

von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

OLG Stuttgart: Preisangaben in Preissuchmaschinen ohne Hinweis auf zusätzlich anfallende Versandkosten sind wettbewerbswidrig

Das OLG Stuttgart hat mit Urteil vom 17.01.2008, Az. 2 U 12/07, entschieden, dass es einen wettbewerbswidrigen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung darstellt, wenn eine Preisangabe ohne Liefer- und Versandkosten in eine Preissuchmaschine eingestellt wird. Zudem entschied das Gericht, dass derjenige Unternehmer, der über ein Internetangebot Dritter für seine Ware wirbt, voll verantwortlich dafür ist, dass seine Werbung bzw. Angebote den rechtlichen Anforderungen genügen.

Viele Online-Händler nutzen zur Bewerbung ihrer Angebote zusätzlich die Dienste von Internet-Preissuchmaschinen. Häufig werden Verbraucher erst durch die Darstellung von Angeboten in solchen Preissuchmaschinen auf die Angebote eines Händlers aufmerksam. Die Dienste von Preissuchmaschinen sind daher als zusätzliches Werbeinstrument aus dem heutigen Online-Handel überhaupt nicht mehr wegzudenken.

Um so härter traf es einen Online-Händler, der über eine Internet-Preissuchmaschine für seine Waren geworben hatte und vom OLG Stuttgart wegen Verstoßes gegen die Preisangabenverordnung zur Unterlassung verurteilt wurde. Der Händler hatte es versäumt, bei seinen in der Preissuchmaschine dargestellten Angeboten zusätzlich zum Endpreis über anfallende Liefer- und Versandkosten zu informieren. Dies wertete das Gericht als Verstoß gegen § 1 Abs. 2 Nr. 2 PAngV und zugleich auch als Verstoß gegen §§ 3, 4 Nr. 11 UWG. Zwar fand sich in dem Angebot in der Preissuchmaschine neben der Angabe des Endpreises ein direkter Link auf die Internetpräsenz des betroffenen Händlers, auf der schließlich auch über die anfallenden Versandkosten informiert wurde.

Dies hielt das Gericht mit folgender Begründung jedoch nicht für ausreichend:

"Wird die Preisangabe - wie vorliegend - ohne Versandkosten in eine Preissuchmaschine eingestellt, so ist zum einen die von der Preisangabenverordnung bezweckte Vergleichbarkeit im Endpreis nicht gewährleistet, und zum anderen erliegt der Verbraucher der durch die bloße Preisangabe vorgegebenen Weichenstellung bereits dann, wenn er sich über einen "Link" in das virtuelle Ladenlokal des Werbenden begibt. Mit diesem Schritt ist er zunächst ausschließlich dessen weiterer Werbung ausgesetzt. Die wettbewerbliche Lage ähnelt stark derjenigen, in welcher der Verbraucher auf Grund einer wettbewerbswidrigen Werbung das - tatsächliche - Ladenlokal des Werbenden aufsucht. Er findet sich in einer Verfangenheit wieder. Konkurrenten haben, solange er sich in jenem Raum bewegt, zu ihm keinen

Zugang mehr. Informationen, welche der Verbraucher erst dort erhält, gleichen das den zuletzt genannten Unlauterkeitsvorwurf begründende Defizit der in der Suchmaschine geschalteten Werbung deshalb nicht aus."

Zudem stellte das Gericht klar, dass derjenige Händler, der über eine Preissuchmaschine für seine Ware wirbt, voll verantwortlich dafür ist, dass seine Werbung bzw. Angebote den rechtlichen Anforderungen genügen. Der Händler könne sich insoweit nicht auf eine alleinige Verantwortlichkeit des Suchmaschinenbetreibers für die eingestellten Informationen berufen. Denn die Vorgaben des § 1 Abs. 2 Nr. 2 PAngV müsse auch derjenige Unternehmer einhalten, der Ware in eine Internetsuchmaschine einstellen lässt.

Dies begründete das Gericht auszugsweise wie folgt:

"Entscheidend ist, dass die Klägerin dem Betreiber unstreitig die Preisdaten geliefert hat, und zwar dies in der Absicht, dass sie im Rahmen einer Preisrangliste kaufinteressierten Verbrauchern zugänglich gemacht werden. Dementsprechend hat G unstreitig und zutreffend geschrieben: "F enthält Produktinformationen, die von Händlern, die diesen kostenlosen Service nutzen, elektronisch eingereicht werden (...)" . Nur die Rangfolge wurde durch die Rangermittlungssoftware von G erstellt. Das Einstellen in die Maschine war unstreitig nur mit Hilfe der Preismeldung der Klägerin möglich, und sie hatte ein Absatzinteresse, in der Suchmaschine an hervorgehobener Rangstelle und dadurch als besonders günstiger Anbieter zu erscheinen. (...)"

Und weiter:

"(...) Dementsprechend versteht, entgegen der Ansicht der Klägerin - was der aus durch die Werbung angesprochenen Verbrauchern zusammengesetzte Senat aus eigener Kenntnis beurteilen kann - auch der potentielle Vertragspartner die Datenbankinformation als eine Erklärung, die Angaben des Händlers sortiert, aber unverfälscht weitergibt (vgl. OLG Hamburg, GRUR-RR 2007, 167 ff.)."

Fazit

Wer als Online-Händler die Dienste von Internet-Preissuchmaschinen nutzt, sollte genau überprüfen, ob die dort in seinem Auftrag veröffentlichten Angebote den Anforderungen der Preisangabenverordnung genügen. Insbesondere sollte sichergestellt sein, dass bei einer Werbung mit Endpreisen bereits direkt auf der entsprechenden Preissuchmaschinenseite über zusätzlich anfallende Liefer- und Versandkosten informiert wird. Fraglich ist im Hinblick auf die Rechtsprechung des BGH zum Thema Versandkostenangaben in Online-Shops (**BGH, Urt. v. 04.10.2007 - I ZR 143/04**), ob insoweit nicht auch ein direkter Link auf die jeweilige Versandkostenseite des Händlers ausreichen würde, der der Verbraucher die anfallenden Versandkosten unmittelbar entnehmen könnte. Nach den oben zitierten

Ausführungen des OLG Stuttgart ist davon derzeit aber abzuraten.

Autor:

RA Arndt Joachim Nagel

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht