

Wettbewerbsrecht: Abmahnungen aufgrund der Preisangabenverordnung

Ein unterschätztes Risiko

Von Rechtsanwalt Dennis Groh, Anwaltssozietät Leinen & Derichs, Köln

Immer häufiger werden werbende Unternehmen Opfer von dubiosen Abmahnvereinen. Diese durchkämmen das Internet systematisch auf der Suche nach Wettbewerbsverstößen, um dann mit kostenpflichtigen Abmahnungen sowie strafbewehrten Unterlassungserklärungen zu reagieren. Ein „Klassiker“ unter diesen Wettbewerbsverstößen ist der Verstoß gegen die Impressumspflicht. In der anwaltlichen Praxis mehren sich jedoch in jüngster Vergangenheit Abmahnungen aufgrund der so genannten Preisangabenverordnung (PAngV). Während die meisten Unternehmen heute wissen, dass sie bei Auftreten im Internet nach dem Telemediengesetz (TMG) verpflichtet sind, alle Impressumsangaben online zu stellen, fehlt in vielen Fällen ein Bewusstsein für die Anforderungen, die sich aus der PAngV ergeben.

Nach der PAngV muss derjenige, der Verbrauchern Waren oder Dienstleistungen anbietet, die tatsächlichen Endpreise leicht erkennbar und deutlich lesbar angeben. Ziel ist es, dem Verbraucher die Vergleichsmöglichkeit zwischen verschiedenen Preisen zu erleichtern. Werden Waren oder Dienstleistungen im Internet angeboten, so muss der Werbende zudem angeben, ob der Preis die gesetzliche Umsatzsteuer enthält und ob zusätzliche Liefer- und Versandkosten anfallen.

Fälle aus der jüngsten Rechtsprechung

Trotz transparenter Regelungen waren Verstöße gegen die PAngV in der Vergangenheit häufig Gegenstand gerichtlicher Auseinandersetzungen.

Relativ eindeutig ist der Verstoß gegen die PAngV in einer Entscheidung des OLG Frankfurt – 6 U 186/07. In dem Fall hatte ein Betreiber im Internet Gedichte sowie den Download gewisser Grafiken angeboten. Die Kostenpflichtigkeit dieses Angebots war zunächst für den Nutzer nicht erkennbar. Dieser wurde aufgefordert, Angaben zu seiner Person in eine Maske einzutragen. Neben dieser Maske wurde der Nutzer schriftlich aufgefordert, alle Angaben vollständig vorzunehmen. Diese Aufforderung war mit einem „Sternchen“ versehen, welchem ein Text am unteren Rand der Seite zugeordnet war. Im dortigen Fließtext wurde dann auf den einmaligen Preis für einen dreimonatigen Zugang von 39,95 Euro hingewiesen.

Zu Recht hat das OLG hier einen Verstoß gegen § 1 PAngV angenommen. Die PAngV möchte gerade verhindern, dass die Endpreise „versteckt“ werden. Zwar sind so genannte „Sternchenhinweise“ nach der Rechtsprechung des BGH nicht per se unzulässig. Voraussetzung ist aber stets, dass der Verbraucher vor Vertragsabschluss gezwungen ist, sich mit den Daten zu befassen. Dies war im konkreten Fall nicht gegeben, da der „Sternchenhinweis“ nicht in der Nähe des „Anmelde-Buttons“, sondern vielmehr im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit den persönlichen Angaben angebracht war. An dieser Stelle brauchte ein Verbraucher jedoch nicht damit zu rechnen. Vorliegend war der Verstoß

umso schwerwiegender, da nicht nur der Endpreis, sondern vielmehr die Entgeltlichkeit als solche verschleiert wurde. Ein solches Verhalten sei wettbewerbswidrig und auch unter Verbraucherschutzaspekten nicht zu tolerieren.

Schwieriger zu beurteilen war dieser Fall (BGH I ZR 140/07): Ein Anbieter vertrieb Elektroartikel über die Preissuchmaschine „froogle.de“. Der angegebene Preis schloss die Versandkosten nicht ein. Wenn man das Produkt anklickte, gelangte man jedoch auf die eigene Internetseite des Anbieters, auf welcher neben dem Preis des Produkts auch die Versandkosten einsehbar waren. Der Anbieter wurde deswegen von einem Mitbewerber auf Unterlassung in Anspruch genommen. Dem gab der BGH statt. Zwar seien die Versandkosten durch nur einen weiteren „Klick“ einsehbar, dies genüge jedoch den Anforderungen der PAngV nicht. Bei Preisangaben in Vergleichslisten sei von wesentlicher Bedeutung, dass der Verbraucher auf einen Blick feststellen könne, ob der angegebene Preis die Versandkosten enthalte oder nicht. Dies sei dann nicht gewährleistet, wenn er sich erst näher mit dem Angebot befassen muss. Obwohl der Werbende also die Versandkosten angegeben hatte, unterlag er vor Gericht. Diese Entscheidung zeigt, welche hohen Anforderungen die Rechtsprechung an die Transparenz des Endpreises stellt. Dabei wirft sie durchaus weitere Fragen auf. Zum Beispiel, unter welchen Umständen die Versandkosten „auf einen Blick“ erkennbar sind. Genügt es, wenn die Kosten zwar auf der gleichen Seite, jedoch nicht unmittelbar neben dem eigentlich Preis angegeben werden? Nach dem Trend in der Rechtsprechung wird man dies wohl verneinen müssen.

Fazit

Trotz überschaubarer Regelungen birgt die PAngV einige Stolpersteine. Unternehmer sollten ihr Waren- oder Dienstleistungsangebot im Internet daher von einem Wettbewerbsrechtler prüfen lassen.

Der Autor

Dennis Groh ist Rechtsanwalt bei der Anwaltssozietät Leinen & Derichs, Köln. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Gewerblicher Rechtsschutz, Handels- und Gesellschaftsrecht sowie Vertriebsrecht.

Kontakt: dennis.groh@leinen-derichs.de

