BGH-Urteil im Volltext: Preise in Suchmaschinen müssen aktuell sein

Im März dieses Jahres urteilte der Bundesgerichtshof, dass es irreführend sei, wenn der in einer Preissuchmaschine angezeigter Preis niedriger ist, als der tatsächlich im Shop verlangte. Diese Entscheidung löste eine heftige Diskussion aus. Nun liegt das Urteil im Volltext vor: Auch die Angabe der Uhrzeit der letzten Aktualisierung genügt nicht.

Lesen Sie hier mehr über das Urteil.

Bis vor den BGH (Urteil v. 11.03.2010, Az: I ZR 123/09) stritten sich zwei mit Haushaltselektronik handelnde Unternehmer. Der Beklagte bewarb eine Espressomaschine bei der Preissuchmaschine idealo.de zum Preis von 550 Euro. Damit stand er am 10. August 2006 um 20:00 Uhr unter 45 Angeboten auf Platz 1 in der Ergebnisliste.

Klickte man dann auf das Ergebnis, um in den Shop zu gelangen, kostete die Maschine tatsächlich 587 Euro. Die Preiserhöhung im Shop fand um 17:03 Uhr am 10. August statt, also rund 3 Stunden vorher.

Klage des Mitbewerbers

Ein Mitbewerber machte daraufhin Unterlassungsansprüche wegen Irreführung geltend, da der Werbende bei richtiger Preisdarstellung in der Suchmaschine rund 3 Stunden lang unberechtigt auf Platz 1 gelistet war.

Im ersten Rechtszug vor dem LG Berlin unterlag der Kläger. Das Kammergericht gab seiner Klage aber statt (Urteil v. 24.06.2008, Az: 5 U 50/07).

Nach Ansicht des Kammergerichts warb der Beklagte irreführend, da sein auf den ersten Rang der Preisvergleichsliste platziertes Angebot bei nicht unerheblichen Teilen des angesprochenen Verkehrs die Vorstellung erwecken konnte, die Maschine könne auch zu der beworbenen Zeit um 20:00 noch für 550 Euro gekauft werden.

> *“Da der Verbraucher von Informationsangeboten im Internet regelmäßig höchstmögliche Aktualität erwarte, könne nicht ohne weiteres unterstellt werden, dass der durchschnittliche Nutzer von Preisvergleichsportalen im Internet wisse, dass diese Portale nicht durchweg Preise zeigen, zu denen ein Produkt im Moment der Anzeige der Suchergebnisse tatsächlich erworben werden könne.”*

“Angaben ohne Gewähr” hilft nicht

In der Preissuchmaschine war der Hinweis

> *“Alle Angaben ohne Gewähr“*

gegeben. Dies half dem Shopbetreiber jedoch nicht, da dies nur als eine Erklärung des Betreibers des Portals verstanden werden konnte, nicht für die Richtigkeit der in der Vergleichsliste genannten Daten einstehen zu wollen.

> *“Auch wenn er die Unterstreichung der Wörter “ohne Gewähr” als elektronischen Verweis zu weiteren Erläuterungen erkannt habe, sei zweifelhaft, ob er sich bei situationsadäquater Aufmerksamkeit veranlasst gesehen habe, den Verweis zu verfolgen. Zudem werde auch derjenige, der den Hinweis selbstständig zur Kenntnis nehme, nicht hinreichend deutlich darüber aufgeklärt, dass die Preisangaben und die Rangfolge der Angebote in der*

Vergleichsliste auf möglicherweise nicht mehr aktuellen Mitteilungen der werbenden Händler beruhten."

Angabe eines Zeitindexes hilft nicht

Bei der Preisangabe stand der Zusatz "10.08.2006, 2:23". Dies verstand das Gericht als Uhrzeit der letzten Aktualisierung des Preises. Aber auch diese Angabe konnte die Irreführung nicht ausschließen.

"Auch aus der Zeile mit einem Datum und einer Uhrzeit in der Spalte der Preisvergleichsliste mit der Preisangabe habe der Verbraucher nicht ohne weiteres erkennen können, dass die Preisangaben und die Rangfolge auf möglicherweise nicht mehr aktuellen Daten beruhten."

Klage gegen den Portalbetreiber?

Das KG Berlin beschäftigte sich in der Berufung auch mit der Frage, ob der Kläger nicht gegen den Portalbetreiber hätte vorgehen müssen, verneinte diese Frage aber:

"Das Vorgehen der Klägerin gegen den Beklagten statt gegen den Betreiber des Portals sei nicht rechtsmissbräuchlich, weil die Annahme eines Handelns des Betreibers im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs als problematisch erscheine und die Erfolgsaussichten eines Vorgehens gegen ihn daher zweifelhaft gewesen seien. Der Beklagte habe fahrlässig gehandelt, weil er in großem Umfang auf dem Preisvergleichsportal geworben habe, ohne dafür zu sorgen, dass Mitteilungen über Preisänderungen dort regelmäßig ohne zeitliche Verzögerung umgesetzt worden seien oder auch eine Irreführungsgefahr aus zeitlichen Verzögerungen bei der Umsetzung durch eine geeignete Aufklärung ausgeräumt worden sei."

Revision zum BGH

Gegen diese Einschätzung des Kammergerichts legte der Beklagte Revision beim BGH ein. Die Einschätzung des Kammergerichts war allerdings korrekt, urteilte der I. Zivilsenat am BGH, der unter anderem für das Wettbewerbsrecht zuständig ist.

"Das Berufungsgericht hat mit Recht angenommen, dass der durchschnittlich informierte Nutzer eines Preisvergleichsportals im Internet mit den ihm dort präsentierten Informationsangeboten vorbehaltlich gegenteiliger Hinweise regelmäßig die Erwartung einer höchstmöglichen Aktualität verbindet. Ein entsprechender Nutzer ist zwar mit den Besonderheiten des Internets und damit auch mit dessen technischen Grenzen vertraut.

Er geht deshalb aber nicht davon aus, dass eine Preisänderung, die ein Anbieter zeitgleich an den Server seiner eigenen Angebotsseite und an den Betreiber einer Preissuchmaschine, über die er wirbt, gesendet hat, in der Preissuchmaschine anders als auf der Angebotsseite nicht sofort, sondern erst Stunden später erscheint."

Technische Unmöglichkeit

Der beklagte Händler verteidigte sich damit, dass eine sofortige Anzeige des korrekten Preises in der Preissuchmaschine technisch nicht möglich sei. Allerdings trug er hierzu nichts konkretes vor.

"Vor allem hat er nicht dargetan, dass der durchschnittlich informierte Nutzer eines Preisvergleichsportals im Internet diese behaupteten technischen Gründe kennt und sie daher bei der Beurteilung der Aktualität der ihm gemachten Angaben mit in Rechnung stellt."

Von den zeitlichen Verzögerungen hatte selbst der Beklagte zum Eingang der Abmahnung keine Kenntnis.

> *“Obwohl er mit dem Betreiber des Preisvergleichsportals in geschäftlicher Verbindung steht und über dieses Portal wirbt, hat er nach seinen eigenen Angaben erst nach dem Zugang der Abmahnung erfahren, dass Mitteilungen über Preisänderungen, die er an den Betreiber des Preisvergleichsportals idealo.de schickt, dort erst mit zeitlicher Verzögerung umgesetzt werden.”*

Auch bei der Einschätzung des Hinweises “Alles Angaben ohne Gewähr” folgt der BGH der Einschätzung des Kammergerichts.

Zeitindex beim Preis nicht ausreichend

In der Preissuchmaschine war am Preis ein Hinweis mit Datum und Uhrzeit, im vorliegenden Fall stand dort “10.08.2006 2:23”. Diese Angabe wurde in der Fußzeile des Portals mit “Aktualisierungsdatum der Preisabfrage” erläutert. Das Gericht nahm zutreffend an, dass es sich dabei um die Uhrzeit der letzten Aktualisierung des Preises handelte.

> *“Sie lässt jedoch nicht und zumal nicht mit der für die Ausräumung der zuvor erfolgten Irreführung erforderlichen Deutlichkeit erkennen, dass ein nachfolgend etwa aufgetretener Aktualisierungsbedarf bei dem gemachten Angebot noch unberücksichtigt geblieben ist.”*

Fehlvorstellung über Rangfolge

Die Unterschiede zwischen Preissuchmaschine und Shop rufen beim Verbraucher eine Irreführung mit wettbewerbsrechtlicher Relevanz hervor.

> *“Das Berufungsgericht hat die wettbewerbliche Relevanz der durch die streitgegenständliche Werbung hervorgerufenen Fehlvorstellungen, das Angebot des Beklagten sei das günstigste der vorgestellten 45 Angebote, damit begründet, dass diese bei einem nicht unbeachtlichen Teil der Verbraucher vor dem Kaufentschluss nicht ausgeräumt werde. Gerade wer bereits zum Erwerb des gesuchten Gerätes über den Internetversandhandel entschlossen sei, und lediglich das aktuell günstigste Angebot suche, werde seine Aufmerksamkeit unter Umständen weniger den in der Preisvergleichsliste ausgewiesenen Preisen der aufgelisteten Angebote zuwenden als der dargestellten Reihenfolge.*
>
> *Auch wenn ein solcher Verbraucher nach Aufruf der Internetseite des Beklagten erkenne, dass dieser für das Gerät 587 Euro verlange, möge sein Kaufentschluss immer noch von der Vorstellung geleitet sein, das preisgünstigste Angebot gewählt zu haben, zumal er die Preisvergleichsliste mit dem Preis, der zur Platzierung des Angebotes des Beklagten auf dem ersten Rang geführt habe, nicht mehr vor Augen habe.”*

Hiergegen argumentierte der Beklagte, dass diese Annahme fernliegend und lebensfremd sei, dass der Verbraucher den ihm auf der Preisvergleichsseite genannten Preis bereits nach wenigen Sekunden vergessen habe.

Das Berufungsgericht führte aber auch aus, dass selbst der Verbraucher, der den Preis noch im Kopf habe, immer noch davon ausgehe, er hätte das preiswerteste Angebot angeklickt.

Händler ist selbst verantwortlich

Der BGH sieht wie das Kammergericht auch im Ergebnis die Verantwortung für diese irreführende Werbung beim Händler und nicht bei der Preissuchmaschine, da er selbst für die Preisdifferenz

verantwortlich ist.

> *“Die Revision lässt insoweit unberücksichtig, dass der Beklagte durch seine nicht mit den Angaben in der Suchmaschine abgestimmten Preisangaben auf seiner eigenen Internetseite selbst die Ursache für die Divergenz gesetzt hat, die Anlass für die Irreführung gegeben hat.* ***Es wäre dem Beklagten beispielsweise unbenommen gewesen, auf der eigenen Internetseite den höheren Preis erst zu verlangen, wenn die Änderungen in der Suchmaschine vollzogen worden ist.***“

Diese Ausführungen waren bereits Bestandteil der Pressemitteilung zu dem Urteil und lösten eine heftige Diskussion über die Realisierbarkeit aus.

Kein Rechtsmissbrauch

Auch sei hier kein Rechtsmissbrauch erkenntlich, weil der Kläger gegen den Händler und nicht gegen das Portal vorgegangen sei. Dies schon deswegen nicht, weil der BGH ausgeführt hat, dass der Händler selbst für die Irreführung verantwortlich ist.

Fazit

Bei aller Schwierigkeiten, die dieses Urteil für Händler und Portale nach sich zieht, muss man festhalten, dass es schlüssig und verständlich ist. Der Verbraucher wird durch eine fehlerhafte Listung – gerade des ersten Platzes – in die Irre geführt, wenn der erste Platz nicht gerechtfertigt ist. Für Händler bedeutet dieses Urteil, wenn man evtl. Abmahnungen entgehen will, dass man nur noch in Preissuchmaschinen wirbt, die sofortige Preisupdates realisieren können.

Und wie das Urteil zeigt: Auch ein Zeitindex am Preis hilft hier nicht unbedingt weiter. Der Verbraucher geht davon aus, dass ein auf Platz 1 gelistetes Angebot auch tatsächlich das günstigste ist und nicht vor drei Tagen der günstigste war. (mr)

Das Urteil ist abrufbar auf der Internetseite des Bundesgerichtshofes.

Lesen Sie weitere wichtige BGH-Urteilen:

In Preissuchmaschinen müssen Versandkosten genannt werden
BGH-Urteil zu Hinsendekosten liegt jetzt im Volltext vor
“Im Zweifel bestellt ein Verbraucher”
Was kostet eine teilweise berechtigte Abmahnung?
Preisangaben in Preissuchmaschinen müssen aktuell sein
Hinweis auf MwSt und Versandkosten im Warenkorb zu spät
“Solange der Vorrat reicht” ist nicht irreführend