

von Rechtsanwalt Jan Lennart Müller

## LG Osnabrück: Preisangaben in einer Google-Ads-Werbeanzeige

**Ein Händler, der Google Ads-Anzeigen schaltet, verstößt gegen den Grundsatz der Preiswahrheit und Preisklarheit und täuscht über den Preis, wenn er mit einem Preis wirbt, der nicht alle notwendigen Preisbestandteile direkt in der Anzeige enthält. Ein solcher Preisbestandteil ist auch die Tatsache, dass ein ausgewiesener Preis erst ab einer Mindestbestellmenge für den Verbraucher zu erreichen ist, so das Landgericht Osnabrück (Az.: 18 O 140/21). Lesen Sie mehr zur Entscheidung in unserem heutigen Beitrag.**

### Sachverhalt

Gegenstand der Entscheidung des LG Osnabrück war das Anbieten von pharmazeutischen Mitteln im Internet. Die Beklagte schaltete online eine Google-Ads-Anzeige, in der sie ihr Produkt zum Preis von 18,00 EUR anbot.

Dieser Preis war jedoch an die Bedingung geknüpft, dass der Kunde **eine bestimmte Menge (20 Packungen)** des Produktes erwirbt. Der Erwerb einer einzelnen Packung kostete hingegen 19,98 EUR. Erst nachdem der potentielle Kunde auf die Anzeige klickte, wurde ihm die Mengenabhängigkeit des Preises - erstmals - offenbart.

Ebenfalls Gegenstand der Entscheidung war die Erhebung und Darstellung anfallender Versandkosten beim Kauf von Produkten beim beklagten Händler. Dieser Hinweis ("zzgl. Liefer-/Versandkosten) befand sich erst am Ende der Seite.

Der Kunde wurde durch ein **Sternchen-Symbol** am Gesamtpreis auf den Versandkostenhinweis aufmerksam gemacht, der sich auf derselben Seite am Ende befindet.

Durch Runterscrollen gelangte der Kunde dann, ohne die Seite verlassen zu müssen, zum entsprechenden Hinweis.

Der Hinweis auf die Versandkosten erfolgte auch, sobald der Kunde das Produkt zum Warenkorb hinzufügte und wenn er die Bestellübersicht aufrief.

## Preissuche im Internet - Welcher Preis ist es denn nun ?

Das LG Osnabrück wertete den Streit in Bezug auf die konkrete Preisausgestaltung wie folgt. Ein Online-Händler, der ein Produkt mit einem Preis anbietet, der an weitere - in der Anzeige selbst nicht erkennbare - Umstände geknüpft ist, verstößt gegen die Grundsätze der Preiswahrheit und Preisklarheit gem. § 1 Abs. 7 S.1 PAngV.

Folglich ist in der Google-Ads-Anzeige derjenige Preis anzugeben, der einschließlich Umsatzsteuer und sonstiger Bestandteile zu zahlen ist, § 1 Abs. 1 S.1 PAngV. Die Mengenabhängigkeit des Preises stellt einen Bestandteil des ausgewiesenen Preises dar.

Zum einen erwecke die Google-Ads-Anzeige beim Kunden die falsche Vorstellung, dass der Preis unabhängig von weiteren Bedingung gelte. Und zum anderen könne nicht ausgeschlossen werden, dass der Kunde seine Kaufentscheidung bereits auf Grundlage des mengenabhängigen Preises getroffen habe.

Es ist auch nicht auszuschließen, dass der Kunde den höheren Preis nicht erkennt oder den höheren Preis in Kauf nimmt. Das gilt umso mehr, wenn es sich um ein Produkt handelt, das der Verbraucher unter normalen Umständen nicht in großen Mengen kauft.

Der falsche Eindruck, der vermittelt wird, stelle eine **Irreführung** im Sinne des § 5 Abs.1 S. 2 Nr.2 UWG dar.

Der Online-Händler ist gehalten, die Mengenabhängigkeit des Preises direkt an der Anzeige mitzuteilen.

Sicherer ist es jedoch, dass der Online-Händler den Preis angibt, der an keine Mindestbestellmenge oder sonstigen Bedingungen geknüpft ist. Ein solcher alternativer Preis kann jedoch, mit entsprechendem Hinweis, neben dem Grundpreis angeboten werden.

Ein solches Vorgehen ist insbesondere im Hinblick auf den Ersatz der erforderlichen Aufwendungen der Abmahnung empfehlenswert. So hat das LG Osnabrück die Beklagte verpflichtet diese Aufwendungen gem. § 13 Abs. 3 UWG zu tragen.

## Versandkosten - Nicht unüblich im Versandhandel

Versandkosten sind im Versandhandel kein Bestandteil des Preises. So die Ausgangslage. Dies entbindet den Händler im Versandhandel jedoch nicht von der Pflicht, den Kunden darüber zu informieren, ob zusätzlich Fracht-, Liefer- oder Versandkosten oder sonstige Kosten anfallen, § 1 Abs. 2 S.1 Nr.1 PAngV. Nach § 2 Abs.2 S.2 PAngV ist auch die konkrete Höhe anzugeben.

Verweist der Online-Händler mittels eines Sternchen-Symbols am Preis auf weitere Hinweise bezüglich der Versandkosten, die sich am Ende der Seite befinden, so genügt dies den gesetzlichen Anforderungen.

Das LG Osnabrück entschied, dass es nicht unüblich sei, dass im Versandhandel auch Versandkosten vom Händler auf den Kunden umgelegt werden. Die Darstellung der Versandkosten entspricht nach Auffassung des LG Osnabrück den gesetzlichen Anforderung der Preisangabenverordnung.

Demnach sei dem Durchschnittskunden bekannt, dass Versandkosten zusätzlich erhoben werden. Die Umlage der Versandkosten auf den Kunden sind demnach in der Regel an eine Mindestbezugsmenge gebunden.

Die strikte Unterscheidung von Versandkosten und Warenpreis ist mit Rentabilitätsgründen des Händlers zu begründen. Je höher der Warenpreis, desto rentabler ist der kostenlose Versand. Es ist nicht unüblich, dass die Versandkosten in einigen Fällen höher sind als der Warenpreis.

Die Beklagte legte die Versandkosten bis zu einem Mindestbestellwert von 10,- EUR auf den Kunden um. Die Versandkosten wurden als "Drittkosten" neben dem Preis gesondert und nicht auf die Ware erhoben.

Auch die Darstellung der anfallenden Kosten mittels Sternchen-Symbols sei nicht zu beanstanden, soweit der Hinweis vor der Einleitung des Bestellvorgangs erfolge.

Nach Auffassung des Landgerichts, wird durch den Sternchen-Hinweis für den Durchschnittsnutzer deutlich, dass noch weitere Hinweise erfolgen und diese sich am Ende derselben Seite befinden. Durch diese Darstellung ist die Kenntnisnahme des Hinweises problemlos und ohne große Umstände möglich. So ist nach der Auffassung des Landgerichts auch ein Runterscrollen bis ans Ende der Seite zumutbar. Dabei spielt es auch keine Rolle wie lang die Seite ist.

Dem Verbraucher werden somit alle Informationen bezüglich der Versandkosten mitgeteilt, bevor sich der Kunde für den Erwerb entschließt.

## Fazit

Eine Preisangabe im Internet verstößt gegen die Vorgaben der Preisangabenverordnung, wenn der ausgewiesene Preis für den Kunden nur ab einer Mindestbestellmenge erreicht werden kann. Eine solche Werbeanzeige ist nach Ansicht des LG Osnabrück irreführend und wettbewerbswidrig.

Diese Preiswerbung wäre nur dann zulässig, wenn der Hinweis auf die Mindestbestellmenge sichtbar am Preis angebracht wäre.

Nach den Vorgaben der PAngV stellen Versandkosten keinen Bestandteil des Preises dar. Entscheidend ist jedoch, dass auf diese hingewiesen werden muss, bevor der Bestellvorgang eingeleitet werden kann. Der Hinweis durch Sternchen-Symbol auf derselben Seite, genügt diesen Anforderungen.

**Hinweis:** Sie möchten sorgenfrei rechtssicher im Internet auftreten und wünschen sich bei den rechtlichen Dingen professionelle, anwaltliche Unterstützung? Werfen Sie einen Blick auf die **Schutzpakete der IT-Recht Kanzlei**.

Autor:

**RA Jan Lennart Müller**

Rechtsanwalt