Servicepartner = Vertragspartner?

Der Bundesgerichtshof in Karlsruhe hatte über die Wettbewerbswidrigkeit der Werbung eines Autohauses zu entscheiden, welcher einen PKW mit einer mehrere Monate alten Tageszulassung als Neuwagen bewarb und sich zudem als Vertragspartner eines Automobilherstellers ausgab, obgleich dieser lediglich Servicepartner aber nicht Vertragshändler von Ford war.

Das Autohaus L. in Görlitz ist Servicepartner der Firma Ford. In dessen Autohaus wurde ein Ford Fiesta mit der werbenden Aufschrift angeboten

„Neuwagen“- "Deutsches Modell mit Tageszulassung 03/06 ... Garantiebeginn 03/06" und *"Autohaus L. - Ihr Ford-Vertragspartner"*

Das Autohaus hatte den PKW mit einer fünf Monate alten Tageszulassung zuvor bei einem Vertragshändler des Automobilherstellers Ford gekauft. Ein Görlitzer Wettbewerber des Autohauses L. hielt diese Werbung für irreführend, da sie dem Verkehr den Eindruck vermittelt, das Autohaus sei Vertragshändler der Firma Ford. Zudem sei es irreführend, einen PKW mit einer fünf Monate alten Tageszulassung als „Neuwagen“ zu bewerben. Der Konkurrent mahnte die Wettbewerbsverstöße ab und verlangte die Unterlassung derartiger Werbung.

Entscheidung des Gerichts
In seiner Entscheidung vom 17.03.2011 – Az. I ZR 170/08 entschied der Bundesgerichtshof, dass beim angesprochenen Verkehr durch die Verwendung des Begriffs "Vertragspartner" der unzutreffende Eindruck entstehe, der Werbende sei "Vertragshändler" eines Automobilherstellers. Darin liege eine wettbewerbsrechtlich relevante Irreführung des angesprochenen Kundenkreises, die das Autohaus L. zu unterlassen habe.

Die Bewerbung eines seit etwa fünf Monaten zugelassenen Fahrzeugs als Neuwagen sei ebenfalls irreführend und daher unzulässig. Der angesprochene Verkehrskreis gehe bei einer Werbung für Neuwagen davon aus, er könne im Falle eines Kaufs alle Vorteile eines Neufahrzeugs, insbesondere eine uneingeschränkte Herstellergarantie, in Anspruch nehmen. In dieser Erwartung werde er getäuscht, wenn die Garantie bei dem beworbenen Fahrzeug bereits seit einiger Zeit laufe. Der Hinweis auf die Erstzulassung reiche nicht aus, um den irreführenden Eindruck auszuräumen, den die hervorgehobene Werbeaussage „Neuwagen“ hervorrufe.

Fazit
Die Entscheidung des BGH ist deswegen spannend, da das Autohaus L. nicht verheimlicht hatte, dass das beworbene Auto bereits fünf Monate zuvor zugelassen wurde, sondern dies in seiner Werbung ausdrücklich darlegte. Der Autohändler behauptete auch nicht er sei „Vertragshändler“ von Ford. Das Autohaus gab lediglich an „Vertragspartner“ von Ford zu sein, was auch den Tatsachen entspricht. All dies konnte das Gericht aber nicht überzeugen, da in der Gesamtbetrachtung die Gefahr einer Irreführung bestehe. Der Verkehr verbinde regelmäßig mit den Schlagwort „Neuwagen“ eine gewisse Vorstellung und verwechselt „Vertragspartner“ schnell mit „Vertragshändler“.

An diesem Fall zeigt sich sehr eindrücklich, dass es sinnvoll sein kann, den Rahmen der wettbewerbsrechtlich zulässigen Werbung mit einem entsprechend fachkundigem Rechtsanwalt zu erörtern.