

PREISANGABENVERORDNUNG NACHBESSERN

Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbands
(vzbv) zum Referentenentwurf zur Novellierung der Preisangabenerverordnung (PAngV)

14. Juni 2021

Impressum

*Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.*

*Team
Recht und Handel*

*Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin*

recht-und-handel@vzbv.de

INHALT

| | |
|--|----------|
| I. ZUSAMMENFASSUNG | 3 |
| 1. Grundsatz ergänzen (§ 1) | 3 |
| 2. Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises (§ 4)..... | 3 |
| 3. Ausnahme von Pflicht zur Grundpreisangabe (§ 4 Absatz 4) | 3 |
| 4. Keine Einrechnung des Pfandentgeltes in Gesamt- und Grundpreis (§ 7)..... | 3 |
| 5. Preisauszeichnungspflicht auch für Verkaufsstände (§ 10) | 3 |
| 6. Preisermäßigung klarstellen und Ausnahme streichen (§ 11) | 3 |
| 7. Preistransparenz an Ladesäulen (§ 14)..... | 3 |
| 8. Werbung für Verbraucherdarlehen (§ 17)..... | 3 |
| II. EINLEITUNG | 4 |
| III. IM EINZELNEN | 4 |
| 1. Preisklarheit und Preiswahrheit (§ 1) | 4 |
| 2. Angabe des Grundpreises (§ 4 Absatz 1)..... | 4 |
| 3. Ausnahme von der Pflicht zur Grundpreisangabe (§ 4 Absatz 4) | 5 |
| 4. Pfandflaschen (Rückerstattbare Sicherheit, § 7) | 6 |
| 5. Preisangaben bei Verkaufsständen (§ 10 Absatz 1) | 6 |
| 6. Preisermäßigung (§ 11) | 7 |
| 6.1 Angabe des Vergleichspreises | 7 |
| 6.2 Ausnahme für schrittweise Preisermäßigungen | 9 |
| 7. Preistransparenz an Ladesäulen (§ 14)..... | 9 |
| 8. Verbraucherdarlehen (§ 16) | 10 |
| 9. Werbung für Verbraucherdarlehen (§ 17)..... | 10 |
| 10. Aufsicht..... | 11 |
| 11. Schlüsseldienste | 11 |

I. ZUSAMMENFASSUNG

1. GRUNDSATZ ERGÄNZEN (§ 1)

Der Grundsatz von Preisklarheit und Preiswahrheit ist in Anlehnung an § 1 Absatz 7 Satz 1 und 2 PAngV geltender Fassung im Entwurf zu ergänzen.

2. GRUNDPREIS IN UNMITTELBARER NÄHE DES GESAMTPREISES (§ 4)

Die Pflicht zur Angabe des Grundpreises in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis sollte weiterhin ausdrücklich in der Preisangabenverordnung verankert bleiben. Die Schriftgröße der Grundpreisangabe sollte möglichst vier Millimeter, mindestens aber drei Millimeter betragen.

3. AUSNAHME VON PFLICHT ZUR GRUNDPREISANGABE (§ 4 ABSATZ 4)

Die vorgesehene Ausnahme für die Pflicht zur Grundpreisangabe für schnell verderbliche Waren und Waren mit begrenzter Haltbarkeit ist zu begrüßen.

4. KEINE EINRECHNUNG DES PFANDENTGELTES IN GESAMT- UND GRUNDPREIS (§ 7)

Die bisherige Regelung für Pfandentgelte ist sinnvoll und sollte beibehalten werden. Das Pfandentgelt sollte deshalb – wie im Entwurf vorgesehen – nicht in den Gesamtpreis und/oder Grundpreis eingerechnet werden.

5. PREISAUSZEICHNUNGSPFLICHT AUCH FÜR VERKAUFSSTÄNDE (§ 10)

Die Preisauszeichnung im Handel gemäß § 10 Absatz 1 PAngV-E muss weiterhin auch Verkaufsstände gemäß § 4 Absatz 1 PAngV geltender Fassung beinhalten.

6. PREISERMÄßIGUNG KLARSTELLEN UND AUSNAHME STREICHEN (§ 11)

Im Rahmen der neuen Regelung für Preisermäßigungen sollte klargestellt werden, dass der anzugebende niedrigste Preis auch der Referenzpreis für ausgewiesene Preisermäßigungen sein muss. Darüber hinaus sollte das Verhältnis zu § 5 Absatz 4 UWG klargestellt werden. Die Ausnahme für schrittweise Preisermäßigungen ermöglicht eine Umgehung der Preisangabe und sollte gestrichen werden.

7. PREISTRANSPARENZ AN LADESÄULEN (§ 14)

Der vzbv begrüßt, dass die Preise für das punktuelle Aufladen künftig an der Ladesäule angegeben werden müssen. Gleichzeitig müssen jedoch auch beim vertragsbasierten Laden einheitliche und transparente Informationen über alle Preisbestandteile angegeben werden.

8. WERBUNG FÜR VERBRAUCHERDARLEHEN (§ 17)

Das verpflichtende repräsentative Beispiel in der Kreditwerbung sollte zusätzliche Angaben zur Spannweite der Zinssätze beinhalten („von – bis“). Darüber hinaus sollten die Anbieter die Einhaltung der sogenannten Zwei-Drittel-Regel dokumentieren und so deren Überwachung gewährleisten.

Außerdem sollte die Null-Prozent-Finanzierung vom Anwendungsbereich des neuen § 17 PAngV-E erfasst werden.

II. EINLEITUNG

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) bedankt sich für die Gelegenheit, zum Referentenentwurf einer neu gefassten Preisangabenverordnung Stellung nehmen zu dürfen.

Der vzbv begrüßt die Neustrukturierung, um die Verständlichkeit und Lesbarkeit insgesamt zu verbessern. Wichtig ist aber, dass dabei keine relevanten Regelungen verloren gehen. Dies gilt insbesondere für den Grundsatz der Preiswahrheit und Preisklarheit, aber auch für die Angabe des Grundpreises und die Preisangabe auf Marktständen. In einzelnen Regelungen sieht der vzbv darüber hinaus Ergänzungs- und Korrekturbedarf.

III. IM EINZELNEN

1. PREISKLARHEIT UND PREISWAHRHEIT (§ 1)

Der wichtige Grundsatz der Preisklarheit und Preiswahrheit, der gemäß § 1 Absatz 7 Satz 1 und 2 PAngV geltender Fassung alle Angaben nach der Verordnung erfassen sollte, fehlt im Referentenentwurf (im Folgenden PAngV-E).

Da der gemäß Begründung auf Seite 35 vorgesehene § 1 Absatz 3 im Referentenentwurf nicht enthalten ist, ist wohl davon auszugehen, dass es sich um ein redaktionelles Versehen handelt. Angesichts der Bedeutung dieses Grundsatzes für Verbraucherinnen und Verbraucher¹ sollte die insoweit deutliche Formulierung in § 1 Absatz 7 PAngV auch für die neue Fassung übernommen werden.

GRUNDSATZ VON PREISKLARHEIT UND PREISWAHRHEIT KLARSTELLEN

Der Grundsatz von Preisklarheit und Preiswahrheit ist in Anlehnung an § 1 Absatz 7 Satz 1 und 2 PAngV geltender Fassung im Entwurf zu ergänzen.

2. ANGABE DES GRUNDPREISES (§ 4 ABSATZ 1)

Die Pflicht zur Angabe des Grundpreises in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis gemäß § 2 Absatz 1 Satz 1 PAngV geltender Fassung sollte unbedingt erhalten bleiben.

Laut Begründung soll das Merkmal der Nähe zum Gesamtpreis in § 4 Absatz 1 Satz 1 PAngV-E aus unionsrechtlichen Gründen entfallen, weil es in der Preisangabenrichtlinie nicht vorgesehen sei, diese aber mit Blick auf die Grundpreisangabe vollharmonisierend sei (Artikel 3 Absatz 5 UGP-Richtlinie 2005/29/EG).

Die Streichung der „unmittelbaren Nähe“ ist nach Überzeugung des vzbv nicht zwingend und sollte mit Blick auf die Bedeutung der unmittelbaren Nähe beider Preise für Verbraucher unbedingt erhalten bleiben.

Für Verbraucher würde der Nutzen der Grundpreisangabe weitgehend entfallen, wenn diese nicht in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises platziert würde. Dies gilt sowohl für den stationären Einzelhandel wie auch den Onlinekauf. Ein Verweis auf gesonderte Grundpreislisten oder eine Verlinkung würde dem Anspruch der leichten Wahrnehmbarkeit nicht gerecht.

¹ Die im weiteren Text gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf Personen aller Geschlechter. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Mehrfachbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

Aus unionsrechtlicher Sicht steht dem Gesetzgeber bei der Richtlinienumsetzung ein norminterpretierender Umsetzungsspielraum zu. Dies gilt auch für den Grundsatz der Preisklarheit, aus dem sich das Näheerfordernis ableitet. Deutsche Gerichte wären dann weiterhin gehalten, das Näheerfordernis richtlinienkonform anzuwenden.

Diese Lösung würde Verbrauchern und Handel Rechtssicherheit geben. Die Alternative, das Näheerfordernis zu streichen und darauf zu vertrauen, dass die Rechtsprechung es weiterhin aus dem Grundsatz der Preisklarheit ableiten werde, bietet demgegenüber keine Vorteile. Die künftige Rechtsprechung ist kaum vorhersehbar. Auch wenn laut Begründung durch die Streichung keine Änderung der Rechtslage beabsichtigt ist, wird sich die Auslegungsfrage im Einzelfall erneut stellen.

Ein weiteres Problem bei der Grundpreisangabe ist, dass diese oft viel zu klein und kaum lesbar ist. Von der Rechtsprechung wird eine Größe von zwei Millimetern vorgegeben, die aber viele Menschen nicht mehr entziffern können.

Die Grundpreisangabe sollte deshalb möglichst vier Millimeter, mindestens aber drei Millimeter betragen. Falls eine derartige Vorgabe aus Sicht des Ordnungsgebers aus unionsrechtlichen Gründen nicht möglich ist, sollte sich die Bundesregierung auf europäischer Ebene für eine entsprechende Bestimmung einsetzen.

GRUNDPREIS WEITERHIN IN UNMITTELBARER NÄHE ANGEBEN

Die Pflicht zur Angabe des Grundpreises in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis sollte weiterhin ausdrücklich in der PAngV verankert bleiben. Die Schriftgröße der Grundpreisangabe sollte möglichst vier Millimeter, mindestens aber drei Millimeter betragen.

3. AUSNAHME VON DER PFLICHT ZUR GRUNDPREISANGABE (§ 4 ABSATZ 4)

Die vorgesehene Ausnahme für die Pflicht zur Grundpreisangabe für schnell verderbliche Waren und Waren mit begrenzter Haltbarkeit (§ 4 Absatz 4 Nr. 2 PAngV-E) ist aus Sicht des vzbv zu befürworten, um den Abverkauf von noch verzehrbaren Lebensmitteln zu erleichtern.

In der Gesetzesbegründung sollte der Gesetzgeber ergänzen, dass als schnell verderbliche Lebensmittel neben den dort genannten frischen Backwaren, Obst, Gemüse und Lebensmitteln mit ablaufendem Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) auch Lebensmittel zu verstehen sind, die ein Verbrauchsdatum (VD) tragen.

Denn ein schneller Abverkauf ist bei Lebensmitteln mit VD aufgrund des schnelleren Verderbs besonders wünschenswert. Lebensmittel mit VD eignen sich, im Gegensatz zu Lebensmitteln mit MHD, nicht für eine Bevorratung.

In der Gesetzesbegründung heißt es weiter, dass Produkte nach Ablauf des MHD unverkäuflich würden. Aus Sicht des vzbv sind Produkte nach Ablauf des MHD durchaus unter bestimmten Umständen noch zum Verkauf geeignet und ist dies auch rechtlich zulässig.

Des Weiteren wurde im Referentenentwurf neu hinzugefügt, dass „in geeigneter Weise“ auf die Preisherabsetzung hingewiesen werden soll. Aus Sicht des vzbv sollte dies positiv besetzt sein. Macht der Händler auf die Reduktion durch einen Aufkleber aufmerksam, wäre es wünschenswert, wenn dafür auf die Verwendung von Warnfarben oder negativen Assoziationen, zum Beispiel Rot oder Orange als Achtungsfarben verzichtet würde.

VORGESEHENE AUSNAHME IST ZU BEGRÜßEN

Die vorgesehene Ausnahme für die Pflicht zur Grundpreisangabe für schnell verderbliche Waren und Waren mit begrenzter Haltbarkeit ist zu befürworten. In der Gesetzesbegründung sollten als schnell verderbliche Lebensmittel neben den dort bereits genannten Lebensmitteln auch Lebensmittel mit Verbrauchsdatum aufgeführt werden.

4. PFANDFLASCHEN (RÜCKERSTATTBARE SICHERHEIT, § 7)

Der vzbv begrüßt die vorgesehene Weitergeltung der (rechtlich umstrittenen) Regelung, dass Pfandentgelte neben dem Gesamtpreis und dem Grundpreis anzugeben und nicht in diesen einzurechnen sind (§ 7 PAngV-E).

Bei einer Einrechnung von Pfandentgelten in Gesamt- und Grundpreis wäre der Preisvergleich insbesondere günstiger Getränke kaum noch möglich. Vor dem Hintergrund, dass die meisten Pfandflaschen und Gebinde zurückgeführt werden, würden Verbraucher über den tatsächlichen Kaufpreis irreführt. Ökologisch vorteilhafte Verpackungen, für die – wie bei Glasflaschen in Kästen – häufig Pfand erhoben wird, würden dann im Vergleich teurer erscheinen.

Ebenfalls zu begrüßen ist, dass auf eine zusätzliche Angabepflicht für Gesamt- und/oder Grundpreis inklusive Pfandentgelt verzichtet wird, da zu viele Preise eher geeignet sind, Verbraucher zu verwirren und ein zusätzlicher Nutzen kaum erkennbar ist, wenn das Pfandentgelt separat und deutlich erkennbar ausgewiesen wird.

KEINE EINRECHNUNG DES PFANDENTGELTES IN GESAMT- UND GRUNDPREIS

Die bisherige Regelung für Pfandentgelte ist sinnvoll und sollte beibehalten werden. Das Pfandentgelt sollte nicht in den Gesamtpreis und/oder Grundpreis eingerechnet werden.

5. PREISANGABEN BEI VERKAUFSSTÄNDEN (§ 10 ABSATZ 1)

Die Preisauszeichnungspflicht sollte weiterhin auch ausdrücklich Verkaufsstände einbeziehen. Gerade auf Märkten, wo Verbraucher und Verkäufer sich oftmals direkt gegenüberstehen, ist Preistransparenz durch eine konsequente Preisauszeichnung wichtig. Verkaufsstände sollten deshalb in § 10 Absatz 1 PAngV-E weiterhin (wie bislang in § 4 Absatz 1 PAngV) aufgeführt werden.

Anders als in der Begründung angenommen, sind Verkaufsräume in der Neufassung der Regelung nicht zwingend abgedeckt. Sie mögen zwar teilweise unter das Tatbestandsmerkmal „Waren, die vom Verbraucher unmittelbar entnommen werden können“ in § 10 Absatz 1 PAngV-E fallen. Insoweit unterscheiden sich aber die Gebräuche auf Märkten auch regional, so dass teilweise eine Entnahme nicht üblich ist. Die Auszeichnungspflicht könnte außerdem durch ein vom Verkäufer verfügbares Selbstbedienungsverbot umgangen werden.

PREISAUSSZEICHNUNGSPFLICHT AUCH FÜR VERKAUFSSTÄNDE

Die Preisauszeichnung im Handel gemäß § 10 Absatz 1 PAngV-E muss weiterhin auch Verkaufsstände gemäß § 4 Absatz 1 PAngV geltender Fassung beinhalten.

6. PREISERMÄßIGUNG (§ 11)

6.1 Angabe des Vergleichspreises

Dem Regelungsziel, dass bei Preisermäßigungen der niedrigste Gesamtpreis anzugeben ist, den der Händler innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung gefordert hat, ist grundsätzlich zuzustimmen. Die Ausgestaltung der Regelung und ihre unionsrechtliche Grundlage in Artikel 6a Absatz 1 und 2 Preisangabenrichtlinie wirft allerdings eine Reihe von Fragen auf.

- **Zusätzliche oder ausschließliche Angabe des „niedrigsten Gesamtpreises“?**

Zunächst ist nach dem Wortlaut von § 11 Absatz 1 PAngV unklar, ob der maßgebliche „niedrigste Gesamtpreis“ als einziger Vergleichspreis und Referenzpreis einer prozentualen Ermäßigung heranzuziehen und anzugeben ist, oder ob der „niedrigste Gesamtpreis“ zusätzlich anzugeben ist, so dass eine Preisermäßigung auch anhand eines anderen, höheren Preises berechnet und angegeben werden dürfte.² Letzteres würde dem offensichtlichen Ziel der Regelung, Irreführung durch überhöhte Rabattwerbung zu verhindern, nicht gerecht werden.

❖ Beispiel: Der Händler verlangt 100 Euro, erhöht den Preis auf 120 Euro und senkt ihn anschließend auf 90 Euro. Hier gibt es zwei Auslegungsvarianten:

Variante 1: Der Händler darf mit einer Ermäßigung um 30 Euro bzw. 25 Prozent (von 120 auf 90 Euro) werben und ist nur verpflichtet, den „niedrigsten Gesamtpreis“ von 100 Euro zusätzlich anzugeben.

Variante 2: Der Händler darf nur mit dem „niedrigsten Gesamtpreis“ in Höhe von 100 Euro als Referenzpreis und einer Ermäßigung um 10 Prozent werben.

Variante 2 wäre die einzig richtige Lösung, um eine Irreführung zu vermeiden. Deshalb sollte in § 11 Absatz 1 PAngV die Ausschließlichkeit ergänzt werden: *„Für jede Bekanntgabe einer Preisermäßigung für eine Ware ist **als Vergleichspreis ausschließlich** der niedrigste Gesamtpreis anzugeben, den der Händler innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung von Verbrauchern gefordert hat.“*

- **Verhältnis zu § 5 Absatz 4 UWG**

Darüber hinaus ist unklar, wie sich die unionsrechtliche Grundlage von § 11 Absatz 1 PAngV-E - also Artikel 6a Absatz 1 und 2 Preisangabenrichtlinie – zu Artikel 6 Absatz 1 d) UGP-Richtlinie und dem insoweit spezielleren Verbot mit einem irreführenden Vergleichspreis gemäß § 5 Absatz 4 UWG zu verhalten, verhält. Angesichts des vom Europäischen Gerichtshof konstatierten teilweisen Vorrangs der Preisangabenverordnung vor der UGP-Richtlinie³, ist damit nicht absehbar, unter welchen Umständen Gerichte neben der starren Regelung in Artikel 6a Absatz 2 Preisangabenrichtlinie ergänzend auf die allgemeinere UGP-Richtlinie und insbesondere § 5 Absatz 4 UWG zurückgreifen werden.

Trotz der tatbestandlichen Unterschiede von § 11 Absatz 1 PAngV-E (Gebotsnorm) und § 5 Absatz 4 UWG (Verbotnorm) könnte die Pflicht zur Angabe des niedrigsten Gesamtpreises im Zeitraum von 30 Tagen als abschließende Regelung zur Werbung mit Vergleichspreisen verstanden werden. Eine flexible Handhabung des Zeitraums, für

² So Sosnitza, WRP 2021, Seite 440 – 444, Rn. 18 ff.

³ EuGH, Urteil vom 7.7.2016 – C-476/14 (Citroën Commerce/ZLW)

den ein Preis nach § 5 Absatz 4 UWG mindestens verlangt worden sein muss, könnte damit versperert sein.

Damit ist unklar, inwieweit bei Preisangaben eine lauterkeitsrechtliche Bewertung des „niedrigsten Gesamtpreises“ gemäß § 11 Absatz 1 PAngV weiterhin möglich wäre. In-soweit könnten sich Wertungswidersprüche ergeben, die gemäß der Vorrangentscheidung des Europäischen Gerichtshofs durch das speziellere Preisangabenrecht zulasten einer flexiblen, auf Irreführung abstellenden Handhabung, aufgelöst werden könnten. Irreführende Preise im Sinne von § 5 Absatz 4 UWG würden dann möglicherweise auch nicht als „unechte“ – weil verbotene – Preise bei der Angabe nach § 11 PAngV-E außer Betracht bleiben.⁴

❖ Beispiel: Der Händler verlangt über mehrere Monate 80 Euro, erhöht den Preis für fünf Tage auf 120 Euro, um ihn 26 Tage später zum *Black Friday* auf 90 Euro zu senken und mit der Preisermäßigung um 25 Prozent zu werben. Laut § 11 Absatz 1 PAngV muss der Händler als Vergleichspreis 120 Euro angeben, obwohl diese Werbung wegen des unangemessen kurzen Zeitraums der Preiserhöhung gemäß § 5 Absatz 4 UWG unzulässig sein könnte.

Um klarzustellen, dass ein solches Ergebnis zulasten von § 5 Absatz 4 UWG zumindest durch die nationale Umsetzung von Artikel 6a Absatz 2 Preisangabenrichtlinie nicht beabsichtigt ist, sollte der Ordnungsgeber klarstellen, dass § 5 Absatz 4 UWG auch bei Anwendung von § 11 PAngV unberührt bleibt.

- **Mindestharmonisierung**

Das federführende Ministerium geht laut Begründung davon aus, dass der Zeitraum von „mindestens 30 Tage“ in Artikel 6a Absatz 2 EG-Preisangabenrichtlinie als Mindestharmonisierungsklausel zu verstehen ist. Diese Annahme erscheint angesichts der Mindestharmonisierung der gesamten Richtlinie laut Artikel 10 nicht zwingend.⁵ Vor diesem Hintergrund könnte man die Formulierung auch so verstehen, dass der Zeitraum mindestens 30 Tage umfassen muss, in der Anwendung der Norm je nach Fall und Angemessenheit aber verlängert werden kann.

Eine solche Verlängerung des 30-Tage-Zeitraums könnte zumindest vor dem Hintergrund der oben genannten Wechselwirkung mit § 5 Absatz 4 UWG sinnvoll sein. Der deutsche Gesetzgeber sollte die 30-Tage-Regelung deshalb zumindest mit Blick auf die offenen Auslegungsfragen im Verhältnis zu § 5 Absatz 4 UWG flexibel formulieren und sicherstellen, dass gegebenenfalls auch solche Vergleichspreise heranzuziehen sind, die vor dem Zeitraum von 30 Tagen verlangt wurden.

KLARSTELLUNGSBEDARF IN § 11 ABSATZ 1

Im Rahmen der neuen Regelung für Preisermäßigungen sollte klargestellt werden, dass der anzugebende niedrigste Preis auch der Referenzpreis für ausgewiesene Preisermäßigungen sein muss. Darüber hinaus sollte das Verhältnis zu § 5 Absatz 4

⁴ Vgl. Sosnitza, WRP 2021, Seite 440 – 444, Rn. 21

⁵ In-soweit ist auch unklar, inwiefern der Zeitraum von 30 Tagen in Artikel 6a Absatz 2 Preisangabenrichtlinie überhaupt als Mindestharmonisierung zu verstehen ist. Angesichts der Sperrwirkung der UGP-Richtlinie (Artikel 3 Absatz 5) dürfte nationales Recht im vollharmonisierten Anwendungsbereich der UGP-Richtlinie, zu dem die Preisangabenrichtlinie gehört, vermutlich nicht über die Mindestharmonisierung hinausgehen. Dies wirft die Frage auf, warum trotz der Sperrwirkung von Artikel 8 Absatz 5 UGP-Richtlinie überhaupt neue mindestharmonisierende Regelungen geschaffen werden sollten.

UWG klargestellt werden und der 30-Tage-Zeitraum flexibel verlängert werden können.

6.2 Ausnahme für schrittweise Preisermäßigungen

Der vzbv sieht die Ausnahme für schrittweise Preisermäßigungen kritisch. Die Regelung sollte entweder klarer formuliert oder gestrichen werden, weil sie eine Umgehung der Pflicht zur Preisangabe nach Absatz 1 ermöglicht und auch unionsrechtlich nicht zwingend ist.

Durch § 11 Absatz 1 soll verhindert werden, dass der Handel überhöhte Preise zur Werbung mit Preisermäßigungen nutzt. Durch die Frist von 30 Tagen ist der Handel gehalten, eine solche Erhöhung länger als 30 Tage vor der beabsichtigten Preisvergleichswerbung vorzunehmen, den erhöhten Preis auch tatsächlich 30 Tage zu verlangen und auf zwischenzeitlich niedrigere Preise zu verzichten, um mit dem erhöhten Preis werben zu dürfen.

Auf diese Weise wird verhindert, dass der Handel mit künstlich überhöhten Vergleichspreisen wirbt. Hierunter fällt auch die Konstellation, dass der Handel zu Beginn des in Absatz 1 festgelegten Zeitraums von 30 Tagen einen stark überhöhten Preis festsetzt, diesen anschließend senkt, um das Produkt wieder zu einem wettbewerbsfähigen Preis verkaufen zu können und anschließend zum Ablauf der 30 Tage doch wieder mit dem stark überhöhten Preis als Vergleichspreis werben zu können.

Die Ausnahme für eine schrittweise Ermäßigung würde es dem Handel demgegenüber erlauben, diese Regel zu umgehen. Er könnte den erhöhten Preis nach einer – ggf. lauterkeitsrechtlich zulässigen Zeit – wieder reduzieren, am Ende der 30-Tage-Frist kurz vor dem Stichtag nochmals reduzieren, um dann entgegen Absatz 1 gemäß der Ausnahme nach Absatz 3 mit dem höchsten Preis zu werben. Denn die zwischenzeitlich niedrigeren Preise könnten alle als Schritte der „schrittweisen Ermäßigung“ gemäß Absatz 3 aufgefasst werden und würden damit aus der Pflicht zur Angabe der Vergleichspreise in Absatz 1 herausfallen.

❖ Beispiel: Der Händler verlangt 100 Euro und erhöht auf 150 Euro. 29 Tage vor dem Stichtag reduziert er wieder auf 100 Euro und vier Wochen später zum *Black Friday* nochmals auf 99 Euro. Er bewirbt diesen letzten Preis von 99 Euro mit einer Preisermäßigung von 33 Prozent anhand des nach der Ausnahme zulässigen niedrigsten Vergleichspreises von 150 Euro, da es sich um eine schrittweise Preisermäßigung (ohne zwischenzeitlich Erhöhungen) handelt.

Die Werbung mit dem Vergleichspreis von 150 Euro wäre – vorbehaltlich § 5 Absatz 4 UWG – möglich, weil alle zwischenzeitlich niedrigeren Preise gemäß der Ausnahme nicht angabepflichtig wären.

Um dieses Ergebnis und damit eine Umgehung von Absatz 1 zu verhindern, sollte die Ausnahme gestrichen werden.

AUSNAHMEREGLUNG STREICHEN ODER UMFORMULIEREN

Die Ausnahme für schrittweise Preisermäßigungen ermöglicht eine Umgehung der Preisangabe und sollte gestrichen werden.

7. PREISTRANSPARENZ AN LADESÄULEN (§ 14)

Der vzbv begrüßt die neue Regelung in § 14 Absatz 2 PAngV-E, wonach die Preise für das punktuelle Aufladen künftig an der Ladesäule angegeben werden müssen. Damit

wird einer langjährigen Forderung des vzbv nach mehr Preistransparenz an Ladesäulen nachgekommen. Da die Pflicht auch auf niedrigschwellige Weise erfüllt werden kann, stellt dies auch bei älteren Ladesäulen für Betreiber keine Herausforderung dar.

Aber auch beim viel häufigeren vertragsbasierten Laden müssen Verbraucher vor jedem Laden einheitliche und transparente Informationen erhalten, um möglichst genau die Kosten des Ladevorgangs abschätzen zu können. Neben der Preisangabe nach Kilowattstunde (kWh) müssen auch alle zusätzlichen Preisbestandteile transparent ausgewiesen werden. Deshalb ist es wichtig, dass im Gesetzestext deutlich wird, dass auch beim vertragsbasierten Laden alle zusätzlichen leistungsabhängigen oder nicht verbrauchsabhängigen Preise in der Nähe des Arbeits- oder Mengenpreises (zum Beispiel in der App) aufgeschlüsselt werden müssen, um die verschiedenen Preisbestandteile transparent zu machen. Es muss klarwerden, dass § 14 Absatz 3 PAngV-E nicht nur für das punktuelle Laden gilt.

PREISTRANSparenZ AUCh FÜR DAS VERTRAGSBASIERTE LADEN

Der vzbv begrüßt, dass die Preise für das punktuelle Aufladen künftig an der Ladesäule angegeben werden müssen. Gleichzeitig müssen Verbraucher jedoch auch beim vertragsbasierten Laden einheitliche und transparente Informationen über alle Preisbestandteile erhalten.

8. VERBRAUCHERDARLEHEN (§ 16)

In § 6 Absatz 8 PAngV geltender Fassung geht es um die Berechnung des anzugebenden effektiven Jahreszinses bei Bauspardarlehen. Dieser Absatz ist in § 16 PAngV-E des Referentenentwurfs nicht mehr enthalten. In der Begründung wird der Wegfall des Absatzes allerdings nicht aufgeführt.

ERLÄUTERUNG ZUM WEGFALL DES ABSATZES

Der Wegfall von § 6 Absatz 8 PAngV geltender Fassung ist in der Begründung nicht aufgeführt. Sollte es sich nicht um ein Versehen handeln, bitten wir um eine Erläuterung.

9. WERBUNG FÜR VERBRAUCHERDARLEHEN (§ 17)

Der Referentenentwurf sieht in § 17 Absatz 4 PAngV-E weiterhin vor, dass Werbung für Verbraucherdarlehen ein repräsentatives Beispiel mit Angaben zu Nettodarlehensbetrag und effektivem Jahreszins beinhalten muss. Hierbei muss der Anbieter davon ausgehen, dass mindestens zwei Drittel aller auf Grund der Werbung zustande kommenden Verträge diesen oder einen niedrigeren effektiven Jahreszins beinhalten (sogenannte Zwei-Drittel-Regel). Dies lässt einen Unterschied zwischen dem beworbenen und dem hinterher angebotenen Zinssatz zu, der teilweise erheblich sein kann⁶.

ANGABE DER SPANNWEITE DER ZINSSÄTZE

Das repräsentative Beispiel soll zusätzliche Angaben zur Spannweite der Zinssätze beinhalten („von – bis“). Darüber hinaus sollen die Anbieter die Einhaltung der sogenannten Zwei-Drittel-Regel dokumentieren und so deren Überwachung gewährleisten.

⁶ Vgl. Marktwächter Finanzen 2020, https://www.verbraucherzentrale.de/sites/default/files/2020-10/20-03-02_marktwaechteruntersuchung_kreditvermittlung_im_einzelhandel-1.pdf, aberufen am 3. Juni 2021.

Die Regelungen zur Kreditwerbung in § 17 neu gelten weiterhin für Verträge, die einen entgeltlichen Zahlungsaufschub oder eine sonstige entgeltliche Finanzierungshilfe im Sinne von § 506 BGB darstellen. Dies schließt die sogenannte Null-Prozent-Finanzierung nicht mit ein. Untersuchungen mit Hilfe von Testkäufen haben gezeigt, dass solche Angebote versteckte Kosten enthalten können, zum Beispiel weil es sich eigentlich um eine kreditkartengestützte Finanzierung mit einem zeitlich befristeten zinsfreien Zeitraum handelt (o.ä.).⁷ Darüber hinaus kann sich auch aus einer Null-Prozent-Finanzierung finanzielle Überforderung von Verbrauchern ergeben, weil die monatlichen Raten oder die Finanzierungsdauer falsch eingeschätzt werden.

NULL-PROZENT-FINANZIERUNG IN DEN ANWENDUNGSBEREICH

Die Null-Prozent-Finanzierung soll vom Anwendungsbereich des § 17 neu erfasst werden.

10. AUFSICHT

Derzeit obliegt die Überwachung von Preisangaben in der Kreditwerbung den Preisbehörden der Länder, welche die Aufgabe meist an kommunale Ordnungsbehörden delegieren. Eine wirkungsvolle Überwachung der Preisangabenverordnung im Bereich Kreditwerbung setzt Spezialwissen und eine hohe Prüfungsintensität voraus, die von den kommunalen Ordnungsbehörden nach Wahrnehmung des vzbv nicht ausreichend geleistet werden kann.

AUFSICHT DURCH DIE BAFIN

Damit die Überwachung der Vorgaben gewährleistet werden kann, soll die Aufsicht über Preisangaben in der Kreditwerbung an die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen (BaFin) übertragen werden.

11. SCHLÜSSELDIENSTE

Nach den Erfahrungen der Verbraucherzentralen täuschen Anbieter von Schlüsseldiensten Verbraucher häufig über Preise und verlangen in der Notlage einer zu öffnenden Tür einen überhöhten Preis.

Um dies zu verhindern und um die Preise im Nachhinein besser kontrollieren zu können, sollte die Preistransparenz bei Schlüsseldiensten verbessert werden. Eine Möglichkeit könnte darin liegen, Schlüsseldienste zu verpflichten, Preisverzeichnisse öffentlich zugänglich bei einer Behörde zu hinterlegen.

Hierfür gibt es bereits auf Antrag des Bundesrats ein laufendes Gesetzgebungsverfahren zur Änderung des Preisangabengesetzes⁸ und einen Antrag des Landes Rheinland-Pfalz zur Ergänzung der Preisangabenverordnung⁹.

Die Bundesregierung lehnt den Antrag zur Änderung des Preisangabengesetzes ab. Zur Begründung verweist sie darauf, dass es nicht Aufgabe von Behörden sei, Preise von Unternehmen zu veröffentlichen.

⁷ Vgl. ebenda

⁸ Gesetzentwurf des Bundesrats zur Änderung des Preisangabengesetzes vom 28.10.2020, BT-Drs. 19/23750

⁹ Verordnungsantrag des Landes Rheinland-Pfalz zur Änderung der Preisangabenverordnung vom 25.06.2020, BR-Drs. 376/20

Dem ist nicht zuzustimmen. Es kann durchaus im Interesse der Verbraucher sein, wenn Behörden genau diese Aufgabe übernehmen. Ein gutes Beispiel ist die Markttransparenzstelle für Kraftstoff:

Hierzu steht auf der Webseite des Ministeriums für Wirtschaft und Energie folgende Erläuterung: „Zur Stärkung des Wettbewerbs auf den Energiegroßhandels- und Kraftstoffmärkten werden Markttransparenzstellen bei der Bundesnetzagentur (BNetzA) und dem Bundeskartellamt (BKartA) eingerichtet. Ziel ist eine effektivere Verhinderung, Aufdeckung und Verfolgung von unzulässigem Verhalten.“¹⁰

Nicht anders verhält es sich bei Schlüsseldiensten. Hintergrund ist hier zwar nicht der Schutz vor Wettbewerbsbeschränkungen, wohl aber ebenso die Verbesserung der Preistransparenz.

Auch mit Blick auf die unionsrechtliche Vereinbarkeit des Vorschlags mit der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-Richtlinie 2005/29/EG) ist nicht ersichtlich, welche Bedenken die Bundesregierung zu ihrer ablehnenden Haltung veranlasst haben. Die Richtlinie harmonisiert die kommerzielle Kommunikation, umfasst aber nicht zusätzliche Verpflichtungen gegenüber Behörden. Sie dürfte deshalb dem Antrag des Bundesrats nicht im Wege stehen.

Die Preisangabenrichtlinie (98/6/EG) wiederum harmonisiert nur die Preisangabe für Erzeugnisse, nicht aber für Dienstleistungen. Darüber hinaus ist sie mindestharmonisierend (Artikel 10). Eine über diese Mindestharmonisierung hinausgehende Umsetzung scheitert auch nicht an der Sperrklausel der UGP-Richtlinie in Artikel 8 Absatz 5, weil nach hiesiger Auffassung die Hinterlegungspflicht eines Preisverzeichnisses bereits nicht in den Anwendungsbereich der die UGP-Richtlinie fällt (siehe oben).

Angesichts der grundsätzlich positiven Bewertung der „Absicht des Bundesrats, Verbraucherinnen und Verbraucher in diesem Bereich besser zu schützen“, bittet der Verbraucherzentrale Bundesverband das federführende Ministerium deshalb, seinerseits einen geeigneten Vorschlag hierfür vorzulegen.

MEHR PREISTRANSparenZ BEI SchlÜSSELDIENSTEN

Der vzbv fordert, die Preistransparenz bei Schlüsseldiensten zu verbessern. Soweit die hierfür vorliegenden Vorschläge aus dem Bundesrat als nicht umsetzungsfähig betrachtet werden, bittet der vzbv das zuständige Bundesministerium, seinerseits geeignete Maßnahmen vorzuschlagen.

¹⁰ Energiepreise und Transparenz für Verbraucher: Markttransparenz und -aufsicht, BMWi, verfügbar unter: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Textsammlungen/Energie/markttransparenz.html>