

Werbung mit Vergleichspreisen unter der neuen Preisangabenverordnung 2022

Im Jahr 2021 wurde die neue Preisangabenverordnung (PAngV) vom Bundeskabinett beschlossen und verkündet. Sie ist die Konsequenz des bereits im April 2018 von der Europäischen Kommission vorgestellten „*New Deal for Consumers*“, der mit der RL (EU) 2019/2161 umgesetzt worden ist.

Nachfolgend haben wir für Sie einige Fragen aufgegriffen, die sich im Zuge der Neufassung der Preisangabenverordnung (PAngV) für die auch im Buchhandel gängige Praxis des Werbens mit Vergleichspreisen stellen.

INHALT:

I. Allgemeines

1. Ab wann sind die neuen Regelungen der PAngV zu beachten?
2. Was ist das Ziel der neuen PAngV?
3. Welche Änderungen bringt die neue PAngV für den Buchhandel mit sich?
4. Welche Auswirkungen hat die neue PAngV auf das Werben mit Preisen im Rahmen der Preisbindung für Bücher?
5. Verpflichtet die neue PAngV dazu, dass nunmehr immer die vorher angewendeten Preise mit anzugeben sind?
6. Kann ein „niedrigster Preis“ angegeben werden, der in einem Zeitraum vor den 30 Tagen angewendet wurde?
7. Muss im Angebot nunmehr auch mitgeteilt werden, wie lange der „vorherige“ Preis vor der Preisermäßigung angewendet worden ist?
8. Was ist beim Vertrieb über unterschiedliche Vermarktungskanäle?
9. Was ist unter „Gesamtpreis“ zu verstehen?

II. Werbung mit Vergleichspreisen bei bestehender Preisbindung

Was ist, wenn ein Händler ein preisgebundenes Buch vorher nicht im Angebot hatte und nun mit der Preisreduzierung durch den Verlag werben will?

III. Werbung mit Vergleichspreisen nach Aufhebung der Preisbindung

1. Was ist, wenn ein Händler nach Aufhebung der Preisbindung mit dem UVP des Verlages werben will?
2. Was ist wegen der 30-Tage-Frist zu beachten?

IV. Kataloggeschäft

Was ist bei Preisvergleichen im Kataloggeschäft zu beachten?

I. Allgemeines

1. Ab wann sind die neuen Regelungen der PAngV zu beachten?

Die neue PAngV tritt am 28.05.2022 in Kraft.

2. Was ist das Ziel der neuen PAngV?

Die neue Verordnung will sicherstellen, dass Verbraucher bei Bekanntgabe einer Preisermäßigung tatsächlich weniger für die Waren zahlen. Eine Preisermäßigung liegt nur dann vor, wenn im Vergleich zu dem vorher verlangten Preis ein niedrigerer Preis verlangt wird. Anderenfalls handelte es sich nicht um eine Preisermäßigung.

Kündigt der Unternehmer einen neuen aktuellen Preis an und hat den unmittelbar zuvor verlangten Preis durchgestrichen, wirbt er mit einer Preissenkung. Das kann erforderlich machen, dass er zusätzlich zu dem aktuellen Preis und dem durchgestrichenen Preis einen dritten Preis nennen muss, nämlich den Referenzpreis nach § 11 PAngV. Dies ist dann erforderlich, wenn innerhalb der letzten 30 Tage vor der aktuellen Preissenkung ein niedrigerer Preis als der durchgestrichene, unmittelbar zuvor verlangte Preis verlangt worden war.

3. Welche Änderungen bringt die neue PAngV für den Buchhandel mit sich?

Für den Buchhandel dürfte vor allem die neue Regelung in § 11 Abs. 1 PAngV relevant werden, die lautet:

„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.“

4. Welche Auswirkungen hat die neue PAngV auf das Werben mit Preisen im Rahmen der Preisbindung für Bücher?

Aufgrund der gesetzlich vorgeschriebenen Buchpreisbindung ist der Preiswettbewerb unter den Händlern während der Geltung eines gebundenen Preises für ein Buch ausgeschaltet. Alle Händler müssen das Buch also zum jeweils gebundenen Ladenpreis anbieten.

Gleichwohl kann im Rahmen der Preisbindung wie bisher mit einem günstigeren Preis geworben werden, wenn ein Verlag seinen gebundenen Ladenpreis für ein Buch reduziert hat („*Bisher 19,90 €. Jetzt 9,99 €*“ - *Preisänderung des Verlages*). Auch bisher musste dabei schon angegeben werden, dass die Preisreduktion auf einer Preisänderung des Verlages beruht, um eine Irreführung von Verbrauchern auszuschließen.

5. Verpflichtet die neue PAngV dazu, dass nunmehr immer die vorher angewendeten Preise mit anzugeben sind?

Nein, die neue PAngV verlangt die Angabe eines vorher angewendeten Preises nur dann, wenn mit einer Preisermäßigung geworben wird, also beim Werben mit Vergleichspreisen.

6. Kann ein „niedrigster Preis“ angegeben werden, der in einem Zeitraum vor den 30 Tagen angewendet wurde?

Nach unserer Einschätzung: ja. Den Auslegungshinweisen der EU-Kommission zufolge sollen durch die neue Regelung Händler nicht daran gehindert sein, als „vorherigen“ Preis den niedrigsten Preis anzugeben, der während eines 30 Tage sogar überschreitenden Zeitraums (z. B. im Rahmen der Vermarktungsstrategie) angewandt wurde. Danach verstoße es nicht gegen die Anforderungen der (der PAngV zugrundeliegenden) Richtlinie über Preisangaben, wenn der angegebene „vorherige“ Preis tatsächlich unter dem in den 30 Tagen vor der Bekanntgabe der Preisermäßigung geltenden niedrigsten Preis liegt.

7. Muss im Angebot nunmehr auch mitgeteilt werden, wie lange der „vorherige“ Preis vor der Preisermäßigung angewendet worden ist?

Nein, Händler müssen nicht angeben, wie lange sie den angegebenen „vorherigen“ Preis angewandt haben.

8. Was ist beim Vertrieb über unterschiedliche Vermarktungskanäle?

Verkauft ein Händler Waren über verschiedene Vertriebskanäle oder Verkaufsstellen (z.B. verschiedene stationäre Geschäfte und/oder Online-Shops) zu unterschiedlichen Preisen und wird in diesen verschiedenen Vertriebskanälen oder Verkaufsstellen mit Preisermäßigungen geworben, muss der Händler in jedem dieser Vertriebskanäle bzw. in jeder Verkaufsstelle als „vorherigen“ Preis für die betreffenden Waren den niedrigsten Preis angeben, den er in dem betreffenden Vertriebskanal bzw. in der betreffenden Verkaufsstelle über einen Zeitraum von mindestens 30 Tagen angewandt hat.

Für den Buchhandel ist das nur bei Büchern relevant, die nicht mehr der Preisbindung unterliegen. Denn preisgebundene Bücher müssen in jedem Verkaufskanal zum jeweils vom Verlag festgesetzten Preis beworben werden.

9. Was ist unter „Gesamtpreis“ zu verstehen?

Gesamtpreis ist der Preis, der einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile für eine Ware oder eine Leistung zu zahlen ist (§ 2 Nr. 3 PAngV). Bietet ein Händler ein Buch an, so ist der Gesamtpreis für das Buch der gebundene Ladenpreis (dieser enthält immer die Umsatzsteuer) oder bei preisfreien Büchern (also solche nach Ladenpreisauflhebung) der vom Händler angewendete Brutto-Preis.

II. Werbung mit Vergleichspreisen bei bestehender Preisbindung

Was ist, wenn ein Händler ein preisgebundenes Buch vorher nicht im Angebot hatte und nun mit der Preisreduzierung durch den Verlag werben will?

Hier ist es nach unserer Einschätzung weiterhin möglich, dass ein Händler – auch ohne, dass er das Buch, und mithin dessen früheren Preis, vorher im Angebot hatte – mit der Preisreduzierung durch den Verlag wirbt („Bisher 19,90 €. Jetzt 9,99 € - Preisänderung des Verlages“).

III. Werbung mit Vergleichspreisen nach Aufhebung der Preisbindung

1. Was ist, wenn ein Händler nach Aufhebung der Preisbindung mit dem UVP des Verlages werben will?

Nach unserer Einschätzung ist es weiterhin möglich, dass ein Händler seinen – nunmehr wegen der Ladenpreisauflhebung selbst gebildeten – Preis dem UVP des Verlages gegenüberstellt („19,90 € - UVP des

Verlages. Bei uns 9,99 €“). Die Auslegungshinweise der EU-Kommission lassen es ausdrücklich zu, dass ein Verkäufer mit dem „vom Hersteller empfohlenen Einzelhandelspreis“ werben kann. Es muss nur klar erkennbar sein, dass es sich nicht um einen eigenen Preis, sondern um den Preisvergleich mit einem UVP handelt.

2. Was ist wegen der 30-Tage-Frist zu beachten?

Händler sind nun durch die neue Regelung in der PAngV gehalten, den von ihnen in den 30 Tagen vor dem Angebot angewendeten niedrigsten Preis im Rahmen der Preisgegenüberstellung anzugeben.

Beispiel: Ein Händler hat ein preis aufgehobenes Buch am 25.02. mit 10,- € im Angebot. Am 07.03. erhöht er den Preis auf 11,- € und am 15.03. auf 14,- €. Am 01.04. reduziert der Händler den Preis auf 9,- € und will mit einer Preisgegenüberstellung werben. Er muss nun dabei den von ihm in den 30 Tagen vorher günstigsten Preis angeben: „Vorher 11,- €, jetzt 9,- €“. Nicht mehr zulässig ist es, den letzten Preis, also die 14,- € gegenüberzustellen.

IV. Kataloggeschäft

Was ist bei Preisvergleichen im Kataloggeschäft zu beachten?

Für das Kataloggeschäft gibt es keine Unterschiede zum Onlinegeschäft oder zum stationären Handel. § 11 Abs. 1 PAngV verpflichtet dazu, „bei Bekanntgabe einer Preisermäßigung“ den innerhalb von 30 Tagen vorher angewendeten niedrigsten Preis anzugeben. Bekanntgabe in diesem Sinne wäre dann bei einem Katalog das Datum des Erscheinens des Katalogs.

Sie können die neue PAngV hier herunterladen: https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/P-R/novelle-der-preisangabenverordnung-pangv.pdf?__blob=publicationFile&v=4

Zum Verständnis der neuen Regelungen sind von der EU-Kommission Auslegungshinweise hinweise veröffentlicht worden, die Sie hier finden: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229\(06\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC1229(06)&from=EN)