

Mit Sachverstand werben – Rechtsgrundlagen, Rechtsprechung und Praxishinweise für Sachverständige

Hrsg.: Institut für Sachverständigenwesen e. V., Hohenstaufenring 48-54, 50674 Köln

Autoren: Rechtsanwältin Katharina Bleutge, Rechtsanwalt Dr. Peter Bleutge, Rechtsanwältin Hildegard Reppelmund

ISBN: 978-3-928-528-17-7, 4. Auflage 2021, 128 Seiten, Preis: € 26,00

Werbung von Sachverständigen – seriös, neutral, informativ

Werbung macht aufmerksam, informiert und stellt besondere Qualifikationen heraus. Daher sollten auch Sachverständige für ihr Portfolio werben, insbesondere, da ihre Berufsinhalte und Dienstleistungen auf der Nachfrageseite nicht immer bekannt sind. Dies erstaunt umso mehr, als dass das vielleicht wichtigste angebotene Produkt, das Gutachten, in Gerichtsverfahren oft streitentscheidende Bedeutung hat und im außergerichtlichen Bereich, insbesondere in Politik, Wirtschaft und beim Verbraucher zunehmend nachgefragt wird. Sachverständige unterliegen keinem Berufsgesetz, lediglich für öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige finden sich Vorgaben zur Werbung in den Sachverständigenordnungen, die in dieser Broschüre berücksichtigt werden.

Trotz fehlendem Berufsgesetz unterliegen auch Sachverständige den Vorgaben des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Um Sachverständigen eine Hilfestellung für Werbeaktionen der unterschiedlichsten Art zu geben und sie mit den komplexen Problemen zulässiger und unlauterer Werbung vertraut zu machen, gibt das IfS seit vielen Jahren die erfolgreiche Broschüre „Mit Sachverstand werben“, heraus – nunmehr bereits in der 4. Auflage. Diese ist aufgrund des neuen UWGs, der aktuellen Rechtsprechung, einschlägiger Fachliteratur und neuen gesetzlichen Vorgaben (DSGVO) auf den neuesten Stand gebracht worden.

Die mit dem Werbe- und Sachverständigenrecht vertrauten Autorinnen/Autor zeigen darin sowohl die einschlägigen Informationspflichten als auch die gesetzlichen Grundlagen der unlauteren, aber auch zulässigen Werbung auf. Zusätzlich wird die dazu ergangene Rechtsprechung zitiert. Schwerpunkte liegen bei der Darstellung der Gerichtsentscheidungen zur erlaubten sachlichen Informationswerbung und zur unzulässigen irreführenden Werbung. Die gesamte Breite der Gesetzgebung und Rechtsprechung muss Seminaren, Kommentaren und Fachbüchern vorbehalten bleiben. Ein Literaturverzeichnis gibt hierzu wichtige Informationen. Außerdem enthält die Broschüre „Tipps zum bekannt werden“, die Sachverständigen eine Palette von Möglichkeiten aufzeigt, wie, wo und mit welchen Inhalten sie ihre Werbemaßnahmen anbringen können. Und schließlich enthält die Broschüre Auszüge aus den wichtigsten in Betracht kommenden Gesetzen.

Die Broschüre erhebt nicht den Anspruch, ein vollständiges Kompendium des Wettbewerbsrechts für Sachverständige zu bieten. Vielmehr sollen sie eine Übersicht über zulässige und unzulässige Werbung erhalten, um ein Gefühl für erfolgreiche und zulässige Eigenwerbung zu bekommen. Das Autorenteam orientiert sich an Rechtsprechungsbeispielen aus der Praxis und zeigt mit eigenen Bewertungen und Vorschlägen Wege zur sachlichen Informationswerbung auf. Ziel dieses Leitfadens ist es, Sachverständigen das Rüstzeug zu geben, sowohl die eigene Werbung rechtlich abzusichern als auch auf Abmahnungen durch Wettbewerber und Abmahnvereine richtig zu reagieren.