

Google-Shopping wettbewerbswidrig?

Die eigenen Waren über Drittplattformen anzubieten und zu bewerben gehört im Onlinehandel heutzutage dazu. So erfreut sich dank seiner Suchmaschinenrelevanz auch Google Shopping einer großen Beliebtheit bei den Onlinehändlern. Problematisch werden diese Plattformen jedoch, wenn sie nicht rechtskonform ausgestaltet sind, wie ein Urteil des Landgerichts Hamburg zeigt.

Ein Händler bot Sonnenschirme zum Verkauf im Internet an. Dabei warb der Händler auch auf Google-Shopping. Bei Google-Shopping wurden die Versandkosten nur im Rahmen eines Mouseover-Effekts eingeblendet, wenn der Nutzer über die Produktabbildung fuhr. Klickte der Nutzer dann auf das Angebot landete er auf der Angebotsseite, auf der die Versandkosten dann sichtbar waren.

Ein Wettbewerber sah hierin einen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung und ging dagegen vor.

Entscheidung des Gerichts

Das LG Hamburg (Urteil vom 13.06.2014 - Az. 315 O 150/14) gab dem Wettbewerber recht.

Soweit die Angaben zu den Versandkosten bei Google-Shopping nur mittels Mouseover-Effekt sichtbar sind, ist dies ein Verstoß gegen die PAngV. Zur Begründung verweisen die Hamburger Landrichter auf die BGH-Rechtsprechung zu Preissuchmaschinen bzw. Preisvergleichslisten die hier entsprechend anwendbar seien.

Solche Preisvergleichslisten sollen dem Verbraucher einen schnellen Überblick verschaffen. Dabei erwartet der Verbraucher zur Vergleichbarkeit den Endpreis inklusive Versandkosten. Bereits an diesem Punkt treffe der Verbraucher eine Vorauswahl, so dass eine spätere Information nicht ausreicht.

Die Angabe der Versandkosten durch Mouseover-Effekt genügt nicht den gesetzlichen Anforderungen, da der Nutzer hierdurch nur die Information erhalte, wenn er auf die Produktabbildung gehe, wozu er aber nicht zwingend eine Veranlassung habe.

Fazit

Der Fall zeigt einmal mehr, dass Onlinehändler allein wegen der Teilnahme an einer Vertriebsplattform wettbewerbsrechtlich haftbar gemacht werden können, auch wenn gar keine andere Möglichkeit der Angabe für Versandkosten bestand. Mittlerweile ist die Angabe von Versandkosten bei Google-Shopping möglich, aber es ist bei Google Shopping und anderen Plattformen darauf zu achten, dass diese die gesetzlichen Vorgaben erfüllen. Tun ein Händler dies nicht, riskiert er mit der Teilnahme an solchen Plattformen wettbewerbsrechtliche



KURZ PFITZER WOLF
& PARTNER

Kurz Pfitzer Wolf & Partner

Rechtsanwälte und Fachanwälte, Spezialisten für
Wettbewerbsrecht, Markenrecht, Urheberrecht, IT-Recht,
Medienrecht, Patentrecht, Designrecht und Datenschutzrecht
<https://www.kpw-law.de>

Abmahnungen.