



Peter Breun-Goerke

WERBE- UND WETTBEWERBSRECHT FÜR FAHRLEHRER

Werbe- und Wettbewerbsrecht in der Praxis

Auflage 3

» Der Autor

Peter Breun-Goerke

Geboren 1961 in Frankfurt am Main. Von 1980 bis 1986 studierte er Rechtswissenschaften an der Johann Wolfgang Goethe-Universität in Frankfurt am Main und legte 1989 sein 2. juristisches Staatsexamen ab. Ebenfalls 1989 erfolgte seine Zulassung als Rechtsanwalt.

Von 1989 bis 1992 arbeitete er als Rechtsanwalt in der Kanzlei Höchsten, Hau & Partner, Frankfurt am Main im Schwerpunkt Automobilvertriebsrecht und Versicherungsrecht; 1992 und 1993 war er Geschäftsführer des Verbandes Deutscher Opel Händler e. V.; im März 1993 wechselte er als Mitglied der Geschäftsführung in die Wettbewerbszentrale. 1999 übernahm er dort auch die Redaktion der Entscheidungen der Wettbewerbszentrale in der Zeitschrift Wettbewerb in Recht und Praxis.

Seit 1993 ist er in der Wettbewerbszentrale für den Bereich der Fahrschulen zuständig, zunächst nur für einige Bundesländer, seit 2006 dann für das gesamte Bundesgebiet. Er veröffentlicht regelmäßig Beiträge in Fachzeitschriften der Fahrschulbranche wie z. B. dem Fahrschul-Profi. Er ist regelmäßig Referent auf Weiterbildungsveranstaltungen der Branche und hält Vorträge zum Wettbewerbsrecht der Fahrlehrer auf Mitgliederversammlungen der Fahrlehrerverbände und anderen Fachveranstaltungen.



» Vorwort

Ich freue mich, Ihnen 4 Jahre nach Erscheinen der 2. Auflage nun die neue Auflage meines Buches „Wettbewerbsrecht für Fahrlehrer“ zusammen mit dem DEGENER Verlag vorlegen zu können. Schon ein Blick auf die Überschriften des Inhaltsverzeichnisses dieses Buches zeigt, dass auch diesmal viele neue Themen aus der Praxis von Werbung und Wettbewerbsrecht hinzugekommen sind. Das Buch ist als Hilfestellung in der betrieblichen Praxis zur Vorbereitung von Werbemaßnahmen ebenso gedacht wie für den Einsatz im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Ausbildung von angehenden Fahrlehrern.

Sowohl die umfassende UWG-Reform im Dezember 2015 als auch das am 01. 01. 2018 in Kraft getretene neue Fahrlehrergesetz haben eine Überarbeitung erforderlich gemacht. Neben Internetwerbung, Facebook und Vergleichsplattformen sind Datenschutz und die an vielen Stellen eingreifenden Informationspflichten bei der Internetwerbung einige der Themen, mit denen sich Fahrschulunternehmer in der täglichen Praxis beschäftigen müssen. Insbesondere deswegen, weil die größte Zielgruppe der angebotenen Dienstleistungen diese Informationsquellen für die Entscheidung, bei welcher Fahrschule die Ausbildung begonnen werden soll, nutzt. Auch im Bereich der Werbung mit Preisen und Gutscheinen hat nach Erscheinen der letzten Ausgabe die Rechtsprechung aber auch der Gesetzgeber die Möglichkeiten für Werbemaßnahmen erneut erweitert. Das Buch erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, behandelt aber die in der Praxis am häufigsten vorkommenden Fallgestaltungen und versucht, neben dem Hinweis auf unzulässige Werbemaßnahmen auch Tipps für die Gestaltung rechtlich zulässiger Werbeaktionen zu geben. Ohne die fortwährende Unterstützung der Fahrlehrerschaft und ihrer Verbände bei der Bekämpfung wettbewerbswidriger Werbung – aber auch ohne die Erfahrungen aus der Fahrlehrer-Weiterbildung – wäre dieses Praxishandbuch nicht möglich gewesen. Von daher möchte ich mich für diese jahrelange Unterstützung an dieser Stelle ausdrücklich bedanken.

Bad Homburg v. d. H., Juli 2018

Peter Breun-Goerke

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	11
1.1	An wen richtet sich das Buch „Werbe- und Wettbewerbsrecht für Fahrlehrer“?	13
1.2	Zur Benutzung der Publikation	13
1.3	Vorstellung der Wettbewerbszentrale	14
1.4	Einführung in das Wettbewerbsrecht	15
2	Rechtliche Grundlagen.	17
2.1	Gesetzliche Regelungen.	19
2.1.1	UWG	19
2.1.2	Fahrlehrergesetz und Nebengesetze.	20
2.2	Werbung im Internet	22
2.2.1	Internetimpresum	22
2.2.2	Werbung auf sozialen Plattformen, Facebook & Co.	24
2.2.3	Kommerzielle Kommunikation z. B. E-Mail	26
2.2.4	Die Webseite von Fahrschulen und der Datenschutz	27
2.2.4.1	Datenschutzerklärung	27
2.2.4.2	Einwilligung zur Datenverarbeitung	28
2.2.4.3	Neuerungen durch die Datenschutzgrund-Verordnung (DS-GVO)	29
2.2.4.4	Social Plugins.	30
2.3	Online-Anmeldung und Verkauf von Unterlagen im Internet.	30
2.3.1	Informationspflichten	30
2.3.2	Widerrufsrecht	31
2.3.3	Button-Lösung	32
2.3.4	Weitere Informationspflichten bei Online-Vertragsabschluss	33
2.3.5	Informationsstände auf Messen und Märkten	34
2.3.6	Online-Streitbeilegung und alternative Streitbeilegung	35
2.3.7	Übernahme fremder Inhalte aus dem Web.	36
2.4	Preiswettbewerb und Werbung	37
2.4.1	Preiskampf/Preisgestaltung	39
2.4.2	Preiswerbung	40
2.4.2.1	Was ist Preiswerbung?	41
2.4.2.2	Herausstellen einzelner Preisbestandteile.	45
2.4.2.3	Entgeltberechnung.	48
2.4.2.4	Bezeichnung der Preisangaben.	52
2.4.2.5	Preisnachlässe	54

1 » Einführung

1 » Einführung

1.1 An wen richtet sich das Buch „Werbe- und Wettbewerbsrecht für Fahrlehrer“?

Jeder Unternehmer, auch der Fahrlehrer, spricht seine Kunden an, er betreibt Werbung. Im Zuge des starken Wettbewerbs kommt der **Werbung** um den Kunden eine zentrale Bedeutung zu. Die Ansprache der Kunden kann in vielen Formen erfolgen, z. B. durch persönliche Ansprache der Geschäftskunden, durch die Schaufenstergestaltung, durch Anzeigen, Werbeschreiben, Wurfsendungen oder Rundfunk- und Fernsehwerbung. Noch mehr Bedeutung hat heute die Präsentation des Unternehmens im Internet sowohl auf der eigenen Homepage aber auch in den sozialen Netzwerken. Dabei muss der Fahrschulunternehmer gerade im Bereich des Verbrauchersowie des Datenschutzes viele neue Regeln beachten oder Informationspflichten erfüllen. Ähnlich wie im Straßenverkehr ist auch im Wirtschaftsverkehr nicht alles erlaubt.

STICH-
WORT

Welche Werbemittel und Darstellungen in der Werbung erlaubt sind, regelt in Deutschland das sogenannte **Wettbewerbsrecht**. Dieses hat im Dezember 2015 erneut viele umfassende Änderungen erfahren, die sich in der Werbepaxis – auch der Fahrlehrer – deutlich auswirken. Hinzu kommen die für das Wettbewerbsrecht bedeutsamen Regelungen des Fahrlehrergesetzes und der Fahrlehrer-Ausbildungsordnung, die zum Beginn des Jahres 2018 nach mehr als 20-jähriger Gesetzgebungsgeschichte grundlegend reformiert worden sind. Die vorliegende aktualisierte Einführung in das Wettbewerbsrecht der Fahrschulen zeigt anhand zahlreicher Beispiele aus

STICH-
WORT

der täglichen Praxis der Wettbewerbszentrale, welcher rechtliche Rahmen für die Gestaltung von Werbemaßnahmen für Fahrlehrer in Deutschland besteht. Denn nur, wenn der Fahrlehrer weiß, was er darf, kann er innovative und konkurrenzfähige Werbung gestalten, ohne dabei Gefahr zu laufen, gegen gesetzliche Bestimmungen zu verstoßen.

Dargestellt wird beispielsweise, welche Formen der Direktansprache von Kunden zulässig sind, wann und wie sie ihre Dienstleistungen mit denen der Konkurrenz vergleichen dürfen. Berücksichtigt sind die neuen Informationspflichten, die Fahrschulen bereits in der Werbung erfüllen müssen. Auch die am 01.01.2018 in Kraft getretenen neuen Regelungen des Fahrlehrergesetzes sind ebenso berücksichtigt wie die am 04.01.2018 in Kraft getretenen Änderungen in der Durchführungsverordnung zum Fahrlehrergesetz. Desgleichen sind die Hinweise zum Datenschutz seit der letzten Veröffentlichung des Buches grundlegend überarbeitet worden.

Aufgezeigt wird auch, wie Fahrschulunternehmer sich gegen Wettbewerbsverletzungen ihrer Konkurrenten wehren können und wie sie gegebenenfalls bei einer Abmahnung reagieren müssen.

1.2 Zur Benutzung dieser Publikation

Dieses Buch soll dem Fahrlehrer praxisnah zeigen, welche Werbemethoden und welche Werbeaussagen heute zulässig sind. Da nicht jede denkbare Form der Werbung oder jeder denkbare Slogan behandelt werden kann, sollen dem Fahrschulinhaber die zum Teil veränderten rechtlichen Grundlagen und der Hintergrund

wettbewerbsrechtlicher Regelungen, verständlich dargestellt, erläutert werden. Damit erhält dieser das Rüstzeug, die Zulässigkeit von Werbung für den täglichen Bedarf selbst beurteilen zu können. In Zweifelsfällen kann und sollte dann ein auf Wettbewerbsrecht spezialisierter Rechtsanwalt eingeschaltet werden. Auch die Wettbewerbszentrale, die allerdings nur ihre Mitglieder in rechtlicher Hinsicht beraten darf, die Industrie- und Handelskammern und die Fahrlehrerverbände können in vielen Fällen weiterhelfen.

Damit sich der Fahrlehrer trotz der Darstellung der rechtlichen Grundlagen schnell einen Überblick über bestimmte Werbeformen verschaffen und die Einführung als Nachschlagewerk genutzt werden kann, wurde der Inhalt wie folgt gestaltet:

STICH-
WORT

Fließtext: Im Fließtext werden die Grundsätze und wesentlichen Bestimmungen des Wettbewerbsrechts nach der UWG-Reform 2015 und der zum Teil geänderten Rechtsprechung erläutert. Dabei wird ein vertiefter Einblick in die einzelnen Werbeformen und die Erwägungen verschafft, die bei der Beurteilung ihrer Zulässigkeit anzustellen sind. Weiterhin enthält der Fließtext Hinweise auf mögliche Ausnahmen von den aufgestellten Grundsätzen. Wird auf das alte UWG Bezug genommen, wird dieses als UWG alte Fassung (UWG a. F.) bezeichnet. Auf Änderungen zu den Ausführungen der Voraufgabe wird in geeigneten Fällen hingewiesen.

Stichworte: Am Textrand finden Sie die in den Grundsätzen enthaltenen Stichworte wieder. Sie ermöglichen das schnelle Auffinden von Informationen in längeren Ausführungen.

STICH-
WORT

Beispiele: Am Ende eines jeweiligen Abschnitts

STICH-
WORT

finden sich einzelne Werbebeispiele im Text oder als Bild, die die Ausführungen im Fließtext illustrieren sollen. Damit der Leser auf den ersten Blick erkennen kann, ob eine Werbung zulässig oder unzulässig ist, sind die Beispiele in den Randbemerkungen mit ... (zulässige Werbung ✓) und ... (unzulässige Werbung ✗) gekennzeichnet.

Weiterhin wurde am Ende der Publikation ein ausführliches Stichwortverzeichnis aufgenommen, in dem fette Seitenzahlen verwendet werden, wenn sich das Stichwort in einer Überschrift, einem Grundsatz, einer Praxisprognose oder in den Randbemerkungen findet.

1.3 Vorstellung der Wettbewerbszentrale

Die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e. V., kurz Wettbewerbszentrale genannt, wurde am 13. Februar 1912 in Berlin als Verband von Gewerbetreibenden gegründet. Die Gründer waren Klavierbauer, die sich gegen unlautere Machenschaften bei der Bewerbung von Musikinstrumenten in Zeitungsanzeigen zur Wehr setzen wollten.

Heute verfügt die Wettbewerbszentrale über ca. 2.000 Mitglieder, darunter Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern im Bundesgebiet, ca. 400 Spitzenverbände der gewerblichen Wirtschaft wie z. B. der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK), der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) und ca. 1.200 Unternehmen aus allen Bereichen der gewerblichen Wirtschaft. Die Wettbewerbszentrale verfügt aber auch über eine erhebliche Zahl

von Mitgliedern aus dem Fahrschulbereich, so u. a. die Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände in Berlin sowie alle ihre Landesverbände. Die Wettbewerbszentrale ist bundesweit von ihrem Verwaltungssitz in Bad Homburg aus tätig und verfügt über fünf Büros im Bundesgebiet.

Die Juristen der Wettbewerbszentrale bearbeiten im Jahr ca. 11.000 Beschwerdefälle, wobei die Beschwerden im Bereich der Wettbewerbsverstöße von Fahrschulen vom Autor dieses Buches zentral bundesweit am Standort Bad Homburg bearbeitet werden.



Den Autor als zuständiges Mitglied der Geschäftsführung für den Bereich der Fahrschulen erreichen Sie wie folgt:

Wettbewerbszentrale

Rechtsanwalt (Syndikusrechtsanwalt)

Peter Breun-Goerke

Postfach 25 55

61295 Bad Homburg v.d.H.

Tel.: 06172 121518

Fax: 06172 84422

Mail: breun-goerke@wettbewerbszentrale.de

Ein weiterer, gerade im Zuge von Gesetzesänderungen besonders wichtiger Schwerpunkt ist die Beratung der Mitglieder in wettbewerbsrechtlichen Fragen.

1.4. Einführung in das Wettbewerbsrecht

Wettbewerb ist eine Grundlage unserer Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung. Die Erhaltung der wirtschaftlichen Freiheit aller Marktteilnehmer setzt voraus, dass im Wettbewerb bestimmte Mindestregeln eingehalten werden. Derartige „Spielregeln“ hatte der deutsche Gesetzgeber mit dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

(UWG) von 1909 geschaffen, um eine faire

Auseinandersetzung im Wettbewerb zu ermöglichen. Dieses Gesetz ist nach einer Änderung 2004 im Zuge der Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-Richtlinie, Richtlinie 2005/29/EG) am 30.12.2008 und nochmals am 10.12.2015 grundlegend neu gefasst worden. Ergänzt wird das UWG durch Nebengesetze wie z. B. die Preisangabenverordnung oder das Ladenschlussgesetz. Im Bereich des Wettbewerbs der Fahrlehrer untereinander werden diese allgemeinen Regeln weiter ergänzt durch das

STICH-
WORT

Fahrlehrergesetz (FahrIG), die Durchführungsverordnung zum Fahrlehrergesetz (DV-FahrIG), die Fahrschüler-Ausbildungsordnung (FahrschAusbO) und das Straßenverkehrsgesetz (StVG). Diese Spezialregelungen konkretisieren den Begriff der unlauteren Wettbewerbshandlungen im Sinne des § 3 UWG, der später noch erläutert wird.

Dabei hat der Gesetzgeber von Anfang an die Verantwortung für die Einhaltung dieser Regelungen den Marktteilnehmern übertragen: Nicht der Staat (anders z. B. in Frankreich) greift bei unlauteren Werbemethoden ein; vielmehr haben die Unternehmer und damit auch die Fahrlehrerschaft oder die von ihnen unterstützten Verbände auf zivilrechtlichem Wege die Unterlassung unlauterer Wettbewerbshandlungen durchzusetzen. Selbstkontrolle ist damit das vorrangige Prinzip des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb.

Das deutsche Wettbewerbsrecht unterliegt aber zunehmend auch dem Einfluss des Rechts der Europäischen Union.

STICH-
WORT

UGP-Richtlinie

Am 11.06.2005 ist die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken mit Veröffentlichung im Amtsblatt EG L 149/22 der EU in Kraft getreten und vom deutschen Gesetzgeber in den UWG-Reformen von 2008 und 2015 in deutsches Recht umgesetzt worden.

Zweck der Richtlinie ist es, ein reibungsloses Funktionieren des Binnenmarktes zu gewährleisten und zu einem hohen Verbraucherschutz beizutragen. Dabei geht es allerdings nur um

solche Geschäftspraktiken, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher beeinträchtigen. Die Rahmenrichtlinie gilt daher nur für Geschäfte, die Unternehmen mit Verbrauchern tätigen und nicht für Geschäfte, an denen ausschließlich Unternehmen beteiligt sind. Die Richtlinie bezweckt eine vollständige Rechtsangleichung des Lauterkeitsrechts der EU-Mitgliedstaaten in dem von ihr geregelten Bereich.

VRRL

STICH-
WORT

Auch das Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie (Richtlinie 2001/83/EU) und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung, welches am 13.06.2014 in Kraft getreten ist, hat sowohl für den Online-Handel aber auch für stationäre Anbieter und damit Fahrschulen einige Änderungen gebracht. An den relevanten Stellen finden sich in diesem Buch auch dazu weitere Hinweise.

Das Europäische Wettbewerbsrecht wird in den kommenden Jahren weiterhin die Rechtsentwicklung in Deutschland beeinflussen und muss daher auch immer beobachtet werden.