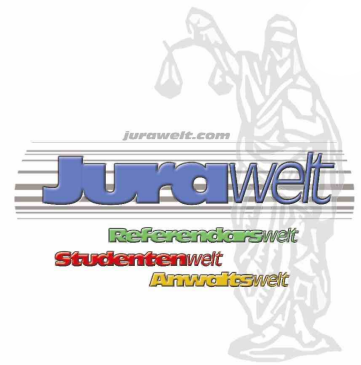


Dieser Artikel stammt von Max-Lion Keller und wurde im Oktober 2006 unter der Artikelnummer 11226 auf den Seiten von jurawelt.com publiziert. Die Adresse lautet [www.jurawelt.com/aufsaeetze/11226](http://www.jurawelt.com/aufsaeetze/11226).

---



## **Die Preisangabenverordnung – ein nur schwer zu handhabendes Gewächs**

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht), München

## A. Eine Einführung, ein wenig Polemik und ein Rätsel...

Mit der Preisangabenverordnung („PAngV“) hat der Gesetzgeber ein recht eigensinniges „Wesen“ geschaffen. Dies zeigt sich schon daran, dass die PAngV in einem Maße parteiisch ist, wie man es nur selten erlebt: Pflicht um Pflicht bürdet sie der Unternehmerschaft auf wobei sie dabei das Ziel des „absoluten Verbraucherschutzes“ zu verfolgen scheint. Dabei zeigt sich die PAngV mitunter als recht verschlossen, ja geradezu einsilbig, wodurch ihr es gelingt, gerade so manchem Anbieter einer gewerblichen Internetpräsenz schlaflose Nächte zu bereiten...

Der Clou nämlich: Selbst derjenige, der es unternimmt, sich mit dem Wortlaut der PAngV näher zu beschäftigen, wird daraus nicht zwingend schlauer. Was bedeutet es etwa, wenn § 1 Abs. 2 Nr. 6 der PAngV vorschreibt, dass bestimmte (sich aus der PAngV ergebende) Angaben dem jeweiligen Angebot „eindeutig zuzuordnen sowie leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar zu machen“ sind? Bereits diese Vorgaben sind derart allgemein gehalten, dass sie nur demjenigen einen Sinn ergeben, der eben keinen Internetshop sein Eigen nennt bzw. nicht die Mühsal der tatsächlichen rechtssicheren Umsetzung der PAngV zu schultern hat.

Beispiel: § 1 II PAngV verpflichtet gerade bei Bildschirmangeboten zur ausdrücklichen Angabe, dass der Preis die Umsatzsteuer bereits enthält (etwa „inkl. MwSt.“). Soweit so gut. Nur, wer weiß schon, dass nach Auslegung der Rechtsprechung (etwa BGH, GRUR 1991, 323) diese Angabe im Vergleich zu den übrigen Preisangaben nicht besonders hervorgehoben werden darf, im Verhältnis zum eigentlichen Preis eher als „klein“ zu erscheinen hat, jedoch auch nicht zu „klein“ geraten darf, da sie wiederum leicht erkennbar bzw. problemlos zu lesen sein muss.

Gerade bei dem oben aufgezeigten Beispielsfall wird deutlich, dass die PAngV das bequeme Leben schätzt. Sie lässt es dabei genügen, ein paar allgemein gehaltene Vorgaben zur Preisgestaltung vorzugeben, nimmt dabei Begriffe wie „Preiswahrheit“ und „Preisklarheit“ in den Mund und überlässt es anschließend der Rechtsprechung, derlei Rechtsbegriffe mühsam näher zu konkretisieren.

Der vorliegende Beitrag soll nun eine wirkungsvolle Hilfestellung bieten, die speziellen Vorgaben der PAngV im Zusammenhang mit Fernabsatzgeschäften richtig umzusetzen. Ausdrücklich muss dabei darauf hingewiesen werden, dass es aus Platzgründen nicht möglich ist, sämtliche Rechtsfragen in diesem Zusammenhang zu klären. Insoweit wird jedoch auf das eBook „Preisangabenverordnung“ unter [www.it-recht-kanzlei.de](http://www.it-recht-kanzlei.de) verwiesen, welches in Kürze erscheint.

Rätsel: Zur Auflockerung der eher trockenen Materie soll vorweg noch ein kleines Rätsel dienen, welches einem nach vollständiger und aufmerksamer Lektüre dieses Beitrags erschließen sollte:

Wieso ist die Formulierung „zzgl.“ bei der Mehrwertsteuer (Beispiel: „zzgl. Mehrwertsteuer“) sehr viel problematischer, als dies bei den Liefer- und Versandkosten (Beispiel: „zzgl. Versandkosten“) der Fall ist? Zur Überprüfung der Richtigkeit kann die Antwort gerne an [info@it-recht-kanzlei.de](mailto:info@it-recht-kanzlei.de) versandt werden.

## B. Was bezweckt der Gesetzgeber eigentlich mit der PAngV?

Der vom Gesetzgeber mit der PAngV intendierte Schutzzweck besteht darin, es dem Verbraucher zu ermöglichen, sich Klarheit über die Preise und deren Gestaltung zu verschaffen. Während etwa bei „Offline-Geschäften“ (z.B. bei Kaufhäusern) in Deutschland die Bewerbung von Brutto-Preisen mit der Formulierung „inkl. MwSt.“ der Üblichkeit entspricht, muss dies im Internet noch lange keine Selbstverständlichkeit darstellen. Nur allzu schnell wäre etwa im E-Commerce ein Wettbewerbsvorteil dadurch erlangt, dass man Verbrauchern die Berechnung der Mehrwertsteuer verschweigen bzw. erst auf der Endabrechnung erkennbar machen würde. Entsprechend leicht ließen sich auch Suchmaschinen austricksen, die sich auf Preisvergleiche im Internet spezialisiert haben.

Gerade im Internet, mit seinen vielfältigen Missbrauchsmöglichkeiten und der grundsätzlichen Anonymität der Teilnehmer spielt die PAngV demnach eine wichtige Rolle, da erst sie die Verbraucher in die Lage versetzt, Preisvergleiche anhand untereinander vergleichbarer Preise vorzunehmen.

### **C. Konkrete Abmahngefahr bei Verstößen gegen die PAngV!**

Während die PAngV dem Schutz des Verbrauchers dient, schafft sie jedoch auf Seiten der E-Commerce-Anbieter das genaue Gegenteil – nämlich keine Rechtsunsicherheit: Zu unklar sind viele der sich aus der PAngV ergebenden Gestaltungsvorgaben gehalten, die allesamt der Erreichung einer maximalen Preisklarheit im Internet dienen. Viele Fragen bleiben dementsprechend offen, so etwa

- ✧ wann das Erfordernis einer „eindeutigen Zuordnung“ (vgl. § 1 Abs. 6 PAngV) der notwendigen Angaben im Einzelfall Genüge getan ist? Reicht etwa ein Sternchenhinweis aus?
- ✧ ob tatsächlich neben jedem Einzelpreis die Angabe erfolgen muss, dass a) die Mehrwertsteuer enthalten und b) ob und in welcher Höhe Liefer- und Versandkosten anfallen? Die großen „Versandhäuser“, die in Deutschland Geschäfte im Internet betreiben, beachten diese Vorgabe jedenfalls nicht (ohne nun Namen nennen zu wollen).
- ✧ ob man auch dann neben dem Einzelpreis Bezug auf Versandkosten nehmen muss, wenn diese gar nicht anfallen? (Diese Aufzählung ließe sich nun beliebig erweitern!)

Tatsächlich sind die sich aus der PAngV ergebenden Vorgaben zwingend ernst zu nehmen. So wurden Verstöße gegen die Preisangabenverordnung bereits vielfach durch die Gerichte als grundsätzlich wettbewerbswidrig i.S.v. § 1 UWG a.F. beurteilt und zwar jeweils mit der Begründung, dass deren Vorschriften das Marktverhalten regeln und damit auch Wettbewerbsbezug aufweisen würden ( BGH GRUR 03, 971 , 972 - Telefonischer Auskunftsdienst). Nach der Rechtsprechung ist jedenfalls immer dann von einem Verstoß gegen die PAngV auszugehen, wenn ein Verbraucher, der durchschnittlich informiert und aufmerksam ist, durch eine fehlerhafte Preisgestaltung irregeführt oder ihm etwa ein Preisvergleich erheblich erschwert werden würde. Kein E-Commerce-Anbieter wird sich hierbei mit dem Argument herausreden können, dass ja auch die großen Fische im E-Commerce-Becken sich nur unzureichend an die PAngV halten würden!

Anmerkung: Zwar können Verstöße gegen die PAngV nur dann wettbewerbsrechtlich geahndet werden, wenn sie sich auch wesentlich auswirken (vgl. die dazu in § UWG formulierte Bagatellgrenze). Jedoch ist die Rechtsprechung sehr großzügig, was die Bejahung des Überschreitens der Bagatellgrenze im Bereich der förmlichen Preisgestaltung anbelangt. So wird man in der Regel davon auszugehen haben, dass nahezu jeder (nicht völlig zu vernachlässigender) Verstoß gegen die PAngV in wettbewerbsrechtlicher Sicht auch justizierbar sein wird. Aus diesem Grund hat das Thema „Preisangabenverordnung“ für jeden E-Commerce-Anbieter absolute unternehmerische Relevanz. Unternehmer, die sich hier Nachlässigkeiten erlauben, handeln grob fahrlässig bzw. müssen heutzutage als schlicht „blauäugig“ bezeichnet werden.

### **D. Kernaussagen der PAngV beim E-Commerce**

#### **I. Allgemeines**

Die eigentlichen Kernaussagen der PAngV sind leicht nachzuvollziehen. So ist jedermann, der sich zum Absatz von Waren oder Dienstleistungen der Fernkommunikationsmittel (z.B. Brief, Telefon, Internet, Fax etc.) bedient oder mit der Darstellung von Preisen wirbt, verpflichtet,

- ✧ die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind („Endpreise“)
- ✧ anzugeben dass die geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile bereits enthalten und
- ✧ anzugeben ob und in welcher Höhe zusätzliche Liefer- und Versandkosten anfallen.

Wichtig: Die PAngV gibt auch in gestalterischer Hinsicht die Richtung vor, indem sie etwa in § 1 Abs. 6 bestimmt, dass die oben aufgeführten zwingenden Angaben dem angegebenen Preis eindeutig zuzuordnen sein müssen. Darüber hinaus haben die entsprechenden Angaben leicht erkennbar, deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar zu sein .

## II. Zu den zu nennenden Pflichtangaben im Einzelnen

### 1. Angabe des „Endpreises“

Um zu verhindern, dass der Verbraucher selbst umständlich den Endpreis ermitteln müsste, hat der Unternehmen ihm gegenüber die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (sog. „Endpreise“). Dementsprechend würde es etwa gegen die PAngV verstoßen,

- ✧ den Nettopreis mit der Angabe „zzgl. MwSt.“ anzugeben, ohne den tatsächlichen Endpreis besonders hervorzuheben.
- ✧ den Nettopreis anzugeben verbunden mit dem Hinweis, dass die jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer noch hinzukomme.
- ✧ Es kann dem Verbraucher eben nicht zugemutet werden, den endgültigen Preis selber mit einem zusätzlichen Rechenschritt ermitteln zu müssen. Vielmehr hat der Verbraucher den jeweiligen Endpreis auf den ersten Blick erkennen zu können.

Es verstößt jedoch nicht gegen § 1 Abs. 1 und 6 PAngV , wenn das System eines Reservierungssystems im Internet bei der erstmaligen Benennung eines Preises die anfallende Mehrwertsteuer noch nicht angibt, der zutreffende Endpreis aber bei der fortlaufenden Eingabe in das Reservierungssystem genannt und der Nutzer zuvor hierauf klar und unmissverständlich hingewiesen wird (OLG Köln, Urteil vom 29.10.2004, 6 U 126/04) Wichtig hierzu in diesem Zusammenhang ist noch, dass bei einer Aufgliederung von Preisen die Endpreise besonders hervorzuheben sind (§ 1 IV 3 PAngV).

### 2. Angabe der enthaltenen Umsatzsteuer und anfallenden Liefer- bzw. Versandkosten

#### a. Zur Umsatzsteuer

Wie schon oben ausgeführt, ist gemäß § 1 IV 2 PAngV der Hinweis, dass der Preis die Umsatzsteuer bereits enthält, dem Preis oder der Werbung eindeutig zuzuordnen. Dies lässt sich nur dadurch erreichen, dass sich die entsprechende Angabe auch bei jedem Einzelpreis befindet. Dabei spielt es im Grunde genommen keine Rolle, ob diese Angabe ausgeschrieben (z.B. „einschließlich Umsatzsteuer“) oder in einer verständlichen Art und Weise abgekürzt wird (z.B. „inkl. MwSt.“). Von Bedeutung ist vielmehr, dass sich der Hinweis auf die enthaltene Umsatzsteuer nicht von den übrigen Preisangaben abhebt und neben dem Preis eher klein, aber doch noch allgemein lesbar gehalten wird.

Nach der PAngV nicht gestattet ist es den Preisbestandteil „Umsatzsteuer“

- ✧ als Bestandteil der Fußzeile am unteren Rand jeder Bildschirmseite oberhalb weiterführender Links wie „AGB“, „Impressum“, „Kontakt“ usw. abzubilden (Hanseatisches OLG Hamburg, 24.02.2005, Az.5 U 72/04). Ein allgemeiner Hinweis am Ende der Website reicht eben nicht aus, sogar dann nicht, wenn auf der ganzen Website nur ein Produkt beworben wird.
- ✧ bei Online-Angeboten unter dem Hinweis „Details“ zur Verfügung zu halten. Es entspricht eben nicht der Marktüblichkeit, unter dem Begriff „Details“ Angaben zur Mehrwertsteuer erwarten zu können. Der Verbraucher soll nach dem Willen des Gesetzgebers gerade davon entlastet werden, nach Hinweisen bez. der Mehrwertsteuer suchen zu müssen. Dementsprechend müssen die Angaben zur Mehrwertsteuer jeden Einzelpreis direkt zugeordnet sein (so lästig dies in der Praxis auch sein mag).
- ✧ lediglich auf dem Bestellformular kenntlich zu machen.

Anmerkung: In diesem Zusammenhang wird gerne die Frage nach dem sog. Sternchenhinweis gestellt. Tatsächlich ist es zulässig, hinter jedem Einzelpreis ein

Sternchen zu setzen, welches wiederum klar und unmissverständlich auf die Angaben zur Umsatzsteuer verweist. Gerade aber hier ist das Erfordernis der guten „Wahrnehmbarkeit und Deutlichkeit“ durch die PAngV (vgl. § 1 IV PAngV) besonderer Beachtung zu schenken. Bei dem jeweiligen Sternchen muss dem Verbraucher auf dem erstem Blick klar erkennbar sein, dass er weitere Preisangaben, nämlich die Versandkosten gemäß der Fußzeile, zur Kenntnis nehmen muss, um die Preiswürdigkeit der beworbenen Ware einschätzen zu können.

#### **b. Zu den Liefer- und Versandkosten**

Auch bei der Angabe, ob Versand- und Lieferkosten anfallen ist zu beachten, dass diese neben jedem Einzelpreis zu erfolgen hat (Hanseatisches Oberlandesgericht Hamburg, 24.02.20055, Az. U 72/04). Zudem ist, nicht weiter erstaunlich, die Höhe der zusätzlich anfallenden Liefer- und Versandkosten mitzuteilen. Soweit dabei die vorherige Angabe dieser Kosten in bestimmten Fällen nicht möglich ist, sind die näheren Einzelheiten der Berechnung anzugeben, aufgrund derer der Letztverbraucher die Höhe leicht errechnen kann.

Die Liefer- und Versandkosten sind übrigens kein Bestandteil des Endpreises i.S.d. § 1 PAngV, so dass sie auch nicht zwingend in diesem enthalten sein müssen (z.B. „inkl. Versandkosten“).

Hinweis: § 1 II Nr. 2 PAngV verlangt die Angabe, „ob“ zusätzliche Liefer- und Versandkosten anfallen oder nicht. Streng genommen ist der Verbraucher demnach auch für den Fall verpflichtet anzugeben, dass gar keine Liefer- und Versandkosten anfallen wird.

Achtung: Ein Verstoß gegen die § VI PAngV liegt vor, wenn auf den zunächst aufgesuchten Web-Seiten nur der Warenpreis ohne jeden Hinweis auf zusätzliche Versandkosten genannt wird und diese Kosten etwa erst auf einer nachfolgenden Seite erwähnt werden, die der Kaufinteressent erst erreicht, wenn er virtuell einen Warenkorb gefüllt hat (OLG Köln 6. Zivilsenat, 06.08.2004, Az.6 U 93/04).

#### **E. Fazit:**

Jedem Inhaber einer gewerblichen Internetpräsenz bzw. eines Internet-Shops kann nur dringend geraten werden, hinsichtlich der Vorgaben der PAngV auf Nummer sicher zu gehen. Abweichungen in diesem Bereich (und seien sie noch so klein) können schnell zu kostenträchtigen Abmahnungen führen. Es empfiehlt sich demnach neben jedem (!) Einzelpreis einen Hinweis anzubringen, dass

- ✧ die Mehrwertsteuer und sonstige Preisbestandteile im Preis enthalten ist und
- ✧ Liefer- und Versandkosten anfallen.

Folgender Formulierungsvorschlag bietet sich hierfür an: „Inkl. Mwst. zzgl (oder inkl.) Versandkosten“.

Der Begriff „Versandkosten“ sollte dabei auf eine Seite verlinkt sein, die wiederum die entsprechenden Informationen im Einzelnen bereithält.