt, Verbraucher über die Tests der von ihm verkauften Fahrzeugmodelle zu informieren. Sinn und Zweck der Postings des Beklagten - einschließlich des „Teilens“ des Testberichts - ist es vielmehr gerade, die auf sein Autohaus gerichtete Aufmerksamkeit über die sozialen Medien zu erhöhen und damit den Absatz von Produkten und Dienstleistungen zu fördern. Mit dem „Teilen“ des von Mitsubishi Motors DE geposteten Beitrags macht der Beklagte sich die Aussagen dieses Eintrags und des hierin verlinkten Artikels in der Form zu eigen, dass er damit für sich und seine Fahrzeuge werben, das Interesse an dem Mitsubishi ASX 2.2 DI-D 4 WD wecken und in der Folge die eigenen

Verkaufsmöglichkeiten für das Fahrzeug positiv beeinflussen will."

”

Das OLG Celle ist ein „Spezialgericht“ für derartige Facebook-Fälle – jedenfalls hatte es sich bereits [letztes Jahr](#) dazu geäußert. Übrigens mit dem gleichen Tenor.

Fazit

Soviel ist klar: Händler und Hersteller von Kraftfahrzeugen müssen bei der Veröffentlichung werbender Mittel unbedingt den Informationspflichten der Pkw-EnVKV genügen. Aber eben auch bei indirekten Werbemaßnahmen und Veröffentlichungen auf Facebook oder sonstigen sozialen Netzwerken, insbesondere auch, wenn es sich dabei nur um geteilte Beiträge handelt, hat die Pflichtangaben wie Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen anzugeben.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement