

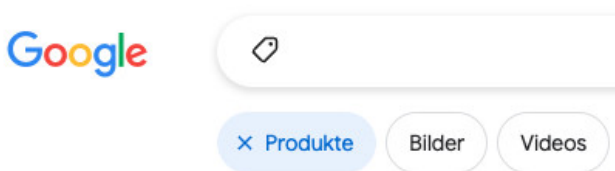
von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

Neues Problem bei Google: Fehlende Grundpreise in jüngster Kategorie „Produkte“

Die Online-Suchmaschine Google hat mit der Rubrik „Produkte“ jüngst eine neue Ergebniskategorie eingeführt, in der zum Suchbegriff passende Online-Angebote produktspezifisch mit jeweiligen Weiterleitungsoptionen gelistet werden. Google greift hierfür auf Datenbestände von Handelsplattformen, Online-Marktplätzen und individuellen Online-Shops zurück, übernimmt aber gegebenenfalls verpflichtende Grundpreise nicht. Vor welche Probleme Online-Händler dadurch gestellt werden und wie diese zu lösen sind, zeigt dieser Beitrag.

I. Grundpreispflicht für Ergebnisse in Googles „Produkte-Rubrik“

Google hat mit dem Reiter „Produkte“ eine neue Suchergebnisrubrik eingeführt, die zum Suchbegriff passende Warenangebote von Handelsplattformen und Online-Shops präsentiert:



In der Rubrik listet Google jeden Artikel kachelartig in einer Übersicht und ordnet ihn bereits dort einem bestimmten Online-Angebot mit Preis zu, das - regelmäßig gegen Bezahlung für die bevorzugte Anzeige - den vordersten Listenplatz einnimmt. Nach Klick auf eine Produktkachel werden dann neben dem Listenanführer auch alle anderen von Google für das Produkt im Internet gefundenen Erwerbsmöglichkeiten mit Preisen und weiterführenden Links untereinander angezeigt.

Eine Besonderheit ergibt sich nun für Produkte, die nach Länge, Fläche, Gewicht oder Volumen abgegeben werden.

In den Rubrikergebnissen wird pro Produkt stets auch der Gesamtpreis aus jedem zugeordneten Angebot angezeigt.

Weil es sich bei den Präsentationskachel in der Google-Produktrubrik damit rechtlich um Preiswerbung handelt, muss bei derartigen Produkten gemäß § 4 Abs. 1 PAngV in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis auch der Grundpreis (Preis pro Mengeneinheit) angegeben werden.

Umfangreiche Informationen zur Grundpreispflicht finden Sie in [diesem Beitrag](#).

II. Problem: Keine Grundpreisanzeige in Googles „Produkte-Rubrik“

Auch wenn die neue Rubrik für Händler ein wirksames Marketinginstrument darstellen und die Reichweite ihrer Angebote deutlich vergrößern kann, weist Sie ein zentrales Problem auf:

Grundpreise werden, soweit Sie verpflichtend sind, **nicht dargestellt**:

Fanola No Yellow Shampoo

4,7/5 ★★★★★ (12.395)



Beauty Hair Store

8,94 €

Fanola No Yellow Shampoo 1000 ml

🚚 Lieferung: 4,20 €

↩️ Rücknahme innerhalb von 14 Tagen

Von Google



Rossmann.de

9,49 €

Fanola No Yellow Shampoo 27.11 EUR/1 L

🚚 Lieferung: 4,95 €

↩️ Kostenlose Rücknahme innerhalb von 14 Tagen

Von Google



flaconi.de

7,16 €

Fanola No Yellow Haarshampoo 350 ml

🚚 Lieferung: 3,90 €

↩️ Kostenlose Rücknahme innerhalb von 120 Tagen

Von Klarna

Weitere Händler ▾

Google übernimmt bei der Auflistung zwar diverse Metadaten aus den jeweiligen externen Angeboten. Hinterlegte Grundpreise werden aber nicht mit extrahiert und mithin auch nicht automatisch in Produktsuchergebnissen angezeigt.

Hinzu kommt erschwerend, dass Google, anders als bei „Google Shopping“ bislang keine Funktion bereitstellt, um Ergebnisanzeigen in der Produkt-Kategorie händisch zu bearbeiten und so fehlende Grundpreise manuell hinzuzufügen.

Grundpreise lassen sich demnach in der Google-Produktkategorie weder durch Übernahme aus den gelisteten Angeboten noch durch händische Nachbearbeitung darstellen.

Für Händler, deren grundpreispflichtige Produkte in den Google-Produktergebnissen gelistet werden, ergeben sich dadurch erhebliche Rechtssicherheitsprobleme.

Wird ein verpflichtender Grundpreis in einer Google-Produktanzeige nicht angezeigt, begeht der das referenzierte Angebot verantwortende Händler eine Wettbewerbsverletzung und macht sich abmahnbar.

Ob er für den fehlenden Grundpreis etwas kann, ist irrelevant, da wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche, die per Abmahnung geltend gemacht werden, gerade kein Verschulden voraussetzen.

Fehlende Grundpreise sind der wohl beliebteste Abmahngrund und gerade in Google-Ergebnissen für Mitbewerber und abmahnbefugte Verbände und Vereine ein leicht gefundenes Fressen.

III. Mögliche Lösung: Grundpreise in Artikelbezeichnungen aufnehmen

Um dem Grundpreisdilemma in der neuen Produkt-Ergebnisrubrik bei Google zu umgehen, kommt als derzeit alleinige Maßnahme in Betracht, Grundpreise direkt in den Angebotsmetadaten zu hinterlegen.

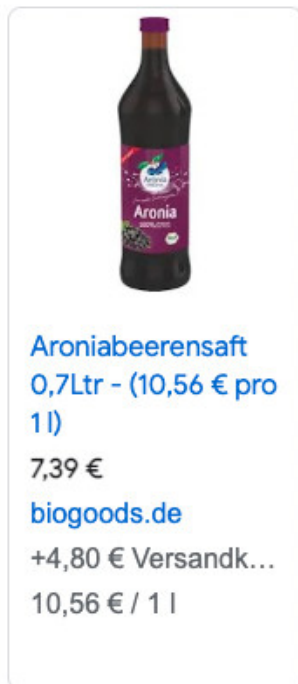
Weil hierbei sicherzustellen ist, dass der Grundpreis stets und unabhängig vom vorhandenen Sichtfeld angezeigt wird, ist zu empfehlen, ihn **direkt in der Artikelbezeichnung** aufzunehmen.

Dort müsste der Grundpreis in der Form „X,XX€/Maßeinheit-“ hinterlegt werden.

Der Anführungsart innerhalb der Bezeichnung ist grundsätzlich nicht relevant, sofern der Grundpreis immer ersichtlich ist.

Bestehen Bedenken ob der vollständigen Anzeige der Artikelbezeichnung in den Listenergebnissen und mithin ob der korrekten Ausgabe des Grundpreises, sollte dieser **zu Beginn** der Bezeichnung angeführt werden.

Durch Editierung der Artikelbezeichnung auf der Angebotsseite selbst gelingt wegen deren Übernahme durch Google auch in der neuen Google-Produkte-Rubrik eine rechtskonforme Grundpreisanzeige:



IV. Fazit

Google hat jüngst eine neue Ergebniskategorie mit dem Titel „Produkte“ eingeführt, in welcher zum Suchbegriff passende Warenangebote aus Handelsplattformen, Marktplätzen und Online-Shops gelistet werden.

Sofern dort aber grundpreispflichtige Waren präsentiert werden, wird der Grundpreis aus den externen Angebotsdaten nicht übernommen und lässt sich in der „Produkte“-Rubrik auch nicht händisch ergänzen.

Weil die Produktanzeigen aufgrund der Anzeige von Gesamtpreisen als tatbestandliche Preiswerbung gelten, müssen Händler zwingend für eine korrekte Anzeige von Grundpreisen auch in den Produktlistings von Google sorgen.

Bis Google hier Abhilfe schafft, ist dafür zu empfehlen, den Grundpreis direkt in der Artikelbezeichnung des externen Angebots zu nennen. So kann sichergestellt werden, dass Google diesen bei Übernahme in die Suchergebnisaufstellung ebenfalls ausspielt.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt