

**PAngV § 1
Grundvorschriften**

(1) Wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren oder Leistungen anbietet oder als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, hat die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (Endpreise).

Soweit es der allgemeinen Verkehrsauffassung entspricht, sind auch die Verkaufs- oder Leistungseinheit und die Gütebezeichnung anzugeben, auf die sich die Preise beziehen.

Auf die Bereitschaft, über den angegebenen Preis zu verhandeln, kann hingewiesen werden, soweit es der allgemeinen Verkehrsauffassung entspricht und Rechtsvorschriften nicht entgegenstehen.

(2) Wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren oder Leistungen zum Abschluss eines Fernabsatzvertrages anbietet, hat zusätzlich zu Absatz 1 und § 2 Abs. 2 anzugeben,

1. dass die für Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten und
...

(3) Bei Leistungen können, soweit es üblich ist, abweichend von Absatz 1 Satz 1 Stundensätze, Kilometersätze und andere Verrechnungssätze angegeben werden, die alle Leistungselemente einschließlich der anteiligen Umsatzsteuer enthalten. ...

TMG § 5 Allgemeine Informationspflichten

(1) Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:

1. den Namen und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, den Vertretungsberechtigten und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen,

2. Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post,

3. soweit der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde,

4. das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,

5. soweit der Dienst in Ausübung eines Berufs im Sinne von Artikel 1 Buchstabe d der Richtlinie 89/48/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 über eine allgemeine Regelung zur Anerkennung der Hochschuldiplome, die eine mindestens dreijährige Berufsausbildung abschließen (ABl. EG Nr. L 19 S. 16), oder im Sinne von Artikel 1 Buchstabe f der Richtlinie 92/51/ EWG des Rates vom 18. Juni 1992 über eine zweite allgemeine Regelung zur Anerkennung beruflicher Befähigungsnachweise in Ergänzung zur Richtlinie 89/48/EWG (ABl. EG Nr. L 209 S. 25, 1995 Nr. L 17 S. 20), zuletzt geändert durch die Richtlinie 97/38/ EG der Kommission vom 20. Juni 1997 (ABl. EG Nr. L 184 S. 31), angeboten oder erbracht wird, Angaben über

a) die Kammer, welcher die Diensteanbieter angehören,

b) die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,

c) die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und dazu, wie diese zugänglich sind,

6. in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung besitzen, die Angabe dieser Nummer,

7. bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Gesellschaften mit beschränkter Haftung, die sich in Abwicklung oder Liquidation befinden, die Angabe hierüber.

(2) Weitergehende Informationspflichten nach anderen Rechtsvorschriften bleiben unberührt.

Wie man eine Anzeige aufgeben sollte

Schriftliches Manuskript statt telefonischem Auftrag!

Ein schriftliches Manuskript kann und sollte anhand der Aufstellung „Immobilienwerbung Richtig / Falsch“ auf wettbewerbsrechtliche Fehler überprüft werden.

Dabei kann man den eigenen Text auch auf Werbewirksamkeit und richtige Angaben überprüfen. Der Berufsverband und die IHK geben telefonische Auskunft über die Zulässigkeit einer Werbemaßnahme.

Das fertige Manuskript möglichst per Fax, Brief oder Bote an die Zeitung übermitteln. Fax und Bote haben den Vorteil der Beweisbarkeit des Zuganges eines Manuskriptes.

Telefonisch aufgegebenen Anzeigen werden häufig durch Hörfehler und Abkürzungen im Text verändert und damit schnell wettbewerbswidrig. Vermeiden Sie diese Fehlerquelle!

Was man bei einem Druckfehler der Zeitung machen sollte

Sofort bei Erscheinen die Anzeige auf Druckfehler prüfen!

Liegt ein Druckfehler vor, umgehend bei der Zeitung **schriftlich** reklamieren. Lassen Sie sich die Reklamation schriftlich bestätigen (zumindest wenn eine Abmahnung kommt).

Fordern Sie von der Zeitung aber nichts Unmögliches. Weisen Sie für die Zukunft die Zeitung

schriftlich darauf hin, dass der wettbewerbswidrige Text nicht mehr verwendet werden darf.

Sie brauchen derartige Schreiben eventuell bei einer weiteren Abmahnung. Sie können damit nachweisen, dass alles von Ihrer Seite getan worden ist um richtig zu werben.

Sofort richtig reagieren bei einer Abmahnung!

1. Bei einem Druckfehler

Sollte eine Abmahnung auf eine – durch einen Druckfehler – wettbewerbswidrige Anzeige kommen, schreiben Sie bitte **sofort** den Abmahner an. Fügen Sie eine Kopie des Anzeigenmanuskriptes, die Reklamation bei der Zeitung und – soweit vorhanden – eine entsprechende Bestätigung der Zeitung bei. Haben Sie noch keine Bestätigung der Zeitung für einen Druckfehler, besorgen Sie sich umgehend eine entsprechende Bestätigung der Zeitung.

Schreiben Sie die Zeitung an unter Beifügung einer Kopie der Abmahnung und weisen Sie die Zeitung darauf hin, dass dieser Anzeigentext keinesfalls mehr erscheinen darf. Dies ist wichtig, falls noch einmal die wettbewerbswidrige Anzeige erscheinen sollte. Sie müssen dem Abmahner nachweisen können, dass Sie alles getan haben, um eine erneute wettbewerbswidrige Werbung zu verhindern.

2. Bei einem tatsächlichen Fehler

Ruhe bewahren und sofort den Berufsverband und die IHK informieren, dann bleibt ausreichend Zeit, richtig zu reagieren. Die vorgegebenen Fristen beachten, möglichst einige Tage Verlängerung beim Abmahner erbitten. Es sollte nie die vom Abmahner vorgelegte Unterlassungserklärung einfach unterschrieben werden, beim Verband oder der IHK gibt es bessere und vorteilhaftere Texte. Die beanstandete Werbung oder das beanstandete Verhalten sollte sicherheitshalber sofort eingestellt werden.

Die Rechtsberater des Verbandes können Ihnen bei Zweifelsfragen dazu ergänzende Auskünfte geben. Überprüfen, ergänzen bzw. korrigieren Sie Ihre Angaben und Daten. Bieten Sie den Abmahnern keine Angriffsfläche!

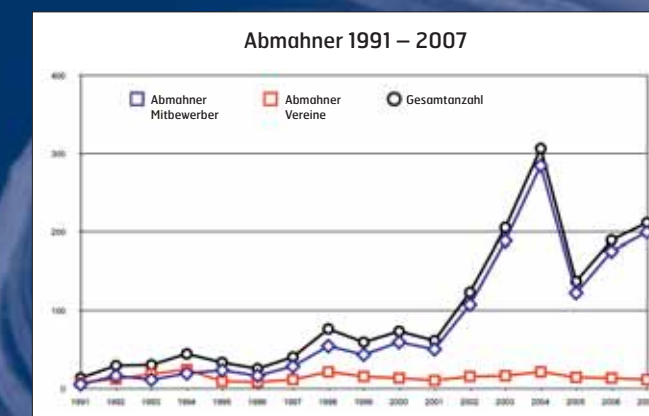
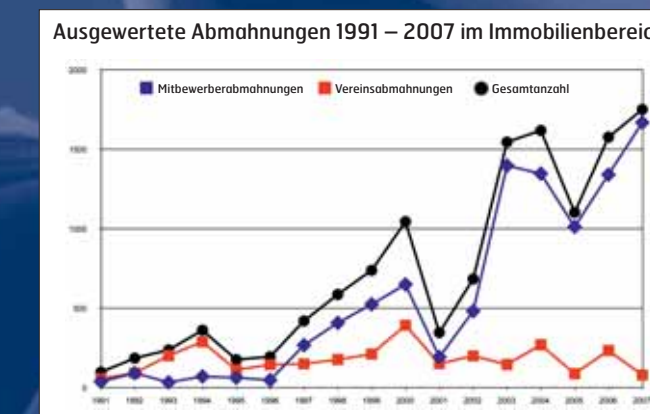
Immobilienverband Deutschland IVD Bundesverband der Immobilienberater, Makler, Verwalter und Sachverständigen e. V.

Bundesgeschäftsstelle, Littenstraße 10, 10179 Berlin
Tel.: 0 30 / 27 57 26-0, Fax: 0 30 / 27 57 26-49
E-Mail: info@ivd.net, www.ivd.net

Immobilienwerbung

Im Internet und in der Werbung machen Immobilienmakler, Immobilienverwalter und Bauträger immer wieder die gleichen Fehler und riskieren damit, abgemahnt zu werden. Abmahnungen kosten Zeit und Geld und beeinträchtigen damit die erfolgreiche Tätigkeit. Auf den folgenden Seiten sind die häufigsten Fehler erfasst und es werden Formulierungshilfen zur Vermeidung dieser Wettbewerbsverstöße gegeben.

Rechtsstand: Mai 2008



VERKAUF EIGENTUMSWOHNUNGEN UND HÄUSER PREISANGABEN

Richtig

5 Eigentumswohnungen, z. B. 80 m²
Kaufpreis nur 176.000 € = 2.200 €/m²
Eigentumswohnung KP 165.000 € +
Garage 11.000 €, **Gesamtpreis 176.000 €**
Eigentumswohnung mit Garage,
Kaufpreis 176.000 €
Reihenhaus, gute Lage, KP 220.000 €
und Garage 11.000 € mögl.
Reihenhaus, gute Lage KP 220.000 € +
Garage 11.000 €, **KP 231.000 €**
Reihenhäuser KP 180.000 €, Erbpacht-
grundst. 400 m², Erbpacht 3,- €/m²/J =
1.200,- €/Jahr, Erbbaurecht 99 Jahre
Reihenhaus auf Erbpachtgrundstück, KP
180.000 € + **Erbpacht 100,- €/Monat,**
Erbbaurecht noch 60 Jahre
Reihenhäuser ab 205.000 €, günstige
Finanzierungsvermittlung zu
5,6 % anfängl. effekt. Jahreszins,
10 Jahre fest, 98 % Auszahlung
Reihenhäuser, 742,- € monatl., **KP 205.000 €,**
Finanzierung zu 5,6 % anfängl. effekt.
Jahreszins, 10 Jahre fest, 98 % Auszahlung
bei 25.000,- € Eigenkapitaleinsatz inkl.
Finanzierung der Kaufnebenkosten
Für Kapitalanleger, vermietete Gewerbe-
immobilie, gute Rendite, **Kaufpreis nur**
3.570.000 € (inkl. Mehrwertsteuer)

Falsch

5 Eigentumswohnungen, von 60 – 80 m²,
Kaufpreis nur 2.200 €/m²
Eigentumswohnung **KP 165.000 € +**
Garage 11.000 €
Eigentumswohnung mit Garage,
Kaufpreis 165.000 € + 11.000 €
Reihenhaus, gute Lage, **KP 220.000 €**
und Garage 11.000 €
Reihenhaus, gute Lage, **KP 220.000 € +**
Garage 11.000 €
Reihenhäuser KP 180.000 €, Erbpacht-
grundstück 400 m²,
Erbpacht 3,- €/m²/J
Erbpacht 3,- €/m²/J
Reihenhaus auf Erbpachtgrundstück,
KP 180.000 €
Reihenhäuser ab 205.000 €, günstige
Finanzierung **nur 5,4 % (nom.) Zins**
(eff. 5,6 %)
Reihenhäuser ab 742,- € monatl., bei
25.000,- € Eigenkapitaleinsatz
Für Kapitalanleger, vermietete Gewerbe-
immobilie, gute Rendite, **Kaufpreis nur**
3.000.000 € + Mehrwertsteuer

GRUNDSTÜCKSVERKAUF PREISANGABEN

Richtig

Baugrundstücke von 500 bis 800 m²,
KP von 135.000 – 216.000 € oder
KP ab 135.000 €
Baugrundstücke nicht vermessen,
ca. 700 m², **KP 189.000 €**
Baugrundstück 345 m², Kaufpreis nur
75.000 € **zuzüglich Erschließungs-**
kosten

Falsch

Baugrundstück von 500 bis 800 m²,
Kaufpreis 270 €/m²
Baugrundstücke nicht vermessen,
ca. 700 m², **KP 270 €/m² =**
ca. 189.000 €
Baugrundstück 345 m², **Kaufpreis nur**
75.000 € (wenn noch Erschließungs-
kosten dazu kommen)

MIETWOHNUNGSVERMITTLUNG MIET- UND PROVISIONSANGABEN

Richtig

Ständig **verschiedene Mietwohnungen**
im Angebot, Makler Müller
Miete 600 € + **NK**, Kautions 1.200 €
Miete **600 €** (6 €/m²) + **NK**
(Kalt)miete 600 € + **NK**
(Warm)miete 650 € **inkl. NK**
Miete 600 € + **NK**, Garage 55 € mögl.
Miete 600 € + **NK** + Garage 55 €
Gesamtmiete 655 € + NK
Mehrere Neubau-Mietwohnungen zu verm.:
2 1/2-Zi., 60 m², Balkon, 450 €
3 1/2-Zi., 80 m², Balkon, 600 €
4 1/2-Zi., 95 m², Balkon, 665 €
jeweils + **NK**

Falsch

Ständig **21/2 u. 31/2 R.-Mietwohnungen m.**
Hzg. u. Balkon im Angebot, Makler Müller
Miete **600 €**, Kautions
Miete **6 €/m²** + **NK**
Kaltmiete 600 €
Warmmiete 650 €
Miete **600 € + NK und Garage 55 €**
Miete **600 € + NK + Garage 55 €**
Mehrere Neubau-Mietwohnungen zu verm.:
2 1/2- bis 4 1/2 Zimmer, von 60 bis 95 m², alle
mit Balkon, **Mieten von 450 bis 665 € + NK**
oder: **Mieten ab 450 € + NK**
oder: **z. B. 2 1/2-Zi. 450 € + NK**

MIETWOHNUNGSVERMITTLUNG, MIET- UND PROVISIONSANGABEN

Richtig

3 1/2-R.-Wohnung, 600 € + **NK**, Müller
Immobilien/Wohnungsvermittlung/Makler
Wohnung zu vermieten, 600 € + **NK**,
Mieter-Maklerprovision 2,32 MoMi

Falsch

3 1/2-R.-Wohnung, 600 € + **NK**, **Müller gew.**
oder Fa. Müller oder Verm. Müller
Wohnung zu vermieten, 600 € + **NK**, **Provi-**
sion 2 MoMi + MWSt. oder **Provision 1.392 €**

WOHNFLÄCHENANGABEN

Eine Flächenangabe ist generell nicht
erforderlich. Fasst man Wohn- und
Nutzflächen zusammen, sollten nur die
ausgeschriebenen Begriffe verwendet
werden, die Abkürzung Wfl.-/Nfl. ist
zwar vom OLG München als wettbewerbsrechtlich zulässig angesehen
worden, allerdings teilen nicht alle Ge-
richte diese Ansicht. Bei der zusam-
mengefassten Zahl sollte die Wohn-
fläche mindestens 2/3 der Gesamtflä-
che ausmachen, sonst sollten die Flä-
chen einzeln angegeben werden. Un-
problematisch ist der Begriff der
Wohn-/Nutzfläche im Bereich von
Wohn-/Geschäftshäusern.

Richtig

Reihenhaus, 145 m² **Wohn- und Nutzfl.**,
Reihenhaus, **90 m² Wohn- u. 55 m² Nutzfl.**,
Wohn-/Geschäftshaus, 950 m² **Wohn-/Nutzfl.**
besser noch: 950 m² **Wohn- und Nutzfl.**

Falsch

Reihenhaus, 145m² **WNfl.**
Reihenhaus, **145 m² Gesamtfl.**

HINWEIS AUF MAKLEREIGENSCHAFT UND PROVISION

Die Angabe der Provison ist aus wett-
bewerbsrechtlichen Gründen nicht
unbedingt erforderlich, die Provisions-
forderung sollte aber in jeder Makler-
anzeige zur Absicherung der Provisi-
on enthalten sein, als „Mieter-Makler-
provision“ oder „Käufer-Maklerprovi-
sion“. Wenn aber aus dem Firmenna-
men kein eindeutiger Hinweis auf eine
provisionspflichtige Maklertätig-
keit ersichtlich ist, muss entweder die
Provisionsforderung oder eine zusätz-
liche Bezeichnung wie Makler oder
Immobilien als Hinweis erfolgen.

Richtig

Renditeobjekt zu verkaufen, KP 1.500.000 €,
Immobilien Müller oder **Müller Immobilien,**
Makler Müller
Renditeobjekt zu verkaufen, KP 1.500.000 €,
Käufer-Maklerprovision 3,57 %,
Terra Liegenschaften GmbH
Kapitalanlage zu verkaufen, KP 590.000 €
+ **Käufer-Maklerprovision 3,57 %**,
Müller Immobilien GmbH

Falsch

Renditeobjekt zu verkaufen, KP 1.500.000 €,
Immo Müller oder **Imm. Müller** oder
Mkl. Müller oder **Hsm. Müller o. ä. Abk.**
Renditeobjekt zu verkaufen, KP 1.500.000 €,
Terra Liegenschaften GmbH
Renditeobjekt zu verkaufen, KP 1.500.000 €
+ **Provision 3 % + MWSt.**,
Müller Immobilien GmbH

BRIEFBOGEN, FAX, E-MAIL UND HOMEPAGE (IMPRESSUM)

Richtig

Max Müller Immobilien,
Dorfstraße 1, 12345 Dorf
Max Müller Immobilien e.K.
AG Musterstadt HR A 1234
Müller Immobilien GmbH, GF Max Müller,
AG Musterstadt HR B 1234
Max Müller Immobilien
City Immobilien, Max Müller

Pflichtangaben § 5 TMG, Impressum im Internet:
City Immobilien, Max Müller

Max Müller Immobilien e.K.
AG Musterstadt HR A 1234
Müller Immobilien GmbH, GF Max Müller,
AG Musterstadt HR B 1234,
Aufsichtsbehörde: Ordnungsamt Musterstadt,
Pf. 1234 oder Amtsstr. 9, 12345 Musterstadt

Im Internet und für E-Mails gelten
ansonsten die gleichen Regeln wie
bei Briefbogen, Zeitungsanzeigen,
Prospekten, Exposés oder Baustel-
lenschildern.

Die vorstehenden Textbeispiele sind keine vollständigen Werbetexte, sondern nur die jeweiligen Textteile (in Grün bzw. Rot), wo Probleme bestehen.

TIPPS FÜR DEN UMGANG MIT ZEITUNGEN UND INTERNETDIENSTLEISTERN

Überprüfen Sie Ihre Angaben zu Provisionen und im Impressum

Aus aktuellem Anlass rät der IVD besonders das
Impressum und die Provisionsangaben im Inter-
net, in den Zeitungsanzeigen und in Exposés auf
Fehler zu überprüfen und falls notwendig, um-
gehend Korrekturen vorzunehmen.

Zur Klarstellung kurz folgendes: es gibt in der
Preisangabenverordnung (PAngV) eine klare ge-
setzliche Regelung zu Provisions- und Kautions-
angaben. Einschlägig ist der § 1 Abs. 1 und
3 PAngV, der eine **Endpreisangabe** bei der
Werbung mit Preisen und bei **Angeboten**
gegenüber Letztverbrauchern verlangt. **End-**
preis ist der Preis **einschließlich Umsatzsteuer**
und aller Preisbestandteile, ohne Berück-
sichtigung von Rabatten. Eine Werbung nur
mit m²-Preisen oder Nettopreisen ist wett-
bewerbswidrig und kann abgemahnt werden.
Die meisten Verstöße gegen die PAngV kom-
men bei Maklern bei der Angabe der Provisionen
vor.

Mit **Endpreis** bei den Provisionen ist **nicht** ein
absoluter Preis in Euro gemeint, sondern der
Provisionsatz, also die Prozentangabe bei Ver-
kauf oder die Angabe der geforderten Monats-
mieten bei der Vermittlung von Mietobjekten.
Diese Provisionsätze müssen – mit Ausnahme
der Vermittlung von Gewerbeobjekten zur An-
mietung – immer als „Endpreis einschließlich
Umsatzsteuer“ angegeben werden.

Zu bedenken ist auch noch, dass gemäß § 1 Abs.
2 PAngV bei Preisangaben im Fernabsatz der
Hinweis auf eine im Preis enthaltene Umsatz-
steuer erfolgen muss. Deshalb sollte der Hinweis
im Internet auf die Umsatzsteuer in Klammern
hinter der Provisionsangabe erfolgen.

Provisionsangaben

Benutzen Sie deshalb bitte nur folgende Formu-
lierungen in der Werbung (Internet oder Print-
medien) und im Exposé.

Provisionsangaben
bei Verkaufsangeboten:

Richtig ist nur – je nach Provisionshöhe – , 3,57
% Käuferprovision (inkl. MwSt.)“. Die Provisi-
onsangaben bei 5 bzw. 6 % wären dann richtig
mit 5,95 % bzw. 7,14 % Käuferprovision zu be-
zeichnen. Der Hinweis „3 % zzgl. MwSt.“ oder
auch „3 % zzgl. gesetzl. MwSt.“ reicht **nicht** aus
und ist abmahnfähig! Bedenken Sie auch, dass
Anleger Gewerbeobjekte kaufen können und
Anleger als Endverbraucher gelten und deshalb
auch in diesen Fällen immer mit Endpreisen gear-
beitet werden muss.

Provisionsangaben
bei Vermietungsangeboten:

Mietwohnungsvermittlung: Richtig ist nur
„2,38 Monatsmieten (inkl. MwSt.)“. Es muss
nicht der Begriff der „Nettokaltmiete“ verwen-

det werden, das Wort „Monatsmieten“ – auch
abgekürzt – reicht, falsch ist auch die Angabe
eines Eurobetrages. Der Hinweis „2 Kaltmieten
zzgl. MwSt.“ oder auch „2 Nettokaltmieten zzgl.
gesetzl. MwSt.“ reicht **nicht** aus und ist daher
abmahnfähig!

Gewerberaumvermittlung (Miete): Bei der
Vermietung von gewerblichen Mietobjekten ist
hingegen die Preisangabenverordnung – d.h.
Endpreisnennung einschl. MwSt. – nicht zu beachten.

Hier – aber auch nur bei diesen Objekten – kön-
nen Sie ohne Berücksichtigung der PAngV
arbeiten. Sie können z. B. eine Büroetage des-
halb mit 25,- €/m² + 19 % MwSt. problemlos
anbieten.

Impressum

Seien Sie so sorgfältig wie möglich bei sämt-
lichen Angaben im Impressum – unabhängig
davon, wo dieses erscheint, ob in Ihrer eigenen
Homepage oder in den verschiedenen Daten-
banken.

Folgende Angaben müssen (sofern vorhanden)
nach § 5 Telemediengesetz zwingend angege-
ben werden:

- **Name des Gewerbetreibenden (§ 34c
GewO)/Firmenname wie im Handels-**
register
- **den oder die Vertretungsberechtigten**
(bei Firmen)
- **Rechtsform**
- **Anschrift (Straßenanschrift), Telefon- und**
Faxnummer und E-Mail-Adresse
- **Berufsaufsichtsbehörde (aktuell zustän-**
diges Ordnungs-/Gewerbeamt mit Post-
fachadresse)
- **Handelsregister**
(zuständiges Amtsgericht)
- **Handelsregisternummer**
- **Umsatzsteueridentifikationsnummer**
(soweit vorhanden DE 123456789)

Die Angaben zur „Berufskammer“ beziehen sich
nur auf die freien Berufe, Makler oder Immobili-
enfirma fallen als Gewerbetreibende nicht dar-
unter, die Angabe der Industrie- und Handels-
kammer hier wäre falsch.

Diese vom Gesetz geforderten Informationen
sollen „leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar
und ständig verfügbar“ sein, das bedeutet, die
Angaben müssen zusammengefasst auf einer
Seite, über einen immer gut sichtbaren Link in
der Navigationsleiste, gut lesbar nach Aufruf
sichtbar sein. Es ist keine ständig sichtbare An-
gabe erforderlich.

Hier die beiden Auszüge aus der Preisangaben-
verordnung und dem Telemediengesetz im Wort-
laut: