
Die Deutsche Umwelthilfe – Öko-Tyrannen mit Abmahn-Keule

Von Hans Robert Richarz, cen

Zuerst stand der Feinstaub im Fokus. Dann war es das Kohlendioxid. Jetzt ist der Stickoxid-Ausstoß der Dieselaautos dran. Mit ihm unterstreichen vier nicht-staatliche Organisationen hier zu Lande ihre Gegnerschaft zum Auto. Für den Naturschutzbund Deutschland (NABU), den Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND), Greenpeace und die Deutsche Umwelthilfe (DUH) ist der Privatwagen, insbesondere der mit Dieselmotor, das Umweltferkel Nummer eins. Ausgerechnet der mitgliederschwächste Verein DUH haut seit Jahren in puncto Öko-PR am lautesten auf die Pauke und bedient sich dabei oft umstrittener Methoden.

Journalisten mit Zugang zur passwortgeschützten deutschen Medienseite von Toyota dürften sich in den vergangenen Wochen über eine Antwort-Mail aus Köln gewundert haben, nachdem sie dort recherchiert hatten. „Aus rechtlichen Gründen geben wir Informationen zu Fahrzeugen, deren Verbräuche noch nicht final homologiert sind, ausschließlich an journalistisch tätige Personen weiter“, hieß es da und „...bitten um Verständnis, dass wir im Rahmen der Weitergabe dieser Informationen die journalistische Tätigkeit prüfen müssen“.

Grund dafür ist ein Schreiben der Deutschen Umwelthilfe, dessen Inhalt so ziemlich allen deutschen Firmen, die sich irgendwie gewerblich mit dem Verkauf von Autos beschäftigen – vom kleinen Händler bis zum multinationalen Konzern – bekannt sein dürfte. Es bezieht sich auf die von der EU-Kommission im schönsten Bürokraten-Deutsch vorgeschriebenen „Angaben über den offiziellen Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen der betreffenden Modelle neuer Personenkraftwagen im Sinne der Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (Pkw-EnVKV) in ihrer jeweils geltenden Fassung“. Dieser Satz hat der DUH eine kräftig sprudelnde Geldquelle beschert.

Und die funktioniert so: Ist in einer Anzeige, einem Internetauftritt, einem Prospekt oder einer Kundenzeitschrift von einem bestimmten Auto die Rede und fehlen dabei Verbrauchs- und Emissionsangaben, schlägt die DUH schriftlich zu. Mit Hilfe einer Anwaltskanzlei wirft sie dem Adressaten vor, gegen die Vorschrift verstoßen zu haben und fordert umgehend eine Unterwerfungserklärung. Die kostet schon mal rund 250 Euro. Fünf hauptberufliche, fest angestellte Mitarbeiter sind im Auftrag der DUH für die Rasterfahndung zuständig.

Toyota blieb also nichts anderes übrig, als die Nachricht zu einem neuen Auto, dessen Werte überhaupt noch nicht feststehen, sozusagen unter Ausschluss der Öffentlichkeit bekannt zu geben. So hofft das Unternehmen, einer weiteren Verfolgung zu entgehen. Laut einer Anwaltskanzlei in Bremen, die häufig von der DUH abgemahnte Unternehmen vertritt, könnte sonst eine Vertragsstrafe von 7500 oder 10 000 Euro fällig werden, die bei einer der Zuwiderhandlung an den Verein gezahlt werden müsste – plus Verzugszinsen. Weiter soll sich die Vertragsstrafe bei jedem weiteren Verstoß um jeweils 25 Prozent erhöhen. Porsche zum Beispiel musste bereits höhere fünfstelligen Summen überweisen.

Das Scharmützel zwischen der DUH und der Sportwagenmanufaktur aus Zuffenhausen geht inzwischen ins zehnte Jahr. „Kein anderer Hersteller verstößt so unverblümt gegen Umwelt- und Verbraucherschutzvorschriften wie Porsche“, tönt es aus der DUH-Zentrale in Radolfzell. Auslöser des ersten Rechtsstreits 2007 waren zwei Beiträge im Porsche-

Magazin „Christophorus“, bei denen die Autoren verabsäumt hatten, in den Bildunterschriften die erforderlichen Angaben 100-prozentig zu erfüllen. Das Landgericht Stuttgart hatte in der ersten Instanz entschieden, die Artikel in der firmeneigenen Publikation seien keine Werbung. Porsche habe damit nicht gegen die entsprechende Verordnung verstoßen. Gegen das Urteil ging die DUH in Berufung und siegte am Stuttgarter Oberlandesgericht.

Da die Abmahnpraxis zunehmend auf Unverständnis bei den Automobilhändlern in Deutschland stieß, startete der Zentralverband des deutschen Kraftfahrzeuggewerbes (ZDK) vor zwei Jahren eine groß angelegte Unterschriftenaktion, deren Ergebnis im Dezember 2015 der EU-Kommission übergeben wurde. Diese versprach, sich für eine Änderung der Richtlinie 1999/94/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Dezember 1999 über die Bereitstellung von Verbraucherinformationen über den Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen beim Marketing für neue Personenkraftwagen stark zu machen. Allerdings wies sie damals bereits darauf hin, dass dies durchaus drei Jahre dauern könne. Diese drei Jahre sind noch nicht um, insofern harrt der ZDK der Dinge, die da – vielleicht – kommen.

Bei jedem Thema, das auch nur entfernt mit Umweltproblemen zu tun hat, ist die Deutsche Umwelthilfe mit ihrer erprobten Taktik dabei. Es gibt kaum ein umweltpolitisches Thema, zu dem sie nicht ihren Senf dazugibt, wobei das Muster wenig Einfallsreichtum aufweist. Stets werden die vermeintlichen Gegner mit drastischen Vorwürfen konfrontiert, ist von „Betrug“, „Mogelpackung“ und „illegalen Machenschaften“ die Rede. „Skandalisierung“ nennt DUH-Geschäftsführer Jürgen Resch seine Politik der überzogenen Begriffe. Wiederholt hatte er Daimler-Chef Dieter Zetsche zum Beispiel vorgeworfen, er sei mit den Mercedes-Dieselmotoren persönlich verantwortlich für „vorsätzliche Körperverletzung mit Todesfolge in vielen tausend Fällen“. Kritik an solchen Verbalinjuriert findet sich in den Medien nur selten.

Als er sich vor fünf Jahren über die Lärmentwicklung von Sportwagen echauffierte, formulierte Resch: „Die Dreistigkeit, mit der Porsche sich als Ghostwriter der Politik betätigt, wird nur noch übertroffen von der Willfährigkeit der Politik, dem Partikularinteresse des klimafeindlichsten deutschen Autobauers den Vorrang zu geben vor den Schutzbedürfnissen ihrer Bürgerinnen und Bürger gegen den allgegenwärtigen Verkehrslärm.“ Der selbst ernannte Umweltfreund hatte übrigens damals just im Vielflieger-Programm der Lufthansa den HON-Status erreicht, der die Bewältigung von 600 000 Meilen innerhalb von zwei Jahren vorschreibt.

Stolz verweist Resch im Gespräch mit der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ (FAZ) auf rund 1600 zivilrechtliche Abmahn-Verfahren pro Jahr, von denen rund 1200 mit einer Unterwerfungserklärung der Beklagten und der Rest vor Gericht enden würden. Auf so viele kommt nach eigenen Angaben noch nicht einmal der Bundesverband der Verbraucherzentralen. Teure Anwaltsgebühren sind in jedem Fall von den Opfern zu bezahlen. Hinzu kommen 50 Klagen gegen Behörden und Kommunen. Als „Erträge aus dem Verbraucherschutz“ verschleierte Reschs Verein die daraus kräftig sprudelnden Mittel, die im vergangenen Geschäftsjahr fast für ein Drittel seiner Einnahmen sorgten. Im Vergleich zur Deutschen Umwelthilfe gerät selbst ein notorischer Prozesshansel als juristisches Mauerblümchen ins Hintertreffen. „Das Garagentor zum Geldverdienen steht weit offen“, fasste die FAZ zusammen.

Das war nicht immer so. Erst als es der DUH 2004 gelang, sich beim Bundesamt für Justiz in die 78 Institutionen umfassende „Liste qualifizierter Einrichtungen nach Unterlassungsklagegesetz“ eintragen zu lassen, erhielt sie das Recht, Verstöße gegen Verbraucherschutzgesetze per Abmahnung zu ahnden. 2006 strich die DUH unter dem Begriff „Verbraucherschutz“ auf diese Weise 93 000 Euro ein, danach ging es steil

bergauf. Ein Jahr später waren es bereits dreimal so viel, nämlich 264 000 Euro. „Das stärkste Wachstum“, so jubelte der damalige Jahresbericht, „stellen wir beim jüngsten Projektbereich Verbraucherschutz fest, der immerhin mit sieben Prozent zur Finanzierung der Arbeit der DUH beiträgt“.

Solche Zahlen sind längst Schnee von gestern. 2011 wurde mit 1,5 Millionen Euro erstmals ein siebenstelliger Betrag mit Abmahnungen erwirtschaftet, der jetzt 20 Prozent der Einnahmen ausmachte. Inzwischen kletterten die „Verbraucherschutz“-Einkünfte laut Jahresbericht 2016 auf knapp 2,5 Millionen Euro und waren damit für 31 Prozent der Einnahmen verantwortlich. Tendenz: steigend. Und wohin mit dem Geld? „Über die Hälfte unserer Ausgaben wenden wir für Personal auf“, heißt es im aktuellen Jahresbericht für 2016. Die zur Zeit 90 Beschäftigten dürften demnach ein anständiges Gehalt bekommen.

Weil es eine Zeit lang als imagefördernd galt, sich grün zu engagieren, gab es Spenden in nennenswerter Höhe auch von der Automobilindustrie. Das finanzielle Engagement von Mercedes – damals noch Daimler Chrysler – bei der DUH endete allerdings bereits 2005 mit einem lauteten Knall, weil sich damals der Daimler-Chrysler-Boss Jürgen Schrepp mit dem kalifornischen Gouverneur Arnold Schwarzenegger über dessen Klimapolitik gestritten hatte. Toyota hingegen zahlt unverdrossen weiter: Im Jahr um die 80 000 Euro. Als Gegenzug fährt Jürgen Resch privat einen Prius, den sein Verein häufig über den grünen Klee lobt, was ihn aber nicht daran hindert auch auf die Japaner nach Lust und Laune einzudreschen.

Immer mehr maßt sich die Deutsche Umwelthilfe hoheitliche Befugnisse an: „Als ein vom Bundesamt für Justiz anerkannter Verbraucherschutzverband gehört es zu den Aufgaben der DUH, Verbraucherrechte durchzusetzen.“ Oftmals erinnert diese Praxis allerdings an Wilhelm Tells Pflicht, dem Hut von Landvogt Gessler seine Reverenz zu erweisen. Mehr als einmal sah die DUH bereits in der Schriftgröße der Verbrauchsangaben einen Regelverstoß.

Besonders absurd mahnte sie erst kürzlich einen Autohändler in Augsburg ab, der früher bereits eine Unterlassungserklärung unterschrieben hatte und sich nicht erneut die Finger verbrennen wollte. Also hatte er eine exakt nach den Vorschriften entsprechende Anzeige auf dem Internetportal www.pkw.de geschaltet, staunte aber nicht schlecht, als ihm wenig später eine Abmahnung der Deutschen Umwelthilfe ins Haus flatterte. Er habe, so hieß es, bei www.kalaydo.de nicht alle erforderlichen Angaben gemacht. Gefordert wurde die Abgabe einer neuen Unterlassungserklärung und eine Konventionalstrafe von 7500 Euro. Kalaydo.de? Dort hatte der Händler noch nie eine Anzeige geschaltet. Was er aber nicht wusste und auch nicht wissen konnte: Es gibt ein Schnittstelle von pkw.de zu kalaydo.de ohne Hinweis in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu einer Zusammengehörigkeit der beiden Internetportale. Der DUH war das indes schnuppe.

Nur selten reagieren Gerichte bei Streitfällen so wie das Landgericht Hannover unter dem Aktenzeichen 21 O 44/10. Die DUH forderte 5000 Euro plus Verzugszinsen, weil ein Händler in einer Anzeige die geforderten Abgas- und Verbrauchswerte nur als Fußnote veröffentlicht hatte. „Durch strengere Anforderungen an die Pflichtangaben“, so hieß es im Urteil, „wären die Möglichkeiten des Pkw-Händlers zur Gestaltung seiner Werbung in nicht akzeptabler Weise eingeschränkt.“ Das Vorgehen des Klägers – also der Deutschen Umwelthilfe – „ist auch missbräuchlich“.

Allerdings scheint der DUH, seit sie sich in großem Stil mit den Automobilunternehmen anlegt, ein strengerer Wind ins Gesicht zu blasen. Anfang April stellte die Staatsanwaltschaft Frankfurt ein Verfahren gegen Opel wegen angeblicher Abgasmanipulationen ein. Zuvor hatte die DUH deswegen Strafanzeige gegen die Rüsselsheimer erhoben. Zur gleichen Zeit erwirkte Volkswagen eine einstweilige Verfügung gegen die DUH und deren Geschäftsführer Jürgen Resch vor dem Landgericht

Düsseldorf. Insgesamt wurden zehn Aussagen zur Wirksamkeit und Rechtmäßigkeit des Software-Updates bei Dieselfahrzeugen untersagt. Für den Fall der Zuwiderhandlung ist ein Ordnungsgeld bis zu 250 000 Euro oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten angedroht. Wirbt die DUH deshalb zur Zeit so verstärkt um Spenden?

Die Süddeutsche Zeitung (SZ) beschrieb Jürgen Resch kürzlich als „Umwelt-Junkie“ und seine Aktionen als „One-Man-Show“. Irgendwann könnten seine Schüsse aber auch ihr Ziel verfehlen. Die SZ berichtete in ihrer Story: „Ein Plastiktüten-Hersteller verlangte 2,7 Millionen Euro Schadenersatz von ihm – privat.“ (ampnet/hrr)

Bilder zum Artikel



Jürfgen Resch (zweiter von rechts) bei der Arbeit.

Foto: Auto-Medienportal.Net/DUH



Foto: Auto-Medienportal.Net/DUH