

ZUSATZMERKBLATT

Pkw-EnVKV, Pkw-Kennzeichnung & Haftung für wettbewerbliches Verhalten (beauftragter) Dritter

Besondere Aufmerksamkeit bei Pflichtangaben zu Energieverbrauch und Emissionen

Für Autohäuser und Fahrzeughändler besteht ein besonderes Risiko bei Werbemaßnahmen für Neu- und Gebrauchtfahrzeuge mit gesetzlichen Informationspflichten zu Verbrauchs- und Emissionswerten.

Die Praxis zeigt, dass gerade diese Angaben in digitalen Werbekanälen häufig fehlerhaft, unvollständig oder gar nicht übernommen werden. Ursache sind nicht selten automatisierte Werbesysteme, Datenfeeds, Online-Fahrzeughörsen, Social-Media-Anzeigen oder von Agenturen gesteuerte Marketingkampagnen.

Dabei bleibt das Risiko regelmäßig nicht beim Dienstleister. Werden Fahrzeuge oder fahrzeugbezogene Angebote im Namen eines Autohauses beworben, können Wettbewerber oder Wettbewerbsverbände ihre Ansprüche regelmäßig unmittelbar gegen den Händler bzw. Betrieb richten.

Pkw-EnVKV und Energiekennzeichnung bleiben ein Abmahnschwerpunkt

Besonders relevant sind die Vorgaben der Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (Pkw-EnVKV) sowie die damit verbundenen Informationspflichten bei der Fahrzeugwerbung. Verbände, wie die Deutsche Umwelthilfe (DUH), nutzen dies, um flächendeckend abzumahnern und sich über vertragsstrafenbewehrte Unterlassungserklärungen künftige, beträchtliche Einnahmen über die Geltendmachung von Vertragsstrafen zu sichern.

Denn Fehler sind aufgrund der Komplexität der Vorgaben, aber auch aufgrund von Umfang und Zahl von Werbemaßnahmen, Online-Anzeigen etc. sowie die Einbindung von Dritten in die Marketingaktivitäten schnell passiert und mithin Verstöße begangen.

Folgende Werbe-/Vertriebsaktivitäten sind besonders im Fokus:

- Fahrzeuganzeigen auf der eigenen Website,
- Fahrzeugbörsen und Online-Marktplätze,

- Google-Ads-Kampagnen,
- Social-Media-Werbung,
- Bannerwerbung,
- Newsletter,
- Hersteller- und Händler-Landingpages,
- Video- und Displaywerbung.

Fehlen die vorgeschriebenen Angaben oder werden sie nicht in der gesetzlich vorgeschriebenen Form dargestellt, drohen wettbewerbsrechtliche Beanstandungen.

Gerade im Online-Bereich entstehen Verstöße häufig dadurch, dass Werbeinhalte automatisiert aus Datenbanken erzeugt oder durch externe Dienstleister ausgespielt werden. Einzelne Pflichtangaben gehen dabei verloren oder werden technisch nicht korrekt dargestellt. Aus wettbewerbsrechtlicher Sicht schützt dies den werbenden Betrieb regelmäßig nicht vor einer eigenen Inanspruchnahme.

Welche Fehler treten in der Praxis besonders häufig auf?

Typische Fehler und Problemfälle sind:

- Fehlende oder unzutreffende Verbrauchs- und Emissionsangaben in Online-Anzeigen,
- falsche oder unvollständige Angaben zu Kraftstoff- oder Stromverbrauch,
- fehlende oder fehlerhafte CO₂-Werte oder CO₂-Klassenangaben,
- nicht ordnungsgemäß eingebundene Energieeffizienz- oder Energielabel,
- fehlerhafte Angaben bei Elektro- und Hybridfahrzeugen (bspw. bei PHEV fehlen häufig Verbrauchs- bzw. Emissionswerte bei entladener Batterie),
- abgeschnittene Pflichtinformationen in mobilen Darstellungen,
- Verlust von Pflichtangaben beim Export von Fahrzeugdaten auf Drittplattformen,
- fehlerhafte oder veraltete Datenübernahmen durch Agenturen oder IT-Dienstleister,

- verkürzte Google-Ads-Anzeigen, bei denen Pflichtinformationen nicht übernommen werden,
- Social-Media-Kampagnen ohne die erforderlichen Verbraucherinformationen.

Die Erfahrung aus zahlreichen Gerichtsverfahren zeigt, dass gerade diese Verstöße von Wettbewerbern und Verbänden, wie der DUH, regelmäßig aufgegriffen werden und ein erhebliches Abmahnpotenzial besitzen.

Handlungsempfehlung für Kfz-Betriebe

Bei allen Werbemaßnahmen für Fahrzeuge sollten Betriebe nicht nur die Werbeaussage selbst, sondern insbesondere die Vollständigkeit sämtlicher gesetzlich vorgeschriebener Pflichtangaben kontrollieren.

Empfehlenswert sind insbesondere:

- Regelmäßige Stichproben sämtlicher Online-Werbekanäle,
- Überprüfung automatisierter Fahrzeugdatenfeeds,
- vertragliche Verpflichtung von Agenturen und Marketingdienstleistern zur Einhaltung der Pkw-EnVKV und sonstiger Informationspflichten,
- Dokumentation von Freigabe- und Kontrollprozessen,
- regelmäßige Aktualisierung von Verbrauchs- und Emissionsdaten,
- Kontrolle mobiler Ansichten und unterschiedlicher Endgeräte,
- unverzügliche Korrektur erkannter Fehler.

Fazit

- Besonders hoch sind die Risiken bei Pflichtangaben zu Energieverbrauch, Stromverbrauch, CO₂-Emissionen und sonstigen energieverbrauchsrechtlichen Informationen.

- Verstöße gegen die Pkw-EnVKV und vergleichbare Informationspflichten zählen weiterhin zu den häufigsten wettbewerbsrechtlichen Abmahngründen im Fahrzeughandel.
- Fehler entstehen häufig bei Google Ads, Fahrzeugbörsen, Social Media, Datenfeeds sowie durch automatisierte Werbesysteme.
- Auch wenn externe Agenturen oder Dienstleister die Werbung erstellen oder veröffentlichen, kann der Kfz-Betrieb selbst Adressat von Abmahnungen und Unterlassungsansprüchen sein.
- Die regelmäßige Kontrolle sämtlicher Werbekanäle und Pflichtangaben sollte Bestandteil eines wirksamen Compliance- und Freigabeprozesses sein.