



Preisangaben gegenüber Verbrauchern

Waren und Dienstleistungen müssen mit Preisen versehen sein. Verstößt ein Unternehmen gegen diese Vorschrift, handelt es nicht nur ordnungswidrig, sondern auch wettbewerbswidrig. Die Einzelheiten zur Auszeichnung, zu Grundpreisen und Preisermäßigungen regelt die [Preisangabenverordnung \(PAngV\)](#), die am 28.05.2022 in einer Neufassung in Kraft tritt.

Überblick

Jeder Unternehmer, der Verbrauchern (natürlichen Personen) Waren oder Dienstleistungen anbietet oder unter Angabe von Preisen wirbt, ist nach § 3 Absatz 1 PAngV verpflichtet, den Preis einschließlich Umsatzsteuer und aller sonstigen Preisbestandteile anzugeben (= Gesamtpreis).

Die Preisangaben müssen den Waren, den Dienstleistungen oder der Werbung eindeutig zuzuordnen sein; sie müssen leicht erkennbar und deutlich lesbar sein. Werden Einzelpreise aufgegliedert (z.B. bei Waren, die aus mehreren Einzelteilen bestehen), muss jeder Einzelpreis die Umsatzsteuer und andere Preisbestandteile enthalten. Der Gesamtpreis aller Einzelteile ist deutlich hervorzuheben.

Grundpreisangabe

Beim Verkauf an Verbraucher besteht grundsätzlich eine Verpflichtung zur Angabe des Grundpreises. Der Grundpreis ist der Preis, der sich auf eine bestimmte Mengeneinheit bezieht, und zwar einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile. Ein Rabatt ist nicht Bestandteil des Grundpreises. Pfand, das bei Mehrwegverpackungen erhoben wird, ist kein sonstiger Preisbestandteil und bei der Berechnung des Grundpreises nicht zu berücksichtigen.

Der Grundpreis muss unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar sein. Erfolgt eine Auszeichnung beispielsweise durch Schilder am Regal, so ist ausreichend, wenn der Grundpreis auf dem Schild vermerkt ist. Neben dem Grundpreis ist der Gesamtpreis anzugeben. Der Grundpreis darf aber nicht gegenüber dem Gesamtpreis hervorgehoben werden. Dies wäre als Täuschung und Irreführung des Verbrauchers ein Verstoß gegen Preisklarheit und Preiswahrheit.

Grundpreisangabe: Bezugsgrößen

Die Mengeneinheit ist jeweils 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter, 1 Meter oder 1 Quadratmeter. Wird lose Ware nach Gewicht oder nach Volumen angeboten, sind nach allgemeiner Verkehrsauffassung 1 Kilogramm, 100 Gramm, 1 Liter oder 100 Milliliter maßgeblich. Bei flüssiger loser Ware zur Selbstabfüllung darf zusätzlich der Grundpreis nach Gewicht angegeben werden. Werden die Waren üblicherweise in Mengen von 100 Litern

Merkblatt

Ihr Ansprechpartner:

Anna Hönisch
Christina Meyer

Telefon:

0521 554-214
0521 554-215

Fax:

0521 554-420

Stand: 03/2022

Gesamt: 7 Seiten

HINWEIS:

Dieses Merkblatt soll eine erste Information bieten. Die hierin enthaltenen Angaben sind mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt worden. Dennoch kann für Vollständigkeit und Richtigkeit keine Gewähr übernommen werden.

und mehr oder 50 Kilogramm und mehr oder 100 Meter oder mehr angeboten und abgegeben (z.B. Brennstoffe oder Kartoffeln), so ist eine Mengeneinheit zu verwenden, die der Verkehrsauffassung entspricht.

Ist bei Waren das Abtropfgewicht anzugeben, bezieht sich der Grundpreis auf das angegebene Abtropfgewicht.

Grundpreisangabe: Betroffene Waren

Alle Waren, die in Fertigpackungen, offenen Verpackungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden, müssen mit dem Grundpreis ausgezeichnet werden. Erfasst sind also nicht nur Lebensmittel, sondern auch zahlreiche andere Artikel wie z.B. Stoffe, Geschenkbänder, Garne oder Blumenerde.

Fertigverpackungen sind Erzeugnisse in Verpackungen beliebiger Art, die in Abwesenheit des Käufers abgepackt und verschlossen werden, wobei die Menge des enthaltenen Erzeugnisses ohne Öffnen oder merkliche Änderung der Verpackung nicht verändert werden kann. Waren in offenen Packungen und Verkaufseinheiten ohne Umhüllung werden in Abwesenheit des Verbrauchers abgefüllt (z.B. Erdbeeren in Körbchen). Verkaufseinheiten ohne Umhüllung sind unverpackte Waren, die aber bereits in bestimmten Verkaufseinheiten angeboten werden (also nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche) und nicht erst auf Kundenwunsch abgemessen werden (z.B. Draht, Kabel oder Schläuche). Einzelheiten sind in der [Fertigpackungsverordnung \(FPackV\)](#) geregelt.

Wird die Ware in Gegenwart oder auf Veranlassung des Verbrauchers abgemessen (lose Ware) und bietet der Händler diese nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche an, so muss er lediglich den Grundpreis angeben. Der Endpreis der Ware hängt vom Kundenwunsch ab und kann nicht vorher ausgezeichnet werden.

Die Angabe des Grundpreises ist nicht erforderlich bei Waren, die üblicherweise in bestimmten Mengeneinheiten, wie zum Beispiel Stück, Paar oder ähnlich vertrieben werden (z.B. Schuhe, Autoreifensatz).

Grundpreisangabe: Ausnahmen

Folgende Waren müssen nicht mit dem Grundpreis ausgezeichnet werden:

- Waren mit einem Nenngewicht oder Nennvolumen von weniger als 10 Gramm oder 10 Milliliter;
- Waren aus verschiedenartigen Erzeugnissen, die nicht miteinander vermischt oder vermengt sind;
- Waren, die von kleinen Direktvermarktern angeboten werden und bei denen die Warenausgabe überwiegend im Wege der Bedienung erfolgt (z.B. Hofladen, kleines Einzelhandelsgeschäft, Kiosk, mobile Verkaufsstelle, Marktstand), es sei denn, dass das Warensortiment im Rahmen eines Vertriebssystems bezogen wird. Ein Einzelhandelsgeschäft ist „klein“, wenn die Gesamtverkaufsfläche nicht mehr als 200 qm

beträgt und das Warensortiment überwiegend im Wege der Bedienung zur Verfügung gestellt wird. Franchise- und Filialbetriebe mit mehr als sechs Betriebsstätten müssen den Grundpreis angeben.

- Identität von Grundpreis und Endpreis;
- Waren, die im Rahmen einer Dienstleistung angeboten werden, z.B. in Hotels, Gaststätten, Bildungs- und Freizeiteinrichtungen, Krankenhäusern, Kantinen oder Friseurgeschäften.
- Waren in Getränke- und Verpflegungsautomaten;
- Kau- und Schnupftabak mit einem Nenngewicht bis 25 Gramm;
- kosmetische Mittel, die ausschließlich der Färbung oder Verschönerung der Haut, des Haares oder der Nägel dienen;
- Parfüms und parfümierte Duftwässer, die mindestens drei Volumenprozent-Duftöl und mindestens 70 Volumenprozent reinen Ethylalkohol enthalten.

Besonderheit: Kleinunternehmerregelung, § 19 UStG

Unternehmer, deren Umsätze zuzüglich der darauf entfallenden Steuer im vorangegangenen Kalenderjahr nicht mehr als 22.000 Euro und im laufenden Kalenderjahr voraussichtlich nicht mehr als 50.000 Euro betragen, fallen grundsätzlich unter die sogenannte Kleinunternehmerregelung des § 19 Umsatzsteuergesetz (UStG). In diesem Fall darf weder Vorsteuer nach § 15 UStG abgezogen noch in Rechnungen gesonderte Umsatzsteuer ausgewiesen werden. Diese Vorgabe passt nicht zur Pflicht aus § 3 Absatz 1 PAngV, den Gesamtpreis einschließlich der Umsatzsteuer anzugeben. Um den Grundsätzen der Preisklarheit und Preiswahrheit zu entsprechen, empfiehlt es sich, bei Angeboten und Rechnungen folgenden Zusatz aufzunehmen: „Alle angegebenen Preise sind Endpreise zuzüglich Liefer-/Versandkosten. Aufgrund des Kleinunternehmerstatus gemäß § 19 UStG erheben wir keine Umsatzsteuer und weisen diese auch nicht aus“.

Fernabsatz/Online-Handel, § 6 PAngV

Bei Waren oder Leistungen, die online oder im Wege des Fernabsatzes vertrieben werden, ist anzugeben, dass die Preise die Umsatzsteuer sowie sonstige Preisbestandteile enthalten und ob zusätzlich Liefer- und Versandkosten anfallen. Soweit die vorherige Angabe dieser Kosten in bestimmten Fällen nicht möglich ist, sind die näheren Einzelheiten der Berechnung anzugeben.

Pfand, § 7 PAngV

Das Pfand z. B. bei Flaschen und Dosen zählt nicht zum Gesamtpreis. Der Pfandbetrag ist separat neben dem Preis anzugeben. Es wird auch bei der Grundpreisberechnung nicht berücksichtigt.

Preisangaben mit Änderungsvorbehalt, Reisepreisänderungen, § 8 PAngV

Bestehen für Waren oder Dienstleistungen Liefer- oder Leistungsfristen von mehr als vier Monaten, können Preise mit einem Änderungsvorbehalt angegeben werden. Dabei müssen allerdings die voraussichtlichen Liefer- oder Leistungsfristen genannt werden.

Reisepreise können nur in den engen Grenzen des Reiserechts geändert werden.

Preisermäßigungen/Rabattaktionen, §§ 9 und 11 PAngV

Bei folgenden Preisermäßigungen muss der Grundpreis nicht angegeben werden:

- Individuellen Preisermäßigungen,
- nach Kalendertragen zeitlich begrenzten und durch Werbung bekannt gemachten Preisermäßigungen („Alle Gartenstühle um 20 Prozent reduziert! Bis 31.12.!“),
- schnell verderblichen Waren oder solchen mit kurzer Haltbarkeit, wenn die Gefahr des Verderbens oder die des Ablaufs des Mindesthaltbarkeitsdatums droht und es dem Verbraucher in geeigneter Weise kenntlich gemacht wurde,
- Waren mit ungleichem Nenngewicht, -volumen -länge oder -fläche mit gleichem Grundpreis, wenn der geforderte Gesamtpreis einheitlich ermäßigt wurde.

Bei Preisnachlässen muss der niedrigste Gesamtpreis (= Referenzpreis) angegeben werden, der vor Beginn der Preisermäßigung verlangt wurde. Dazu werden die letzten 30 Tage vor der Preisermäßigung betrachtet.

Beispiel:

Datum	1.3.	10.3.	25.3.	30.3. (Beginn Rabattaktion)
Preis	50 €	30 €	40 €	25 €

Referenzpreis am 30.3.: 30 €

Bei einer schrittweisen Preisermäßigung darf der niedrigste Gesamtpreis angegeben werden, der vor Beginn des Preisnachlasses oder der Rabattaktion verlangt wurde.

Beispiel:

Datum	1.3.	10.3.	25.3.	30.3. (Rabatt)	5.4. (Rabatt)	12.4. (Rabatt)
Preis	50€	37€	40	35	30€	25€

Referenzpreis jeweils: 37 €

Wird die schrittweise Preisermäßigung jedoch durch eine Preiserhöhung unterbrochen, besteht diese Möglichkeit nicht mehr.

Beispiel:

Datum	1.3.	10.3.	20.3. (Rabatt)	25.3. (Rabatt)	5.4. (Rabatt)
Preis	50€	40€	30€	35€	25€

Referenzpreis am 5.4.: 35 €

Von der Pflicht zur Angabe des Referenzpreises ausgenommen sind

- individuelle Preisermäßigungen,
- Preisermäßigungen für schnell verderbliche Waren oder solche mit kurzer Haltbarkeit, wenn die Gefahr des Verderbens oder die des Ablaufs des Mindesthaltbarkeitsdatums droht und es dem Verbraucher in geeigneter Weise kenntlich gemacht wurde.

Einzelhandel, § 10 PAngV

Wenn Waren vom Verbraucher im Ladenlokal unmittelbar entnommen werden können, müssen sie durch Preisschilder oder Beschriftung ausgezeichnet sein. Dies gilt auch für das Anbieten von Waren innerhalb oder außerhalb des Verkaufsraumes in Schaufenstern, Schaukästen, auf Regalen, Verkaufsständen oder in sonstiger Weise.

Der Gesetzgeber nimmt im Zuge der Novelle 2022 eine Differenzierung vor: Kann ein Verbraucher die präsentierten Waren ohne eine zwingende fachliche Beratung allein durch das Betreten des Ladens, Ausschauen und Anprobieren z.B. der passenden Größe und den Gang zur Kasse erwerben, so handelt es sich bei der präsentierten Ware um ein Angebot des Händlers, das mit einem Preis zu versehen ist. Bedarf es dagegen für den Verkauf der Ware eines Beratungsgesprächs, individueller Anpassungen oder produktspezifischer Konfigurationen, so ist von Werbung auszugehen, die keine Preisangabe verlangt.

Bei Warenauslagen im Schaufenster handelt es sich nach einem BGH-Urteil vom 10.11.2016 (Az. I ZR 29/15) nur um reine Präsentationswerbung und nicht um ein auszeichnungspflichtiges Angebot. Dem Unternehmer steht es danach frei, ob er die Waren im Schaufenster als Angebot präsentieren möchte oder sie nur ohne Preisangabe bewerben möchte. Insbesondere Händler hochwertiger Güter (z.B. Juweliere) sehen häufig von Preisangaben im Schaufenster ab. Sie laufen nunmehr Gefahr, dass Ordnungsbehörden unter Berufung auf die neue Gesetzesnovelle ein Bußgeld verhängen.

Werden Waren in anderer Form im Verkaufsraum bereitgehalten, muss zumindest ein Preisverzeichnis angebracht oder zur Einsichtnahme bereitgehalten werden. Der Preis kann auch an den Behältnissen oder Regalen, in denen die Ware sich befindet, angebracht werden.

Bei Waren, die in Katalogen, Warenlisten oder im Internet angeboten werden, werden die Preise unmittelbar bei den Warenabbildungen oder -beschreibungen der Waren oder in den Preisverzeichnissen der Kataloge und Warenlisten angegeben.

Im Einzelhandel ist es allgemein nicht üblich, Preise einzeln auszuhandeln, dies kommt aber in einigen Branchen vor (z.B. Gebrauchtwagenhandel, Immobilien). Daher kann die Bereitschaft, über einen Preis zu verhandeln, durch entsprechende Hinweise bei der Preisangabe („Verhandlungsbasis“) signalisiert werden, soweit andere Rechtsvorschriften nicht entgegenstehen. Auch bei Preisen, die als Verhandlungsbasis gekennzeichnet sind,

muss es sich um Endpreise einschließlich Umsatzsteuer und anderer eventuell hinzukommender Preisbestandteile handeln.

Dienstleistungen, § 12 PAngV

Wer Dienstleistungen anbietet, muss ein Preisverzeichnis über die wesentlichen Leistungen oder die Verrechnungssätze aufstellen; die Angabe von Stunden-, Kilometer- und anderen Verrechnungssätzen einschließlich der Umsatzsteuer ist möglich. Materialkosten können in die Verrechnungssätze einbezogen werden. Das Preisverzeichnis ist in den Geschäftsräumen anzubringen und - sofern vorhanden- zusätzlich im Schaufenster oder Schaukasten.

Gaststätten und Hotels, § 13 PAngV

In Gaststätten, Restaurants und anderen Betrieben, in denen Speisen oder Getränke angeboten werden, sind die Preise in Preisverzeichnissen anzugeben. Die Preisverzeichnisse werden entweder auf Tischen ausgelegt, jedem Gast vor Entgegennahme von Bestellungen und auf Verlangen bei Abrechnung vorgelegt oder gut lesbar angebracht. Werden Speisen und Getränke zur Selbstbedienung angeboten, müssen sie durch Preisschilder oder Beschriftung ausgezeichnet sein.

Neben dem Eingang der Gaststätte ist ein Preisverzeichnis anzubringen, aus dem die Preise für die angebotenen Speisen und Getränke ersichtlich sind. Ist der Gaststättenbetrieb Teil eines Handelsbetriebs, genügt es, das Preisverzeichnis am Eingang des Gaststättenteils anzubringen.

In Hotels, Pensionen und anderen Beherbergungsbetrieben muss am Eingang oder an der Anmeldung an gut sichtbarer Stelle ein Preisverzeichnis angebracht werden, aus dem die Zimmerpreise und gegebenenfalls die Frühstücks- sowie Telefonpreise ersichtlich sind. Die in den Preisverzeichnissen aufgeführten Preise müssen das Bedienungsgeld und sonstige Zuschläge einschließen.

Elektrizität, Gas, Fernwärme, und Wasser, § 14 PAngV

Unternehmer, die Verbrauchern Energie- oder Wasserversorgung anbieten oder damit werben, haben den Arbeits- oder Mengenpreis im Angebot oder in der Werbung anzugeben. Die Mengeneinheit ist bei Elektrizität, Gas und Fernwärme 1 Kilowattstunde und bei Wasser 1 Kubikmeter.

Erstmals werden in der neuen PAngV die Preisangaben für Ladesäulen zum Aufladen von E-Fahrzeugen geregelt. Der Arbeitspreis ist am Ladepunkt oder in unmittelbarer Nähe anzugeben, z.B. durch einen Aufdruck, Aufkleber, Preisaushang oder eine Anzeige auf dem Display des Ladepunktes. Alternativ kann der Preis auch auf einer Webseite bekanntgegeben werden, auf die am Ladepunkt oder in unmittelbarer Nähe hingewiesen wird. Wird für den Ladevorgang ein webbasiertes System (Homepage, App o.ä.) benutzt, so

muss der Anbieter den Arbeitspreis dort spätestens vor dem Start des Ladevorgangs angeben. Zusätzliche oder nicht verbrauchsabhängige Preise sind ebenfalls anzugeben (z.B. Parkgebühren, Startpreis).

Tankstellen und Parkplätze, § 15 PAngV

Tankstellen müssen die Preise für Kraftstoffe so angeben, dass sie durch heranfahrende Kraftfahrer deutlich lesbar sind. Bei Tankstellen im Autobahnbereich reicht es aus, wenn die Preise bei der Einfahrt in den Tankstellenbereich lesbar sind.

Bei der Vermietung oder Bewachung von Parkplätzen, Einstellplätzen oder Garagen oder Verwahrung von Kraftfahrzeugen für weniger als einen Monat, muss an der Zufahrt ein Preisverzeichnis angebracht sein.

Verbraucherdarlehen, §§ 16 bis 19 PAngV

Bei Krediten mit festen Konditionen über die gesamte Laufzeit ist der effektive Jahreszins anzugeben, also die Gesamtbelastung pro Jahr in einem Prozentsatz der Kreditsumme. Bei Krediten, deren Konditionen sich während der Laufzeit ändern können, wird der anfängliche effektive Jahreszins zum Zeitpunkt des Angebots angegeben., außerdem der früheste Zeitpunkt, zu dem die Konditionen sich ändern können. Außerdem muss erkennbar sein, für welchen Zeitraum Bearbeitungsgebühren, beispielsweise Disagios in den anfänglichen effektiven Jahreszins eingerechnet werden. Die Einzelheiten zur Berechnung des effektiven Jahreszinses sind in § 16 Absätze 3 und 4 und in der Anlage zur PAngV dargelegt.

Die Werbung und das Marketing für Verbraucherdarlehen müssen redlich und eindeutig sein, eine Irreführung ist untersagt. An den Inhalt der Werbung werden strenge Anforderungen gestellt, insbesondere bezüglich der Angaben zum Darlehensgeber und zum Darlehens- und Zinsbetrag.

Stehen dem Darlehensnehmer auch Überziehungsmöglichkeiten zu, so ist statt des effektiven Jahreszinses der Sollzinssatz pro Jahr und die Zinsbelastungsperiode anzugeben, wenn diese nicht kürzer als drei Monate ist und außer den Sollzinsen keine weiteren Kosten verlangt werden.

Bei Verträgen über einen entgeltlichen Zahlungsaufschub oder eine sonstige Finanzierungshilfe gelten ebenfalls die geschilderten Vorgaben.

Sanktionen

Verstöße gegen die PAngV stellen eine Ordnungswidrigkeit dar, die zu einem Bußgeld führen kann. Sie bergen außerdem das Risiko einer kostenpflichtigen Abmahnung wegen Missachtung der Regeln des fairen Wettbewerbs.