veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Preisermäßigung für Waren: Neue Pflichten ab dem 28.05.2022

Die neue Preisangabenverordnung tritt in Kürze in Kraft. Sie sieht eine neue zusätzliche Informationspflicht bei Preisermäßigungen für Waren vor. Konkret ist gegenüber Verbrauchern bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung für eine Ware der niedrigste Gesamtpreis anzugeben, der innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung gegenüber Verbrauchern angewendet wurde.

Wieso wird es eine neue Preisangabenverordnung geben?

Aufgrund europarechtlicher Vorgaben musste der nationale Gesetzgeber die Vorschriften der deutschen Preisangabenverordnung (PAngV) anpassen. Die geänderte PAngV ist hier einsehbar und tritt zum 28.05.2022 in Kraft.

Welchen Sinn hat die neue Informationspflicht bei Preisermäßigungen?

Die ab dem 28.05.2022 zu beachtende zusätzliche Informationspflicht ("Preisangabenpflicht) bei Preisermäßigungen für Waren, soll Verbrauchern die Möglichkeit geben, Preisermäßigungen für Waren besser einzuordnen und ihre Preiswürdigkeit einzuschätzen.

Es soll insbesondere verhindert werden,

- dass bei der Bekanntgabe von Preisermäßigungen vorherige Gesamt- bzw. Grundpreise angegeben werden, die vor der Preisermäßigung von Verbrauchern so nicht verlangt wurden oder
- dass Preise vor einer Preisermäßigung kurzzeitig angehoben und dann auf diesen erhöhten Preis Bezug genommen wird, um den Eindruck einer höheren Preisermäßigung und eines besonders preisgünstigen Angebotes zu erwecken.

Wer hat die neue Informationspflicht zu beachten?

Jeder, der als Unternehmer Verbrauchern Waren oder Leistungen anbietet oder als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Verbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt. Unerheblich ist, ob die Bekanntgabe der Preisermäßigung durch den Händler (als im Sinne des Gesetzes "Verpflichteten") selbst oder einen von ihm beauftragten Dritten erfolgt.

Welche neue Informationspflicht bei Preisermäßigungen ist künftig konkret zu beachten?

Die zusätzliche Informationspflicht bei Preisermäßigungen für Waren ist in § 11 PAngV nF wie folgt geregelt:

> "(1) Wer zur Angabe eines Gesamtpreises verpflichtet ist, hat gegenüber Verbrauchern bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung für eine Ware den niedrigsten Gesamtpreis anzugeben, den er innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung gegenüber Verbrauchern angewendet hat.
>
> (2) Im Fall einer schrittweisen, ohne Unterbrechung ansteigenden Preisermäßigung des Gesamtpreises einer Ware kann während der Dauer der Preisermäßigung der niedrigste Gesamtpreis nach Absatz 1 angegeben werden, der vor Beginn der schrittweisen Preisermäßigung gegenüber Verbrauchern für diese Ware angewendet wurde.
>
> (3) Die Absätze 1 und 2 gelten entsprechend für nach § 4 Absatz 2 lediglich zur Angabe des Grundpreises Verpflichtete.
>
> (4) Die Absätze 1 bis 3 gelten nicht bei der Bekanntgabe von
>
> 1. individuellen Preisermäßigungen oder
> 2. Preisermäßigungen für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit, wenn der geforderte Preis wegen einer drohenden Gefahr des Verderbs oder eines drohenden Ablaufs der Haltbarkeit herabgesetzt wird und dies für die Verbraucher in geeigneter Weise kenntlich gemacht wird."

§ 11 PAngV nF verlangt also grundsätzlich, dass im Falle einer Preisermäßigung jeweils der **niedrigste Preis der letzten 30 Tage** ("vorheriger Gesamtpreis") aller betroffenen Produkte für Verbraucher erkennbar sein muss.

Das Gesetz spricht von "jeder Bekanntgabe". Erfasst wird damit auch die Werbung mit einer Preisermäßigung im Internet, Print, etwa am Regal selbst oder sonstiger Vertriebswege (z.B. Radio).

Tipp: Händler, die ab dem 28.05.2022 mit Preisermäßigungen werben möchten, sind gut beraten, wenn sie kontinuierlich die Preisauszeichnungen ihrer Waren der vorangegangenen 30 Tage aufzeichnen. Nur dann werden sie in der Lage sein, bei ihren preisermäßigten Produkten den (nachweislich) jeweils geringsten Preis zusätzlich auszuweisen.

Wann genau besteht die Pflicht zur Ausweisung des niedrigsten Gesamtpreises?

Die neue Preisangabenpflicht nach § 11 PAngV nF gilt für alle Preisermäßigungen, bei denen Händler eine **messbare Preisermäßigung** für alle Verbraucher bekanntgeben. **Voraussetzung** ist somit, dass auf den **alten Preis Bezug** genommen bzw. mit einer **Preisherabsetzung geworben** wird.

Solche Preisermäßigungen können beispielsweise

- als Gegenüberstellung des vorherigen Gesamtpreises und des neuen Gesamtpreises („Statt-Preise"), durch sogenannte „Streich-Preise" oder
- durch einen prozentualen Abzug vom vorherigen Gesamtpreis bzw. Grundpreis

ausgestaltet sein.

Keine zusätzliche Preisangabenpflicht bei Preisermäßigungen ist demnach zu beachten etwa

- bei der reinen Verwendung von allgemeinen Preisaussagen ohne werbliche Nutzung der konkreten, messbaren Preisermäßigung, so wie beispielsweise die Bewerbung von „Knallerpreis", „Sale" oder „Niedrigpreis".
- bei der bloßen Angabe des ermäßigten Preises ohne Angabe eines vorherigen Preises.

Wird die neue Informationspflicht nur für den Online-Handel gelten?

Nein, die Neuregelung gilt für den stationären und den Online-Handel sowie für sonstige Vertriebswege.

Was gilt bei Dienstleistungen oder digitalen Produkten?

Die neue zusätzliche Preisangabenpflicht i.S.d. § 11 PAngV n.f. betrifft nur Waren und gerade keine Dienstleistungen oder digitale Inhalte bzw. digitale Dienstleistungen.

Waren sind laut Gesetzesbegründung bewegliche körperliche Gegenstände, einschließlich solcher, die in einer Weise digitale Inhalte oder digitale Dienstleistungen enthalten oder mit Ihnen verbunden sind, dass die Ware ohne diese Inhalte oder Dienstleistungen ihre Funktion nicht erfüllen kann. Wasser, Gas und Strom gelten als Waren, wenn sie in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden.

Welche Werbe- und Preisreduktionsmodelle bleiben von der Neuregelung unberührt?

Bei folgenden Werbe- und Preisreduktionsmodellen wird es keine zusätzliche Preisangabenpflicht bei Preisermäßigungen geben:

- Die reine Verwendung von allgemeinen Preisaussagen ohne werbliche Nutzung der konkreten, messbaren Preisermäßigung, so wie beispielsweise die Bewerbung von „Knallerpreis“, „Sale“ oder „Niedrigpreis“.
- Die bloße Angabe des ermäßigten Preises ohne Angabe eines vorherigen Preises.
- Wenn der Händler für ein Produkt wirbt, das er neu in sein Sortiment aufnimmt, da er für dieses nicht über einen vorherigen Gesamtpreis verfügt. Händler können daher unter Beachtung der Vorgaben des UWG weiterhin mit Einführungspreisen werben oder ihren Gesamtpreis für ein neu ins Sortiment genommenes Produkt wie bisher in Relation zur unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers setzen, wobei aber klar ersichtlich sein muss, dass es sich nicht um eine Ermäßigung des eigenen Preises handelt.
- Werbeaktionen in Form von „1+1 gratis“, „Kaufe 3 zahle 2“, etc. unterliegen ebenfalls nicht § 11. Hierbei handelt es sich um sogenannte Werbung mit Drauf- bzw. Dreingabe. Es wird nicht mit einer auf einzelne Waren bezogenen Preisermäßigung geworben, sondern dem Kunden das Angebot eines Erwerbs zusätzlicher Waren oder größerer Stückzahlen zum selben Preis gemacht.
- Rabatte aufgrund von Loyalitätsprogrammen.

Gemäß § § 11 Abs. 4 PAngV nF entfällt auch bei der Bekanntgabe von Preisnachlässen bei

- individuellen Preisermäßigungen und
- schnell verderblichen Waren und Waren mit kurzer Haltbarkeit

die zusätzliche Preisangabenpflicht in Form der Ausweisung des vorherigen niedrigsten Gesamtpreises.

Gilt die neue Preisangabenpflicht auch für Warengruppen oder ganze Sortimente?

Ja, es spielt keine Rolle, ob die Preisermäßigung für einzelne Waren, Warengruppen oder das ganze Sortiment bekanntgegeben werden!

Sofern die Preisermäßigung nicht durch Statt- oder Streich-Preise bekannt gegeben wird, ist ausreichend, dass in der Werbekommunikation auf die durch die Preisermäßigung jeweils erfassten Waren klar Bezug genommen wird (z. B. „20% auf alle Winterjacken“) und bei diesen Waren dann der jeweils niedrigste Preis angeben ist.

Wie wird der "vorherige niedrigste Gesamtpreis "korrekt ermittelt?

Grundsatz: Der bei Preisermäßigungen anzugebende vorherige Gesamtpreis ist der niedrigste Preis, der von dem Händler zu irgendeinem Zeitpunkt innerhalb der letzten 30 Tage von Verbrauchern für eine bereits in seinem Sortiment befindliche Ware gefordert wurde.

Anknüpfungspunkt für die 30-Tagesfrist ist dabei der Zeitpunkt, zu dem die Preisermäßigung gegenüber Verbrauchern wirksam, also gewährt wird.

Bei Verkauf über verschiedene Vertriebskanäle: Verkauft ein Händler Ware an Verbraucher über verschiedene Vertriebskanäle, so ist laut Gesetzesbegründung der niedrigste Gesamtpreis des jeweiligen Vertriebskanals maßgeblich, für den die Bekanntgabe der Preisermäßigung erfolgt.

Bei Verkauf von Produkten in verschiedenen Varianten: Wird der Preis von Ware ermäßigt, die in verschiedenen Varianten bzw. mit verschiedenen Produkteigenschaften (bei Textilien z. B. verschiedenen Größen desselben Modells) angeboten wird, kann es sein, dass für die Ware je nach Variante/Pro- dukteigenschaft ein unterschiedlicher Preis verlangt wird. In diesen Fällen ist laut Gesetzesbegründung auf den niedrigsten Gesamtpreis der Ware mit derselben Produkteigenschaft abzustellen, für die die Preisermäßigung erfolgt (werden z. B. Schuhe des gleichen Modells je nach Schuhgröße zu verschiedenen Preisen angeboten, ist bei der Bekanntgabe einer Preisermäßigung der niedrigste Gesamtpreis der jeweils ermäßigten Schuhgröße anzugeben).

Was gilt, wenn ein Händler seine Ware weniger als 30 Tage anbietet?

Bietet ein Händler Verbrauchern die Ware seit weniger als 30 Tagen an, hat er den niedrigsten Gesamtpreis anzugeben, den er von Verbrauchern gefordert hat, seit er die maßgebliche Ware anbietet.

Was gilt für ohne Unterbrechung ansteigende Preisermäßigungen?

Im Fall einer schrittweisen, ohne Unterbrechung ansteigenden Preisermäßigung des Gesamtpreises einer Ware gilt Folgendes:

Gemäß § 11 II PAngV n.F. kann der Händler bei der Ermittlung des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage auf den Preis abstellen, der vor Beginn der fortlaufenden und schrittweisen Preisermäßigung von Verbrauchern gefordert wurde. Dieser „Ausgangspreis“ muss seinerseits der niedrigste Preis im Sinne von § 11 Abs. 1 PAngV nF sein.

Bleibt die Werbung mit einer UVP weiterhin möglich?

Ja, so stellt die Gesetzesbegründung klar, dass § 11 PAngV nF lediglich eine zusätzliche Informationspflicht begründet. Daher kann aus werblichen Gründen z. B. bei einer Preisermäßigung mit „Statt-Preisen“, neben dem niedrigsten Preis der letzten 30 Tage und dem aktuellen Preis auch ein weiterer Preis angegeben werden, sofern klar und eindeutig ist, dass sich die Preisermäßigung auf den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage bezieht.

Insbesondere bleibt es Händlern unbenommen mit einem Preisvergleich (z. B. zu einer unverbindlichen Preisempfehlung) zu werben, sofern auch hier für Verbraucher klar erkennbar ist, dass es sich lediglich um einen Preisvergleich und nicht um eine Preisermäßigung des eigenen Preises handelt.

Ab wann gelten die neuen Regeln?

Die neu in § 11 aufgenommene Informationspflicht ist ab Inkrafttreten zu erfüllen. Preisermäßigungen, die am 28.05.2022 bekanntgegeben werden, müssen somit bereits den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage angeben.

Veröffentlicht von:
RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)
Rechtsanwalt