

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Mobile Shopping – M-Commerce mit Recht? – Teil 3– Die Preisangabenverordnung und ihre Tücken

Die Nichteinhaltung der Preisangabenverordnung hat bereits bei manchen Apps zu Wettbewerbsverstößen geführt. Denn wenn bei Preisangaben nicht all diejenigen Informationen angezeigt werden, die angezeigt werden müssen, liegt ein Wettbewerbsverstoß vor. Abmahnungen sind dann eine mögliche Folge. Lesen Sie dazu jetzt mehr im 25. Teil der [Serie der IT-Recht Kanzlei über die rechtlichen Aspekte der Werbung im Internet](#).

Die Preisangabenverordnung verpflichtet zum Detail

Die Preisangabenverordnung zwingt Händler zu einer klaren und endgültigen Angabe von Preisen. Sie gilt selbstverständlich auch bei Internetgeschäften und bei Angeboten und Werbung über mobile Endgeräte, z.B. im Rahmen von Apps. Schwierigkeiten bereitet dabei die Tatsache, dass nicht alle Apps so gestaltet sind, dass sich die rechtlichen Vorgaben – etwa die Pflicht, bestimmte Informationen an die Verbraucher zu übermitteln – an der gesetzlich vorgeschriebenen Stelle darstellen lassen.

Die IT-Recht Kanzlei beantwortet im Folgenden acht FAQs zu dem Thema:

FAQs zur mobilen Preisangabenverordnung

Was ist die Preisangabenverordnung?

Die Preisangabenverordnung ist eine Rechtsverordnung, d.h. ein sog. materielles Gesetz, das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie in den 80er Jahren erlassen worden ist. Sie ist für die Bürger genauso verbindlich wie sog. formelle Gesetze, die vom Parlament (Bundestag) verabschiedet worden sind. Inhaltlich regelt die Preisangabenverordnung – wie deren Name bereits andeutet – wie Preisangaben (im Rahmen von Angeboten oder Werbung) zu erfolgen haben.

Gilt die Preisangabenverordnung auch im Internet?

Die Preisangabenverordnung gilt generell für Geschäfte bzw. den Handel – egal ob sie in der „realen Welt“ oder im Internet erfolgen. Es ist sogar so, dass die Preisangabenverordnung für den Fernabsatzhandel, zu dem bekanntlich auch der Handel im Internet oder über Apps zählt, besondere Regelungen zum Schutz der Verbraucher bereithält.

Wie müssen Preise im Rahmen von Angeboten oder Werbung angegeben werden?

Die Preisangabenverordnung spricht in § 1 Absatz 6 davon, dass die Preisangaben den Grundsätzen der Preisklarheit und Preiswahrheit entsprechen müssen. Preise müssen im Rahmen von Angeboten und Werbung eindeutig (den entsprechenden Produkten) zugeordnet sein und müssen leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar sein. Werden mehrere Preise für eine Ware oder Leistung angegeben (z.B. mit und ohne Mehrwertsteuer/Umsatzsteuer, weil der entsprechende Händler auch mit gewerblichen Kunden in seinem Online-Shop oder App-Shop rechnet), so muss der sog. Endpreis (s.u.) hervorgehoben werden, so dass den Verbrauchern sofort klar ist, welcher Preis letztlich zu zahlen ist.

Welche Informationen müssen Preisangaben bei Angeboten an Verbraucher enthalten?

Gewerbliche Händler und Werbetreibende müssen nach § 1 Absatz 1 der Preisangabenverordnung (PAngV) bei der Angabe von Preisen gegenüber Verbrauchern sog. Endpreise anzeigen, d.h. solche, die sowohl die Umsatzsteuer als auch weitere Preisbestandteile umfassen. Hintergrund der Regelung ist der Gedanke, dass der Verbraucher auf einen Blick sehen können muss, wieviel ihn eine bestimmte Ware oder Leistung insgesamt kostet. Nach § 1 Absatz 1 Satz 2 PAngV sollen die Händler im Rahmen der Preisangabe auch die Verkaufs- oder Leistungseinheit sowie die Güterbezeichnung angeben, wenn dies der Verkehrsauffassung entspricht. Dies bedeutet, dass ein Händler beim Verkauf von Textilstoffen oder Teppichen z.B. den Quadratmeterpreis oder beim Absatz von bestimmten Waren den Stückpreis angeben soll, wenn dies allgemein so üblich ist.

Welche weiteren Voraussetzungen müssen Händler bei Fernabsatzgeschäften (und somit auch bei Internetgeschäften) beachten?

Nach § 1 Absatz 2 PAngV haben gewerbliche Verkäufer sowie Werbetreibende zusätzlich zu den Pflichten aus § 1 Absatz 1 PAngV (siehe vorhergehende Frage) bei Angeboten bzw. Verkäufen an Verbraucher im Fernabsatzhandel (also z.B. bei Internetverkäufen bzw. Verkäufen über Apps) anzugeben:

1. ...dass die für die Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstigen Preisbestandteile bereits enthalten (z.B. durch den Zusatzhinweis „inkl. Umsatzsteuer/Mehrwertsteuer“) und
2. ob zusätzliche Liefer- und Versandkosten anfallen und falls dies der Fall ist, deren Höhe (z.B. „Liefer- und Versandkosten innerhalb Deutschlands 4,90 Euro“).

Während es bei Verkäufen außerhalb des Fernabsatzhandels genügt, wenn der Händler den Endpreis angibt (z.B. „Katzenklo, Marke Cat-Cat, 15 Euro“), muss er im Fernabsatzgeschäft zusätzlich darauf hinweisen, dass der Preis die Umsatzsteuer bereits enthält und ob zusätzliche Versandkosten anfallen (also z.B. „Katzenklo, Marke Cat-Cat, 15 Euro – inkl Umsatzsteuer, liefer- und versandkostenfrei“).

Worin besteht das Problem mit der Preisangabenverordnung im Zusammenhang mit dem Verkauf von Produkten über Apps?

Die rechtliche Spannung ergibt sich daraus, dass die gesetzlichen Bestimmungen einerseits fordern, dass Preise auf eine gewisse Weise dargestellt werden (nämlich klar und verständlich) und genau festgelegte Informationen enthalten müssen, andererseits aber die Anbieter bzw. Programmierer von Apps diese rechtlichen Bestimmungen nicht immer beachtet haben. Die Folge davon ist, dass die entsprechenden Programme (Apps) sich teilweise nicht dazu eignen, die Bestimmungen der Preisangabenverordnung rechtskonform umzusetzen, weil das Programm (die App) es z.B. nicht zulässt, dass der Begriffszusatz „inkl. Umsatzsteuer“ neben dem dargestellten Preis angezeigt wird.

Welche Folgen kann ein Verstoß gegen die Preisangabenverordnung haben?

Die Preisangabenverordnung ist anerkanntermaßen eine Marktverhaltensregelung im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG. Dies hat zur Folge, dass ein Verstoß gegen Regelungen der Preisangabenverordnung zugleich einen Verstoß gegen das UWG darstellt. Dies wiederum führt dazu, dass die nach dem UWG Anspruchsberechtigten ihre Ansprüche gegen den Rechtsverletzer geltend machen können. Vor allem Abmahnungen durch Konkurrenten können drohen. Es kann z.B. auch sein, dass Verbraucherschutzverbände aktiv werden und ebenfalls wegen der Rechtsverletzung abmahnen.

Im Übrigen ergibt sich aus § 10 PAngV, dass bei vorsätzlichen oder fahrlässigen Verstößen gegen die Pflichten aus § 1 PAngV (s.o.) eine Ordnungswidrigkeit vorliegt, die mit einer Geldbuße verbunden sein kann.

Gibt es Rechtsprechung zu dem Thema?

Das [OLG Hamm hat mit Urteil vom 25.5.2010 \(Az. I-4 U 225/09\)](#) Stellung zu einem Online-Shop im Rahmen einer iPhone-App bezogen.

Zum Thema Preisangabenverordnung stellte das Gericht bei Prüfung des Sachverhalts fest, dass bei den Preisen nicht der Hinweis angeführt war, ob darin die Umsatzsteuer bereits enthalten ist oder nicht, so wie es das Gesetz bei Fernabsatzgeschäften eigentlich vorschreibt. Daher sah das Gericht darin einen Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG i.V.m § 1 Absatz 2 PAngV.

Das Gericht sah dies zudem nicht als Bagatelverstoß gemäß § 3 Absatz 1 UWG an, der wettbewerbsrechtlich unbeachtlich wäre. Dem ist in jedem Fall zu folgen, wenn man bedenkt, welche wirtschaftliche Bedeutung der Verkauf von Waren über mobile Endgeräte schon bald haben wird und ansonsten zwingende und wichtige Verbraucherschutzvorschriften – wie die der Preisangabenverordnung – ausgehebelt würden

Fazit

Nicht nur das Widerrufsrecht und die Impressumspflicht sind beim Verkauf von Produkten über Apps ein brisantes Thema – auch die Preisangabenverordnung gilt es zu beachten, was kein Selbstläufer ist. Händler sollten darauf achten, dass die entsprechenden Bestimmungen der PAngV eingehalten werden. Sollte dies mit der jeweils verwendeten App nicht möglich sein, so muss auf den Handel darüber verzichtet werden, wenn man das rechtliche Risiko vermeiden will.

Den 26. Teil der Serie der IT-Recht Kanzlei zu den rechtlichen Aspekten der Werbung im Internet und können Sie an dieser Stelle am 28.9.2010 lesen!

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber

Rechtsanwalt