

von Fabian Karg

Bei Lieferung „frei Haus“ dürfen keine versteckten Verpackungskosten hinzukommen

Das Oberlandesgericht Hamm hat entschieden ([Urteil vom 04.05.2010; Az. 4 U 32/10](#)), dass bei einer als „frei Haus“ beworbenen Lieferung keine Verpackungskosten und kein Mindermengenzuschlag hinzukommen darf, wenn auf diese Zusatzkosten in der Werbung nicht hingewiesen wird.

Sachverhalt

Die Parteien sind Wettbewerber im Bereich bedruckter Werbemittel (Textilwerbebanner) für gewerbliche Abnehmer zur Verwendung gegenüber Endverbrauchern.

Die Antragsgegnerin hat im August 2009 einen Newsletter per E-Mail an ihre Kunden versandt. In diesem hieß es unter anderem:

“

“

"Bei online-Bestellungen liefern wir innerhalb Deutschlands generell frei Haus."

”

“

"Bei Bestellungen neutraler Ware unter 50,00 € Netto-Warenwert berechnen wir lediglich einen Mindermengenzuschlag von 4,80 €."

”

”

In diesem Newsletter hat die Antragsgegnerin einen Versandkostenvergleich der beiden Parteien und der Firma G für Onlinebestellungen vorgenommen, um ihr günstiges Angebot darzustellen.

Des weiteren warb die Antragsgegnerin auf der Startseite ihrer Homepage mit folgendem fettgedruckten Text:

“

Bei Onlinebestellungen wird innerhalb Deutschlands und Österreichs frei Haus geliefert.

”

Dort erfolgte kein Hinweis, dass bei einem Warenwert von unter 50 Euro ein Mindermengenzuschlag in

Höhe von 4,80 Euro berechnet wird. Außerdem fand sich nur in den AGB ein Hinweis darauf, dass bei einer Zustellung am Samstag zusätzliche Gebühren entstehen.

Weder im Newsletter noch auf der Webseite wurde darauf hingewiesen, dass zusätzlich Verpackungskosten von 2,45 Euro je Sendung berechnet werden. Diese wurden erstmals in einer übersandten Auftragsbestätigung erwähnt.

Die Antragstellerin hat gegenüber der Antragsgegnerin eine einstweilige Verfügung vor dem Landgericht erwirkt. Gegen diese einstweilige Verfügung setzte sich die Antragsgegnerin zur Wehr...

Aus der Entscheidung des Gerichts

Das OLG Hamm hielt die einstweilige Verfügung gegen die Antragsgegnerin weitestgehend aufrecht. So wurde der Antragsgegnerin untersagt:

1. zu werben ohne auf die zusätzlichen Verpackungskosten hinzuweisen,
2. zu werben ohne auf den Mindermengenzuschlag hinzuweisen,
3. einen Versandkostenvergleich zwischen Antragsgegnerin und Antragstellerin zu machen ohne darauf hinzuweisen, dass die Verpackungskosten bei der Antragsgegnerin zusätzlich berechnet werden wohingegen sie bei der Antragstellerin bereits in den Versandkosten enthalten sind.

Der Unterlassungsanspruch der Antragstellerin ergebe sich aus § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr., § 3 Abs. 1, § 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG, weil die monierten Werbeaussagen irreführend wären.

In der Gesamtschau des Newsletters gewinne der gewerbliche Abnehmer den Eindruck, dass – außer dem Mindermengenzuschlag – keine weiteren Zusatzkosten auf ihn zukommen. Bei einer Lieferung „frei Haus“ sei nicht mit weiteren Kosten, abgesehen von den Produktkosten zu rechnen. Zwar sei ein begrifflicher Unterschied zwischen Verpackungs- und Versandkosten zu machen, und somit seien streng genommen nur die Versandkosten bei einer Lieferung „frei Haus“ gemeint. Allerdings erfolge diese Trennung auf Kundenseite meist nicht sauber: Ein „Standardkunde“ gehe davon aus, dass er bei einer Lieferung „frei Haus“ keine weiteren Kosten zu tragen habe.

Die Aussage auf der Homepage sei ebenfalls irreführend. So gingen die Kunden weder davon aus zusätzliche Versandkosten tragen zu müssen, noch gingen sie davon aus einen Mindermengenzuschlag bezahlen zu müssen.

Nicht irreführend seien dahingegen die Extrakosten, welche durch den besonderen Kundenwunsch einer Zustellung am Samstag berechnet werden. Ist eine Zustellung an diesem Tag erwünscht, so würden sich die Kunden über entsprechend anfallende Zusatzkosten informieren. Anderenfalls gingen sie davon aus, dass eine Lieferung zu den üblichen Geschäftszeiten erfolge.

Fazit

Wird eine Lieferung „frei Haus“ angeboten, so muss dieses Angebot sowohl die Verpackungs- als auch die Versandkosten umfassen. Zusätzliche Kosten dürfen nur für Sonderwünsche des Kunden – wie eine Zustellung am Samstag – erhoben werden.

Autor:

Fabian Karg

(jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)