

von **Susanna Milrath**

LG Osnabrück: Nur bei Mindestabnahmemenge geltender Preis in Google Ads irreführend

Google Ads-Anzeigen sind ein effektives Marketinginstrument für reichweitenstarke Preiswerbung. Werbeanzeigen auf Google lassen zwar nur begrenzten Raum für eigene Gestaltungen und Informationen. Wird mit Preisen geworben, müssen diese allerdings wahrheitsgemäß und mit allen notwendigen Informationen direkt in der Anzeige angegeben werden. Dies gelte insbesondere dann, wenn ein in Google Ads ausgewiesener Preis nur ab einer bestimmten Mindestabnahmemenge zu erzielen ist, wie das LG Osnabrück am 25.08.2021 (Az.: 18 O 140/21) urteilte. Lesen Sie mehr zur Entscheidung.

I. Der Sachverhalt

Zum Bewerben ihrer Produkte bediente sich die Beklagte diverser Google Ads-Anzeigen. Bei einer dieser Anzeigen warb sie für ein Produkt und gab dabei einen Preis in Höhe von 18€ an.

Klickte man sich weiter auf die Landing-Page, betrug der Preis für das entsprechende Produkt jedoch 19,98€. Der niedrigere Preis von 18€ galt nur ab einer Mindestabnahme von 20 Stück. Dies war zwar auf der Landing Page angegeben, in der Google-Anzeige jedoch nicht.

Darin sah die Klägerin eine Irreführung über Preise nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG und erhob nach erfolgloser Abmahnung Unterlassungsklage beim Landgericht Osnabrück.

II. Die Entscheidung

Mit Urteil vom 25.08.2021 (Az.: 18 O 140/21) gab das LG Osnabrück der Klage statt.

Die Angabe eines mindestabnahmebedingten Preises innerhalb der Google Ads -Anzeige ohne weitere Hinweise begründe eine irreführende Preiswerbung.

Die Irreführung ergebe sich aus § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG, weil die Anzeige den falschen Eindruck erweckt habe, der ausgewiesene Preis könne generell und unabhängig von einer Abnahmemenge erzielt werden, und sei ferner auch aus Verstößen gegen die Vorschriften der Preisangabenverordnung (PAngV) herzuleiten.

Ein Verstoß gegen § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV sei deshalb zu bejahen, da im Rahmen der Preissuche die Gesamtpreise anzugeben seien. Das meine die Preise einschließlich der Umsatzsteuer und anderer etwaiger Preisbestandteile. Gem. § 1 Abs. 7 S. 1 PAngV müssen auch diese den Grundsätzen der Preisklarheit und Preiswahrheit gerecht werden.

Daran fehle es aber, wenn ein Preis angegeben werden, der erst ab einer konkreten Mindestabnahmemenge gelte, von welcher der Verbraucher nichts wisse.

Die Beklagte hätte insofern entweder den Hinweis auf die Preisgeltung erst ab der konkreten Mindestabnahmemenge aufnehmen und zusätzlich den höheren Preis für Abnahmen unterhalb der Mindestabnahme angeben müssen.

Alternativ hätte die Beklagte auf einen solchen Hinweis verzichten können, wenn sie schlichtweg den als maßgeblichen Preis denjenigen (höheren) angegeben hätte, der ohne Erreichen der privilegierten Abnahmemenge gefordert wurde.

III. Fazit

Die Angabe eines Preises, der erst ab einer bestimmten Mindestabnahmemenge erzielt werden kann, als maßgeblicher Gesamtpreis in Google-Ads-Anzeigen ist grundsätzlich unzulässig und wettbewerbswidrig.

Als Gesamtpreis muss der höhere Preis genannt werden, der unterhalb der Mindestabnahmeschwelle gefordert wird.

Die Angabe des günstigeren Mindestabnahmepreises wäre nur zulässig, wenn ein gut sichtbarer Hinweis auf dessen Geltung ab einer konkreten Abnahme und zusätzlich der darunter geforderte höhere Preis angegeben würde.

Autor:

Susanna Milrath

Wissenschaftliche Mitarbeiterin