

## WETTBEWERBSRECHT – W19

Stand: April 2018

Ihr Ansprechpartner  
Ass. iur. Kim Pleines

E-Mail  
kim.pleines@saarland.ihk.de

Tel.  
(0681) 9520-640

Fax  
(0681) 9520-690

### Preisangaben gegenüber Verbrauchern

Jeder, der Endverbraucher gewerbsmäßig Waren oder Dienstleistungen anbietet oder unter Angabe von Preisen wirbt, ist verpflichtet, den Preis einschließlich Umsatzsteuer und aller eventuell zusätzlich anfallenden Preisbestandteile anzugeben, den sogenannten **Gesamtpreis**.

Nicht zum Gesamtpreis zählt das Pfand z.B. bei Pfandflaschen, das aber zusätzlich zum Gesamtpreis anzugeben ist.

**Letztverbraucher** ist dabei jeder, der eine Ware oder Dienstleistung für den **privaten Verbrauch** erwirbt und nicht weiter umsetzt. Unternehmer und Personen, die im Rahmen einer selbständigen beruflichen oder gewerblichen oder in behördlicher oder dienstlicher Tätigkeit Waren beziehen oder Dienstleistungen in Anspruch nehmen, fallen daher nicht darunter. Die Preisangabenverordnung gilt daher nicht für den Großhandel gegenüber gewerblichen Abnehmern, solange sichergestellt ist, dass keine Waren an Endverbraucher verkauft werden.

**Alle Preise**, die angegeben werden, müssen den **entsprechenden Waren oder Dienstleistungen eindeutig zugeordnet** werden können. Sie müssen **leicht erkennbar** und **deutlich lesbar** sein. Werden Einzelpreise aufgedgliedert, 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.

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.

Für die Preisauszeichnung bei Verkaufsaktionen gilt eine Besonderheit: Danach muss **bei individuellen Preisnachlässen** sowie **nach Kalendertagen zeitlich begrenzten** und durch Werbung bekannt gemachten generellen Preisnachlässen **kein Endpreis** (= Gesamtpreis) angegeben werden. Hierunter fallen z. B. Werbeaktionen, wie: „alle Gartenstühle um 20 % reduziert! Bis 31.12.!“ In diesem Fall ist eine Endpreisauszeichnung entbehrlich.

Bei Waren, die nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden, muss neben dem Gesamtpreis zusätzlich der sogenannte Grundpreis je Einheit angegeben werden.

➔ **W20** „Grundpreisauszeichnung nach Preisangabenverordnung und Fertigpackungsverordnung“, **Kennzahl 65**

**Wichtig: Kleinunternehmerregelung nach § 19 UStG**

Unternehmer, deren Umsätze zzgl. der darauf entfallenden Steuer im vorangegangenen Kalenderjahr nicht mehr als 17.500 Euro und im laufenden Kalenderjahr voraussichtlich nicht mehr als 50.000 Euro betragen, fallen grundsätzlich unter die sog. Kleinunternehmerregelung des § 19 UStG. Liegt eine Befreiung nach § 19 UStG vor, darf in Rechnungen und bei der jeweiligen Preisangabe auf der Homepage die Umsatzsteuer nicht ausgewiesen werden. Es empfiehlt sich ein Hinweis auf den Kleinunternehmerstatus.

Für einzelne Branchen gelten die folgenden Besonderheiten:

**Einzelhandel**

Waren, die in **Schaufenstern oder Schaukästen, auf Verkaufsständen** oder in sonstiger Weise **innerhalb oder außerhalb des Verkaufsraumes sichtbar** ausgestellt werden, und **Waren, die vom Kunden unmittelbar entnommen** werden können, müssen durch **Preisschilder** oder **Beschriftung der Ware** ausgezeichnet werden. Werden Waren in anderer Form im Verkaufsraum bereitgehalten, muss zumindest ein Preisverzeichnis angebracht oder zur Einsichtnahme bereitgehalten werden oder der Preis an den Behältnissen oder Regalen, in denen die Ware sich befindet, angebracht werden.

Waren, die nach **Musterbüchern** angeboten werden, sind dadurch auszuzeichnen, dass die Preise für die Verkaufseinheit auf den Mustern oder damit verbundenen Preisschildern oder Preisverzeichnissen angegeben werden.

Waren, die nach **Katalogen** oder **Warenlisten** oder **auf Bildschirmen** (also auch im Internet) angeboten werden, müssen so ausgezeichnet werden, dass die **Preise unmittelbar bei den Abbildungen oder Beschreibungen** der Waren oder in mit den Katalogen oder Warenlisten im Zusammenhang stehenden Preisverzeichnissen angegeben werden.

Im Einzelhandel ist es allgemein nicht üblich, Preise einzeln auszuhandeln. Dennoch entspricht es in einigen Branchen (z.B. Gebrauchtwagenhandel, Immobilien) der Verkehrsauffassung. 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.

**Fernabsatz/Online-Handel**

Bei Angeboten von Waren oder Dienstleistungen auf der Unternehmenshomepage ist anzugeben, dass die für Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und 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, aufgrund derer der Letztverbraucher die Höhe leicht errechnen kann.

## Tankstellen

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.

## Dienstleistungen

Wer Dienstleistungen anbietet, muss ein **Preisverzeichnis** mit den Preisen für **seine wesentlichen Leistungen** oder, soweit es üblich ist, abweichend mit den geforderten Stunden-, Kilometer- und anderen Verrechnungssätzen einschließlich der Umsatzsteuer in seinen Geschäftsräumen und, sofern vorhanden, zusätzlich im Schaufenster oder Schaukasten anbringen. **Materialkosten** können in die Verrechnungssätze einbezogen werden.

## Gaststätten und Hotels

In Gaststätten, Restaurants und anderen Betrieben, in denen Speisen oder Getränke angeboten werden, sind die **Preise in Preisverzeichnissen** anzugeben. Die Preisverzeichnisse sind entweder auf Tischen aufzulegen oder jedem Gast vor Entgegennahme von Bestellungen und auf Verlangen bei Abrechnung vorzulegen oder gut lesbar anzubringen. 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 wesentlichen angebotenen Speisen und Getränke ersichtlich sind. Ist der Gaststättenbetrieb Teil eines Handelsbetriebs, reicht es aus, wenn das Preisverzeichnis am Eingang des Gaststättenteils angebracht wird.

In Hotels, Pensionen und anderen **Beherbergungsbetrieben** ist beim **Eingang oder** bei der **Anmeldestelle** des Betriebes **an gut sichtbarer Stelle** ein **Verzeichnis** anzubringen oder auszulegen, aus dem die Preise der im Wesentlichen angebotenen Zimmer und gegebenenfalls der Frühstückspreis ersichtlich sind.

In Gaststättenbetrieben müssen die **Verbindungspreise für Telefoneinheiten je Minute** oder je Benutzung in der Nähe des Fernsprechers angegeben werden, wenn Gästen ein Telefon oder Telefax zur Verfügung gestellt wird. Bei Vermietung von Zimmern ist dieser Preis auch im Zimmerpreisverzeichnis anzugeben. Die in den Preisverzeichnissen aufgeführten **Preise müssen das Bedienungsgeld und sonstige Zuschläge einschließen.**

*Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.*