



Häufige Wettbewerbsverstöße beim Online-Geschäft

Wenn Sie Produkte im Internet, zum Beispiel auf der Auktionsplattform Ebay, bewerben, müssen Sie die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerbs (UWG) beachten. Andernfalls besteht die Gefahr, dass Sie durch Dritte auf Unterlassung und Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung bei gleichzeitiger Übernahme der Kosten in Anspruch genommen werden.

Unlautere Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen, sind nach § 3 UWG unzulässig. Unlauter sind insbesondere irreführende Werbemaßnahmen.

Für Verträge, die Sie beim Online-Handel oder unter Verwendung von Fernkommunikationsmitteln abschließen, gelten zudem die besonderen Regeln für Fernabsatzverträge, §§ 312b ff. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB).

Im Folgenden finden Sie Wettbewerbsverstöße, die in letzter Zeit wiederholt kostenpflichtig im Bereich des Online-Handels abgemahnt worden sind. Es handelt sich nicht um eine abschließende Aufzählung möglicher Wettbewerbsverstöße.

Verstoß gegen die Preisangabenverordnung, insbesondere bei Flugreisen

Die Preisangabenverordnung (PAngV) enthält die Pflicht zur Angabe des Endpreises gegenüber Letztverbrauchern, soweit Waren oder Leistungen angeboten oder unter Angabe von Preisen beworben werden. Dies gilt auch bei gewerblicher Tätigkeit im Internet.

Der **Endpreis** ist der tatsächlich zu zahlende Preis einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile. Gemeint ist also der Preis, der für die Ware insgesamt zu zahlen ist. Soll der angegebene Preis nur als Verhandlungsbasis dienen, so ist dies anzugeben. Nach § 1 Absatz 2 PAngV ist bei Fernabsatzverträgen zusätzlich anzugeben, dass die für Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und ob zusätzliche Liefer- und Versandkosten anfallen. Ist die Angabe dieser Kosten im Vorhinein nicht möglich, ist die Berechnungsgrundlage anzugeben, so dass der Endverbraucher die Höhe der Kosten leicht errechnen kann.

Auch bei Flugreisen, für die unter Angaben von Preisen geworben wird, sind die Endpreise unter Einschluss der bei der Flugreise anfallenden Steuern sowie der Entgelte für solche Leistungen Dritter, die bei jeder Flugreise in Anspruch genommen werden müssen (Flughafen-, Sicherheitsgebühren und ähnliches), anzugeben. Dabei können die zusätzlich anfallenden Sicherheitsgebühren und/oder sonstigen Steuern in einem zusätzlichen Betrag ausgewiesen werden. Dann sind diese aber exakt zu beziffern, so dass der Verbraucher durch einfache Addition den Endpreis ermitteln kann. Zulässig ist es, Flugreisen in der Weise zu bewerben, dass die Flüge "ab" einem bestimmten Preis angeboten werden und in der Werbung erläutert wird, warum ein bestimmter Preis nicht genannt wird.

Der Bundesgerichtshof hat mit Urteil vom 4. Oktober 2007, Aktenzeichen: BGH I ZR 143/04, entschieden, dass die Hinweise auf die Umsatzsteuer und die Liefer- und Versandkosten nicht zwingend auf derselben Internetseite anzugeben sind, auf der die Ware angeboten und der Preis genannt wird. Es reicht aus, wenn diese Informationen alsbald sowie leicht erkennbar und gut

wahrnehmbar auf einer gesonderten Seite gegeben werden, die der Internetnutzer bei näherer Befassung mit dem Angebot noch vor Einleitung des Bestellvorgangs aufrufen muss.

Im Internet oder auch in Katalogen sind die Preise unmittelbar bei den Abbildungen oder Beschreibungen der Waren oder in mit den Katalogen oder Warenlisten im Zusammenhang stehenden Preisverzeichnissen anzugeben.

Werden Waren nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten, so ist zusätzlich zum Endpreis der **Grundpreis** anzugeben. Der Grundpreis ist der Preis pro Mengeneinheit (kg, l, m³, m oder m²) einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile. Bei Waren, deren Nenngewicht oder Nennvolumen üblicherweise 250 Gramm oder Milliliter nicht übersteigt, dürfen als Mengeneinheit für den Grundpreis 100 Gramm oder Milliliter verwendet werden. Sind andere Bezugsgrößen branchenüblich, so sind diese Mengeneinheiten maßgeblich.

Verstöße gegen die Preisangabenverordnung stellen in der Regel Wettbewerbsverstöße dar. Außerdem droht bei Verstößen eine Geldbuße nach § 10 PAngV in Verbindung mit § 3 Abs. 1 Nr. 2 Wirtschaftsstrafgesetz.

Besonderheit: Kleinunternehmerregelung, § 19 UStG

Unternehmer, deren Umsätze zzgl. der darauf entfallenden Steuer im vorangegangenen Kalenderjahr nicht mehr als 17.500 Euro und im laufenden Kalenderjahr voraussichtlich nicht mehr als 50.000 Euro betragen, fallen grundsätzlich unter die sog. Kleinunternehmerregelung des § 19 UStG. Folgen daraus sind unter anderem, dass weder Vorsteuer nach § 15 UStG abgezogen noch in Rechnungen gesonderte Umsatzsteuer ausgewiesen werden darf.

Diese Vorschrift passt nicht zur Pflicht aus § 1 Abs. 1 PAngV, den Endpreis einschließlich der Umsatzsteuer anzugeben.

Um den Grundsätzen der Preisklarheit und Preiswahrheit zu entsprechen, empfiehlt es sich, bei den Angeboten folgenden Zusatz aufzunehmen:

"Alle Preise verstehen sich als Endpreise. Umsatzsteuer wird aufgrund der Befreiung für Kleinunternehmer gemäß § 19 Abs. 1 UStG nicht gesondert ausgewiesen."

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf das Merkblatt der IHK Köln "Preisangaben gegenüber Verbrauchern" verwiesen.

"Lebenslange Garantie" / "40 Jahre Garantie"

Die Werbung mit "lebenslanger Garantie" oder "Garantie 40 Jahre" wurde bislang als wettbewerbswidrig eingestuft (Bundesgerichtshof Urteil vom 9. Juni 1994, Aktenzeichen: I ZR 91/92; OLG Frankfurt Urteil vom 27. Oktober 2005, Aktenzeichen: 6 U 198/04). Hintergrund ist, dass gemäß § 202 Absatz 2 BGB die Verjährung durch Rechtsgeschäft nicht über eine Verjährungsfrist von 30 Jahren ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn hinaus erschwert werden kann. Zwar ist die Zusage einer lebenslangen Garantie nicht unmittelbar auf den Ausschluss oder eine Erschwerung der Verjährung gerichtet. Da jedoch eine Garantie wie eine Verlängerung der Verjährungsfrist für die Gewährleistungsansprüche bezüglich der unter die Garantie fallenden Mängel wirkt, wird sie als Erschwerung

der Garantie angesehen. Eine solche Verpflichtung des Garantiegebers auf mehr als 30 Jahre verstieß daher gegen das genannte Verbot der Erschwerung der Verjährung nach § 202 Absatz BGB und war somit nicht zulässig. Die Werbung damit war wettbewerbswidrig.

Nunmehr hat der Bundesgerichtshof (Urteil vom 26. Juni 2010, Aktenzeichen: I ZR 221/05) entschieden, dass eine Werbung des Herstellers mit einer Garantie für 40 Jahre zulässig ist, wenn sie sich auf eine Sache bezieht, die bei normaler Benutzung eine entsprechend lange Lebensdauer hat und die Garantiezusage für den Kunden nicht praktisch bedeutungslos ist. In dem zu entscheidenden Fall ging es um Aluminium-Dächer. Um die oben geschilderte Verjährungs-Problematik zu umgehen, nimmt der Bundesgerichtshof an, es handele sich um ein Garantieverhältnis das, - anders als der kaufrechtliche Gewährleistungsanspruch - nicht der Verjährung unterliegt. Es bleibt abzuwarten, welche Produkte als solche mit einer "entsprechend langen Lebensdauer" bewertet werden. Der Bundesgerichtshof hat sich auch nur mit der Garantie von 40 Jahren befasst, nicht mit "lebenslanger" Garantie.

Impressum und Widerrufsrecht

Auch ein unvollständiges oder unzureichendes Impressum sowie das Fehlen der Belehrung über das Widerrufs- und Rückgaberecht bei Fernabsatzverträgen nach § 312d BGB können zu einer Abmahnung führen. Nähere Informationen dazu und zu weiteren Vorschriften, die zu beachten sind, finden Sie unter der Rubrik "Internetrecht" im Bereich Recht | Fair Play | Steuern auf der Homepage der IHK Köln.

Stand: Dezember 2011

Hinweis: Dieses Merkblatt soll - als Service Ihrer IHK Köln - nur erste Hinweise geben und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Mitgliedsunternehmen der IHK Köln und solche Personen, die in der Region Köln die Gründung eines Unternehmens planen, erhalten weitere Informationen bei:

Ihre Ansprechpartnerin für Fragen zum Wettbewerbsrecht und zur Abmahnung
Birgit Wirtz
Tel.: 0221 1640-330
Fax: 0221 1640-338
E-Mail: birgit.wirtz@koeln.ihk.de

Ihre Ansprechpartnerin für Fragen zu Gewährleistung und Garantie
Annette Schwirten
Tel. 0221 1640-320
Fax 0221 1640-319
E-Mail: annette.schwirten@koeln.ihk.de

Ihre Ansprechpartnerin für Fragen zum Internetrecht
Susanne Wollenweber

Tel. 0221 1640-310
Fax 0221 1640-319
E-Mail: susanne.wollenweber@koeln.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Köln
Unter Sachsenhausen 10 – 26
50667 Köln
www.ihk-koeln.de