

FAHRERINFORMATION

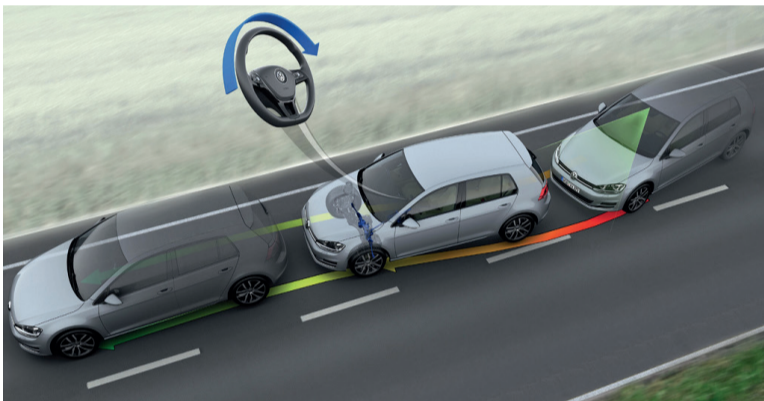
Der Spurhalteassistent - „Lane Assist“

Gerade auf längeren Strecken mit eintönigen Fahrsituationen lässt die Konzentration beim Fahrer häufig nach. Da verwundert es nicht, dass zahlreiche Unfälle mit Verletzten durch das Abkommen von der Fahrbahn verursacht werden. Der Spurhalteassistent „Lane Assist“ kann dazu beitragen, derartige Unfälle zu vermeiden und das Fahrzeug in der Spur zu halten.

Der Spurhalteassistent „Lane Assist“ wird über die Multifunktionsanzeige aktiviert. Sofern der Fahrer das System nicht wieder ausschaltet, ist der „Lane Assist“ fortan ab einer Geschwindigkeit von 65 km/h aktiv. Über ein Kameramodul im Bereich des Innenspiegels werden die Fahrbahnmarkierungen erfasst und die Position des Fahrzeugs ausgewertet.

Je nach Fahrzeugmodell unterstützt das System den Fahrer durch einen korrigierenden Lenkeingriff oder mit einem Vibrieren des Lenkrads und einer akustischen Warnung vor dem Verlassen der Fahrbahn. Ist der „Lane Assist“ aktiviert, leuchtet ein gelbes Kontrollsymbol in Form einer Fahrbahn auf. Sobald die Kamera entsprechende Fahrbahnmarkierungen geortet hat, wechselt dieses Symbol zu grün. Jetzt ist das System voll aktiv. Das System reagiert nicht, wenn der Fahrer vor dem Überfahren einer Fahrbahnmarkierung den Blinker setzt. Im Passat und Touareg arbeitet „Lane Assist“ auch dann, wenn nur eine Fahrbahnmarkierung vorhanden ist, im Passat CC arbeitet „Lane Assist“ nur bei zwei Fahrbahnmarkierungen.

(Quelle: Volkswagen AG)



Der neue Volkswagen Golf Spurhalteassistent Lane Assist

Quelle: Volkswagen AG

Weiterbildung für Fortgeschrittene: Jetzt bereit für Runde 2



**Starker Aufwärtshaken
durch sicheres Wissen**



**Sicherer K.O.-Sieg
durch fundierte Kenntnis**



RECHT AKTUELL

Autor:
Rechtsanwalt Peter Breun-Goerke,
Wettbewerbszentrale Bad Homburg

Über den Fluch und Segen von Gutscheinerwerbungen – Ein Sortiment von Fallstricken, in dem man sich verheddern kann

Nach der Europäisierung des Wettbewerbsrechts und der Abschaffung von Rabattgesetz und Zugabeverordnung im Kalenderjahr 2001 erfreuen sich Gutscheine und Coupons jeglicher Art bei Unternehmen und Kunden großer Beliebtheit. Auch im Bereich von Fahrschulen wird dieses Marketinginstrument gerne benutzt, um neue Kunden anzuziehen. Dabei sind dieser neuen Freiheit für Unternehmer bei der Wahl ihrer Werbung aber Grenzen gesetzt, die je nach Erscheinungsform sehr unterschiedlich ausgestaltet sind.

Der klassische in einer Zeitungsanzeige oder im Internet abgebildete Gutschein gewährt den Kunden das Recht, gegen Vorlage einen Preisnachlass entweder in Form einer prozentualen Reduzierung oder in Form eines konkret in Euro genannten Betrages zu erhalten. Solche Gutscheine sind wettbewerbsrechtlich grundsätzlich zulässig, sie unterliegen auch nicht dem § 19 des Fahrerergesetzes mit der Folge, dass weitere Preisangaben im Rahmen der Gutscheinwerbung nicht erforderlich sind. Seit 2009 steht die Rechtsprechung auf dem Standpunkt, dass es sich um eine Werbung mit einem Preisnachlass handelt, die dem § 19 Fahrerergesetz nicht unterliegt. Die Angabe des Preisnachlasses reicht also aus. Unabhängig davon müssen beim Gutschein aber alle Bedingungen, die die ausgebende Fahrschule an seine Einlösung stellt, entweder auf dem Gutschein selbst oder aber in der Werbung genannt werden. Regelmäßig wird die Fahrschule den im Gutschein genannten Betrag nicht in bar auszahlen, ebenfalls wird in der Regel nur ein Gutschein pro Fahrschüler akzeptiert, der Gutschein soll nur bei Ausbildung in bestimmten Fahrerlaubnisklassen angerechnet werden und ist bis zu einem bestimmten konkreten Datum der Fahrschule vorzulegen. All diese Bedingungen müssen in der Werbung für die Gutscheinaktion offengelegt werden. Sollte dies nicht der Fall sein, fehlt eine wesentliche Information mit der Folge, dass hier ein abmahnfähiger Wettbewerbsverstoß vorliegt.

Von diesen, für den Verbraucher kostenlosen Gutscheinen, die das Recht auf einen Preisnachlass dokumentieren, müssen solche Gutscheine unterschieden werden, die der Verbraucher erwirbt, um eine bestimmte Leistung günstiger zu erhalten. Klassische Beispiele sind derartige Gutscheinangebote auf Plattformen wie Groupon, Dailydeal oder ähnlichen Anbietern. Unabhängig von den Fra-

gen des wirtschaftlichen Nutzens derartiger Gutscheine, mit denen die Leistungen einer Fahrschule zu einem Bruchteil der kalkulierten Kosten angeboten werden, werfen insbesondere die Darstellung der Preise, aber auch die Gültigkeit der Gutscheine in der Praxis immer wieder Probleme auf. Hier ist die Besonderheit, dass der potenzielle Fahrschüler den Gutschein, der das Recht auf vergünstigte Leistungen verbrieft, zunächst erwerben muss. Für diese Form der Gutscheinwerbung gelten insoweit auch spezielle Regeln. So kann die Einlösung eines solchen Gutscheins z. B. nicht kürzer befristet werden als die gesetzliche Gewähr-



Peter Breun-Goerke, Rechtsanwalt seit 1989, Autor des Werkes „Wettbewerbsrecht für Fahrer“, Dozent zahlreicher Weiterbildungen nach § 33 Fahrerergesetz. Seit 1993 Mitglied d. Geschäftsführung der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V. in Bad Homburg – Schwerpunkt u. a. Fahrerrecht.

leistung von 3 Jahren. Der Versuch, die Einlösung des Gutscheins wie auch immer auf einen kürzeren Zeitraum als 3 Jahre zu begrenzen, ist unzulässig. Ebenso müssen natürlich im Rahmen des Gutscheins auch alle Bedingungen, die an die Einlösung des Gutscheins gestellt werden, transparent genannt werden. Derartige Gutscheine verbiefen in der Regel nur das Recht, bestimmte Teile der Führerscheinausbildung wie z. B. die besonderen Ausbildungsfahrten, die Entgelte für die Vorstellung zur Prüfung oder auch den Grundbetrag zu besonders vergünstigten Konditionen abzugelten. Der Gutschein beinhaltet also nicht die kompletten Kosten einer Führerscheinausbildung, sondern nur deren Teile. Von daher ist es auch unzulässig und irreführend, in der Überschrift des Angebotes den Eindruck zu erwecken, als handele es sich bei dem Gutscheinbetrag um die Gesamtkosten der Ausbildung. Wird also im Blickfang mit Begriffen wie „Führerscheinausbildung“ oder „Führerschein für 800 €“ der Eindruck erweckt, der Gutschein gelte alle für die Durchführung der Ausbildung erforderlichen Kosten ab, so ist die Überschrift irreführend. In der Regel werden in der weiteren Werbung die mit dem Gutschein abgegoltenen kostenpflichtigen Teile der Ausbildung unter Angabe des ursprünglichen Preises und des vergünstigten Preises genannt. Damit unterliegt die Werbung aber in jedem Fall § 19 Fahrerergesetz mit der Folge, dass alle Angaben zu den Kosten

der Ausbildung gemäß § 19 Fahrerergesetz vollständig gemacht werden müssen. Neben dem Grundbetrag müssen also alle Vorstellungsentgelte sowie das Entgelt für die Fahrstunde zu 45 Minuten und das Entgelt für die besonderen Ausbildungsfahrten zu 45 Minuten in der Werbung genannt werden. Ebenso muss in der Werbung offengelegt werden, was z. B. besondere Ausbildungsfahrten kosten sollen, wenn die im Gutschein verbrieften Fahrstunden abgegolten sind. Dabei wird übersehen, dass es neben den Pflichtfahrten erforderlich sein kann, weitere besondere Ausbildungsfahrten zu absolvieren, so dass deren Preis ebenso anzugeben ist wie das Entgelt für die Fahrstunde zu 45 Minuten, die vom Gutschein nicht abgedeckt ist. So ist mit Urteil des Landgerichts Braunschweig (LG Braunschweig, Urteil vom 08.11.2012, Az. 22 O 211/12) einer Fahrschule die weitere Werbung mit Gutscheinen auf der Gutscheinplattform Groupon untersagt worden. Das Gericht folgte dabei der Argumentation, dass sowohl das Fehlen der gesetzlich vorgeschriebenen Preisangaben als auch das Fehlen von Informationen über weitere Ausbildungskosten nach Aufbrauchen des erworbenen Gutscheins einen Wettbewerbsverstoß darstellt. Ebenso wurde der Fahrschule die Befristung des Gutscheins auf die Dauer von 24 Monaten als unzulässige Verkürzung der Verjährungsfristen untersagt. Ebenso hat das Landgericht Frankfurt (Urteil vom 21.09.2011, Az 3-08 O 101/11) in der Gutscheinwerbung einen Verstoß gegen § 19 Fahrerergesetz gesehen und darauf hingewiesen, dass auch die Möglichkeit der Errechnung der entsprechenden Preise aus den auf dem Gutschein aufgedruckten Angaben nicht den Anforderungen des § 19 Fahrerergesetz entspricht. Vor Teilnahme an einem solchen Gutscheinsystem sollte daher eine Fahrschule in jedem Fall kompetenten Rechtsrat einholen. Dass Gutscheinwerbung auch in anderer Weise für Ärger sorgen kann, zeigt ein Beispiel aus Norddeutschland. Dort hatten sich Fahrer über die Werbeaktion eines Kollegen geärgert, der Konfirmanden Gutscheine zur Einlösung in seiner Fahrschule geschickt hatte. Wettbewerbsrechtlich war gegen die Gutscheinwerbung nichts einzuwenden. Gleichwohl ärgerten sich die Kollegen über die Werbeaktion der Fahrschule. Sie schalteten deshalb in der Tagespresse eine Annonce, mit der sie ankündigten, die Gutscheine des Kollegen auch in ihrer Fahrschule einlösen zu wollen. Dies stellt nach der Rechtsprechung eine unbillige Behinderung des Mitbewerbers dar. Denn dessen mit Kostenaufwand betriebene Werbung wird zunichte gemacht, wenn seine Gutscheine aus dem Markt gezogen werden. Dementsprechend haben die Gerichte derartige „Gegenmaßnahmen“ als unzulässig angesehen und auch im konkreten Fall die Fahrschulen zur Unterlassung verurteilt.