

von **Antonia Lehmann**

## BGH: PKW-Werbung auf YouTube erfordert Angaben zu Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen

Mit Urteil vom 13.09.2018 (Az.: I ZR 117/15) hat der BGH entschieden, dass ein beim Internetdienst YouTube betriebener Videokanal, sowie ein dort abrufbares Werbevideo keine audiovisuellen Mediendienst iSd. Art. 1 I a der RL 2010/13 darstelle. Ein Video, in welchem für neue Kraftfahrzeuge geworben werde, müsse demnach Angaben zum offiziellen Kraftstoffverbrauch, sowie zu den CO<sub>2</sub>-Emissionen enthalten.

### Was ist im konkreten Fall geschehen?

Die Beklagte, welche Automobile vertreibt unterhält bei dem Internetdienst YouTube einen Videokanal, auf welchem sie ein Video veröffentlichte. Unter diesem befand sich folgender Text:

“

*"In 5,9 Sekunden von 0 auf 100 km/h mit dem stärksten Serienmotor der P. -Geschichte. Entdecke die R. bei einem Vertragspartner in Deiner Nähe und lass Dich begeistern."*

”

Die Klägerin war der Auffassung, die Beklagte habe bei der Werbung Angaben zum offiziellen Kraftstoffverbrauch, sowie zu den offiziellen CO<sub>2</sub>-Emissionen des Modells machen müssen und verklagte diese daher, es zu unterlassen, „im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs für neue Personenkraftwagen... zu werben, ohne die gem. § 5 I der Pkw-EnVKV erforderlichen Angaben über den offiziellen Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen des beworbenen Fahrzeugs zu machen...“.

Im Rahmen des Berufungsverfahrens hat die Beklagte eine Unterwerfungserklärung abgegeben. Mit der Revision beantragte die Beklagte weiterhin die Abweisung der Klage, welche jedoch keinen Erfolg hatte.

### Entscheidung des BGH

Nach Ansicht der Richter stehe der Klägerin der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus § 8 I S. 1 und III Nr. 3, § 3 I, § 3a UWG iVm. § 5 I, II Pkw-EnVKV zu. Die Beklagte habe gegen ihre Verpflichtung verstoßen, bei der in Rede stehenden Werbung auf ihrem YouTube-Kanal für das Modell Angaben zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und zu den offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen zu machen.

Im Jahre 2017 hatte der Senat dem EuGH eine Frage zur Vorabentscheidung vorgelegt, nämlich ob bei Unterhaltung eines YouTube- Videokanals ein audiovisueller Mediendienst iSd. Art. 1 I a der RL

2010/2013 vorliege, was dieser verneinte.

Aus diesem Grund lehnte das Gericht auch eine Berufung auf die in § 5 II S. 1 Hs. 2 Pkw-EnVKV vorgesehene Ausnahme ab:

“

*"Die produktbezogenen Informationspflichten galten auch für Angebote auf elektronischen Videoportalen, die vornehmlich der Absatzförderung dienen. Der Werbespot und der YouTube-Kanal der Beklagten stellten keine audiovisuellen Medienangebote dar. Sie dienten vornehmlich der Werbung und nicht der Meinungsbildung. Die im deutschen Recht getroffene Ausnahmeregelung berücksichtige den Umstand, dass meinungsbildende Mediendienste einer anders ausgerichteten Regulierung unterliegen als Wirtschaftswerbung. Diesem Zweck trage § 5 Abs. 2 Pkw-EnVKV Rechnung, wenn er werbetypische Informationspflichten nur denjenigen auferlege, die Werbung für ihre Waren und Dienstleistungen betreiben, nicht jedoch denjenigen Diensten, die vornehmlich der Meinungsbildung dienen und dabei zur Finanzierung ihrer Angebote auch Werbung in ihre Programme integrierten."*

”

Bei den Pflichtangaben handele es sich um eine Marktverhaltensregelung iSd. § 3a UWG, was auch für die Regelung des § 5 II Pkw-EnVKV, welche die Verpflichtung des § 5 I Pkw-EnVKV für in elektronischer Form verbreitetes Werbematerial für anwendbar erkläre.

Hersteller und Händler, welche für neue Personenkraftwagen werben haben die Angaben über den Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen nach Maßgabe der §§ 3 bis 5 Pkw-EnVKV zu machen. Der Hauptzweck des YouTube-Kanals bestehe nicht in der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung, sondern vielmehr in der Werbung zu rein kommerziellen Zwecken für die dargestellte Ware oder Dienstleistung.

Weiterhin sei die beanstandete Werbung auch geeignet, die durch die § 1 I, § 5 I Pkw-EnVKV geschützten Interessen von Verbrauchern und sonstigen Marktteilnehmern spürbar zu beeinträchtigen, § 3a UWG. Dies ist vorliegend erfüllt, da dem Verbraucher Informationen vorenthalten werden, die das Unionsrecht als wesentlich einstufe und die er benötige, um eine informierte Entscheidung zu treffen.

“

*Der Verbraucher benötigt die Angaben zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen CO<sub>2</sub>-Emissionen, um beim Neuwagenkauf eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen. Genaue, zweckdienliche und vergleichbare Informationen über den spezifischen Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen von Personenkraftwagen können die Kaufentscheidung der Verbraucher zugunsten sparsamerer, CO<sub>2</sub>-reduzierter Fahrzeuge beeinflussen.*

”

Weiterhin sei das Werbevideo geeignet, sich mit diesem Angebot zu befassen, das der Verbraucher in

Kenntnis des Kraftstoffverbrauchs und des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes möglicherweise nicht in Betracht gezogen hätte.

Autor:

**Antonia Lehmann**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)