

## **BMW gibt Unterlassungserklärung wegen Bremsen-Werbung ab GVA erringt Erfolg für den freien Kfz-Service-Markt**

**Ratingen, 16. Dezember 2002.** Seit Jahren kämpft der GVA gegen die aggressive Originalteile-Strategie, derer sich einige Fahrzeughersteller bedienen. Gerade deutsche Fahrzeughersteller greifen nur allzu oft Produkte des freien Kfz-Service-Marktes an und verunglimpfen sie pauschal. Dabei setzt man nicht so sehr auf die Qualität der eigenen Produkte, sondern diskriminiert vor allem den freien Markt. Ziel ist es, den Verbraucher zu verunsichern, ihm sogar zu verängstigen und damit davon abzuhalten, das eigene Fahrzeug in die freie Werkstatt zu geben.

Jüngstes Beispiel für diese unzulässige Form der Werbung ist eine dreiste Kampagne von BMW. Mit großformatigen Anzeigen – u.a. in Spiegel, Bild am Sonntag, PC Welt und Capital – versuchte BMW, Autofahrern gezielt zu suggerieren, Bremsbeläge aus dem freien Handel wären ausnahmslos schlechter als Bremsbeläge und -scheiben vom Original BMW Service. So warb BMW mit folgender Aussage:

*„Einer von beiden war nicht beim Original BMW Service.*

*Welcher, merken Sie beim Bremsen.“*

Im Bild sind dabei zwei BMW zu sehen: Der eine bricht aus dem Bild seitwärts aus, der andere steht etwas im Hintergrund und ist komplett im Bild. Natürlich „übersetzt“ jeder Leser das Bild gleich dahingehend, dass ein BMW, dessen Bremsen der Original BMW Service gewartet bzw. repariert hat, früher zum Stehen kommt. Umgekehrt kommt der nicht in der BMW-Vertragswerkstatt gewartete BMW nicht rechtzeitig zum Stehen und fährt aus dem Bild.

Mit dem Erscheinen dieser Anzeige ist der GVA gegen diese Angst-Kampagne von BMW vorgegangen. Nachdem BMW zunächst nicht bereit war, die vom GVA geforderte Unterlassungserklärung abzugeben und nur einer eingeschränkten Fassung zustimmen wollte, half die Androhung des GVA, ggf. eine Einstweilige Verfügung zu beantragen, in München weiter. Mit Datum vom 26. November 2002 hat die BMW AG die vom GVA geforderte Unterlassungserklärung abgegeben. Konkret verpflichtet sich der süddeutsche Kfz-Hersteller, nicht mehr zu behaupten,

*„dass die Bremsleistung von BMW Fahrzeugen beim Einbau von anderen als Original BMW Bremsscheiben oder anderen als Original BMW Bremsbelägen stets und ausnahmslos schlechter ist als beim Einbau von Original BMW Bremsscheiben oder Original BMW Bremsbelägen“* sowie

*„nur Original BMW Bremsscheiben und -beläge entsprechen höchsten Anforderungen und seien extrem hitzebeständig und formstabil“.*

Bei jedem einzelnen Verstoß gegen die Unterlassungserklärung durch BMW wird künftig eine Vertragsstrafe in Höhe von € 10.000,00 fällig.

Wie schon im Fall der diesjährigen gerichtlichen Auseinandersetzung mit VW über eine Internet-Werbung der Wolfsburger zum Thema „Bremsbeläge“ muss der Autofahrer auch zum schweren BMW-Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht Folgendes wissen:

BMW stellt selbst keine Bremsbeläge und Bremsscheiben her. Alle Teile werden von namhaften Zulieferern bezogen. Diese Zulieferer beliefern den freien Kfz-Teilehandel mit identischen Produkten im Vergleich zur Erstausrüstung. In der neuen Kfz-GVO vom 1. Oktober 2002 (Nr. 1400/2002) werden diese Teile unabhängig vom Vertriebsweg (freier Teilehandel oder Automobilindustrie) als Original-Ersatzteile bezeichnet. Außerdem schreibt eine ECE-Regelung exakt vor, welche Qualitäten für Bremsbeläge im Nachrüstgeschäft zu gelten haben und in welchen Verpackungen diese verkauft werden müssen.

Der Vorsitzende des GVA Hartmut Röhl, selbst freier Händler von Kfz-Ersatzteilen, äußerte sich zur jüngsten unzulässigen BMW-Werbekampagne wie folgt: „Die Aussagen vom BMW in der abgemahnten Werbung zeichnen in keinsten Weise ein Bild der Wirklichkeit. Sie setzen stattdessen darauf, beim Verbraucher Angst vor Wettbewerbsprodukten zu erzeugen und bauen dafür eine Scheinwelt auf, in der nur der Original BMW Service für BMW-Fahrzeuge sichere Produkte führt. Dies ist der Kern der Originalteile-Strategie, die weniger darauf setzt, den Autofahrer durch die Qualität der eigenen Produkte und des eigenen Services zu überzeugen, sondern die pauschal andere Anbieter und andere Produkte diskriminiert. Nur allzu oft werden dazu die erheblichen Mittel der Werbebudgets der Automobilindustrie mobilisiert. Der GVA fordert die Automobilhersteller auf, das Terrain des fairen Wettbewerbs und Miteinanders nicht zu verlassen und gegenüber dem Autofahrer vor allem mit objektiven Aussagen zu der eigenen Leistungsfähigkeit, die niemand im freien Markt in Abrede stellt, zu werben.“

### **Bremsbeläge: Bestimmt BMW, wann die Betriebserlaubnis erlischt?**

Gerade BMW setzte in der Vergangenheit bereits öfter auf unzulässige Mittel. Bemerkenswert: Schon in 1998 war BMW beim Thema „Bremse“ erst nach ergangener Einstweiligen Verfügung des LG Bonn bereit, die unzulässige Formulierung zu ändern, die sich in Betriebsanleitungen des Münchener Autokonzerns fand. BMW hatte damals den Autofahrer ebenfalls in erheblicher Weise fehl informiert und dabei vor folgender Behauptung nicht zurückgeschreckt:

*„Nur von BMW freigegebene Bremsbeläge verwenden, sonst erlischt die Betriebserlaubnis.“*

An diesen Beispielen zeigt sich, wie wichtig die engagierte Interessenvertretung für freie Werkstätten und freie Teilehändler ist, damit diese nicht alleine den marktmächtigen Kfz-Herstellern gegenüberstehen, die bisweilen sogar für sich reklamieren, zu definieren, unter welchen Bedingungen die ABE eines Autos erlischt, was rechtlich natürlich absolut nicht zutrifft.

### **Erhalt der Reparaturalternative für den Autofahrer!**

Würde die Strategie von BMW aufgehen und gelänge es dem Münchener Konzern in letzter Konsequenz das Vertrauen der Autofahrer in freie Werkstätten zu erschüttern, dann verliert der Autofahrer in der Folge auch seine Reparaturfreiheit. Heute kann er sich für einen Reparaturort seiner Wahl entscheiden. Dies kann die BMW-Vertragswerkstatt sein, aber ebenso gut kann die Werkstatt seines Vertrauens ein freier Reparaturbetrieb oder die Meisterwerkstatt einer anderen Fahrzeugmarke sein. Erst der Wettbewerb auf dem Reparaturmarkt zwischen den verschiedenen Werkstatssystemen führt dazu, dass der Preis und die Qualität einer Leistung oder einer Ware einer Überprüfung unterliegen. Gelingt es einem Fahrzeughersteller z.B. den Markt für Reparaturen an der Bremse zu monopolisieren, dann muss der Halter eines Fahrzeugs der entsprechenden Marke auch grundsätzlich den Monopolpreis des jeweiligen Herstellers bezahlen.

Im Sinne der Interessenvertretung seiner Mitglieder und der freien Kfz-Werkstätten wird der GVA auch künftig gegen derart dreiste Formen der Werbung vorgehen.

### **Bildmaterial vorhanden.**

Der Gesamtverband Autoteile-Handel e.V. ist der Branchenverband und politische Interessenvertreter des freien Kfz-Teile-Großhandels in Deutschland. Darüber hinaus spricht er auch für die rund 3000 Einzelhändler von Kfz-Ersatzteilen. Im GVA sind rund 200 Handelsunternehmen mit über tausend Betriebsstellen und etwa 130 Kfz-Teilehersteller organisiert. Der Markt für Ersatz- und Verschleißteile hat in Deutschland ein Volumen von rund 16 Mrd. Euro, der freie Kfz-Service-Markt hat daran einen Anteil von circa 45%. Die im GVA organisierten Handelsunternehmen repräsentieren rund 80 % des Umsatzes dieser rein mittelständisch strukturierten Branche. Schwerpunkte der Verbandsarbeit sind der Ausbau des freien Kfz-Service-Marktes als echte Reparaturalternative für den Verbraucher sowie die Wahrung der Chancengleichheit gegenüber der Automobilindustrie im Ersatzteile-Handel.

**Pressekontakt: Thomas Kobudzinski**