Noch immer keine Versandkosten in Google-Shopping-Anzeigen

Vor knapp zwei Monaten entschied das LG Hamburg, dass die derzeitige Ausgestaltung der Google-Shopping-Anzeigen rechtswidrig ist, weil die Angabe der Versandkosten fehlt. Passiert ist seit dem auf Seiten von Google leider nichts. Händler, die diese Werbeform weiterhin nutzen, sind massiv von Abmahnungen bedroht.

Lesen Sie mehr dazu.

Die Entscheidung des LG Hamburg ist bereits zwei Monate alt. Am 13.06.2014, 315 O 150/14 hat das Gericht entschieden, dass die derzeitige Ausgestaltung der Google-Shopping-Ergebnisse für ein gesuchtes Produkt nicht mit dem deutschen Recht in Einklang steht, weil die Angabe der Versandkosten fehlt. Dies betrifft nur die Darstellung der Shopping-Ergebnisse auf der Seite der Google-Suche, also nicht die Darstellung bei Google-Shopping selbst.

Versteckt in Mouse-Over

Die Versandkosten kann man nur erkennen, wenn man an einem PC sitzt und mit dem Mousezeiger über die Produktabbildung fährt. Dann stehen die Versandkosten in einem Mouse-Over-Effekt. In der Rechtsprechung ist allerdings seit Jahren anerkannt, dass die Informationserteilung mittels Mouse-Over unzureichend ist.

Wie vor einem Monat, als wir bereits über das Urteil berichteten, ist die Ausgestaltung unverändert diese:

Mobile Ansicht noch schlimmer

Man mag sich darüber streiten können, ob die Angabe von Versandkosten in einem Mouse-Over-Effekt entgegen der deutschen Rechtsprechung ausreichend sein kann oder nicht. Allerdings existiert bei mobilen Endgeräten ein solcher Effekt nicht. Derartige Werbung ist also immer wettbewerbswidrig, wenn der Kunde die Anzeigen mit seinem mobilen Endgerät aufruft, denn dann sieht es nur so aus:

Reagiert Google?

Bisher ist (sichtbar) also noch nichts passiert bei der Darstellung der Anzeigen. Händler, die diese Werbeform nutzen, sind abmahngefährdet. Das LG Hamburg hat mit seiner Entscheidung auch keine abwegige Ansicht geäußert, vielmehr hat es die Grundsätze der BGH-Rechtsprechung zur Werbung auf Preisvergleichsseiten angewendet.

Das Portal rechtsauskunft.de berichtet, dass Google auf Nachfrage mitgeteilt habe, dass man dort erwarte, “zu etwaigen Änderungen in den kommenden Wochen ein Update geben [zu] können.”

Sobald uns Änderungen an der Darstellung bekannt werden, werden wir Sie natürlich hier weiter auf dem Laufenden halten. Bis dahin bleiben Händlern nur zwei Alternativen:

Entweder man verzichtet auf diese Werbung komplett oder man lebt mit dem Risiko einer Abmahnung und kalkuliert dies entsprechend.