von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Weiterhin Pflicht zur Angabe von Grundpreisen bei Werbung mit Endpreisen

Seit 12. Juni 2013 besteht Verwirrung über die Geltung vieler Bestimmungen der Preisangabenverordnung wegen möglicher Kollisionen mit dem höherrangigen Unionsrecht. Dies betrifft auch die Frage, ob ein Händler von Gesetzes wegen den sog. Grundpreis, also den Preis je Mengeneinheit, angeben muss, wenn er gegenüber Verbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt. Die IT-Recht Kanzlei beantwortet die Frage in einem Beitrag.

I. Grundpreisangaben in der Werbung

Viele Online-Händler stellen sich die Frage, ob sie bei der Werbung für ihre Waren den sog. Grundpreis angeben müssen. Der Grundpreis ist gemäß § 2 Absatz 1 Satz 1 der Preisangabenverordnung (kurz: PAngV) der Preis je Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile. Welches die jeweils anzugebende Mengeneinheit sein soll, ist im Detail in § 2 Absatz 3 PAngV geregelt.

Die Pflicht zur Angabe des Grundpreises ist in § 2 Absatz 1 und Absatz 2 PAngV geregelt. Demnach müssen Händler den Grundpreis angeben, wenn sie (Letzt-)Verbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig (...) nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbieten oder unter Angabe von Preisen werben.

Seit 12 Juni 2013 gelten die Bestimmungen der Preisangabenverordnung jedoch nicht mehr unverändert fort, da sie seitdem aufgrund unionsrechtlicher Vorgaben teilweise anders ausgelegt werden müssen. Höherrangige EU-Richtlinien, die die Pflicht zur (korrekten) Angabe von Preisen regeln, erfordern zum Teil eine solche andere Auslegung. Die IT-Recht Kanzlei hat über diese rechtliche Problematik bereits ausführlich berichtet.

II. Die Pflicht zur Grundpreisangabe in der Werbung nach der deutschen Preisangabenverordnung

Die Preisangabenverordnung enthält in § 2 Vorschriften über die Pflicht zur Angabe des Grundpreises.

- Wer nach § 2 Absatz 1 Satz 1 PAngV Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbietet, hat neben dem Endpreis auch den Preis je Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (Grundpreis) in unmittelbarer Nähe des Endpreises gemäß Absatz 3 Satz 1, 2, 4 und 5 anzugeben.
- Dies gilt nach § 2 Absatz 1 Satz 2 PAngV auch für denjenigen, der als Anbieter dieser Waren gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt.

Nach § 2 Absatz 1 PAngV müssen die Begriffe des „Anbietens“ von und des „Werbens“ für Waren voneinander unterschieden werden.

- Dabei wird das „Anbieten“ nicht (nur) als rechtsverbindliches Anbieten im Sinne des § 145 BGB verstanden. Vielmehr ist das Anbieten jede Erklärung, die im geschäftlichen Verkehr tatsächlich als Angebot aufgefasst wird, selbst wenn es rechtlich unverbindlich ist. Dabei muss das „Angebot“ aus Sicht des Kunden inhaltlich bereits so konkret gefasst sein, dass der Abschluss des Geschäfts ohne weiteres möglich ist.
- „Werben“ im Sinne des § 2 PAngV liegt hingegen dann vor, wenn es noch ergänzender Angaben und ggf. weiterer Verhandlungen bedarf, um ein Geschäft zum Abschluss zu bringen. Insofern ist der Begriff des „Werbens“ eine Vorstufe des Begriffs des „Anbietens“.
- Allerdings kommt es bei der Pflicht zur Angabe des Grundpreises auf den Begriff des „Werbens“ alleine gar nicht an. Denn § 2 Absatz 1 Satz1 PAngV knüpft die Pflicht zur Angabe des Grundpreises nicht an den Begriff des „Werbens“ alleine, sondern an das „Werben unter Angabe von Preisen“ an. Wenn in der Werbung – beispielsweise in einem Werbeprospekt oder Webshop – unter Angabe von (End-)Preisen geworben wird, so muss der Verkäufer – falls dies bei Waren der entsprechenden Art nach der Preisangabenverordnung generell vorgeschrieben ist – auch den entsprechenden Grundpreis angeben.

III. Die Pflicht zur Grundpreisangabe in der Werbung nach der Preisangabenrichtlinie

Die einzelnen Bestimmungen der deutschen Preisangabenverordnung müssen den gemeinschaftsrechtlichen Vorgaben aus der Preisangabenrichtlinie 98/6/EG entsprechen.

- Nach Artikel 3 Absatz 4 der Preisangabenrichtlinie ist bei jeglicher Werbung, bei der der Verkaufspreis der Erzeugnisse gemäß Artikel 1 der Preisangabenrichtlinie genannt wird, (...) auch der Preis je Maßeinheit anzugeben.
- Nach Artikel 1 der Preisangabenrichtlinie regelt die Richtlinie die Angabe des Verkaufspreises und des Preises je Maßeinheit bei Erzeugnisse, die Verbrauchern von Händlern angeboten werden; (...)

Der Begriff des „Anbietens“ aus Artikel 1 der Preisangabenrichtlinie muss wohl möglichst weit ausgelegt werden, wie der Begriff „Werbung“ in Artikel 3 Absatz 4 gerade zeigt: denn offensichtlich fällt auch Werbung im Sinne des Artikel 3 Absatz 4 der Preisangabenrichtlinie unter den Begriff des „Anbietens“.

Somit muss auch aus Sicht der Preisangabenrichtlinie der Verkäufer den Grundpreis („Preis je Maßeinheit“) angeben, wenn er unter Angabe des (End-)Preises wirbt.

Die Vorschriften über die Pflicht zur Angabe der Grundpreise bei Werbung unter Angabe von (End-)Preisen gemäß § 2 Absatz 1 PAngV sind daher auch nach dem 12. Juni 2013 unionsrechtskonform und gelten weiterhin.

IV. Fazit

Seit 12. Juni 2013 gelten nicht mehr alle Vorschriften der Preisangabenverordnung unverändert fort, da sie aufgrund der unionsrechtlichen Vorgaben aus Artikel 3 Absatz 5 der UGP-Richtlinie 2005/29/EG seitdem teilweise anders auszulegen sind.

Die Pflicht eines Verkäufers zur Angabe des Grundpreises, wenn er gegenüber Verbrauchern unter Angabe des (End-)Preises wirbt, bleibt davon allerdings unberührt. Diese Pflicht ergibt sich nicht nur aus dem Wortlaut von § 2 Absatz 1 PAngV, sondern auch aus Artikel 3 Absatz 4 in Verbindung mit Artikel 1 der Preisangabenrichtlinie und ist somit unionsrechtlich vorgegeben.

Die IT-Recht Kanzlei bleibt an dem Thema weiter für Sie dran. Bei Problemen und weiteren Fragen hierzu hilft Ihnen das Team der IT-Recht Kanzlei selbstverständlich gerne weiter.

Autor:
RA Dr. Daniel S. Huber
Rechtsanwalt