

OLG Hamburg: Versandkosten erst in AGB unzureichend

Das OLG Hamburg hat mit Urteil vom 14.04.2005 (3 U 222/04) entschieden, dass eine Werbung im Internet mit Preisangaben (hier subventionierte Hardware) irreführend ist, wenn nicht auf die zusätzlich anfallenden Versandkosten hingewiesen wird. Der Umstand, dass (erst) im Zuge des Bestellvorgangs auf Versandkosten hingewiesen wird, beseitigt die Irreführung nicht.

In diesem Urteil geht das Gericht gar nicht auf die PangV ein, sondern sieht in der Nichtangabe der Versandkosten auf Produktseiten schon eine Irreführung i.S.v. § 5 UWG. Die Irreführung soll dadurch beim Verbraucher entstehen, dass er bei Betrachtung der Produktseiten den Umstand, dass noch weitere Versandkosten anfallen, nicht sogleich in seine Entschlüsse einbeziehen kann. Die Angabe der Versandkosten im Bestellvorgang soll die Irreführung nicht beseitigen können, weil der Verbraucher sich schon vorher mit dem Angebot (irreführt) beschäftigt hat.

Das LG Hamburg hatte mit Urteil vom 27.10.2005 (327 O 614/05) entschieden, dass den Angaben zu Versandkosten im Fernabsatz, die lediglich in den (verlinkten) AGB oder erstmals im Warenkorb angeführt werden, die notwendige eindeutige Zuordnung sowie die leichte Erkennbarkeit gem. § 1 Abs. 6 PangV fehlen. Im verhandelten Sachverhalt hat das Gericht deshalb einen wettbewerbsrechtlichen Verstoß gegen §§ 3, 4 Nr. 11 UWG, § 1 Abs. 2 Nr. 2 PangV bejaht.

Das Gericht führt an, dass der angesprochene Verbraucher sofort und mühelos erkennen können muss, ob Versandkosten anfallen und wie diese sich ggf. im Einzelfall berechnen. Dies kann, nach Ausführungen des Gerichts, durch eine entsprechende räumliche Platzierung der konkreten Versandkostenangaben und deren Berechnung oder durch einen eindeutig und unmissverständlich zugeordneten Link unmittelbar neben dem Angebot erfolgen. Es hält jedoch auch andere eindeutig zuzuordnende und gut wahrzunehmende Hinweise auf der Seite mit dem konkreten Angebot für denkbar, ohne dass die Angabe in jedem Fall räumlich unmittelbar dem Preis oder der Ware zugeordnet wird. Als mögliches Beispiel nennt das Gericht einen auf der Angebotsseite angebrachten eindeutig zuzuordnenden und gut wahrnehmbaren Link.

Beide Urteile sind im Ergebnis nicht besonders überraschend. Trusted Shops empfiehlt auch weiterhin, einen gut auffindbaren Hinweis zu den Versandkosten, z.B. als sprechenden Link, in unmittelbarer Nähe des Preises, vgl. Trusted Shops Praxishandbuch Kapitel II 3 b) und Trusted Shops Prüfungsprotokoll 4.2. bzw. 4.3. Eine für 2007 erwartete Entscheidung des BGH zu Versandkostenangaben Im Online-Handel wird dann hoffentlich die erhoffte Rechtssicherheit bringen. Bis dahin ist jede Werbung ohne klaren Link auf weitere Versandkosten potenziell abmahngefährdet.

Bildnachweis: fotogestoeber/shutterstock.com