

## Anwendungshinweise zur Preisangabenverordnung Berlin

Stand 08/2023

Am 28. Mai 2022 ist die Novelle der Preisangabenverordnung (PAngV) in Kraft getreten. Im Zuge der Novellierung kam es zu einer Neustrukturierung, bei der insbesondere europarechtliche Vorgaben umgesetzt wurden. Frühere Regelungen, die in ihrer Wertung grundsätzlich weiter gelten, finden sich nun an neuer Stelle wieder oder wurden der Übersichtbarkeit halber in einem neuen Paragraphen zusammengefasst. Zum besseren Verständnis möchte SenWEB dennoch einzelne (teilweise neue) Regelungen erläutern und insbesondere im Hinblick auf die Bestimmung des § 4 Abs. 3 Nr. 3 PAngV eine Auslegungshilfe bereitstellen.

Bei der Zitierung der PAngV handelt es sich um die seit dem 28. Mai 2022 geltende Fassung, wenn nicht anderweitig gekennzeichnet.

### I. Grundsatz der Preiswahrheit und Preisklarheit, § 1 PAngV

Mithilfe der Preisangabenverordnung werden Anbieter und Werbende von Waren und Dienstleistungen gem. § 1 Abs. 3 S. 2 PAngV zu **Preiswahrheit und Preisklarheit** verpflichtet. Dieser Grundsatz ist bei allen Auslegungen von Vorschriften der Verordnung zu beachten und bei etwaigen Grenzfällen stets heranzuziehen. Der Grundsatz der Preiswahrheit soll einen Gleichlauf des angegebenen Preises mit dem letztendlich tatsächlich vom Verbraucher zu zahlenden Preis bezwecken. Durch den Grundsatz der Preisklarheit soll sichergestellt werden, dass der angegebene Preis eindeutig dem beworbenen Produkt zuzuordnen und klar erkennbar ist.

## II. Begriffsbestimmungen, § 2 PAngV

In § 2 Nr. 1-9 PAngV sind nunmehr die für die Verordnung maßgeblichen Begriffe legal definiert.

## III. Pflicht zur Angabe des Gesamtpreises, § 3 PAngV

Verbraucherinnen und Verbraucher müssen den zu zahlenden Preis der Ware auch **ohne weitere Rechenschritte** eindeutig erkennen können. Die Angabe von Nettopreisen genügt daher der Verpflichtung aus § 3 PAngV nicht. Auf eine Verhandlungsbereitschaft kann hingewiesen werden, wenn es der allgemeinen Verkehrsauffassung entspricht und Rechtsvorschriften nicht entgegenstehen.

## IV. Pflicht zur Angabe des Grundpreises, § 4 PAngV

Der Grundpreis ist der Preis je Mengeneinheit einer Ware einschließlich Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (§ 2 Nr. 4 PAngV). Dieser Grundpreis muss gem. § 4 Abs. 1 S. 1 PAngV in „**unmissverständlicher, klar erkennbarer und gut lesbarer Weise**“ angegeben werden. Mit der Novellierung wird die Regelung sprachlich an die EU-Richtlinie 98/6/EG angepasst. Eine **inhaltliche** Veränderung gegenüber der vorangegangenen Norm geht mit der Novellierung **nicht einher**, auch wenn nunmehr die räumliche Nähe zum Produkt nicht mehr ausdrücklich genannt wird. Eine **unmittelbare Nähe** der beiden Preisangaben zum Produkt **bleibt unverändert zwingende Voraussetzung**<sup>1</sup>, da es ansonsten an dem Erfordernis der klaren Erkennbarkeit des Preises mangeln würde. Unzulässig ist es u.a., wenn der Grundpreis im Online-Handel nur durch einen separaten Link erreichbar ist, oder wenn im stationären Handel eine Liste mit Grundpreisen an einem anderen Ort als die Ware ausgehängt ist. Grundsätzlich gilt, dass die Kundin oder der Kunde die Ware und die dazugehörige (Grund-)Preisangabe auf einen Blick erkennen muss. Die Angabe eines

---

<sup>1</sup> Vgl. BGH, Vers.-Urt. v. 19.5.2022 – I ZR 69/21, Rn. 48.

Grundpreises ist nur erforderlich für Waren, die nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden. Daraus folgt, dass eine Verpflichtung zur Grundpreisauszeichnung nicht für Waren, die nach Stück oder Paar angeboten werden, besteht. Freiwillige Angaben sind jedoch möglich und unschädlich. Die Frage, ob Produkte nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden, darf nicht willkürlich von der Anbieterin oder dem Anbieter entschieden werden. Die Verkaufseinheiten ergeben sich zwingend aus den allgemeinen Vorschriften der Fertigpackungsverordnung, den jeweiligen Spezialvorschriften (z.B. Handelsklassenrecht) oder aufgrund der allgemeinen Verkehrsauffassung.

Neben dem Grundpreis ist zwingend jeweils auch die Mengeneinheit anzugeben, auf die er sich bezieht (§ 5 Abs. 1, 3-5 PAngV).

Sofern der Gesamtpreis mit dem Grundpreis identisch ist, kann in solchen Fällen auf die Angabe des Grundpreises verzichtet werden (§ 4 Abs. 1 S.2 PAngV).

#### V. Ausnahmetatbestand § 4 Abs. 3 Nr. 3 PAngV

Die in der Praxis relevanteste Ausnahme von der Verpflichtung zur Grundpreisauszeichnung findet sich in § 4 Abs. 3 Nr. 3 PAngV. Danach bleiben **kleine Einzelhandelsgeschäfte** oder Direktvermarkter (wie z.B. Hofläden, Winzerbetriebe, Imker, Kioske, mobile Verkaufsstätten sowie Stände auf Märkten oder Volksfesten) von der Verpflichtung zur Angabe des Grundpreises befreit. Die in der Vorschrift genannten Beispiele stellen **keinen** abschließenden Katalog dar. Nach der Novellierung hat es insbesondere Nachfragen des Apothekerverbandes dazu gegeben, ob für Apotheken der Ausnahmetatbestand ebenfalls gelte. Entscheidend ist in jedem zu prüfenden **Einzelfall** das **kumulative** Vorliegen der folgenden Voraussetzungen. Die Vorgaben wurden im Rahmen des Bund-Länder Ausschusses Preisangaben 2022 unter den Bundesländern abgestimmt, um eine möglichst bundesweit einheitliche Auslegung des Tatbestandes sicherzustellen:

1. „*kleines Einzelhandelsgeschäft*“

Es handelt sich um einen Direktvermarkter oder ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von unter 200 qm (je Verkaufsstelle). Es ist auf die Verkaufsfläche pro Filiale abzustellen. Die für Verbraucher nicht zugängliche Lagerfläche wird nicht einberechnet.

2. „*Warenausgabe überwiegend im Wege der Bedienung*“

Die Warenausgabe erfolgt überwiegend im Wege der Bedienung, d.h. mehr als 50 % des Warensortiments kann die Kundin oder der Kunde nur im Zuge einer Bedienung erhalten.

3. Kein „*Vertriebssystem*“

Der Betrieb bezieht sein Warensortiment nicht im Rahmen eines Vertriebssystems. Ein Vertriebssystem besteht, wenn von einem Unternehmen mehr als fünf in ihrer Preisgestaltung von der Zentrale abhängige Filialen bzw. Verkaufsstellen betrieben werden.

Erfüllt ein Betrieb diese Voraussetzungen, so ist er gesetzlich von der **Verpflichtung zur Grundpreisangabe befreit**, ohne dass eine Befreiung beantragt oder angezeigt werden muss. Die Ausnahmeregelung umfasst dann auch den Teil des Warensortiments, der nicht im Wege der Bedienung angeboten wird. Eine **pauschale Befreiung** der Verpflichtung aufgrund einer **Branchenzugehörigkeit** (bspw. Apotheken) **gilt nicht**. Es ist auch hier auf den **Einzelfall** abzustellen.

VI. Mengeneinheit/Bezugsgröße für die Angabe des Grundpreises, § 5 PAngV

Die Regelungen zu den Bezugsgrößen für den Grundpreis sind zusammengefasst, neu sortiert und im Hinblick auf das gestiegene Angebot unverpackter loser Ware aktualisiert worden. Wie bisher bleibt die Mengeneinheit nach § 5 Abs. 1 S. 1 PAngV grundsätzlich

jeweils 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter, 1 Meter oder 1 Quadratmeter der Ware. Die Regelung zur Angabe der Bezugsgröße für größere Mengen ist ebenso beibehalten worden wie die Bezugsgröße für die angebotene lose Ware. Eine Neuregelung für die Grundpreisangabe loser Waren schafft jedoch § 5 Abs. 3 PAngV. Danach darf abweichend von der Verkehrsauffassung **flüssige lose Ware bei Selbstabfüllung durch** Einkaufende auch nach Gewicht verkauft werden (z.B. in sog. „Unverpackt“-Läden). Dadurch wird diesen Verkaufsstellen vereinfacht ermöglicht, auch ohne mess- und eichrechtskonforme Volumenmessanlage flüssige Ware zu verkaufen (z.B. durch Nutzung der meist vorhandenen Waagen). Die Vorhaltung eines Messgeräts für Volumen und ein Verkauf nach Volumen sind in diesen Verkaufsstellen weiterhin möglich, aber **nicht verpflichtend**. In solchen Geschäften ist es somit nach der Neureglung möglich, z.B. Honig, Flüssigseife oder flüssiges Waschmittel entgegen der allgemeinen Verkehrsauffassung in Gramm/kg, statt in Millilitern/Litern auszuverkaufen und zu verkaufen. Die Verpflichtung zur Grundpreisauszeichnung entfällt dadurch **nicht**.

Zur Problematik der offenen Verpackungen von Obst und Gemüse fand im November 2022 ein Austausch mit den jeweils zuständigen Referaten des BMWK und den Länderreferentinnen und -referenten statt. Hintergrund sind bestehende Rechtsunsicherheiten bei verschiedenen Verkaufspraktiken an der Schnittstelle des FPackV und der PAngV. Das BMWK wird sich dazu intern mit verschiedenen Lösungsansätzen auseinandersetzen. Über Neuigkeiten informiert SenWEB zu gegebener Zeit. Bis zu einer endgültigen Lösung empfiehlt SenWEB, von einer Ahndung entsprechender Ordnungswidrigkeiten abzusehen.

#### VII. Rückerstattbare Sicherheiten – Flaschenpfand – § 7 PAngV

Bei rückerstattbaren Sicherheiten handelt es sich in der Praxis um **Pfandbeträge** für Einweg- oder Mehrwegflaschen. § 7 PAngV regelt, dass insbesondere Pfandbeträge **nicht** in den **Gesamtpreis** und auch nicht in den Grundpreis einzubeziehen sind. Ihre **Höhe** ist aus

Transparenzgründen separat **neben dem Preis für das Erzeugnis** und einem eventuellen Grundpreis mitzuteilen. Eine inhaltliche Änderung zum bisherigen § 1 Abs. 4 PAngV a.F. soll damit nicht verbunden sein, die Regelung hat vor dem Hintergrund verschiedener Gerichtsverfahren lediglich klarstellenden Charakter.

#### VIII. Die Preisermäßigung, § 9 und § 11 PAngV

§ 9 PAngV normiert die Ausnahmen, bei denen bei Preisermäßigungen von der Nennung des neuen Gesamtpreises oder Grundpreises abgesehen werden kann. Der neu geschaffene Paragraph fasst die inhaltlich bereits vor der Novellierung bestehenden Ausnahmen der Übersicht halber zusammen.

Nach § 9 Abs. 1 Nr. 3 i.V.m. § 11 Abs. 4 Nr. 2 PAngV besteht nun die Möglichkeit zum erleichterten **Abverkauf schnell verderblicher Ware** oder von **Ware mit kurzer Haltbarkeit**. Ein neuer Gesamtpreis und Grundpreis für die reduzierte Ware muss in diesem Fall nicht mehr angegeben werden. Durch die Bezugnahme auf „Waren mit kurzer Haltbarkeit“ werden nun auch Schnittblumen oder ähnliche lebensmittelfremde Waren einbezogen. Darüber hinaus werden ausdrücklich Lebensmittel erfasst, deren Mindesthaltbarkeitsdatum in Kürze abläuft.

Von § 9 PAngV abzugrenzen ist der aufgrund der EU- Richtlinie 2019/2161 neu eingeführte § 11 PAngV. Dieser stellt das Herzstück der Novellierung dar.

Nach § 11 Abs. 1 PAngV ist bei einer **Bekanntgabe einer Preisermäßigung** (durch Gegenüberstellung des alten Preis mit dem neuen Angebotspreis) der **niedrigste Gesamtpreis der letzten 30 Tage anzugeben**. Die Frist ist kalendermäßig bestimmt, so dass es nicht auf die Summe der Verkaufstage ankommt. Stichtag ist der Tag, an dem die Preisermäßigung bekannt gegeben wird. Von diesem Tag aus werden die letzten 30 Tage betrachtet und der niedrigste Preis herangezogen. Wird die Ware seit weniger als 30 Tagen angeboten, so ist dieser kürzere Zeitraum maßgeblich. Wird Ware über verschiedene

Vertriebskanäle verkauft (z.B. online und im Ladenlokal), so ist der niedrigste Gesamtpreis des jeweiligen Vertriebskanals maßgeblich.

Keine Bekanntgabe einer Preisermäßigung liegt vor, wenn nur noch der neue, ermäßigte Preis an der Ware ausgewiesen wird. Ebenso liegt keine Preisermäßigung in diesem Sinne vor, wenn die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers (UVP) als Referenz herangezogen wird. Es muss dabei dann klar ersichtlich sein, dass es sich **nicht** um eine **Reduzierung** des **eigenen** Preises handelt. Zweck der Neuregelung ist es, **irreführende Werbung** mit sog. Mondpreisen oder mit kurz zuvor erst erhöhten Preisen wirksam **einzuschränken** und so den Verbraucherschutz zu stärken.

§ 11 Abs. 2 PAngV enthält eine Ergänzung für den Fall, dass der Preis innerhalb von 30 Kalendertagen **schrittweise und kontinuierlich reduziert** wird (oftmals ein Abverkauf von Aktionsware - bspw. zunächst 20%, dann 30% und kurz vor Schluss 50 % oder mehr Rabatt). In einem solchen Fall **darf der alte Referenzpreis** weiter gegenübergestellt werden und es muss nicht der im ersten Rabattschritt reduzierte Preis als Referenz für die folgenden Rabattstufen ausgewiesen werden. Zu beachten ist dabei aber, dass der Referenzpreis dennoch im Sinne des Absatz 1 der niedrigste Preis der letzten 30 Tage sein muss.

Als Anwendungsbeispiel: Der Black Friday-Sale mit einer sich anschließenden Weihnachtsrabatt-Aktion fällt nicht unter diesen Ausnahmetatbestand, da die Rabatt-Aktionen unabhängig voneinander stattfinden und keine schrittweise, kontinuierliche Reduzierung darstellen. Wird also in einer Weihnachtsrabatt-Aktion mit einer Preisermäßigung geworben, so muss der ggf. niedrigere Referenzpreis angegeben werden, der im Rahmen des Black Friday-Sales beworben wurde, sofern dieser in der 30 Tages-Frist liegt.

Die Regelungen gelten gem. Abs. 3 entsprechend für Waren, bei denen nur der Grundpreis ausgezeichnet werden muss.

**Verstöße** gegen § 11 PAngV stellen eine **Ordnungswidrigkeit** nach § 20 Nr. 1 PAngV dar und sind bußgeldbewehrt.

IX. § 10 PAngV, Schaufensterwerbung/Waren zur Entnahme

Die in § 10 PAngV normierten Vorgaben für Preisangaben im Handel ersetzen und ergänzen die bisherigen Regelungen des § 4 PAngV a. F.

Danach muss Ware, die Verbrauchern zur **unmittelbaren Entnahme** angeboten wird, durch **Preisschilder oder Beschriftung** gekennzeichnet werden. Gem. § 10 Abs. 1 S. 2 PAngV fällt hierunter **auch die Schaufensterwerbung**. Mit der Regelung wurde auf Urteil des Bundesgerichtshofes zur Schaufensterwerbung<sup>2</sup> reagiert und Klarheit über die Verpflichtung zur Preisangabe bei Schaufensterwerbung geschaffen. Sofern die in Schaufenstern ausgestellte Ware ohne weitere notwendige Zwischenschritte (individuelle Anpassungen oder Konfigurationen) verkauft wird, muss diese im Schaufenster mit einem Preis ausgezeichnet werden.

X. Preisangaben für Leistungen/ Preisverzeichnisse, § 12 PAngV

§ 12 PAngV orientiert sich im Grunde an § 5 PAngV a.F.

XI. Gaststätten, Beherbergungsbetriebe, § 13 PAngV

§ 13 PAngV übernimmt größtenteils die in § 7 PAngV a.F. geregelten Vorschriften zu Gaststätten und Beherbergungsbetrieben. Die Differenzierung zwischen Gaststätten und Beherbergungsbetrieben bleibt erhalten.

§ 13 Abs. 1 S. 3 PAngV stellt klar, dass bei der Ausstellung von Speisen und Getränken oder dem Angebot zur unmittelbaren **Entnahme** -bspw. in einem (Wein-)Regal oder einer Bedientheke- die **(alternative) Preisauszeichnung** in einem **Preisverzeichnis** ausreichend

---

<sup>2</sup> BGH Urteil – I ZR 29/15

ist. Die zur Entnahme angebotenen Speisen und Getränke müssen daher nicht zwingend mit Preisen beschriftet werden, sollte ein Preisverzeichnis vorhanden sein.

§ 13 Abs. 4 PAngV schreibt nunmehr vor, dass Preise für die **Benutzung einer Telekommunikationsanlage** (bspw. Wi-Fi) in einem **Preisverzeichnis** anzugeben sind. Weggefallen ist das Erfordernis, die Preisauszeichnung in der Nähe der Telekommunikationsanlage vorzunehmen.

Zu beachten ist zudem, dass ein Verstoß gegen die Aushangpflicht nach § 13 Abs. 2 S. 2 PAngV nicht mehr als Ordnungswidrigkeit geahndet werden kann. Eine Bebußung ist daher nicht mehr möglich. Der ehemals bestehende Verweis in § 10 Abs. 2 Nr. 6 PAngV a.F. auf die Anbringungspflicht ist in § 20 Nr. 1-5 PAngV entfallen.

## XII. Elektrizität, Gas, Fernwärme und Wasser, § 14 PAngV

§ 14 PAngV regelt die Preisangabe bei Abgabe von Elektrizität, Fernwärme und Wasser. Bedeutsam ist hier, dass die **Preisauszeichnung** für die Abgabe von Elektrizität an **Ladesäulen** für Elektrofahrzeuge in Abs. 2 für das punktuelle Aufladen neu geregelt wird. Durch die Neuregelung soll die dringend geforderte Preistransparenz für Verbraucherinnen und Verbraucher gewährleistet werden, die diesen Ladepunkt nicht auf Basis eines Vertrages, sondern punktuell zum Aufladen nutzen. Eine gegen die Vorgaben des § 14 PAngV verstößende Preisauszeichnung an Ladesäulen stellt eine Ordnungswidrigkeit dar. Gängige Praxis ist es, die Kundinnen und Kunden am Ladepunkt bzw. an der Ladestation z.B. durch Aufschrift, QR-Code oder eine digitale Anzeige über die Bezahlart und Freischaltung der Säule zu informieren. Das vertragsbasierte Laden im Rahmen eines Dauerschuldverhältnisses unterliegt nicht der Pflicht zur Preisangabe nach Absatz 2, da hier den Kundinnen und Kunden die für sie jeweils geltenden Tarife und Vertragskonditionen bereits bekannt sind.

### XIII. Finanzdienstleistungen, §§ 16-19 PAngV

Der neue Abschnitt 4 reguliert die Preisangaben und die Werbung für Verbraucherdarlehen.

Die Vorschriften ersetzen die §§ 6, 6a-c PAngV a.F. und führen zu keiner inhaltlichen Veränderung.

Die - unveränderte - Berechnung des Effektivzinses befindet sich in der Anlage der Verordnung.

### XIV. Ordnungswidrigkeiten, § 20 PAngV

Der neue § 20 PAngV ersetzt § 10 PAngV a.F. und regelt die Ordnungswidrigkeitentatbestände der Verordnung.

Im Zuge der Novellierung war eine Überarbeitung nötig, da für einige der ehemaligen Tatbestände Bedenken hinsichtlich der Vereinbarkeit mit dem Bestimmtheitsgrundsatz bestanden. Dies betrifft neben dem bereits angesprochenen Wegfall des Ordnungswidrigkeitentatbestandes für die fehlende Anbringung eines Preisverzeichnisses neben dem Eingang von Gaststätten noch andere Tatbestände. So sind die Tatbestände der § 10 Abs. 1 Nr. 4 und § 10 Abs. 2 Nr. 3 PAngV a.F. ebenfalls weggefallen. Neu hinzugekommen ist der Tatbestand wegen Verstoßes gegen § 14 Abs. 2 PAngV (Ladesäulen für E-Fahrzeuge) und gegen § 11 Abs. 1 PAngV (Preisermäßigungen), vgl. § 20 Nr. 1 PAngV.

\*\*\*