

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

## Auch Hotels haben die Preisangabenverordnung im Internet zu beachten!

Es ging konkret um ein Hotel, welches das Internet zur Werbung nutzte. Diese Werbung verstieß, so das OLG Schleswig, gegen die PAngV, da dem Verbraucher bez. der Zimmer lediglich eine Preisspanne "von... bis..." mitgeteilt worden wäre. Eine nähere Aufschlüsselung der Preismargen erfolgte dagegen nicht - was sich als abmahnwürdig herausstellte...

### Im Einzelnen

Unter der Rubrik "Preisliste" fand der Verbraucher Angaben zu den Zimmerpreisen, diese unterteilt nach Vor-/Nachsaison, Zwischensaison und Hauptsaison bzw. Einzelzimmer, Doppelzimmer, Junior-Suite und Suite. Endpreise wurden nicht genannt, vielmehr wurden dem Verbraucher eine Preisspanne "von ... bis ..." mitgeteilt, innerhalb derer Zimmer gebucht werden können. Eine nähere Aufschlüsselung der Preismargen fand sich nicht, auch nicht unter dem Menüpunkt "Kontakt", über den der Verbraucher in den Bereich "Anfrage" oder "Reservierung" gelangte.

Eben diese intransparente Preisdarstellung wurde beanstandet wegen eines Verstoßes gegen § 1 der Preisangabenverordnung (PAngV) und damit zugleich gegen §§ 3, 4 Nr. 11 UWG. Dies auch zu Recht, wie das OLG Schleswig mit Urteil vom 8.5.2007 (Az. 6 U 73/06) entschied. So habe nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV derjenige, der gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren oder Leistungen anbietet, oder als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (Endpreise).

### Was oftmals übersehen wird: Die PAngV ist auch bei der Werbung zu beachten

So umfasst der Begriff des Anbietens im Sinne von § 1 Abs. 1 Preisangabenverordnung nicht nur Vertragsangebote gemäß § 145 BGB, sondern darüber hinaus jede Erklärung eines Unternehmers, die im Verkehr in einem rein tatsächlichen Sinn als Angebot verstanden wird, mag dieses auch noch rechtlich unverbindlich sein, sofern es nur schon gezielt auf den Verkauf einer Ware oder die Erbringung einer Leistung gerichtet ist. Eine Werbung unter Angabe von Preisen liegt vor, wenn ein Einzelpreis oder ein bestimmter Preisbestandteil angegeben wird. Dies trifft bez. des Hotels auch zu. So wird dem Verbraucher eine Preismarge unter Bezeichnung diverser Merkmale zur Preisgestaltung aufgegeben. Mithin wird unter Angaben von Preisen geworben, so dass das Hotel gemäß § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV auch verpflichtet ist, den genauen Endpreis für ihre Zimmer auszuweisen.

## Das Hotel hat gegen die oben dargestellten Vorgaben der PangV verstoßen

Das OLG Schleswig musste feststellen, dass in jedem Fall auf eine Anfrage oder Reservierungsanfrage ein Beherbergungsvertrag erst nach Rücksendung eines konkreten Angebots der Verfügungsbeklagten unter Nennung des Endpreises zustande kommt. Dies sei unzulässig, so das Gericht.

### Zitat:

“

*"Nach dem Zweck der Preisangabenverordnung soll jedoch dem Verbraucher Klarheit über die Preise und deren Gestaltung verschafft werden. Gleichzeitig soll verhindert werden, dass er seine Preisvorstellungen anhand untereinander nicht vergleichbarer Preise gewinnen muss (vgl. BGH NJW - RR 2001, 1693 ff.). Die gemäß § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV bestehende Verpflichtung, den Endpreis zu nennen, besteht unabhängig davon, ob der Verkehr bei Angeboten einer bestimmten Art daran gewöhnt ist, den Endpreis anhand angegebener Preisbestandteile zusammenzurechnen. Die Verfügungsbeklagte gibt zwar in der Beschreibung der einzelnen Zimmer wesentliche Bestandteile an, die sich preisgestaltend auswirken sollen. Eine nähere Darlegung, in welcher Höhe pro Tag Zusatzkosten oder sonst wertgestaltende Merkmale in den Beherbergungspreis einfließen, erfolgt nicht. Insofern wird der Verbraucher mit der Preisangabe zu einer Preismarge ohne weitere Informationen allein gelassen."*

”

### Fazit:

Die strikten verbraucherrechtlichen Schutzvorschriften gelten keineswegs nur für Online-Shopbetreiber, sondern eben auch für andere Dienstleister, seien es Hotels, Airlines, Reisebüros etc. Letztlich sind die Vorgaben der PAngV auch gar nicht so schwer zu erfüllen. Es kommt immer nur darauf an, dass die jeweils angegebenen Preise transparent und damit nachvollziehbar sind und zudem in jedem Falle darauf hingewiesen wird, dass sich der jeweilige Preis inklusive der Umsatzsteuer versteht. Zudem ist unbedingt ein Hinweis auf die, unter Umständen noch zusätzlich anfallenden, Versandkosten erforderlich. Weitere Informationen zur PAngV können Sie den folgenden Links entnehmen:

### Autor:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**

Rechtsanwalt