

LG Hamburg: Fehlender Hinweis auf MwSt nicht abmahnbar

✖ Bereits im Jahr 2007 entschied der BGH, dass nicht neben jedem Preis im Onlineshop ein Hinweis auf MwSt und Versandkosten vorhanden sein muss. Ähnlich hat auch das LG Hamburg entschieden: Hinweise auf die MwSt müssen nicht auf jeder einzelnen Katalogseite vorhanden sein. Es sei klar, dass die Preise die gesetzliche MwSt enthalten, so dass bei deren Fehlen nur ein Bagatelverstoß vorliege.

Lesen Sie mehr über die Rechtsprechung zu Verstößen gegen die Preisangabenverordnung

In dem vom LG Hamburg (Urteil v. 07.08.2007, 312 O 275/07) entschiedenen Fall wurde ein Händler von Autozubehör aus dem Bereich des Katalogversandhandels von einem Mitbewerber wegen Verstößen gegen die PAngV in Anspruch genommen.

Zum einen wurde auf den Seiten seines Katalogs, wo sich die einzelnen Anzeigen befinden, nicht darauf hingewiesen, dass die angegebenen Preis die gesetzlichen Umsatzsteuer enthalten. Zum anderen waren die Versandkosten auf den Anzeigenseiten nicht in ihrer genauen Höhe angegeben. Es war nur der Hinweis zu finden, dass solche erhoben werden.

Im Bestellformular war die Rubrik „Versandkosten“ enthalten, auf dem Fax-Bestellformular fand sich der Zusatz „siehe Versandinformationen Seite 558“.

Vorgaben der Preisangabeverordnung

Nach § 1 Abs. 2 S. 1 PAngV hat der Unternehmer gegenüber Verbrauchern beim Abschluss eines Fernabsatzvertrages anzugeben, dass die für Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten (Nr. 1) und ob zusätzliche Liefer- und Versandkosten anfallen (Nr. 2).

*Nach § 1 Abs. 6 S. 2 PAngV sind die entsprechenden Angaben dem Angebot oder der Werbung **eindeutig zuzuordnen** sowie **leicht erkennbar** und **deutlich lesbar** oder sonst **gut wahrnehmbar** zu machen.*

Werbung im Fernabsatzhandel

Zunächst hat das LG Hamburg festgelegt, dass die Vorschrift des § 1 Abs. 2 PAngV in richtlinienkonformer Auslegung auch auf die Werbung im Fernabsatzhandel anzuwenden sei. Somit hat sich das Gericht der ständigen Rechtsprechung des OLG Hamburg angeschlossen (vgl. OLG Hamburg).

„Ob ein Papierversandkatalog als Angebot i.S.d. § 1 PAngV oder als Werbung im Fernabsatzhandel anzuwenden ist, kann daher dahin stehen...“

„inkl. MwSt“ ist bei jedem Preis anzugeben

Weiterhin hat das LG Hamburg ein Verstoß gegen § 1 Abs. 2 Nr. 1 PAngV darin gesehen, dass der Händler nicht zu den einzelnen Preisen und Preislisten angibt, dass diese die Umsatzsteuer enthalten. Die Kennzeichnung der Preise in den entsprechenden Produkttabellen laute „Preis €“ oder „€/Set“ oder „€/Stück“ oder „Preis €/ Set“. Es finde sich auch nicht auf den jeweiligen Seiten mit Preislisten an übergeordneter Stelle der Hinweis, dass alle Preise auf der Seite der Mehrwertsteuer beinhalten, also Brutto-Preise sind.

Hinweis in AGB reicht nicht aus

Die Beklagte hat in den AGB leicht hervorgehoben angegeben, dass „Alle Preise sind Endpreise in Euro inklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer“ und in der „Belehrung und Information über das Widerrufsrecht für Privat-/Endkunden bei Fernabsatzverträgen“ im Fließtext darauf hingewiesen, dass die jeweiligen Endpreise der einzelnen Produkte inklusive Mehrwertsteuer angegeben sind. Dies genüge allerdings nicht den Anforderungen von § 1 Abs. 6 PAngV, so das LG Hamburg.

*„Denn nach § 1 Abs. 6 S. 2 PAngV müssen die erforderlichen Angaben **dem Angebot oder der Werbung eindeutig zugeordnet werden können** und daher **leicht erkennbar und deutlich lesbar** oder **sonst gut wahrnehmbar** sein. Dies gilt bezüglich der Angaben zur Umsatzsteuer unbeschadet der Regelung in § 4 Abs. 4 PAngV auch für den Katalogversandhandel...“*

Analogie zum Internetversandhandel

In seiner Entscheidung nimmt das LG Hamburg einen Vergleich mit den Entscheidungen zur gleichen Problematik im Bereich Internetversandhandel und wendet die entwickelten Grundsätze an.

*„In der Rechtsprechung zu diesen Angaben im Internetversandhandel wird davon ausgegangen, dass gute Wahrnehmbarkeit der nach § 1 Abs. 2 Nr. 1 PAngV erforderlichen Angaben vorliegt, **wenn der Preis und seine Bestandteile sich entweder in unmittelbarer räumlichen Nähe zu der Werbung mit den Artikeln befindet oder der Nutzer jedenfalls in unmittelbarer räumlichen Nähe zu der Werbung unzweideutig zu dem Preis mit allen seinen Bestandteilen hingeführt wird** (... OLG Hamburg ...).*

Ausreichend gute Wahrnehmbarkeit ist angenommen worden für einen „sprechenden Link“, durch den der Internet-Nutzer zum Weiterklicken auf eine Seite mit den erforderlichen Informationen gelenkt wurde ...“

Anforderungen nicht erfüllt

Diesen Anforderungen sei vorliegend nicht Genüge getan. Weder befinden sich auf den einzelnen Seiten, die Preislisten und -tabellen enthalten, Hinweise darauf, dass die Preise die Mehrwertsteuer beinhalten, noch werde im Sinne eines „sprechenden Links“ auf den jeweiligen Seite darauf hingewiesen, wo sich Informationen zur Preisgestaltung befinden, noch weise das Inhaltsverzeichnis des Katalogs ein Kapitel Preisgestaltung oder Ähnliches aus.

*„In der Rechtsprechung zum Internetversandhandel ist **die leichte Erkennbarkeit** der Angaben zum Beispiel **verneint worden, wenn diese nur durch separate Unterseiten „Allgemeine Geschäftsbedingungen“ und auf weiteren separaten Serviceseiten abgerufen werden konnten** ... oder wenn nur Hinweise „Allgemeine Geschäftsbedingungen“ und „Service“ am oberen Bildschirmband erfolgten, da diese Seitenhinweise nur vermuten ließen, dass sich in den Kapiteln die Angaben zum Preis finden lassen würden ...*

*Als nicht hinreichend eindeutige Zuordnung wurde weiter der **allgemeine Link „Versandkosten“ auf einer Bildschirmseite mit mehreren Waren angeboten** betrachtet, insoweit wurde zur Auslegung des § 6 Abs. 6 PAngV für Versandkosten entsprechend herangezogen ...“*

Im entschiedenen Fall befinden sich die erforderlichen Hinweise darauf, dass die Umsatzsteuer in den gelisteten Preisen enthalten ist, in den im Inhaltsverzeichnis angezeigten Kapitel „Fernabsatzbelehrung“ und „AGB“. Dadurch werde der Verbraucher zu diesen Informationen nicht in räumlicher Nähe zu der Werbung für die Artikel hingeführt. Es fehle an der eindeutigen Zuordnung i.S.d. § 1 Abs. 6 S. 2 PAngV. Denn es obliege dem Verbraucher selbst, die erforderlichen Angaben zu suchen.

Fehlender Hinweis auf enthaltene MwSt = Bagatelverstoß

Bei den Vorschriften der PAngV handelt es sich um wettbewerbsbezogenen Normen i.S.d. § 4 Nr. 11 UWG, so dass ein Verstoß hiergegen zu bejahen sei, so das Gericht. Dieser sei allerdings nicht geeignet i.S.d. § 3 UWG den Wettbewerb mehr als nur unerheblich zu beeinträchtigen.

*„Die gem. § 1 Abs. 2 Nr. 1 PAngV bei Fernabsatzgeschäften erforderliche Angabe, dass die Umsatzsteuer im Preis enthalten ist, ist **nur eine Klarstellung für den Verbraucher, da Endpreis gem. § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV ohnehin die Umsatzsteuer enthalten müssen.** ... Der Verkehr geht davon aus und ist daran gewöhnt, dass Preise einschließlich der gesetzlichen Mehrwertsteuer angegeben werden (OLG Hamburg ...)“*

Werbung mit Selbstverständlichkeiten

Die blickfangmäßige Herausstellung des Zusatzes „inklusive Mehrwertsteuer“ zum Beispiel durch Fettdruck oder größere Schrift ist unter dem Gesichtspunkt der Werbung mit Selbstverständlichkeiten als irreführend betrachtet worden (BGH GRUR 1999, 1027, 1028). Insofern sei es nicht erforderlich, dem Verbraucher noch einmal zu verdeutlichen, dass zum Preis nicht noch nachträglich die Umsatzsteuer hinzukommt.

Maßgeblich ist die Verkehrsauffassung

Deshalb sei es ausreichend, dass die Beklagte in ihren AGB in der dargestellten Weise darauf hinweist, dass die Umsatzsteuer in den Preisen enthalten ist, so das LG Hamburg.

„Ein Anwendungsbereich der sog. Bagatellklausel des § 3 UWG kann z.B. dann eröffnet sein, wenn wie hier zwar gegen zum Schutz der Verbraucher erlassenen Vorschriften verstoßen wird, der Inhalt des gebotswidrig unterlassenen Hinweises sich aber aus dem übrigen Kontext dem Verbraucher erschließt, aus sonstigen Umständen für den Verbraucher nahe liegt oder für die Kaufentscheidung von zu vernachlässigender Bedeutung ist ...

Dies ist vorliegend anzunehmen, weil der Verbraucher es gewohnt ist und erwartet, dass die angegebenen Preise die gesetzlichen Umsatzsteuer bereits enthalten. Im Übrigen findet der Verbraucher Hinweise auf Bestellformularen, die ihn in dieser Erwartungshaltung bestätigen.“

Formulare eindeutig beschriftet

Aus den Bestellformularen und den Bestellkarten ergebe sich, dass zu den Preisen nur noch die Versandkosten zuzurechnen sind. So stehe sowohl auf den Fax-Bestellformularen als auch den Bestellkarten unter den Kästchen, in welche die Einzelpreise einzutragen sind, ein weiteres mit der Beschriftung „Versandkosten“ und darunter ein Kästchen mit der Beschriftung „Gesamtpreis“.

„Da der Kunde nach dem Aufbau der Formulare die Preise selbst eintragen und den Endpreise ausrechnen soll, bestätigt sich für ihn noch vor der Abgabe der zum Vertragsschluss führenden Willenserklärung, dass die Mehrwertsteuer nicht zu den Preisen hinzukommt.

Dabei hat er – anders als bei einer Online-Bestellung während des ganzen Bestellvorganges bis zum Abschicken des Formulars die von ihm gemachten Angaben und den Berechnungsweg des Endpreises, den er selbst ausrechnet, vor Augen.

Weiter unterschreibe der Kunde auf den Fax-Formularen und den Bestellkarten, dass er die Geschäftsbedingungen und die Belehrungen zu den Fernabsatzverträge zur Kenntnis genommen hat. Auf diesen Seiten befinde sich – optisch auch hervorgehoben – die Information, dass die Mehrwertsteuer in allen Preisen enthalten ist sowie, dass Versandkosten hinzukommen.

Angabe unter der Rubrik „Versandkosten“ reicht aus

Das LG Hamburg lässt die Frage offen, ob die Angaben im Katalog zu den Versandkosten den Anforderungen des § 1 Abs. 2 Nr. 2 Abs. 6 PAngV genügen. Ein Verstoß wäre ohnehin unerheblich, so das Gericht. In der oben beschriebene Weise werde der Besteller rechtzeitig vor Abgabe einer Willenerklärung auf dem Fax-Bestellformular und in den im Katalog befindlichen Bestellkarten darauf aufmerksam gemacht, dass Versandkosten zu den Preisen hinzuzurechnen sind.

„Im Übrigen muss der Besteller auch hier unterschreiben, die Bedingungen zur Kenntnis genommen zu haben. Auf der Seite 556 wird deutlich hervorgehoben auf das Anfallen von Versandkosten hingewiesen, in den „D. Verkaufs- und Lieferbedingungen“ auf Seite 557 in Farbe und Schriftart hervorgehoben. Die Seite 558 behandelt ausschließlich das Thema „Versandkosten/Versandinformation“.

Hinzu kommt, dass der Verkehr weiß, dass im Versandhandel Versandkosten anfallen ... Von daher hält die Kammer es sogar für ausreichend, dass die Angaben zu den Versandkosten leicht an zentraler Stelle, nämlich über das Inhaltsverzeichnis unter dem Kapitel „Versandinfo/Kosten“ zu finden sind.“

Mehr zum Thema Versandkosten und Preisangaben:

5 Wochen nach BGH-Urteil: Google zeigt Versandkosten an
OLG Hamm: Versandkosten nach Kubikmeter nicht ausreichend
Abmahngefahr: Grundpreis muss unmittelbar beim Endpreis stehen
Fallstricke bei der Preiswerbung – Dauertiefpreis, Discountpreis & Co. zulässig?
BGH: In Preissuchmaschinen müssen Versandkosten genannt werden
OLG Hamm: Auslandsversandkosten müssen angegeben werden