

HERZLICH

WILLKOMMEN

**ServiCon Webinar PLUS am 03.05.2022:
Der Preis ist heiß – neue Gesetzes-Vorgaben
für die Werbung mit Preisen**



Moderator: RA Tim Geier

Geschäftsführer Brüssel, DER MITTELSTANDSVERBUND



Referent: RA Dr. Marc Zgaga

Vorstandsvorsitzender, ServiCon Service & Consult
Geschäftsführer, DER MITTELSTANDSVERBUND

Technische und organisatorische Hinweise zum ServiCon Webinar PLUS



Audio & Video sind deaktiviert.

Telefoneinwahl: über Menü_Besprechungsinformationen

Slido für Fragen und Umfragen

Technischer Support während des Webinars

Tel.: 0221 / 355371-0

Es wurden noch keine Fragen gestellt.
Stellen Sie die erste!

Sonder

**ServiCon Webinar PLUS am 03.05.2022:
Der Preis ist heiß – neue Gesetzes-Vorgaben
für die Werbung mit Preisen**

Agenda

Einführung

Grundlagen der PAngV

Die neuen Regelungen im Einzelnen (Auszug)

Checkliste PAngV

Ihre Fragen



 Sonderpr
2

Einführung

Einführung

Worum geht´s?

Die Preisangabenverordnung (kurz: PAngV) ist eine **Verbraucherschutzverordnung**, die es seit 1985 gibt. Sie bestimmt u.a. wie der Preis für das Anbieten von Waren/Leistungen im Verhältnis zum Endverbraucher anzugeben ist, sofern das Angebot gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise erfolgt.

Wieso?

Zweck der PAngV ist es, durch eine sachlich richtige und vollständige Verbraucherinformation **Preiswahrheit und Preisklarheit** zu gewährleisten und durch optimale Preisvergleichsmöglichkeiten die Stellung der Verbraucher gegenüber Handel und Gewerbe zu stärken und den Wettbewerb zu fördern.



Einführung

Warum neu?

Mit der Richtlinie (EU) 2019/2161 (sog. Omnibus-Richtlinie), die im Januar 2020 in Kraft getreten ist und mit der der sog. „New Deal for Consumers“ umgesetzt wurde, ging auch eine Änderung der europäischen **Preisangaben-Richtlinie (Richtlinie 98/6/EG)** einher. Dies führte dazu, dass der deutsche Gesetzgeber die PAngV anpassen musste.

Ab wann?

Die neue PAngV gilt in Deutschland ab dem **28.05.2022**.

Merke: Es gibt keine Übergangsfristen und keinen Bestandsschutz.



 Sonderpr

Grundlagen der PAngV

Was wird geregelt?

Die PAngV regelt, dass Waren und Leistungen im Regelfall mit Preisen versehen sein müssen.

Merke: Sobald Sie als Inhaber eines Einzelhandelsgeschäfts gegenüber einem privaten Kunden Waren zum Verkauf anbieten, sind Sie zur korrekten Preisauszeichnung verpflichtet. Dies gilt bereits dann, wenn Sie für Ihre Waren mit der Angabe von Preisen werben.

Anwendungsbereich?

Die PAngV regelt die Angabe von Preisen für Waren oder Leistungen von Unternehmern gegenüber Verbrauchern, vgl. § 1 Abs. 1 PAngV n.F.

- nur B2C-Geschäft; nicht auch B2B-Geschäft
- Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können.
- Auch bei B2C keine Anwendung der PAngV nach Ausnahmen-Katalog in § 1 Abs. 2 PAngV n.F. (Versteigerungen, mündliche Angebote etc.)

Grundsatz

Wer zu Angaben nach der PAngV verpflichtet ist, hat diese

1. dem Angebot oder der Werbung eindeutig zuzuordnen sowie
2. leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar zu machen.

Merke:

- die Ware muss so mit dem Preis ausgezeichnet werden, dass der Kunde ihn auf einen Blick versteht.
- Sie müssen alle Waren so auszeichnen, dass die Preisangaben dem Warenangebot eindeutig zuzuordnen sind; dies geschieht durch eine enge räumliche Nähe zwischen Preisangabe und Ware.
- die Preisauszeichnung kann auf Preisschildern oder durch Beschriftung der Ware erfolgen.
- das Preisschild kann an der Ware selbst oder am Regal bzw. dem Behälter in der Auslage, in der sich die Ware befindet, angebracht werden.
- Sie müssen bei der Preisauszeichnung darauf achten, dass die Preisangabe vom Kunden ohne Schwierigkeiten gefunden werden kann, d.h. sie darf nicht versteckt werden und hat grundsätzlich auf der dem Kunden zugewandten Seite der Ware zu erscheinen.
- die Preisangabe muss deutlich lesbar sein; entscheidend bei der Wahl der Schriftgröße und des Druckbilds für das Preisschild ist der Abstand, aus dem der Kunde die Preisangabe liest („normal“ sehender Kunde).

Wichtige Begriffe

Gesamtpreis: der Preis, der einschließlich Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile für eine Ware oder Leistung zu zahlen ist.

- alle Preise und Kosten, die der Verkäufer in die Kalkulation seiner Endpreise einbezieht inkl. Entgelte für Leistungen Dritter, die in Anspruch genommen werden müssen, z.B. Überführungskosten, pauschale Nebenkosten etc.).
- Wird ein Preis aufgegliedert, ist der Gesamtpreis hervorzuheben.

1 x Erwachsener	79,99 EUR
Tarif:	
Online-Check-In:	79,99 EUR
Steuern / Gebühren:	5,00 EUR
Gesamtpreis:	22,71 EUR

Grundpreis: der Preis je Mengeneinheit einer Ware einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile

- kein Preisbestandteil: Pfand, Rabatt.
- Der Grundpreis ist in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis anzugeben, darf aber nicht größer/blickfangartiger sein.

Grundpreisangabe

Wer als Unternehmer Verbrauchern Waren in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbietet oder als Anbieter dieser Waren gegenüber Verbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, hat neben dem Gesamtpreis auch den Grundpreis unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar anzugeben. Auf die Angabe des Grundpreises kann verzichtet werden, wenn dieser mit dem Gesamtpreis identisch ist.

<p>Olio Verde 500 ml Aus kontrolliertem Anbau 1,798 € je 100 ml 8,99 €</p>  <p>SDS-Kassensys teme01</p>	<p>Kartoffeln 3 kg Sack Aus kontrolliertem Anbau 1,330 € je kg 3,99 €</p>  <p>SDS-Kassensys teme02</p>	<p>Kirsch Marmelade 1,196 € je 100 g 2,99 €</p>  <p>SDS-Kassensys teme03</p>
--	---	---

Zweck: Vergleichbarkeit bei unterschiedlichen Verpackungs-/Gebindegrößen

Grundpreisangabenpflicht

...entfällt bei

1. Waren, die über ein Nenngewicht oder Nennvolumen von weniger als 10 Gramm oder 10 Milliliter verfügen;
2. Waren, die verschiedenartige Erzeugnisse enthalten, die nicht miteinander vermischt oder vermengt sind;
3. Waren, die von kleinen Direktvermarktern, insbesondere **Hofläden, Winzerbetrieben oder Imkern**, sowie **kleinen Einzelhandelsgeschäften, insbesondere Kiosken, mobilen Verkaufsstellen oder Ständen auf Märkten oder Volksfesten**, angeboten werden, bei denen die Warenausgabe überwiegend im Wege der Bedienung erfolgt, es sei denn, dass das Warensortiment im Rahmen eines Vertriebssystems bezogen wird;
4. Waren, die im Rahmen einer Dienstleistung angeboten werden;
5. Waren, die in **Getränke- und Verpflegungsautomaten** angeboten werden;
6. Kau- und Schnupftabak mit einem Nenngewicht bis 25 Gramm;
7. **kosmetische Mittel**, die ausschließlich der Färbung oder Verschönerung der Haut, des Haares oder der Nägel dienen;
8. **Parfüms und parfümierte Duftwässer**, die mindestens 3 Volumenprozent Duftöl und mindestens 70 Volumenprozent reinen Ethylalkohol enthalten.

Konsequenzen bei Verstößen?

Verstößt ein Unternehmen gegen die Vorschriften der PAngV, handelt es

⇒ ordnungswidrig (Bußgeld bis EUR 50.000) und

⇒ wettbewerbswidrig (Achtung Abmahnrisiko durch Abmahnvereine und Wettbewerber!)



[Verbraucherschutzverein gegen unlauteren Wettbewerb e.V.](#)



 Sonderpr
20

Die neuen Regelungen im Einzelnen (Auszug)

Die neuen Regelungen im Einzelnen (Auszug)

Bislang: Mengeneinheiten für die Angabe des Grundpreises

bei Fertig-Waren < 250 Gramm/250 Milliliter durfte statt 1 Kilogramm/1 Liter auch die Bezugsgröße 100 Gramm/100 Milliliter verwendet werden (§ 2 Abs. 3 PAngV a.F.)

Lecker-Schokolade, 150g Tafel
€ 1,99
€ 1,33 je 100 Gramm

Lecker-Schokolade, 100g Tafel
€ 1,99

Kein Grundpreis nötig, weil identisch zu Gesamtpreis

NEU ab 28.05.2022:

Sonderregelung für Fertigwaren < 250 Gramm/250 Milliliter weggefallen; einzige Bezugsgröße nun 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter, 1 Meter und 1 Quadratmeter (§ 5 Abs. 1 PAngV n.F.)

Lecker-Schokolade, 150g Tafel
€ 1,99
€ 13,26 je 1 Kilogramm

Lecker-Schokolade, 100g Tafel
€ 1,99
€ 19,90 je 1 Kilogramm

Grundpreis nötig, aber Bezugsgröße 1 Kilogramm

Anders: bei loser Ware ist 100 Gramm/100 Milliliter weiterhin zulässig.

Die neuen Regelungen im Einzelnen

Bislang: Rückerstattbare Sicherheiten, § 1 Abs. 4 PAngV a.F.

Lecker-Getränk, 1 Liter
€ 1,99

€ 0,25 Pfand

1. Kein Gesamtpreis, sondern Pfand separat.
2. Kein Grundpreis, weil identisch mit Gesamtpreis

bei „Pfand“ bislang streitig;
BGH-Vorlage an EuGH anhängig

Ab 28.05.2022: keine Änderung, aber Rechtssicherheit

Lecker-Getränk, 1 Liter
€ 1,99

€ 0,25 Pfand

1. Kein Gesamtpreis, sondern Pfand separat.
2. Kein Grundpreis, weil identisch mit Gesamtpreis.

Deutscher Gesetzgeber hält an Vorgehen fest und definiert „Pfand“ als rückerstattbare Sicherheit, vgl. § 7 PAngV n.F.

Die neuen Regelungen im Einzelnen

§ 8 Preisangaben mit Änderungsvorbehalt

(1) Die Angabe von Preisen mit einem Änderungsvorbehalt ist nur zulässig

1. bei Waren oder Leistungen, für die **Liefer- oder Leistungsfristen von mehr als vier Monaten** bestehen, soweit zugleich die voraussichtlichen Liefer- und Leistungsfristen angegeben werden, oder
2. bei Waren oder Leistungen, die im Rahmen von **Dauerschuldverhältnissen** erbracht werden.

(2) (Reisepreisänderungen)

Regelung entspricht
§ 1 Abs. 5 PAngV a.F.

Die neuen Regelungen im Einzelnen

§ 9 Preisermäßigungen

(1) Die Pflicht zur Angabe eines neuen Gesamtpreises oder Grundpreises gilt nicht bei

1. individuellen Preisermäßigungen;
2. nach Kalendertagen zeitlich begrenzten und durch Werbung **oder in sonstiger Weise** bekannt gemachten generellen Preisermäßigungen;
3. **schnell verderblichen Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit, wenn der geforderte Gesamtpreis wegen einer drohenden Gefahr des Verderbs oder eines drohenden Ablaufs der Haltbarkeit herabgesetzt wird und dies für die Verbraucher in geeigneter Weise kenntlich gemacht wird.**

(2) (...)

Abverkauf reduzierter Ware z.B. durch Aufkleber und Abzug an der Kasse



Abverkauf reduzierter Ware z.B. durch
- Aufkleber und Abzug an der Kasse
- Verweis auf gesamtes Sortiment („Brot ab 18.00 h zum halben Preis“)

Die neuen Regelungen im Einzelnen

§ 10 Preisangaben im Handel

(1) Wer Verbrauchern Waren, die von diesen unmittelbar entnommen werden können, anbietet, hat die Waren durch Preisschilder oder Beschriftung der Waren auszuzeichnen. Satz 1 gilt auch für das sichtbare Anbieten von Waren innerhalb oder außerhalb des Verkaufsraumes in Schaufenstern, Schaukästen, auf Regalen, Verkaufsständen oder in sonstiger Weise.

Regelung entspricht § 4 PAngV a.F.

(2) – (6)





Wesentlichste Änderung: § 11 PAngV
Ziel: Regulierung der sog. Mondpreis-Werbung

§ 11 Zusätzliche Preisangabenpflicht bei Preisermäßigungen für Waren

- (1) 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.
- (2) Im Fall einer schrittweisen, ohne Unterbrechung ansteigenden Preisermäßigung des Gesamtpreises einer Ware kann während der Dauer der Preisermäßigung der niedrigste Gesamtpreis nach Absatz 1 angegeben werden, der vor Beginn der schrittweisen Preisermäßigung gegenüber Verbrauchern für diese Ware angewendet wurde.
- (3) Die Absätze 1 und 2 gelten entsprechend für nach § 4 Absatz 2 lediglich zur Angabe des Grundpreises Verpflichtete.
- (4) Die Absätze 1 bis 3 gelten nicht bei der Bekanntgabe von
 1. individuellen Preisermäßigungen oder
 2. Preisermäßigungen für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit, wenn der geforderte Preis wegen einer drohenden Gefahr des Verderbs oder eines drohenden Ablaufs der Haltbarkeit herabgesetzt wird und dies für die Verbraucher in geeigneter Weise kenntlich gemacht wird.

Die neuen Regelungen im Einzelnen

Worum geht's?

§ 11 PAngV n.F. setzt eine konkrete Vorgabe aus der **Preisangaben-Richtlinie (Richtlinie 98/6/EG)** um und begründet eine komplett neue Informationspflicht mit weitreichenden Auswirkungen, nämlich die zusätzliche Angabe des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage als Referenzpreis.

Wieso?

Mit der Neuregelung soll insbesondere eine **Verbesserung der Verbraucherinformation** in den Fällen erfolgen, in denen eine Preisermäßigung zu Werbezwecken genutzt wird.

Merke: Verbrauchern wird so ermöglicht, Preisermäßigungen besser einzuordnen und ihre Preiswürdigkeit einzuschätzen. Es soll verhindert werden, dass bei der Bekanntgabe von Preisermäßigungen vorherige Preise angegeben werden, die vor der Preisermäßigung von Verbrauchern so nicht verlangt wurden oder dass Preise vor einer Preisermäßigung kurzzeitig angehoben und dann auf diesen erhöhten Preis Bezug genommen wird, um den Eindruck einer höheren Preisermäßigung und eines besonders preisgünstigen Angebotes zu erwecken.

Die neuen Regelungen im Einzelnen

Wer ist verpflichtet?

Unternehmer, die gegenüber Verbrauchern Waren anbieten oder als Anbieter von Waren unter Angabe von Preisen werben und damit zur Angabe eines Gesamtpreises verpflichtet sind.

Merke: unbeachtlich, ob der Unternehmer selbst die Preise bekannt gibt oder dies durch einen von ihm beauftragten Dritten (Agentur) erfolgt.

Sachlicher Anwendungsbereich I: nur Waren

Die neue Verpflichtung nach § 11 gilt nur für Waren, nicht für Dienstleistungen.

Waren = bewegliche, körperliche Gegenstände (inkl. solcher, die digitale Inhalte/Leistungen enthalten (z.B. Smartphone); Wasser, Gas, Strom; nicht dagegen echte digitale Produkte, also z.B. Software, Audio-/Videodateien).

Gemeint sind einzelne Waren, Warengruppen („20% auf alle Winterjacken“) und ganze Sortimente („20% auf Alles“).

Die neuen Regelungen im Einzelnen

Sachlicher Anwendungsbereich II: Preisgegenüberstellungen iSv Preisreduzierung

Erfasst werden alle Preisermäßigungen, bei denen eine allgemein, messbare Preisreduzierung bekannt gegeben wird. Voraussetzung = es wird auf den alten Preis Bezug genommen bzw. mit einer Preisherabsetzung geworben.

Preisermäßigung: Statt-Preise

= Gegenüberstellung des vorherigen Gesamtpreises und des neuen Gesamtpreises

• Statt € 100,00
• Jetzt € 89,00

Preisermäßigung: Streich-Preise

= Gegenüberstellung des vorherigen Gesamtpreises und des neuen Gesamtpreises durch „Streichung“ des vorherigen Gesamtpreises.

• ~~€ 100,00~~
• € 89,00

Preisermäßigung: %-Abzug

= Darstellung des vorherigen Gesamtpreises und eines prozentualen oder absoluten Rabatts.

• € 100,00
• Jetzt 11% off

Die neuen Regelungen im Einzelnen

Welche Vertriebswege sind erfasst?

§ 11 gilt für alle Vertriebswege (stationären Handel, Online-Handel, sonstige Vertriebswege).

Merke:

Die konkrete Regelung bezieht sich immer nur auf den günstigsten Preis in dem jeweiligen Vertriebsweg. Händler, die sowohl stationär, als auch online Waren verkaufen, müssen bei einer Werbung im Online-Shop nicht den günstigsten Preis der letzten 30 Tage aus dem stationären Ladengeschäft berücksichtigen.

Werbung stationär:

zu berücksichtigen ist der günstigste Preis der letzten 30 Tage im konkreten stationären Laden.

Achtung: verschiedene Filialen können als eigene Vertriebskanäle gelten.

Werbung Online-Shop:

zu berücksichtigen ist der günstigste Preis der letzten 30 Tage im Online-Shop

Die neuen Regelungen im Einzelnen

Grundfall

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.

Datum	01.06.	10.06.	25.06.	30.06. (Beginn Werbung)
Preis	€ 50,-	€ 30,-	€ 40,-	€ 25,- (Referenzpreis: € 30,-)

Datum	01.06.	10.06.	25.06.	30.06. (Beginn Werbung)
Preis	€ 100,-	€ 90,-	€ 80,-	€ 70,- (Referenzpreis: € 80,-)

Merke: Bereits ab 28.05.2022 ist der Referenzpreis der letzten 30 Tage zu nennen.
Also Rückblick bis 28.04.2022!

Die neuen Regelungen im Einzelnen

Grundfall

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.

Datum	01.06.	10.06.	25.06.	30.06. (Beginn Werbung)
Preis	€ 50,-	€ 30,-	€ 40,-	€ 25,- (Referenzpreis: € 30,-)



Die neuen Regelungen im Einzelnen

Grundfall

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.

...wenn Preisermäßigung nicht durch Streich-/Statt-Preise, sondern %-Abzug:

= möglich, wenn in der Werbung auf die erfassten Waren Bezug genommen wird und an diesen Waren der Referenzpreis nach § 11 PAngV angegeben ist



Die neuen Regelungen im Einzelnen

Grundfall

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.

Datum	01.06.	10.06.	25.06.	30.06. (Beginn Werbung)
Preis	€ 50,-	€ 30,-	€ 40,-	€ 25,- (Referenzpreis: € 30,-)



§ 11 begründet eine zusätzliche Pflicht. Daher kann neben dem Referenzpreis und dem neuen Werbepreis auch ein weiterer Preis angegeben werden, sofern klar und eindeutig ist, dass sich die Preisermäßigung auf den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage bezieht.



Die neuen Regelungen im Einzelnen

Grundfall

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.

Wird Ware beworben/angeboten, die in verschiedenen Varianten/Größen bzw. mit verschiedenen Produkteigenschaften erhältlich ist und geschieht dies zu unterschiedlichen Preisen, ist beim Referenzpreis auf den niedrigsten Preis der Ware mit derselben Produkteigenschaft abzustellen.



Die neuen Regelungen im Einzelnen

Weiterhin zulässig: Preisvergleich mit UVP

Händler darf mit Blick auf § 11 PAngV n.F. weiterhin mit einem **Preisvergleich** werben, sofern für den Verbraucher klar erkennbar ist, dass es sich lediglich um einen Preisvergleich und nicht um eine Preisermäßigung des eigenen Preises handelt.



Achtung:
hier gelten die allgemeinen Regeln des
Lauterkeitsrechts (UWG):

1. Nur korrekte und aktuelle Hersteller-UVP verwenden (dann reicht „UVP“)
2. Wenn Sie die UVP der Verbundgruppe oder eines Dritten verwenden, muss dies explizit erwähnt werden („UVP der Verbundgruppe XYZ“)
3. Wenn Sie eine UVP verwenden, ist dies nur im Rahmen eines Preisvergleichs zulässig; die UVP ersetzt nicht den Gesamtpreis = Verkaufspreis.
4. Wird die UVP als Streichpreis genutzt oder ein Rabatt/Preisnachlass zur UVP suggeriert, dürfte ein Verstoß gegen die neue PAngV vorliegen.

Die neuen Regelungen im Einzelnen

Nicht vom Anwendungsbereich § 11 erfasst und damit weiterhin zulässig:

- Die reine Verwendung von allgemeinen Preisaussagen ohne werbliche Nutzung der konkreten, messbaren Preisermäßigung
- Bloße Angabe des ermäßigten Preises ohne Bezug zu einem vorherigen Preis.
- Produkt-Neueinführungen (da es hier zunächst keinen Referenzpreis gibt)
- Rabatte aufgrund von Loyalty-Programmen (Kundenkarte etc.)
- Sonstige Werbeaktionen („1+1 gratis“; „Kaufe 3, zahle 2“ etc.)



Die neuen Regelungen im Einzelnen

§ 11 Zusätzliche Preisangabenpflicht bei Preisermäßigungen für Waren

- (1) 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.
- (2) Im Fall einer schrittweisen, ohne Unterbrechung ansteigenden Preisermäßigung des Gesamtpreises einer Ware kann während der Dauer der Preisermäßigung der niedrigste Gesamtpreis nach Absatz 1 angegeben werden, der vor Beginn der schrittweisen Preisermäßigung gegenüber Verbrauchern für diese Ware angewendet wurde.

(3) + (4) ...

Schrittweise Preisermäßigung OHNE Unterbrechung



Datum	01.06.	10.06.	25.06.	30.06. (Rabatt)	05.07. (Rabatt)	12.07. (Rabatt)
Preis	€ 50,-	€ 37,-	€ 40,-	€ 35,- Referenzpreis: € 37,-	€ 30,- Referenzpreis: € 37,-	€ 25,- Referenzpreis: € 37,-

Die neuen Regelungen im Einzelnen

§ 11 Zusätzliche Preisangabenpflicht bei Preisermäßigungen für Waren

(1) 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.

(2) Im Fall einer schrittweisen, ohne Unterbrechung ansteigenden Preisermäßigung des Gesamtpreises einer Ware kann während der Dauer der Preisermäßigung der niedrigste Gesamtpreis nach Absatz 1 angegeben werden, der vor Beginn der schrittweisen Preisermäßigung gegenüber Verbrauchern für diese Ware angewendet wurde.

(3) + (4) ...

Preisermäßigung MIT Unterbrechung

Datum	01.06.	10.06.	25.06.	30.06. (Rabatt)	05.07. (Rabatt)	12.07. (Rabatt)
Preis	€ 50,-	€ 37,-	€ 40,-	€ 35,- Referenzpreis: € 37,-	€ 40,- Referenzpreis: € 35,- Darstellung Preisermäßigung sinnlos	€ 25,- Referenzpreis: € 35,-

§ 11 Zusätzliche Preisangabenpflicht bei Preisermäßigungen für Waren

(1) - (3)

(4) Die Absätze 1 bis 3 gelten nicht bei der Bekanntgabe von

1. individuellen Preisermäßigungen oder
2. Preisermäßigungen für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit, wenn der geforderte Preis wegen einer drohenden Gefahr des Verderbs oder eines drohenden Ablaufs der Haltbarkeit herabgesetzt wird und dies für die Verbraucher in geeigneter Weise kenntlich gemacht wird.

Sonderpr
20

Checkliste PAngV

Checkliste PAngV

Neue PAngV gilt ab 28.05.2022 – kein Bestandsschutz, keine Übergangsfristen

Tip: Mitarbeiter-Schulungen frühzeitig organisieren

Kontrolle und ggfls. Umzeichnung sowohl stationär, als auch online

Online- und Print-Werbung, insb. Prospekte, Kataloge, POS-Auszeichnung

Zentrale Shop-Systeme von Verbundgruppen



Checkliste PAngV

Einhaltung der PAngV auch bei Werbung mit der Angabe von Preisen

Preisangaben auf allen zum Verkauf präsentierten Waren

Preisangaben sind der Ware zuzuordnen (räumliche Nähe)

Preisangaben sind leicht erkennbar, lesbar und wahrnehmbar

Korrekte Angabe der Gesamtpreise, es sei denn: lose Ware



Checkliste PAngV

Pfand (wie gehabt) getrennt ausgewiesen

Bei Fertigverpackungen/offenen Packungen, die nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden, korrekte Angabe des Grundpreises

Bei loser Ware „nur“ Grundpreisangabe erforderlich

Bei Preisermäßigungen: geringsten Preis der letzten 30 Tage als Referenzpreis angeben.

Preis-Kommunikation außerhalb § 11 PAngV nutzen („Knallerpreis“)



Any 1.1 Questions

VIELEN DANK

FÜR IHRE TEILNAHME

**ServiCon Webinar PLUS am 03.05.2022:
Der Preis ist heiß – neue Gesetzes-Vorgaben
für die Werbung mit Preisen**