

Abmahnung Deutsche Umwelthilfe wegen YouTube - Werbung

Die Peugeot Deutschland GmbH hatte auf ihrem YouTube - Kanal einen Peugeot RCZR beworben. In einem Textfeld befanden sich Angaben zu den Beschleunigungswerten des Fahrzeugs. Angaben zum Kraftstoffverbrauch und den CO₂-Emissionen des beworbenen Fahrzeugmodells erfolgten nicht.

Fraglich war, ob der YouTube Kanal als audiovisueller Mediendienst im Sinne des Artikels 1 Abs. 1 lit.a AVMD-RL gelten kann und insofern gemäß § 5 Absatz 2 Satz 1 Halbsatz 2 Pkw-EnVkv keine Kennzeichnungspflicht hinsichtlich Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen besteht.

Der EuGH hat nach Vorlage durch den BGH entschieden, dass es sich bei dem YouTube Kanal der Fa. Peugeot nicht um einen audiovisuellen Mediendienst. Hierbei könne die Frage offen bleiben, ob ein Video eine Sendung im Sinne von Artikel 1 Abs. 1 lit. b AVMD-RL darstelle. Denn der Videokanal erfülle bereits nicht den erforderlichen und im 22. Erwägungsgrund der AVMD -Richtlinie näher genannten Hauptzweck der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung und Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit.

Der EuGH verneint auch das Vorliegen einer audiovisuellen kommerziellen Kommunikation im Sinne von Art. 1 Abs. 1 lit. h der AVMD - Richtlinie. Denn das Video sei keine Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung. Vielmehr enthalte der Kanal lediglich individuelle und voneinander unabhängige Videos.

Damit ist jetzt auch durch den EuGH klargestellt, dass in Ermangelung audiovisueller Mediendienste bzw. audiovisueller kommerzieller Kommunikation die Ausnahmevorschrift des § 5 Absatz 2 Satz 1 Halbsatz 2 Pkw-EnVkv nicht greift und insofern die erforderlichen Kennzeichnungspflichten wie im Bereich sonstiger elektronischer Werbung Anwendung finden.