

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

## Der Grundpreis bei Google Shopping - für Händler zwingend zu beachten

**Derzeit werden immer häufiger Händler abgemahnt, die Waren nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche in Preisvergleichsportalen bewerben. Hierbei übersehen viele Händler, dass bereits für diese werbende Darstellung von Waren in Preisvergleichsportalen die Pflicht zur Angabe des Grundpreises zwingend zu beachten ist.**

Hintergrund ist § 2 Abs. 1 Satz 1 und Satz 2 PAngV, welcher bestimmt, dass bei Waren, die nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten oder unter Nennung des Endpreises beworben werden der Grundpreis in unmittelbarer Nähe zum Endpreis anzugeben ist. Der BGH hatte mit seiner **Entscheidung vom 26.02.2009 (Az.: I ZR 163/06)** konkretisiert, dass ein Grundpreis dann in "unmittelbarer Nähe" zum Endpreis platziert ist, wenn beide Preise auf einen Blick wahrnehmbar sind, es bedarf also einer besonderen räumlichen Nähe der beiden Preise zueinander. Wird der Grundpreis z.B. erst auf einer verlinkten Seite aufgeführt, genügt dies den rechtlichen Anforderungen nicht.

In Preisvergleichsportalen dürfen grundpreispflichtige Waren nur dann beworben werden, wenn neben dem Endpreis auch der Grundpreis angezeigt wird. Sollte ein Händler ein Preisvergleichsportal verwenden, in welchem der Grundpreis nicht angezeigt werden kann, kann versucht werden, den Grundpreis in der Artikelbezeichnung selbst zu platzieren. Sollte dies nicht funktionieren oder der Händler dies nicht wünschen, darf das betreffende Preisvergleichsportal für grundpreispflichtige Waren nicht (mehr) verwendet werden.

**Achtung:** Nicht nur in Preisvergleichsportalen, sondern auch in der Google-Merchant-Suche bzw. in der Shopping-Ergebnisse-Suchtrefferliste auf Google oder in Google-Anzeigen muss der Grundpreis auf einen Blick mit dem Endpreis wahrnehmbar sein.

Autor:

**RA Jan Lennart Müller**

Rechtsanwalt