

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

Onlinehandel in Großbritannien: Britisches Preisgestaltungsrecht

Die IT-Recht Kanzlei betreut deutsche Onlinehändler, die Waren nach Großbritannien vertreiben wollen. Großbritannien ist der größte Onlinemarkt in der EU. Die IT-Recht Kanzlei bietet [englischsprachige Rechtstexte wie AGB und Datenschutzerklärungen für den Onlinehandel in Großbritannien](#) an. Sie betreut auch Mandanten bei der korrekten Darstellung ihrer Internetpräsenz, die auf Kunden in Großbritannien ausgerichtet ist.

Die richtige Preisangabe ist eine der größten Herausforderungen bei der Gestaltung der Internetpräsenz für den Onlinehandel in Großbritannien. Entgegen der Erwartung einer liberalen Handhabung der Preisgestaltungsregeln in Großbritannien ist das Gegenteil richtig. Es gibt eine Menge von zwingenden Regeln zu beachten. Im Folgenden soll ein Überblick über die wichtigsten Preisgestaltungsregeln gegeben werden, die beim Onlinehandel mit Verbrauchern in Großbritannien gegeben werden.

1. Vollständige und klare Preisangabe

Es muss der Endpreis einschließlich Mehrwertsteuer angegeben werden. Die Preisangaben müssen lesbar und übersichtlich in der Nähe der Artikelbeschreibung positioniert sein - vgl. [Consumer Protection „Distance Selling“ Regulations 2000, Section 7 Price Making Order 2004](#). Der mit dem Endpreis ausgewiesene Artikel muss genau beschrieben sein - [Trade Description Act 1968](#). Wenn der deutsche Onlinehändler neben der Bezahlung in britischer Währung auch eine Bezahlung in Euro anbietet, dann muss er den Preis in Euro zusammen mit einer etwaigen Gebühr ausweisen, den Umrechnungskurs benennen und angeben, dass die Zahlung einer etwaigen Wechselgebühr entfällt, wenn Zahlung mit Kreditkarte auf ein Euro-Konto erfolgt (Section 6, Price Marking Order 2004).

2. Versandkosten als Preisbestandteil

Die Versandkosten für den jeweiligen Artikel sind auszuweisen, sie können aber gesondert beziffert werden - [Section 7, Consumer Protection „Distance Selling“ Regulations 2000, Section 6, Consumer Protection from Unfair Trade Regulations 2008](#). Falls verschiedene Versandkosten anfallen (Art des Versandweges, Bestimmungsort), ist dies anzugeben.

#3. Mehrwertsteuer#

Immer wieder taucht die Frage auf, ob die britische oder die deutsche Mehrwertsteuer zu berücksichtigen ist. Bei innergemeinschaftlicher Lieferung an erwerbsteuerpflichtige Abnehmer ist die sog. Erwerbsschwelle für die Frage entscheidend, ob die deutsche oder die britische Mehrwertsteuer zu entrichten ist. Der deutsche Onlinehändler sollte hier den Rat seines Steuerberaters einholen.

4. Preisrabatte

Preisrabatte sind möglich, allerdings muss der Vergleichspreis, auf den sich der Preisrabatt bezieht, den Regeln des britischen Gesetzes zum Schutz der Verbraucher vor unfairen Handelsregelungen (Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008) genügen. Der Vergleichspreis muss sich auf das gleiche oder ein sehr ähnliches Produkt beziehen und muss verfügbar sein. Es müssen der reduzierte Preis und der Vergleichspreis benannt werden. Der Preisvergleich muss für den Verbraucher klar und einsichtig sein. Bei einem Preisvergleich müssen die gleichen Preisbestandteile und die gleiche Zahlungsmethode angegeben werden (Mehrwertsteuer, Versandkosten, Zahlungsart). Abkürzungen sind zu vermeiden, außer der Abkürzung „RRP“ („recommended retail price“, empfohlener Einzelhandelspreis) und die Abkürzung „man. rec. price“ („manufacturer’s recommended price“, empfohlener Herstellerpreis). In allen anderen Fällen müssen Angaben voll ausgeschrieben werden. Der reduzierte Preis muss für eine limitierte Zeitperiode gelten und soll in aller Regel nicht für einen längeren Zeitraum als der alte Vergleichspreis gelten - Section 5 (4) (g) und (h) und Section 6 (4) (d) und (e) Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 und „Pricing Practices Guide“, herausgegeben vom britischen Ministerium (Department) for Business, Innovation&Skills. Der „Pricing Practices Guide“ ist zwar im formellen Sinn kein Gesetz oder Vorschrift, aber er legt doch autoritativ die sehr allgemein gehaltenen Vorschriften des britischen Gesetzes zum Schutz der Verbraucher vor unfairen Handelsregelungen aus und sollte unbedingt beachtet werden. Folgende Regeln für Vergleichspreise und Sonderrabatte sind zu beachten.

- Vergleichspreis = früherer Preis des Onlinehändler

Der Vergleichspreis muss unmittelbar vor Preisrabattaktion für mindestens 28 Tage gegolten haben, andernfalls muss der Zeitraum genannt werden, in dem der Vergleichspreis gegolten hat. Produkte zum alten und zum reduzierten Preis sollen von dem gleichen Onlinehändler angeboten worden sein. Grundsätzlich sind Preisvergleiche mit Preisen, die vor mehr als 6 Monaten gegolten haben, nicht zulässig. Es muss sich bei dem Vergleichspreis um einen Einzelhandelspreis handeln (Pricing Practices Guide)

- Vergleichspreis = Preis eines anderen Händlers

Preisangabe muss korrekt und aktuell sein, der Name des anderen Händlers und dessen Verkaufsbedingungen müssen genannt werden. Es muß sich um den gleichen Artikel handeln. Werbung mit dem Slogan „lowest price“ (niedrigster Preis) sollte nur erfolgen, wenn nachgewiesen werden kann, dass die Wettbewerber höhere Preise verlangen (Pricing Practices Guide).

- ^{PREIS}Vergleichspreis = empfohlener Einzelhandelspreis (recommended retail price)

Ein derartiger Preisvergleich sollte nur erfolgen, wenn die Preisdifferenz zu einem empfohlenen Einzelhandelspreis nachgewiesen werden kann.

- ^{PREIS}Vergleichspreis = empfohlener Herstellerpreis (manufacturer's recommended price)

Grundsätzlich soll es sich um den aktuellen Herstellerpreis handeln. Wenn nicht, dann muss der Zeitraum benannt sein, auf den sich der angegebene Herstellerpreis bezieht.

- ^{PREIS}Sonderrabatte (Einführungspreis, Schlussverkauf, etc.)

Mit dem Begriff „Einführungspreis“ (introductory offer) sollte nur geworben werden, wenn nach dem Ablauf der Geltung des Einführungspreises ein höherer Preis verlangt wird. Der Zeitraum, für den ein Einführungspreis gilt, muss benannt werden. Dieser Zeitraum darf nicht unverhältnismäßig lang sein. Sonderpreise (sales, after-sale or after promotion price) sollten nur für eine „vernünftige“ Zeitperiode gelten. Grundsätzlich sollte hier ein Zeitraum von 28 Tagen gelten.

5. ^{PREIS}Grundpreis

Grundpreise sind gem. dem [Weights and Measures Act 1985](#) und der Price Making Order 2004) anzugeben. Der Weights and Measures Act 1985 setzt fest, dass bestimmte Warengruppen in einer bestimmten Quantität (Gewicht, Volumen, Länge) angegeben werden müssen. Der Grundpreis für die meisten Produkte ist der Preis pro Kilogramm, Liter, Meter, Quadratmeter oder Kubikmeter (Price Making Order 2004, Weights and Measures Act). Gem. dem Weights and Measures Act können auch Maßangaben wie „Yard“ und „Pound“ verwandt werden. Für Nahrungsmittel, die als Fertigprodukt in einer Flüssigkeit wie Wasser oder Saft verkauft werden, gilt das Nettoabtropfgewicht „net drained weight“ (Section 8, Price Making Order 2004). Nach der Logik des Weights and Measures Act 1985 gilt auch für Waren, die nach Anzahl verkauft werden, ein „Grundpreis“. In diesen Fällen ist der Grundpreis „eins“, also Anzahl 1.

Folgende englischsprachige Liste zur verpflichtenden Festsetzung der Quantitätsangabe in Kilogramm, Liter, Meter, Quadratmeter, Kubikmeter oder Anzahl) bei Nicht-Nahrungsmittel auf der Grundlage des Weights and Measures Act mag hier hilfreich sein.

The main non-food products that are required to carry quantity marking by weight volume (or sometimes by weight or volume) are as follows (subject to certain exemptions):

- construction products (including sand and other ballast, hard-core and aggregates, ready-mixed cement mortar, ready-mixed concrete, and Portland cement)
- decorating products (including paints, enamels and lacquers, paint solvents, paint strippers and thinners, varnishes and similar products, wood preservative, rust remover, and petrifying fluid)
- fuel/oil and car products (including liquid fuel, lubricating oil, mixtures of fuel/oil, lubricating grease and anti-freeze)
- solid-fuel products (coal, coke and solid fuels derived from these)
- agricultural products (including agricultural liming materials, pre-packed fertilisers, inorganic fertilisers, liquid fertilisers, seeds and rolled oats)
- aerosol dispensers
- cleaning and products (including household soap, detergents, conditioners and rinse aids, bleaches, cleaning and scouring powders, polishes and similar products, and disinfectants)
- cosmetics (including perfumes, soap, talcum powder, shampoo, toothpaste, and deodorants)
- household pet and bird foods
- knitting and rug yarns
- tobacco for pipes and for cigarettes rolled by hand or by use of a device operated only by hand
- various multi-packs and many-item packs containing a quantity of the same product are also required to be quantity marked

The following are required to be marked with number:

- cheroots, cigarettes, and cigars
- postal stationery (paper or cards for use in correspondence) and envelopes
- nails (or by weight)

The following have to be marked by length:

- bias binding, elastic, ribbon, tape, and sewing thread

Entgegen der Regel, dass der Grundpreis pro Kilogramm, Liter, Meter, Quadratmeter, Kubikmeter oder Anzahl auszuweisen ist, müssen bestimmte Produkte in anderen Maßangaben ausgewiesen werden wie z.B. 100 g. (Price Making Order 2004, Weights and Measures Act).

Folgende englischsprachige Liste zu verpflichtenden Grundpreisen in anderen Maßangaben auf der Grundlage des Weights and Measures Act 1985 und der Price Making Order 2004 kann hier nützlich sein.

FOOD AND DRINK

(Most packaged food and drink is required to be marked with quantity.)

Product	Units
Biscuits and shortbread (except where sold by number)	100 g
Bread (except where sold by number)	100 g
Breakfast cereal products (except where required to be quantity marked by number)	100 g
Chocolate and sugar confectionery	100 g
Coffee	100 g or ml
Cooked or ready to eat fish, seafood and crustacea	100 g

Cooked or ready to eat meat including game and poultry 100 g
 Cream and non-dairy alternatives to cream 100 ml
 Dips and spreads excluding edible fats 100 g
 Dry sauce mixes 100 g
 Flavouring essences 10 ml
 Food colourings 10 ml
 Fruit juices, soft drinks 100 ml
 Fresh processed salad 100 g
 Herbs 10 g
 Ice cream and frozen desserts 100 g or ml
 Pickles 100 g
 Pies, pasties, sausage rolls, puddings and flans indicating net quantity
 (except where sold by number) 100 g
 Potato crisps and similar products commonly known as snack foods 100 g
 Preserves including honey 100 g
 Ready to eat desserts 100 g or ml
 Sauces, edible oils 100 ml
 Soups 100 g
 Spices 10 g
 Tea and other beverages prepared with liquid 100 g
 Wines, sparkling wine, liqueur wine, fortified wine 75 cl
 Waters, including spa waters and aerated waters 100 ml

NON-FOODS

Product Units
 Ballast, where sold by the kilogram 1,000 kg
 Coal, where sold by the kilogram 50 kg
 Cosmetic products other than make-up products 100 g or ml
 Handrolling and pipe tobacco 100 g
 Lubricating oils other than oils for internal combustion engines 100 ml
 Make-up products (except where sold by number) 10 g or ml
 Seeds other than pea, bean, grass and wild bird seeds 10 g

6. Sanktionen

Die zuständigen Behörden sind gehalten, die Einhaltung der o.g. Preisgestaltungsregeln zu kontrollieren. Die zuständigen Behörden können gegen Onlinehändler, die gegen zwingende Preisgestaltungsregeln verstoßen haben, Verfahren einleiten. Verstöße können mit Bußgeldern und in schweren Fällen mit Geldstrafen oder Freiheitsstrafe geahndet werden.

Autor:

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

Rechtsanwalt