

BGH: Hinweis auf MwSt und Versandkosten im Warenkorb zu spät

Bereits im Oktober 2007 entschied der BGH, dass der im Onlinehandel erforderliche Hinweis auf enthaltene MwSt und ggf. anfallende Versandkosten "vor Einleitung des Bestellvorgangs" gegeben werden muss. Strittig war bislang, wann genau der Bestellvorgang eingeleitet wird. Der BGH konkretisierte dies nun und stellte klar, dass ein entsprechender Hinweis erst im Warenkorb zu spät sei, auch wenn der Kunde die Kaufentscheidung erst später trifft.

Lesen Sie mehr über das Urteil und die Konsequenzen für die Gestaltung des Shops.

In dem vom BGH entschiedenen Fall (Urteil v. 16.7.2009, I ZR 50/07) bewarb ein Onlinehändler Produkte in seinem Onlineshop auf Produktübersichtsseiten. Auf diesen Seiten war nur der Produktpreis gelistet, jedoch kein Hinweis auf MwSt und Versandkosten vorhanden. Neben jedem Preis befand sich aber bereits ein Warenkorbssymbol.

Kein Hinweis auf Produktdetailseite

Auch auf der Produktdetailseite und weiteren Informationsseiten zu technischen Daten befand sich zwar ein Warenkorb-Button, jedoch nicht der Hinweis auf MwSt und Versandkosten nach § 1 Abs. 2 PAngV. Erst wenn ein Produkt in den Warenkorb gelegt wurde, tauchten die Versandkosten auf.

Wettbewerbswidrige Gestaltung

Bereits das OLG Hamburg als Berufungsgericht war der Ansicht, dass eine solche Gestaltung gegen §§ 3, 4 Nr. 11 UWG i.V. mit § 1 Abs. 2 Nr. 1 und 2, Abs. 6 PAngV verstoße und wettbewerbswidrig sei. Es reiche nicht aus, die erforderlichen Angaben zu Umsatzsteuer sowie Liefer- und Versandkosten erst auf der Seite "Warenkorb" des Internetauftritts zu machen, da dies dann erst nach Einleitung des Bestellvorgangs und "unmittelbar vor Abgabe der Bestellung" geschehe.

Insbesondere in den AGB erwarte der Verbraucher keine Hinweise zu MwSt und Versand, so dass allein die Einbeziehung der AGB mit einem entsprechenden Hinweis nicht den Verstoß gegen die PAngV beseitige.

"Die Beklagte, die Verbrauchern im Internet Waren zum Abschluss eines Fernabsatzvertrags i.S. des § 312b BGB anbietet, ist bei einer Werbung unter Angabe von Preisen verpflichtet, zusätzlich zur Angabe der Endpreise i.S. des § 1 Abs. 1 PAngV die in § 1 Abs. 2 PAngV geforderten Angaben zu machen. Sie hat deshalb anzugeben, dass die geforderten Preise die Umsatzsteuer enthalten (§ 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 PAngV) und ob zusätzlich Liefer- und Versandkosten anfallen (§ 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 PAngV). Die Art und Weise, wie die Hinweise gemäß § 1 Abs. 2 PAngV zu geben sind, richtet sich nach § 1 Abs. 6 Satz 2 PAngV."

BGH: Hinweis im Warenkorb zu spät

Diese Ansicht teilte ausdrücklich auch der BGH und entschied:

"Es reicht nicht aus, wenn der Verbraucher erst beim Aufruf des virtuellen Warenkorbs darüber informiert wird, dass und in welcher Höhe Versandkosten anfallen und dass die Mehrwertsteuer in dem angegebenen Endpreis enthalten ist."

Wie der Senat bereits für das UWG 2004 entschieden habe, dürfen die erforderlichen Informationen dem Verbraucher nicht erst gegeben werden, wenn er den Bestellvorgang durch Einlegen der Ware in den virtuellen Warenkorb bereits eingeleitet hat (BGH, Urt. v. 4.10.2007 - I ZR 143/04). Bei dieser Auslegung des § 1 Abs. 6 Satz 2 PAngV hat sich der Senat von der Erwägung leiten lassen, dass der

Verbraucher die Angaben nach der Preisangabenverordnung nicht erst im Zuge der Bestellung, sondern bereits dann benötigt, wenn er sich mit dem Angebot näher befasst.

Link auf Versandkostenabelle genügt

Immerhin lässt der BGH genügen, dass auf eine Versandkostenabelle verlinkt wird, der Link muss aber dem Preis unmittelbar zugeordnet sein und auftauchen, bevor das Produkt in den Warenkorb gelegt wird:

“Beim Internetvertrieb reicht es aus, unmittelbar bei der Werbung für das einzelne Produkt den Hinweis “zzgl. Versandkosten” aufzunehmen, wenn sich bei Anklicken oder Ansteuern dieses Hinweises ein Bildschirmfenster mit einer übersichtlichen und verständlichen Erläuterung der allgemeinen Berechnungsmodalitäten für die Versandkosten öffnet und außerdem die tatsächliche Höhe der für den Einkauf anfallenden Versandkosten jeweils bei Aufruf des virtuellen Warenkorbs in der Preisaufstellung gesondert ausgewiesen wird.”

Informierte geschäftliche Entscheidung

Zur Begründung des Zeitpunktes, zu dem der Hinweis erfolgen muss, greift der BGH auf die europäische UGP-Richtlinie zurück:

“Nach Art. 7 Abs. 2 der Richtlinie 2005/29/EG müssen die für den Verbraucher wesentlichen Informationen rechtzeitig bereitgestellt werden. Dies gilt auch für die im Falle der Aufforderung zum Kauf erforderlichen Informationen i.S. des Art. 7 Abs. 4 lit. c der Richtlinie 2005/29/EG, zu denen die nach der Preisangabenverordnung erforderlichen Angaben zählen.

Wie sich aus dem Zweck des Art. 7 der Richtlinie und dem systematischen Zusammenhang der Absätze 1 und 2 dieser Bestimmung ergibt, muss die Information so rechtzeitig erfolgen, dass der durchschnittliche Verbraucher eine “informierte geschäftliche Entscheidung” treffen kann. Dabei sind gemäß Art. 7 Abs. 1 der Richtlinie die Beschränkungen des Kommunikationsmediums zu berücksichtigen.”

Nähere Befassung mit dem Angebot

Nach Ansicht der Richter treffe der Kunde bereits mit Einlegen der Ware in den Warenkorb eine vorläufige Kaufentscheidung, auch wenn sich der Kunde zwar erst dann endgültig für den Kauf einer Ware entscheidet, wenn er nach Eingabe seiner persönlichen Daten und Bestätigung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten seine Bestellung absendet.

“Das ändert aber nichts daran, dass eine Ware nur dann in den virtuellen Warenkorb eingelegt wird, wenn der Kunde sich zuvor näher mit ihr befasst und jedenfalls vorläufig für ihren Erwerb entschieden hat.”

Schon das Einlegen in den Warenkorb sei daher eine geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers, für die er alle wesentlichen Informationen benötigt. Dazu zählen sowohl die Angabe der Liefer- und Versandkosten als auch, wie sich aus Art. 5 Abs. 2 der Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr ergibt, der Hinweis auf im Kaufpreis enthaltene Umsatzsteuer (vgl. BGH, Urt. v. 4.10.2007 - I ZR 22/05).

Kommentar

Das Urteil ist keine Überraschung, da schon bislang die Gerichte davon ausgingen, dass das Einlegen in den Warenkorb mit der Einleitung des Bestellvorgangs gleichzusetzen sei. Der BGH hat dies aber nun noch einmal ausdrücklich und konkreter als in seinem Urteil aus dem Jahr 2007 klargestellt. Vor Oktober 2007 vertrat das OLG Hamburg eine strenge Ansicht, wonach ein Hinweis auf MwSt und Versandkosten bei jedem Preis anzubringen war, unabhängig davon, ob auf dieser

Seit das Produkt in den Warenkorb gelegt werden konnte oder nicht. Insofern hat der BGH seinerzeit die Pflicht bereits "gelockert".

Selbst diese weniger strenge Ansicht ist aber in der Literatur vielfach auf Kritik gestoßen. Es wird zutreffend eingewendet, dass das Befüllen des Warenkorbs den Bestellvorgang nicht einleitet, sondern diesen nur vorbereitet. Der Verbraucher kann den Bestand des Warenkorbs jederzeit ändern oder gänzlich löschen. Oft wird Ware eingelegt, um Preise innerhalb des Shops zu vergleichen, ohne dass die Voraussetzungen einer Bestellung – die Registrierung oder das Einloggen des Kunden bei dem Shop – vorliegen.

Ein Hinweis im Warenkorb selbst wird daher zu Recht entgegen der Auffassung des BGH für ausreichend gehalten (Rohnke, GRUR 2007, 381, 383; Schlegel, MDR 2008, 417, 419). Zum einen trifft der Verbraucher erst an dieser Stelle – durch Vornahme der weiteren Schritte bis zur Bestellungsabsendung – seine eigentliche geschäftliche Entscheidung für oder gegen den Kauf. Zum anderen ermöglicht die Übersicht im Warenkorb eine präzisere Angabe der Versandkosten, da hier immer der Umfang der ganzen Bestellung berücksichtigt werden kann, der in der Regel Auswirkungen auf die Höhe der Versandkosten hat.

Insbesondere bei Speditionsware, die in verschiedene Länder versendet wird, erfolgt das Einlegen der Ware häufig, um die Versandkosten nach Eingabe der Postleitzahl konkret zu berechnen, was für den Kunden eine wesentlich komfortablere Methode ist, als manuell Produktgewichte zu addieren und eine Tabelle nach dem zugehörigen Tarif zu durchsuchen. Die Rechtsprechung geht jedoch bislang davon aus, dass ein Hinweis bereits vor dem Befüllen des Warenkorbs erfolgen müsse.

Praxistipp

Es ist unbedingt erforderlich, dass auf allen Seiten, von denen aus ein Produkt in den Warenkorb gelegt werden kann, entweder die Versandkosten konkret beim Produkt genannt werden oder sich ein direkter Link auf die Versandkostenabelle oder einen Versandkostenrechner befindet. Falls dies zu viel Platz in Anspruch nimmt (z.B. bei Cross-Selling Angeboten auf Produktübersichtsseiten), muss an dieser Stelle auf den Warenkorb neben dem Produkt verzichtet werden.

Ob sich die hier vertretene Ansicht durchsetzt, dass der Warenkorb auch als Versandkostenrechner genutzt werden kann, wenn dies bei Klick auf den Links "Versandkosten" neben dem Preis z.B. in einem PopUp-Fenster erklärt wird, bleibt abzuwarten. Zum jetzigen Zeitpunkt kann nur davon abgeraten werden, den Kunden zum Einlegen in den Warenkorb zwecks Versandkostenberechnung aufzufordern, auch wenn dies dem Kunden eine komfortablere Berechnung der Kosten ermöglicht. (cf)

Lesen Sie auch:

Wie weist man korrekt auf anfallende Versandkosten hin?

OLG Frankfurt a.M.: Angabe der Versandkosten nur in AGB ist unzureichend

OLG Hamburg entscheidet erstmals weniger streng zu MwSt- und Versandkostenangaben

Shoptipp: Hinweis zu MwSt und Versandkosten auf Produktdetailseite reicht

BGH: Hinweis zu MwSt und Versandkosten auf Produktdetailseite reicht

BGH lockert Pflicht zum Hinweis auf Umsatzsteuer und Versandkosten