

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Abmahnungen: PKW-Onlinehändler haben zwingend die PKW-EnVKV zu beachten!

Spätestens seitdem vermehrt Verstöße gegen die PKW-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung ("Pkw-EnVKV") abgemahnt werden, sehen sich Onlinehändler vor die Aufgabe gestellt, bei ihrer Werbung für neue Personenkraftwagen die komplizierten Bestimmungen der Verordnung umzusetzen. Die IT-Recht Kanzlei hilft und beantwortet im Folgenden die häufigsten Fragen im Zusammenhang mit der Umsetzung der sich aus der Pkw-EnVKV ergebenden Kennzeichnungspflichten.

Um folgende Fragen geht es:

- Frage: Welchem Zweck dient die Pkw-EnVKV?

Frage: Was ist bei der Vermarktung von PKW via Broschüren, Anzeigen in Zeitungen, Magazinen, Fachzeitschriften oder etwa Plakaten zu beachten?

Frage: Was ist bei der Vermarktung von PKW über das Internet zu beachten?

Frage: Welche Besonderheiten sind bei der Kennzeichnungspflicht zu beachten?

Frage: Was sind "neue Personenkraftwagen" im Sinne der Pkw-EnVKV?

Frage: In welchen Fällen ist der Händler von der Kennzeichnungspflicht befreit?

Frage: Gilt die Kennzeichnungspflicht auch für "Luxus-Spaßautos" der Premiumklasse?

Frage: Müssen auch bei "mobile.de" Angaben zum Kraftstoffverbrauch und zu den CO₂-Emissionen erfolgen?

Frage: Kann sich ein PKW-Händler auf angebliche "Fehlfunktionen" der Plattform "mobile.de" berufen?

Frage: Ist die Missachtung der sich aus der Pkw-EnVKV ergebenden Kennzeichnungspflicht abmahnbar?

Frage: Haftet ein Pkw-Händler für einen Internetdienstleister, der im Auftrag des PKW-Händlers im Internet Werbung für PKW macht?

Frage: Ist ein Verstoß gegen die Pkw-EnVKV nicht doch nur unerheblich i. S. v. § 3 UWG?

Frage: Was wird in Zukunft auf PKW-Händler noch zukommen?

Im Einzelnen:

Frage: Welchem Zweck dient die Pkw-EnVKV?

Die Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen (Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung - Pkw-EnVKV) soll es Verbrauchern ermöglichen, den Kraftstoffverbrauch sowie die CO₂-Emissionen neuer Personenkraftfahrzeuge direkt zu vergleichen.

Die seit 01.11.2004 geltende Verordnung verpflichtet daher PKW-Händler, bei der Bewerbung neuer Personenkraftwagen (auch im Internet) Auskunft über den Kraftstoffverbrauch und die CO₂ Emissionen des jeweiligen Fahrzeugs zu geben. Die Angaben werden dabei nach einem europaweit einheitlichen Verfahren ermittelt.

Frage: Was ist bei der Vermarktung von PKW via Broschüren, Anzeigen in Zeitungen, Magazinen, Fachzeitschriften oder etwa Plakaten zu beachten?

Für das in der Werbeschrift genannte Fahrzeugmodell sind Angaben über den offiziellen Kraftstoffverbrauch (Werte des Testzyklus innerorts und außerorts sowie kombiniert) und die offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen (im kombinierten Testzyklus) zu machen. Wird für mehrere Modelle geworben, sind entweder die in Satz 1 genannten Werte für jedes einzelne der aufgeführten Modelle anzuführen oder die Spannbreite zwischen ungünstigstem und günstigstem Kraftstoffverbrauch im kombinierten Testzyklus sowie den CO₂-Emissionen im kombinierten Testzyklus anzugeben.

Die Angaben müssen auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich, gut lesbar und nicht weniger hervorgehoben sein als der Hauptteil der Werbebotschaft.

Hinweis: Wird lediglich für eine Fabrikmarke oder einen Typ geworben, ohne dass Angaben zur Motorisierung, zum Beispiel zu Motorleistung, Hubraum oder Beschleunigung, gemacht werden, so ist eine Angabe der Verbrauchs- und CO₂-Werte nicht erforderlich.

Frage: Was ist bei der Vermarktung von PKW über das Internet zu beachten?

Gemäß § 1 Abs. 1 Pkw-EnVKV haben Onlinehändler, die neue Personenkraftwagen über das Internet zum Kauf oder Leasing anbieten oder für diese werben, Angaben über den Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen zu machen:

1. Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen: Bezieht sich die Online-Werbung auf ein bestimmtes neues Fahrzeugmodell oder auf eine bestimmte Version oder Variante davon, sind zumindest der offizielle Kraftstoffverbrauch im kombinierten Testzyklus und die offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen im kombinierten Testzyklus dieses Fahrzeugs so anzugeben wie auf dem Hinweis aus Anlage 1 zu § 3 Pkw-EnVKV.

Hinweis: Bei den Angaben sind zu verwenden als Einheit

- für den Kraftstoffverbrauch Liter je 100 Kilometer (l/100 km), für erdgasbetriebene Fahrzeuge Kubikmeter je 100 Kilometer (m³/100 km), jeweils bis zur ersten Dezimalstelle
- für die CO₂-Emissionen Gramm je Kilometer (g/km), jeweils auf eine ganze Zahl auf- oder abgerundet (vgl. § 1 Abs. II Pkw-EnVKV).

2. Wichtiger Hinweis: Zudem muss die Online-Werbung zwingend den folgende Hinweis enthalten (vgl. Abschnitt II Ziff. 1 der Anlage 4 der Pkw-EnVKV:

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen" entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei der "Deutschen Automobil Treuhand GmbH" unter www.dat.de unentgeltlich erhältlich ist.

Vgl. hierzu auch **Beschluss des OLG Köln, Az. 6 W 60/09, 03.06.2009.**

(Hinweis: Erfolgt Marketing oder Werbung durch elektronische, magnetische oder optische Speichermedien, muss dieser Hinweis ebenfalls erfolgen - entweder in gesprochener oder visueller Form.)

3. Klar und verständlich: Darüber hinaus ist darauf zu achten, dass die Angaben zum Kraftstoffverbrauch samt CO₂-Emissionen auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich, gut lesbar und **nicht weniger hervorgehoben sein dürfen als der Hauptteil der Werbebotschaft**. Der Verbraucher soll eindeutig, klar und gleichrangig mit anderen Details über den Verbrauch des Fahrzeuges und dessen Emissionen

informiert werden, um beim Kauf des neuen Fahrzeuges diese Gesichtspunkte von Anfang an in seine Kaufentscheidung mit einbeziehen zu können. Dem genügt eine Information gerade nicht, bei der es dem Zufall überlassen bleibt, ob der Käufer davon Kenntnis nimmt oder nicht.

Insbesondere beim Einsatz von*Sternchen-Hinweisen* ist sicherzustellen, dass dem Empfänger des Werbematerials diese Informationen automatisch in dem Augenblick zur Kenntnis gelangen,*in dem erstmalig Angaben zur Motorisierung, zum Beispiel zu Motorleistung, Hubraum oder Beschleunigung* , auf der Internetseite angezeigt werden. Der Sternchen-Hinweis hat daher in unmittelbarer Nähe zur Werbung zu erfolgen und muss deutlich lesbar sein.

Hinweis: Das OLG Hamm hat bereits entschieden, dass ein Verstoß gegen § 5 Pkw-EnVKV i.V.m. der Anlage 4 Abschnitt I Nr. 2 bei einer Werbeanzeige gegeben ist, bei der die Pflichtangaben überhaupt nicht hervorgehoben, sondern gleichsam in die hinterste Ecke der Anzeige abgeschoben sind (**Urteil vom 17.01.2008, Az. 4 U 159/07**).

Frage: Welche Besonderheiten sind bei der Kennzeichnungspflicht zu beachten?

1. Fall: Neue Fahrzeugmodelle werden konkret im Internet beworben

Von einem "Modell" spricht man, wenn die Handelsbezeichnung eines Fahrzeugs, bestehend aus Fabrikmarke, Typ sowie gegebenenfalls Variante und Version eines Personenkraftwagens angegeben wird. Werden in dem Sinne konkrete Fahrzeugmodelle im Internet beworben, sind **unabhängig von Motorisierungsangaben** in der Werbung Angaben über den Verbrauch und die CO₂-Emissionen zu machen.

Wichtig: Es kommt also hier nicht darauf an, ob Angaben zur Motorisierung gemacht werden. Die Kennzeichnungspflicht besteht in jedem Falle.

2. Fall: Pauschale Werbung für Marke oder Fahrzeugtyp mit Motorisierungsangaben

Es wird zwar nur pauschal, nämlich mit einem geringeren Grad der Individualisierung ("lediglich") für eine Marke oder einen Fahrzeugtyp geworben, jedoch wurden in der Werbung Angaben zur Motorisierung der angebotenen Fahrzeuge gemacht (vgl. Ziff. 3 des Abschnitts I des Anhangs 4 zu § 5 Pkw-EnVKV. Auch hier ist nun den Kennzeichnungsvorgaben der Pkw-EnVKV nachzukommen.

Frage: Was sind "neue Personenkraftwagen" im Sinne der Pkw-EnVKV?

Neue Personenkraftwagen sind Kraftfahrzeuge, die noch nicht zu einem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs oder der Auslieferung verkauft wurden.

Im Einzelnen gilt:

- **PKW mit Tageszulassung:** Die Begriffsbestimmung in § 2 Nr. 1 Pkw-EnVKV umfasst auch PKW mit sogenannter Tageszulassung. Im Autohandel ist es nämlich schon seit langem weit verbreitete Praxis, dass Händler die Zulassung faktisch neuer Fahrzeuge nur für einen Tag oder ähnlich kurze Zeit veranlassen, nicht um sie zu nutzen, sondern um gegenüber dem Hersteller in einer bestimmten Periode höhere Verkaufszahlen nachweisen und solche Fahrzeuge mit deutlichen Preisnachlässen anbieten zu können (OLG Köln, WRP 2007, 680, juris Rn. 9., unter Hinweis auf BGH, GRUR 1994, 827 - Tageszulassungen; GRUR 2000, 914 - Tageszulassung II). Solche Tageszulassungen werden von der deutschen höchstrichterlichen Rechtsprechung als besondere Form des Neuwagengeschäfts beurteilt (OLG Köln, a.a.O., unter Hinweis auf u.a. BGH, a.a.O., Tageszulassung II).

- **Zwischenzeitliche Nutzung als Vorführwagen:** Auch eine zwischenzeitliche Nutzung als Vorführwagen bis zu einem Verkauf an den Verbraucher lässt die Neuwagen-Eigenschaft im Sinne der Pkw-EnVKV jedenfalls dann nicht entfallen, wenn das Fahrzeug nur eine geringe Laufleistung von wenigen 100 km aufweist (KG Berlin, Magazin Dienst 2007, 654, juris Rn. 7 ff; OLG Koblenz, Magazin Dienst 2008, 506, juris Rn. 6; OLG Stuttgart, Magazin Dienst 2009, 175, juris Rn. 41). Ein relevanter anderweitiger Nutzungszweck im Sinne der Pkw-EnVKV liegt jedenfalls dann nicht vor, wenn eine Zwischennutzung nur der Überbrückung der - ihrem Umfang nach noch unbekannt - zeitlichen Spanne zwischen Anschaffung des Fahrzeugs und dem (von Anfang an und auch nachfolgend weiterhin) bezweckten Verkauf an den Verbraucher dient (KG Berlin, a.a.O.; OLG Stuttgart, a.a.O., juris Rn. 43). Auch ein Vorführwagen wird vorrangig zum Zweck des Weiterverkaufs vorgehalten (OLG Koblenz, a.a.O.). Dies gilt selbst **bei einer viele Monate andauernden Nutzung als Vorführwagen**, jedenfalls wenn das Fahrzeug auch dann nur

eine geringe Laufleistung aufweist (OLG Koblenz, a.a.O., juris Rn. 6, 7; **Beschluss des KG Berlin vom 15.09.2009, Az. 5 U 116/08**).

- **Vorfürswagen mit Laufleistung von 2000 km:** Selbst aber eine Laufleistung von 2000 km muss nicht notwendig der Annahme eines Neuwagens im Sinne der Pkw-EnVKV entgegenstehen. Die **Höhe der Laufleistung** ist ebenso wie die Dauer der Nutzung des Fahrzeugs als Vorfürswagen **kein eigenständiges Kriterium** im Sinne des § 2 Nr. 1 Pkw-EnVKV. Sie kann als Indiz nur einen Hinweis dafür geben, inwieweit die Nutzung als Vorfürswagen der Absicht eines Weiterverkaufs an den Endverbraucher entgegensteht (vgl. **Beschluss des KG Berlin vom 15.09.2009, Az. 5 U 116/08**).
- **Laufleistung letztlich unerheblich:** Maßgeblich bleibt immer die Motivlage*im Zeitpunkt des Erwerbs des Fahrzeugs* vom Hersteller. Erfolgt dieser Erwerb zum Zweck des Weiterverkaufs oder der Auslieferung, dann wäre es unerheblich, wenn diese Motivlage sich erst nachfolgend wesentlich geändert hätte (vgl. **Beschluss des KG Berlin vom 15.09.2009, Az. 5 U 116/08**). Es kommt also einzig darauf an, dass der Händler schon bei seinem (etwaigen) Erwerb des Fahrzeugs vom Hersteller entschlossen war, das Fahrzeug bei jeder nächsten sich bietenden Gelegenheit zu veräußern. Die beabsichtigte zwischenzeitliche Nutzung als Vorfürswagen bedeutete dann keine wesentliche eigenständige Verwendung, sondern nur eine unselbstständige - von Anfang an nur vorübergehende - Nutzung des Fahrzeugs bis zum Verkauf. Unter diesen Umständen kommt es vorliegend auf die Höhe der Laufleistung des Vorfürwagens nicht an.
- **Vorfürswagen auch als Mietwagen genutzt:** Auch in diesem Fall kommt es nur darauf an, das Fahrzeug zum Zwecke des Weiterverkaufs angeschafft wurde und die anderweitige Nutzung der Überbrückung bis zu diesem diente (vgl. **OLG Stuttgart, Beschluss vom 27.11.2008, Az. 2 W 61/08**).
- **Km-Stand "0":** Natürlich sind auch die mit Km-Stand "0" in der Werbung angegebenen Fahrzeuge in diesem Sinne "neu", weil sie danach noch nicht für einen anderen Zweck als den der Auslieferung oder den des Weiterverkaufs veräußert worden sein konnten. Nichts anderes kann bei den Bezeichnungen "Neufahrzeug" und "Überführung Neuwagen" gelten.

- **Fahrzeug bereits Monate vor Werbung gebaut:** Unschädlich für die Annahme eines Neuwagens im Sinne der Pkw-EnVKV ist es darüber hinaus auch, wenn das Fahrzeug bereits mehrere Monate oder Jahre vor der Werbung gebaut worden ist (OLG Koblenz, a.a.O., juris Rn. 8). Denn maßgeblich für die Einordnung des Fahrzeugs als Neuwagen im Sinne der Vorschrift ist nicht das Herstellungsdatum, sondern zu welchem Zweck das Fahrzeug bislang veräußert wurde (OLG Koblenz, a.a.O.).

Hinweise: Für die Frage der Kennzeichnungspflicht ist es unerheblich, ob das Fahrzeug dem beworbenen Zustand tatsächlich entsprach oder nicht. So stellte etwa das **OLG Stuttgart kürzlich klar (vgl. Beschluss vom 27.11.2008, Az. 2 W 61/08)**:

Soweit die Verfügungsbeklagte darauf verweist, dass dann allenfalls eine wettbewerbswidrige Werbung unter dem Gesichtspunkt der Irreführung gegeben sein könne, weil der tatsächliche Zustand von dem in der Werbung angegebenen abweiche, trifft dies nicht zu, denn an der rechtlichen Beurteilung der Vereinbarkeit der Werbung mit der Pkw-EnVKV ändert dies nichts; vielmehr käme dann zusätzlich eine Wettbewerbswidrigkeit auch unter diesem weiteren Aspekt in Betracht.

Frage: In welchen Fällen ist der Händler von der Kennzeichnungspflicht befreit?

Die Pflicht zur Angabe der Verbrauchs- und CO₂-Werte ist die Regel. Davon befreit ist der Verkäufer nach Abschnitt I Nr. 3 der Anlage 4 der Pkw-EnVKV ausnahmsweise nur dann, wenn lediglich im Rahmen einer schlichten Pauschalwerbung für eine Fabrikmarke oder einen Typ (der mehrere verschiedene Modelle umfasst) geworben wird, **ohne dass** Angaben zur Motorisierung gemacht werden. Nur in diesem Fall wäre also eine Angabe der Verbrauchs- und CO₂-Werte nicht erforderlich (vgl. Anlage 4) zu § 5 Pkw-EnVKV).

Es gelten folgende Legaldefinitionen:

- "Fabrikmarke" ist gemäß § 2 Nr. 14 PKW-EnVKV der Handelsnamen des Herstellers.
- "Modell" ist gemäß § 2 Nr. 15 PKW-EnVKV die Handelsbezeichnung eines Fahrzeuges, bestehend aus Fabrikmarke, Typ sowie gegebenenfalls Variante und Version eines Personenkraftwagens.
- "Typ", "Variante" und "Version" sind nach § 2 Nr. 16 PKW-EnVKV Unterteilungen einer bestimmten Fabrikmarke.

Hinweis: Viele Onlinehändler übersehen, dass auch bei einer lediglich schlichten Pauschalwerbung für eine Marke oder einen Typ, der mehrere verschiedene Modelle umfasst, die Kennzeichnungspflicht gesetzlich vorgeschrieben ist **für den Fall**, dass zusätzliche Angaben zur Motorisierung gemacht werden, vgl. Pkw-EnVKV Anlage 4 Abschnitt I Nr. 3.

Frage: Gilt die Kennzeichnungspflicht auch für "Luxus-Spaßautos" der Premiumklasse?

Natürlich, dies entschied das Oberlandesgericht Stuttgart im Oktober 2009 entgegen einem Urteil in der ersten Instanz des LG Stuttgart. Das OLG führte aus, dass die PKW-ENVKV entgegen der Auffassung des Beklagten nicht zwischen Verbrauchern unterscheidet, die aus Liebhaberei und Sammlerinteresse oder aus anderen Gründen PKWs erwerben.

Frage: Müssen auch bei "mobile.de" Angaben zum Kraftstoffverbrauch und zu den CO₂-Emissionen erfolgen?

Ja, denn bei den Internetangeboten in "mobile.de" handelt es sich um in elektronischer Form verbreitetes Werbematerial i. S. v. § 2 Nr. 11 Pkw-EnVKV. Gem. § 5 Abs. 1, Abs. 2 Satz 1 Nr. 1, Satz 2 Pkw-EnVKV sind daher nach Maßgabe der Anlage 4 (zu § 5) Angaben zum Kraftstoffverbrauch und zu den CO₂-Emissionen zu machen (**vgl. Urteil des OLG Stuttgart vom 27.11.2008, Az. 2 U 60/08**).

Frage: Kann sich ein PKW-Händler auf angebliche "Fehlfunktionen" der Plattform "mobile.de" berufen?

Grundsätzlich nicht, da es bei einem Unterlassungsanspruch nicht auf ein schuldhaftes Verhalten ankommt.

Frage: Ist die Missachtung der sich aus der Pkw-EnVKV ergebenden Kennzeichnungspflicht abmahnbar?

Es dürfte mittlerweile nicht mehr ernsthaft in Zweifel gezogen werden, dass Verstöße gegen die sich aus der Pkw-EnVKV ergebenden Kennzeichnungspflicht in wettbewerbsrechtlicher Hinsicht geahndet werden können. Das OLG Stuttgart führte in dem Zusammenhang aus (**Urteil vom 27.11.2008, Az. 2 U 60/08**):

"(...) Die Verordnung schafft Regeln über das Verhalten von Herstellern und Händlern bei Absatz und Werbung für Neufahrzeuge - also das Verhalten von Warenanbietern bei der Marktteilnahme. Dies erfolgt auch im Interesse der übrigen Marktteilnehmer, insbesondere der Verbraucher, denn nach der amtlichen Begründung (BR-Drs. 143/04 S. 13) bezweckt sie ebenso wie die umzusetzende Richtlinie 1999/94/EG

(vgl. deren 5. Erwägungsgrund und deren Art. 1), durch entsprechende Informationen die Kaufentscheidung des Verbrauchers zugunsten umweltfreundlicher Fahrzeuge zu beeinflussen. Die Anforderungen des § 4 Nr. 11 UWG sind aufgrund dessen erfüllt. Das entspricht der einhelligen obergerichtlichen Rechtsprechung (OLG Oldenburg, GRUR-RR 2007, 83, 84; OLG Köln, WRP 2007, 680, 682; **OLG Koblenz, Beschluss vom 08.02.2008, 4 U 1383/07** - Rn. 3 nach "Juris"; OLG Naumburg, Urteil vom 08.06.2007, 10 U 13/07 (Hs) - Rn. 49 ff. nach "Juris"; KG, Beschluss vom 11.05.2007, 5 U 190/06, Rn. 10 f. nach "Juris"). Auch die Literatur ist zu Recht dieser Auffassung (Hefermehl/Köhler/Bornkamm, a.a.O., § 4 UWG Rn. 11.131a; Goldmann, a.a.O. 41 m.w.N. in Fn. 11). (...)"

Frage: Haftet ein Pkw-Händler für einen Internetdienstleister, der im Auftrag des PKW-Händlers im Internet Werbung für PKW macht?

Ja, denn der PKW-Händler haftet für das Tun des Internetdienstleisters, da dieser als sein "Beauftragter" i. S. v. § 8 Abs. 2 UWG anzusehen ist.

Das OLG Stuttgart (a.a.O.) hierzu:

"Der Begriff des "Bauftragten ist weit auszulegen, denn der Inhaber eines Unternehmens, dem die Wettbewerbshandlungen zugute kommen, soll sich nicht hinter von ihm abhängigen Dritten verstecken können (Hefermehl/Köhler/Bornkamm, § 8 Rdnr. 2.33 f. mit zahlr. Nachw.). Deshalb können auch selbständige Unternehmen "Beauftragte" i. S. v. § 8 Abs. 2 UWG sein, denn ausreichend ist eine Eingliederung in die Betriebsorganisation des Unternehmens insoweit, als die beanstandete Handlung auch dem Inhaber des Unternehmens zugute kommt und dem Unternehmensinhaber ein bestimmender Einfluss auf die Tätigkeit des Beauftragten in dem Bereich eingeräumt ist oder hätte eingeräumt werden müssen und können. Das ist anzunehmen, wenn Unternehmensfunktionen aus dem Unternehmen ausgelagert und anderen Unternehmen übertragen werden, wozu auch die Werbung gehört (Hefermehl/Köhler/Bornkamm, a.a.O., § 8 Rdnr. 2.44; BGH GRUR 1990, 1039, 1040 - Anzeigenauftrag). Es ist deshalb anerkannt, dass auch (selbständige) Werbeagenturen im Verhältnis zum beauftragenden Unternehmer "Beauftragte" i. S. v. § 8 Abs. 2 UWG sein können (BGH a.a.O. sowie BGH GRUR 1973, 208, 209 - Neues aus der Medizin; BGH GRUR 1991, 772, 774 - Anzeigenrubrik I - und BGH GRUR 1994, 219, 200 - Warnhinweis). Nichts anderes kann für die Internetwerbung gelten(...)."

Frage: Ist ein Verstoß gegen die Pkw-EnVKV nicht doch nur unerheblich i. S. v. § 3 UWG?

Das OLG Stuttgart nahm kürzlich zu dieser Frage Stellung (**Urteil vom 27.11.2008, Az. 2 U 60/08**):

"Ein nicht nur unerheblicher Verstoß liegt vor, wenn die Wettbewerbshandlung geeignet ist, das wirtschaftliche Verhalten des Marktteilnehmers wesentlich zu beeinflussen. Nicht spürbar ist hingegen eine Beeinflussung, wenn ein angemessen gut informierter und angemessen aufmerksamer und verständiger Durchschnittsmarktteilnehmer ihr keine Bedeutung beimisst. Gemessen an diesen Voraussetzungen liegt hier ein nicht nur unerheblicher Verstoß vor. Dabei ist zu berücksichtigen, dass nach dem Willen des europäischen und des nationalen Gesetzgebers die Konsumenten veranlasst werden sollen, vor jeder Anschaffung eines Pkw den Klimaschutz in die Kaufentscheidung einzubeziehen, was nur erreicht werden kann, wenn die Verbraucher tatsächlich und möglichst umfassend über die Vergleichswerte informiert werden (OLG Oldenburg, GRUR-RR 2007, 83, 85; Goldmann, WRP 2007, 38, 41). Geht es also bei der Pkw-EnVKV weniger um die Verhinderung von Irreführung, sondern um die Umsetzung des gesetzgeberischen Willens, dass nämlich der Verbraucher von vornherein beim Betrachten von Werbung unter Umweltschutzgesichtspunkten entscheiden können soll, ob er sich mit dem beworbenen Fahrzeug (Modell) überhaupt näher befasst, und wird ihm diese Möglichkeit durch das Unterlassen von Pflichtangaben genommen, so folgt daraus, dass ein Verstoß gegen die Pkw-EnVKV in der Regel die Bagatellgrenze des § 3 UWG überschreiten wird."

Frage: Was wird in Zukunft auf PKW-Händler noch zukommen?

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie hat nach Abschluss der Ressortabstimmung am 12.08.2010 seinen Entwurf zur Änderung der PKW-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (Pkw-EnVKV) an die Bundesländer und die Verbände versandt. Die Anhörungen der Bundesländer und Verbände sind für Ende August/Anfang September geplant.

Die Novellierung der Pkw-EnVKV sieht vor, dass im Verkaufsraum anzubringende Hinweisschilder und Aushänge künftig neben der Angabe des Kraftstoffverbrauchs und der CO₂-Emissionen auch Angaben zum Stromverbrauch jedes zum Verkauf stehenden Neuwagens enthalten. Das Hinweisschild wird erstmals eine farbige Energieeffizienzskala enthalten, die dem Verbraucher in übersichtlicher und optisch gut wahrnehmbarer Form differenzierte Angaben zur Energieeffizienz liefert.

Die Energieeffizienzklasse wird dabei auf der Grundlage der CO₂-Emissionen unter Berücksichtigung der Fahrzeugmasse ermittelt. Auf diese Weise werden die Verbrauchsunterschiede zwischen hochmotorisierten Fahrzeugen einer- und kleineren Fahrzeugen andererseits deutlicher sichtbar gemacht.

Verbesserungspotentiale können so in allen Fahrzeugklassen dargestellt und Anreize zur energetischen Optimierung auf alle Fahrzeugsegmente erstreckt werden. Eine Differenzierung der Klasseneinteilung ermöglicht dem Verbraucher zudem, Fahrzeuge aus dem spezifischen Spektrum zu vergleichen, das ihn interessiert.

Veröffentlicht von:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt