

Verkauft, Vermietet, Reserviert: Nicht verfügbare Immobilien auf Internetplattformen

Quelle: Mittelstand & Wettbewerb Newsletter - Ausgabe vom 13.09.2013

AGW - Arbeitsgemeinschaft Wettbewerb für den selbständigen gewerblichen Mittelstand e.V.

Nutzer von Immobilienplattformen wie immobilienscout24, immowelt oder immonet treffen gelegentlich auf Immobilienangebote, in denen mehr oder weniger deutlich darauf hingewiesen wird, dass das betreffende Objekt verkauft bzw. vermietet oder reserviert ist. Das Einstellen derartiger Angebote auf Internetplattformen oder vergleichbaren Internetseiten ist wettbewerbsrechtlich bedenklich.

Nutzer können hinsichtlich der Verfügbarkeit der vorgestellten Immobilie irreführt werden. Übersieht der Nutzer die Angabe „Verkauft“/„Vermietet“/„Reserviert“ und befasst sich näher mit dem Angebot, erwachsen dem Anbieter unter Umständen wettbewerbsliche Vorteile, bspw. indem der Nutzer Kontakt zum Anbieter aufnimmt, den dieser dann für seine geschäftlichen Zwecke nutzen kann.

Zur Vermeidung einer Irreführung ist es daher erforderlich, dass Nutzer, die das Exposé über die betreffende Immobilie in ihrem Internetbrowser aufrufen, auf den ersten Blick feststellen, dass die vorgestellte Immobilie verkauft bzw. vermietet oder reserviert, also tatsächlich nicht erhältlich ist. Diese Ansicht wird durch das Urteil des BGH vom 06.10.2011 (*I ZR 42/10*) gestützt. Gegenstand dieser Entscheidung ist das Einstellen eines Gebrauchtwagens mit einer hohen Laufleistung in eine Rubrik für Fahrzeuge mit erheblich geringerer Laufleistung auf einer Internetplattform für Kfz. Diese Einstellung in eine falsche Rubrik führt dazu, dass Verbraucher, die am Erwerb eines fast neuwertigen Fahrzeugs mit geringer Laufleistung interessiert sind, über die Suchmaske der Internetplattform auch auf das Angebot des Fahrzeugs mit der erheblich höheren Laufleistung treffen. Allerdings war der Überschrift dieses Angebots auf den ersten Blick die tatsächliche als „Gesamt-KM“ bezifferte hohe Laufleistung des Fahrzeugs zu entnehmen sowie die geringe ebenfalls bezifferte Laufleistung des eingebauten Austauschmotors. Der BGH stellt fest, dass die Laufleistung eines Pkw zu den wesentlichen Entscheidungsgesichtspunkten für einen am Kauf eines Gebrauchtwagens interessierten Verbraucher gehöre. Und weiter, dass in dem Angebot des Fahrzeugs in der unrichtigen Rubrik eine unwahre Angabe über dessen Laufleistung liege. Dennoch wertete der BGH die Werbung nicht als irreführend im Sinne des § 5 Abs. 1 UWG. Dies deshalb nicht, weil die wahren Angaben in der Überschrift eine relevante Irreführung des Verbrauchers verhindern würden. Allerdings nur dann, wenn der mit der Werbung Angesprochene sofort anhand der Textüberschrift erkenne, dass die Werbung in eine nicht dazu passende Rubrik eingestellt wurde.

Bei analoger Anwendung auf die vorliegende Fragestellung ergäbe sich, dass durch die Einstellung einer bereits verkauften, vermieteten oder reservierten Immobilie in eine Immobilienplattform, die dazu dient, Immobilien zum Kauf oder zur Vermietung anzubieten, zwar eine unwahre Angabe über die Erhältlichkeit der Immobilie liegt, eine relevante Irreführung aber nicht entstehen kann, wenn der mit dem Exposé konfrontierte Verbraucher sofort auf den ersten Blick die Nichterhältlichkeit der Immobilie feststellt.

Unbehagen erzeugt dennoch der Umstand, dass systemwidrig eine nicht erhältliche Immobilie in eine Internetplattform für den Verkauf oder die Vermietung von Immobilien eingestellt wird. Auch hierzu gibt das benannte BGH-Urteil einen Denkanstoß. Und zwar mit der Anmerkung, das Berufungsgericht habe nichts festgestellt zu der Frage, ob die Einstellung eines Gebrauchtwagens in eine günstigere Rubrik unter dem Gesichtspunkt einer unzumutbaren Belästigung (§ 7 UWG) der Internetnutzer wettbewerbsrechtlich unlauter ist, was die Klägerin auch nicht gerügt habe. § 7 Abs. 1 UWG untersagt geschäftliche Handlungen, durch die ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt wird und bestimmt, dass dies insbesondere für Werbung gilt, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht. Die unerwartete Konfrontation des Publikums mit Werbung über nicht erhältliche Immobilien auf einer Verkaufs- oder Vermietungsplattform könnte als nicht erwünschte Belästigung im Sinne des Gesetzes gewertet werden. Dem entgegen steht der Umstand, dass der Verbraucher durch eine Internetseite, die er im Browser selbst geöffnet hat, und die er unmittelbar

wieder schließen kann, kaum belästigt wird. Insbesondere dann nicht, wenn er auf den ersten Blick erkennt, dass es sich tatsächlich nicht um ein Verkaufs- bzw. Vermietungsangebot handelt. Zu einer unzumutbaren Belästigung könnte die Werbung mit einer nicht erhältlichen Immobilie jedoch spätestens dann werden, wenn der an einem Erwerb oder an einer Anmietung interessierte Verbraucher eine derartige Werbung per E-Mail erhält. Gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG ist Werbung per E-Mail nur zulässig, wenn eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten hierfür vorliegt.

Internetplattformen für Immobilien bieten Kauf- und Mietinteressenten in der Regel einen E-Mail-Service an, der beinhaltet, dass diese vom Plattformveranstalter E-Mails erhalten, welche über den Suchkriterien des Interessenten entsprechende auf die Plattform eingestellte Immobilien informieren. Erhalten Kauf- oder Mietinteressenten auf diesem Wege eine E-Mail über eine nicht verkäufliche bzw. nicht zur Vermietung stehende Immobilie, kann diese als unzulässige belästigende Werbe-E-Mail gelten, für die die erforderliche ausdrückliche Zustimmung des Empfängers nicht vorliegt. Auch wenn der Plattform-Veranstalter als Versender der E-Mail der handelnde Unternehmer ist, könnte der mit der E-Mail werbende Immobilienanbieter auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wenn er den E-Mail-Service des Plattform-Betreibers für seine Zwecke arbeiten lässt.

Aus den genannten Gründen ist also davon abzuraten, auf Internetseiten, die dem Verkauf oder der Vermietung von Immobilien dienen, Immobilienangebote mit dem Vermerk "Verkauft" bzw. "Vermietet" einzustellen.

Zu ähnlichen Ergebnissen gelangt man hinsichtlich der Verwendung der Angabe "reserviert" bei auf Internetplattformen eingestellten Immobilien. Zunächst ist auf die vertragsrechtliche Problematik von Reservierungsvereinbarung bei Immobilienverträgen hinzuweisen. In Formularverträgen sind derartige Vereinbarungen in der Regel unwirksam. Ggf. muss auch eine Reservierungsvereinbarung notariell beurkundet werden. Hinzu kommt, dass grundsätzlich nicht der Immobilienmakler sondern der Eigentümer über seine Immobilie verfügt, eine Reservierungsvereinbarung zwischen Makler und Kaufwilligem den Eigentümer also nicht ohne weiteres bindet. Die vertragsrechtliche Problematik von Reservierungsvereinbarungen ist für die hier behandelte Fragestellung von untergeordneter Bedeutung. Allerdings ist zu bedenken, dass die objektive Unwirksamkeit einer Reservierungsvereinbarung die Angabe "Reserviert" in einem Immobilienangebot zur unwahren Angabe werden lässt.

Dem angesprochenen Publikum wird durch die Angabe "Reserviert" mitgeteilt, die betreffende Immobilie sei derzeit nicht erhältlich bei ungewisser Erhältlichkeit in der Zukunft. Spätestens mit der Versendung eines Exposé über eine reservierte Immobilie seitens des E-Mail-Service der Internetplattform an Kauf- bzw. Mietinteressenten könnte § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG zuwider gehandelt werden, da eine ausdrückliche Erlaubnis der Adressaten für den Erhalt einer Werbung mit nicht erhältlichen Immobilien nicht vorliegt (s.o.). Zur Vermeidung einer Irreführung des angesprochenen Publikums muss zumindest auch hier sofort auf den ersten Blick zu erkennen sein, dass die im Exposé behandelte Immobilie reserviert ist.

Immobilienanbieter sollten sich vor Augen führen, dass der Zweck und die Funktion der Immobilienportale darin besteht, dem angesprochenen Publikum Kauf- und Mietangebote zu präsentieren. Das Einstellen nicht erhältlicher Immobilien ist somit systemwidrig und im übrigen wettbewerbsrechtlich zumindest bedenklich. Anbieter, die Immobilienangebote mit der Angabe „verkauft“ auf Immobilienplattformen veröffentlichten, wurden mit Bezug auf § 7 UWG (unzumutbare Belästigung) wettbewerbsrechtlich abgemahnt (s. *Beitrag Rudolf Koch, "Die Tücken von Preisangaben und andere Abmahnfallen" in "Immo Professional", Ausgabe 2/2013, S. 34*).