Ärger durch Abmahnungen vermeiden

Mit dem Konkurrenzdruck kommt auch der Wettbewerb mit zum Teil unlauteren Werbemethoden immer stärker zum Tragen. Vor diesem Hintergrund ist es für Makler wichtig zu wissen, welche Grundsätze und Grenzen sie bei der Werbung beachten müssen. Rechtsanwalt Klaus Eichhorn gibt einen Überblick.

Nicht jede Form der Werbung ist erlaubt. Bild: BilderBox.com

Allem voran ist der Makler verpflichtet, in seiner Werbung erkennen zu lassen, dass es sich um eine gewerbliche Veräußerung oder Vermietung handelt. Seine Angebote müssen sich darüber hinaus aber von der Werbung des gewerblichen Veräußerers unterscheiden, damit klar wird, dass für den Interessenten eine Maklerprovision entsteht. Begriffe wie Makler, Vermittler, Immobilien, Grundstücksverwertung, Immobilienbüro reichen aus.

Kennzeichnungspflicht

Bei der Vermittlung von Wohnraum ist gemäß § 6 des Gesetzes über die Regelung der Wohnungsvermittlung die Bezeichnung als Wohnungsvermittlung erforderlich, wofür die genannten Begriffe ebenfalls ausreichen. Unzulässig sind missverständliche Abkürzungen. Allein der Hinweis auf einen Berufsverband reicht nach der überwiegenden Rechtsprechung nicht aus. Unzulässig sind ferner Anzeigen nur mit einer Chiffreangabe oder einer Telefonnummer des Maklers, da hierdurch der Eindruck entsteht, dass es sich um ein privates Angebot handelt.

ANZEIGE

Eine Firma im rechtlichen Sinne dürfen nur Vollkaufleute betreiben (§§ 17, 18, 30 HGB). Andere Gewerbetreibende dürfen sich keinen kaufmännischen Namen, also keinen eigenen Namen für das Unternehmen, zulegen. Der Makler darf den Zusatz Immobilien somit nur als Hinweis auf seinen Geschäftsbetrieb nutzen, nicht aber den Eindruck eines vollkaufmännischen Immobilienunternehmens erwecken. Bestandteile von Namen (Hinweis auf Gesellschafts- und persönliche Verhältnisse, akademische Grade, Diplome, Auszeichnungen etc.) müssen die Rechtslage wiedergeben und wahrheitsgemäß sein. Verboten sind schließlich Angaben, die eine bestimmte örtliche Ausdehnung andeuten oder eine Alleinstellung behaupten, wie beispielsweise „der größte" und „das älteste Büro", wenn diese nicht zutreffend ist.

Die Angaben des Maklers zum Objekt müssen insgesamt wahr und zutreffend sein. Irreführend ist etwa der Hinweis auf einen käuflichen Erwerb, wenn tatsächlich einer Bauherrengemeinschaft beigetreten werden muss. Das Gleiche gilt für die Bezeichnung „zentral gelegen", wenn das Objekt erheblich vom Stadtkern entfernt ist, oder wenn der Hinweis fehlt, dass das beworbene Objekt noch nicht fertiggestellt bzw. nicht einmal begonnen wurde. Wohn- und Nutzflächen sind jeweils gesondert auszuweisen, da die Angaben sonst nicht mit denen von Konkurrenzobjekten verglichen werden können. Die Preisangaben müssen zutreffend und so aufgeschlüsselt sein, dass der mögliche Kunde sämtliche von ihm zu zahlenden Beträge erkennen kann.

Wirbt der Makler für eine kostenlose Tätigkeit, wonach die jeweils andere Seite Provision zu zahlen hat, erachtet die Rechtsprechung diese Werbung mit einem kostenlosen Nachweis für zulässig. Hierdurch werde nicht der irreführende Eindruck erweckt, dass der Makler kostenlos arbeite; die Angesprochenen gingen vielmehr davon aus, dass er die Vergütung von der jeweils anderen Seite oder einem Dritten erhalte. Allerdings wird dies in der Literatur auch anders gesehen. Der Verbraucher vermute bei Formulierungen „keine Maklerprovision" oder „provisionsfrei", dass die Maklertätigkeit unentgeltlich sei, heißt es dort. Da niemand ohne Entgelt arbeite, müsse der Käufer glauben, dass entweder der Verkäufer die Provision zahle und sich dies in der Preisbildung niederschlage. Aus diesem Grund enthalten die Wettbewerbsregeln der Maklerverbände entsprechende Verbote.

„Die Schadenersatzansprüche übersteigen eine Provision in der Regel bei weitem."

Klaus Eichhorn

BILD: EICHHORN

Vorsicht mit der Provision

Im Gegensatz dazu darf der Makler durch die Angabe „keine Käuferprovision" und „keine Vermieterprovision" darauf hinweisen, dass er von den geworbenen Interessenten keine Provision verlangen werde. Hierdurch wird nämlich keine unentgeltliche Tätigkeit vorgespiegelt, sondern nur klargestellt, wer die Provision zu zahlen hat. Aber Vorsicht: Arbeiten alle Makler in der Gegend nach diesem Prinzip, läge ein übliches Geschäftsverhalten vor. Verweist der Makler dennoch hierauf, wirbt er unzulässig mit einer Selbstverständlichkeit. Werben Makler mit niedrigen Provisionssätzen oder mit kostenlosen Nebenleistungen, ist dies irreführend, wenn dies von dem üblichen Bild abweicht bzw. die Leistungen mit der Provision abgegolten sind. Wird der Preis in der Werbung blickfangartig hervorgehoben, unterliegt dieser Teil einer selbstständigen Überprüfung auf seinen Wahrheitsgehalt.

Wirbt der Makler offen, wenn er also Objekt- und Verkäuferangaben in der Werbung so konkret darlegt, dass es jedem Interessenten möglich ist, mit dem Verkäufer Kontakt aufzunehmen, wird dies grundsätzlich als unzulässig angesehen. Der Interessent kann dann nämlich gegenüber anderen Maklern immer auf Vorkenntnis verweisen, selbst wenn diese doch noch eine ursächliche Maklertätigkeit erbringen. Andere Makler werden damit faktisch von der Vermarktung des Objekts ausgeschlossen.

Denn sie können – selbst bei grundsätzlich provisionspflichtiger Tätigkeit – nichts mehr verdienen und somit kein Interesse mehr an Vermietung oder Verkauf haben.

Telefonwerbung ist wettbewerbswidrig, weil der Angerufene dadurch in unzulässiger Weise beeinflusst wird. Gleiches gilt für die Werbung über andere Kommunikationsmittel wie Fernschreiber, Telex, Telefax, Teletext und BTX-Mitteilungsdienst. Im Internet kann der Makler problemlos werben, wenn das Netz lediglich als Präsentationsebene der eigenen Leistungsmöglichkeit genutzt wird. Spricht er darüber hinaus Interessenten unmittelbar per E-Mail an, handelt es sich wie bei anderen technischen Kommunikationsmitteln um unzulässige Werbung.

Stellt ein Makler zur Erlangung von Aufträgen hohe Belohnungen für Informanten oder Zuträger in Aussicht, verstößt er damit ebenfalls gegen das Wettbewerbsrecht. *(ba)*

Der Autor: *Rechtsanwalt Klaus Eichhorn von Kordt Rechtsanwälte, Essen, ist auf dem ganzen Gebiet des Immobilienrechts tätig. Zu seinen Bereichen gehört unter anderem das Maklerrecht (www.kordt-law.de).*

Was tun im Zweifelsfall?

1. Eigentlich selbstverständlich: Makler sollten ihre Angaben stets vollständig und zutreffend machen.
2. Für Verstöße können Wettbewerber, Betroffene und Verbraucherschutzvereine den Makler abmahnen und zunächst außergerichtlich, aber auch gerichtlich auf Unterlassung in Anspruch nehmen. Hieraus können sich Schadenersatzansprüche und Kosten von bis zu mehreren tausend Euro ergeben. Diese Kosten übersteigen eine mögliche Provision in der Regel bei weitem.
3. Wer ein Schreiben mit einer Abmahnung und Unterlassungsforderung erhält, sollte sich umgehend bei einem Verband oder einem Rechtsanwalt informieren und seine Reaktion abstimmen.
4. Wer trotz einer wahrheitsgetreuen Angabe auf Unterlassung in Anspruch genommen wird, sollte seine Angaben noch einmal vorsorglich prüfen, ob er etwas übersehen oder missverständlich formuliert hat. Im Zweifelsfall sollte auch dann Rat eingeholt werden.
5. Wer feststellt, dass ein Maklerkollege unzutreffende Angaben gemacht hat, kann ihn seinerseits abmahnen und zur Unterlassung auffordern. Auch hierbei kann natürlich ein Verband oder ein Anwalt helfen.

© Immobilien Zeitung, Quelle: Eichhorn