

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

BGH: Angabe von Umsatzsteuer und Versandkosten in Online-Angeboten und Werbung mit Testergebnissen

Der BGH hat in einer neueren **Entscheidung (Urteil vom 16.07.2009; Az.: I ZR 50/07)** erneut zur Frage betreffend der Angabe von Versandkosten und enthaltener Umsatzsteuer im Online-Shop Stellung genommen und dabei seine Rechtsprechung aus dem Jahr 2007 bestätigt. Ferner hatte der BGH über Werbung mit Testergebnissen zu befinden.

Der BGH stellte in seiner Entscheidung zunächst klar, dass die erstmalige Angabe von Versandkosten und Umsatzsteuer im virtuellen Warenkorb, also bereits nach Einleitung des Bestellvorgangs, zu spät ist und den Vorgaben der Preisangabenverordnung aus § 1 II Nr.2, VI PAngV nicht genügt.

Nach der Auffassung des BGH reicht es nicht aus, wenn der Verbraucher im Internet erst beim Aufruf des virtuellen Warenkorbs darüber informiert wird, dass zusätzlich zum Kaufpreis noch Versandkosten anfallen und die Umsatzsteuer im Kaufpreis bereits inkludiert ist.

Insoweit bestätigte der BGH seine Rechtsprechung aus dem Jahr 2007 (**Urteil vom 04.10.2007; Az.: I ZR 143/04**) und bekräftigte seine Auffassung, dass der Verbraucher bereits vor Einleitung des Bestellvorgangs über die Existenz und Höhe von Versandkosten und die enthaltene Umsatzsteuer aufgeklärt werden muss.

Darüber hinaus bezog der BGH Stellung in der Frage zur Werbung mit Testergebnissen. Grundsätzlich ist auch die Werbung mit Testergebnissen ein zulässiges Werbemittel für den Händler. Unzulässig handelt der Händler dagegen, wenn er mit Testergebnissen wirbt und dem Verbraucher nicht leicht und eindeutig darauf hinweist, wo er nähere Angaben zum Test erhalten kann.

Hierzu führt der BGH in seinen Entscheidungsgründen aus:

"An dieser Rechtslage hat sich durch die Umsetzung der Richtlinie 2005/ 29/ EG über unlautere Geschäftspraktiken in das deutsche Recht nichts geändert. Nach § 5a Abs. 2 UWG 2008 handelt unlauter, wer die Entscheidungsfreiheit von Verbrauchern i. S. des § 3 Abs. 2 UWG 2008 dadurch beeinflusst, dass er eine Information vorenthält, die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände einschließlich der Beschränkungen des Kommunikationsmittels wesentlich ist. Nach § 3 Abs. 2 UWG 2008 sind geschäftliche Handlungen gegenüber Verbrauchern jedenfalls dann unzulässig, wenn sie nicht der für den Unternehmer geltenden fachlichen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, die Fähigkeit des Verbrauchers, sich aufgrund von Informationen zu entscheiden, spürbar zu beeinträchtigen und ihn damit zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Es ist ein Gebot der fachlichen Sorgfalt, mit Testergebnissen nur zu werben, wenn dem Verbraucher dabei die Fundstelle eindeutig und leicht zugänglich angegeben und ihm so eine einfache Möglichkeit eröffnet wird, den Test selbst zur Kenntnis zu nehmen. Fehlt es daran, beeinträchtigt dies die Möglichkeit des Verbrauchers, die testbezogene Werbung zu prüfen und insbesondere in den Gesamtzusammenhang des Tests einzuordnen. Dadurch wird die Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte geschäftliche Entscheidung i. S. des Art. 7 Abs. 1 der Richtlinie 2005/ 29/ EG zu treffen, spürbar beeinträchtigt."

Der BGH stellt betreffend der Gestaltung des Hinweises zur Quellenangabe des Testergebnisses klar, dass hierfür die gleichen Grundsätze gemäß § 1 VI PAngV herangezogen werden:

"Danach ist erforderlich, dass bei einer Werbung für ein Produkt mit einem Testergebnis im Internet die Fundstelle entweder bereits deutlich auf der ersten Bildschirmseite dieser Werbung angegeben wird oder jedenfalls ein deutlicher Sternchenhinweis den Verbraucher ohne weiteres zu der Fundstellenangabe führt."

Fazit

In Bezug auf die Versandkosten bleibt alles beim bereits bekannten, durch die Bestätigung seiner Rechtsprechung aus dem Jahre 2007 schafft der BGH in Bezug auf die Angabe von Versandkosten und Umsatzsteuer gemäß § 1 II Nr.2, VI PAngV Rechtssicherheit. Interessant ist ferner, dass die Grundsätze des § 1 VI PAngV auch auf die Angabe von Quellenangaben zu Testergebnissen angewendet werden können.

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt