von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

Was ist im Online-Handel unter dem Begriff „Warenkorbwert“ zu verstehen?

Einige Online-Händler gewähren ihren Kunden ab einem bestimmten „Warenkorbwert“ besondere Vergünstigungen. Was ist in diesem Zusammenhang unter dem Begriff "Warenkorbwert" zu verstehen?

Begriff nicht gesetzlich definiert

Der Begriff „Warenkorbwert“ ist nicht gesetzlich definiert und bedarf daher der Auslegung. Richtet sich die Werbung (auch) an Verbraucher, so erfolgt die Auslegung aus der Sicht eines Durchschnittsverbrauchers unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls. Danach wird man den Begriff so auszulegen haben, dass es sich um den Gesamtwert aller für eine Bestellung im Warenkorb enthaltenen Artikel inkl. der gesetzlichen Umsatzsteuer, jedoch ohne Berücksichtigung ggf. zusätzlich anfallender Versandkosten handelt.

Abweichungen müssen gesondert geregelt werden

Hieraus ist zugleich ersichtlich, dass der Händler Abweichungen von der vorgenannten Sichtweise ausdrücklich klarstellen müsste. Soll etwa die Umsatzsteuer bei der Ermittlung des Schwellenwertes nicht berücksichtigt werden, müsste hierauf ausdrücklich hingewiesen werden. Gleiches gilt etwa für den Fall, dass vom Kunden einlösbare Rabattgutscheine den Schwellenwert entsprechend mindern sollen.

Allgemeine Grundsätze für Rabattwerbung sind zu beachten

Daneben sind die allgemeinen Grundsätze für Rabattwerbung zu beachten. Danach müssen die Bedingungen für die Inanspruchnahme des beworbenen Vorteils geregelt und dem Verbraucher klar und verständlich vermittelt werden. Anderenfalls es sich um eine irreführende Werbung handeln könnte.

Die Bedingungen für die Inanspruchnahme des beworbenen Vorteils müssen dem Verbraucher bereits im Zusammenhang mit der Werbung vermittelt werden. Dies kann beispielsweise mittels eines Sternchenhinweises erfolgen, der bei der einschlägigen Werbung angebracht ist und etwa weiter unten auf der Webseite aufgelöst wird. Alternativ könnten die Bedingungen auch mittels eines direkt anklickbaren Links bei der Werbung auf einer externen Seite dargestellt werden.

Auf wesentliche Einschränkungen muss unmittelbar hingewiesen werden

Sollen für die Rabattaktion Einschränkungen gelten, die aus Sicht eines Durchschnittsverbrauchers unter Berücksichtigung der Gesamtumstände wesentlich sind, so muss auf solche Einschränkungen bereits direkt bei der Werbung hingewiesen werden, so dass die Hinweise am Blickfang der Werbung teilhaben. Ein Verweis auf einen Sternchenhinweis oder einen externen Link würde insoweit nicht ausreichen.

Was als wesentliche Einschränkung anzusehen ist, muss im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung der Gesamtumstände ermittelt werden.

Wird dem Kunden etwa bei Erreichen eines bestimmten „Warenkorbwertes“ der Erlass von Versandkosten in Aussicht gestellt, so wird man es als wesentliche Einschränkung anzusehen haben, wenn dies etwa nur für den innerdeutschen Versand und/oder nur für den Standardversand gelten soll, der Händler aber auch international versendet und auch andere Versandarten wie etwa Expressversand anbietet.

Wird dem Kunden etwa bei Erreichen eines bestimmten „Warenkorbwertes“ ein Rabattgutschein für den nächsten Einkauf im Händler-Shop in Aussicht gestellt, so wird man es als wesentliche Einschränkung anzusehen haben, wenn bestimmte Artikel aus dem Sortiment des Händlers nicht für den Schwellenwert berücksichtigt werden.

Solche wesentlichen Einschränkungen dürfen nicht im „Kleingedruckten“ versteckt werden, sondern müssten am Blickfang der Werbung teilhaben.

Fazit

Der Begriff „Warenkorbwert“ ist nicht gesetzlich definiert und bedarf daher der Auslegung. Wird der „Warenkorbwert“ als Maßstab für eine besondere Vergünstigung der Kunden herangezogen, so muss der Begriff ggf. ausdrücklich geregelt werden. Daneben müssen für solche Vergünstigungen die allgemeinen Grundsätze für Rabattwerbung beachtet werden. Insbesondere müssen die Bedingungen für die Inanspruchnahme des beworbenen Vorteils geregelt und dem Kunden hinreichend transparent vermittelt werden. Auf wesentliche Einschränkungen muss dabei noch expliziter, nämlich unmittelbar bei der Werbung hingewiesen werden.

Autor:
RA Arndt Joachim Nagel
Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht