

von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

## LG Hamburg: Verstoß gegen die Preisangabenverordnung durch Google-Shopping-Anzeigen

**Mit Urteil vom 13.06.2014, Az. 315 O 150/14, hat das LG Hamburg entschieden, dass Verkaufsanzeigen bei "Google Shopping" gegen die Vorgaben der Preisangabenverordnung verstoßen, wenn die zusätzlich zum Endpreis anfallenden Versandkosten lediglich im Rahmen eines so genannten Mouse-Overs angezeigt werden.**

In dem vom LG Hamburg zu entscheidenden Fall wurde ein Online-Händler von einem Mitbewerber im Rahmen eines einstweiligen Verfügungsverfahrens wegen Verstoßes gegen die Vorgaben der Preisangabenverordnung auf Unterlassung in Anspruch genommen, weil bei dessen Angebots-Anzeigen beim Online-Dienst "Google Shopping" neben dem Endpreis nicht die zusätzlich anfallenden Versandkosten ausgewiesen wurden. Diese wurden bei den Google-Shopping-Anzeigen nur angezeigt, wenn man mit der Mouse über die zugehörige Produktabbildung fuhr.

Beispielhaft stellte sich dies wie folgt dar:

Google Shopping-Ergebnisse für **fernseher**

Anzeigen ⓘ



CLB22B100

149,00 €

mediamarkt.de



Blaupunkt  
B32A147TC,

199,99 €

OTTO



Telefunken, Telefunken  
L24H125A3 ...

149,00 €

Conrad Electr...



Blaupunkt  
B23A207TCHDW

149,99 €

OTTO



Samsung UE-  
22F5000

165,00 €

comtech.de



MEDION® LED-  
TV 80cm

199,95 €

OTTO



Finlux, Finlux  
32FLY189S ...

179,00 €

Conrad Electr...



29 FL 553  
P/10N

215,00 €

mediamarkt.de

Hierin sah der Mitbewerber einen Verstoß gegen die Vorgaben der Preisangabenverordnung und erwirkte beim LG Hamburg eine einstweilige Verfügung gegen den werbenden Online-Händler. Dieser legte gegen die erlassene einstweilige Verfügung Widerspruch ein, da er der Ansicht war, dass die streitgegenständliche Darstellung der Versandkosten bei "Google Shopping" den gesetzlichen Anforderungen genüge. So sei mit der vorhandenen Mouse-Over-Funktion für den Verbraucher eine hinreichende Möglichkeit zur Kenntnisnahme der Versandkosten gegeben. Im Übrigen werde in seinem Webshop nochmals über die zusätzlich anfallenden Versandkosten informiert. Schließlich sei die Rechtsprechung des BGH zur Angabe von Versandkosten in Preissuchmaschinen auf den vorliegenden Fall nicht anwendbar, da bei Google-Suchanzeigen die Produkttreffer nicht nach Preisen sortiert angezeigt würden.

Dieser Auffassung schloss sich das LG Hamburg jedoch nicht an und bestätigte die gegen den Online-Händler erlassene einstweilige Verfügung. Das LG Hamburg sah in der streitgegenständlichen Preisdarstellung bei "Google Shopping" einen Verstoß gegen § 1 Abs. 6 PAngV, wonach die Versandkostenangaben der allgemeinen Verkehrsauffassung und den Grundsätzen der Preiswahrheit und Preisklarheit entsprechen und dem Angebot oder der Werbung zuzuordnen sowie leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar sein müssen. Der sogenannte Mouseover-Effekt sei zur hinreichenden Aufklärung von vornherein unzureichend, weil der Mouseover-Link als solcher nur erkennbar wird, wenn der Besucher der Webseite den Cursor über den als Link ausgestatteten Bestandteil der Webseite bewegt. Dazu aber böte die beanstandete Werbung keinen zwingenden Anlass. Es sei daher keineswegs sichergestellt und hänge eher vom Zufall ab, ob die Besucher der Seite den Link überhaupt wahrnehmen. Durch diese begrenzte Funktionsweise werde gerade nicht gewährleistet, dass die

Versandkosten in jedem Fall wahrgenommen werden. Schließlich sei es auch möglich, die Mouse-Over-Funktion generell zu deaktivieren, so dass auch vor diesem Hintergrund nicht sichergestellt sei, dass auf diese Weise die Versandkosten wahrgenommen werden.

Im Übrigen war das LG Hamburg der Auffassung, dass die Rechtsprechung des BGH zur Angabe von Versandkosten in Preissuchmaschinen auf den vorliegenden Fall anwendbar ist, da es sich auch bei dieser Art der Werbung um Preisvergleiche handle.

## Fazit

Die Entscheidung des LG Hamburg ist unter juristischen Aspekten nachvollziehbar. Dies gilt umso mehr, als Angebote bei Google Shopping auch über mobile Endgeräte abgerufen werden können, bei denen es eine Mouse-Over-Funktion überhaupt nicht gibt. Auch wenn man sich der Auffassung des LG Hamburg nicht anschließen möchte, so besteht derzeit in jedem Fall ein latentes Abmahnrisiko, wenn man unter den gegebenen Voraussetzungen bei Google Shopping wirbt. Sollte Google an diesem Zustand nichts ändern, könnte man sich dem Abmahnrisiko nur dadurch entziehen, dass man entweder gar nicht bei Google Shopping wirbt oder sämtliche dort beworbenen Artikel versandkostenfrei anbietet.

Autor:

**RA Arndt Joachim Nagel**

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht