

- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) -

Stellungnahme zur Novellierung der Preisangabenverordnung

Berlin, den 14. Juni 2021

Ansprechpartnerin: Eva Behling, eva.behling@bevh.org

Der **Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)** repräsentiert als die Interessenvertretung der Branche der in Deutschland aktiven Online- und Versandhändler Unternehmen aller Größen und aller denkbaren Handelsformen (Online, Multichannel, Katalog, TV-Shopping, Plattformhändler und -betreiber). Die Mitglieder des bevh stehen für mehr als 75% des gesamten Branchenumsatzes. Darüber hinaus sind dem Verband mehr als 130 Dienstleister aus dem Umfeld der E-Commerce-Branche angeschlossen.

Hinsichtlich der geplanten Überarbeitung der Preisangabenverordnung möchten wir auf folgende, aus Sicht der E-Commerce-Branche wichtige Punkte hinweisen:

1. Pflicht zur Angabe des Grundpreises, § 4 Abs. 1 PAngV-E

Unsere Mitglieder begrüßt, dass die Novellierung der Preisangabenverordnung zum Anlass genommen wird, die rechtliche Unsicherheit im Hinblick auf die Grundpreisangabe zu beseitigen und den Wortlaut an den der EU-Richtlinie 98/6 anzupassen. Grund der aktuellen Rechtsunsicherheit ist der Wortlaut der deutschen Preisangabenverordnung, wonach der Grundpreis in unmittelbarer Nähe zum Gesamtpreis angegeben werden muss. Dieser räumliche Bezug ist strenger als die EU-Vorgaben. Um auch zukünftig Missverständnisse diesbezüglich zu vermeiden, regen wir an in § 4 Abs. 1 des Entwurfs das Wort „neben“ durch „zusätzlich zu dem“ zu ersetzen, da das Wort „neben“ auch eine räumliche Komponente beinhaltet und damit weiterhin zu unterschiedlichen Auslegungen führen könnte.

2. Preisermäßigung, § 11 PAngV-E

Eine 1:1-Umsetzung der EU-Richtlinie ist zur Wahrung eines Level Playing Fields sinnvoll und wird von unserer Branche willkommen geheißen.

Bedauerlicherweise wurde Art. 6a (EU) 2019/2161 erst zu einem sehr späten Zeitpunkt der Verhandlungen und ohne Erwägungsgründe in die Omnibus-Richtlinie aufgenommen, sodass es nicht möglich war, bereits auf EU-Ebene auf spezielle Sachverhalte hinzuweisen.

Insofern begrüßen wir es, dass bereits in den Erwägungsgründen explizit einzelne Sachverhalte angesprochen und von dem Anwendungsbereich des § 11 PAngV-E ausgeschlossen wurden. Um eindeutige Rechtsklarheit herbeizuführen, regen wir an, den Ausnahmekatalog aus der Gesetzesbegründung direkt in den Gesetzestext auszunehmen.

Des weiteren möchten wir auf diesem Weg bezüglich weiterer, einzelner Konstellationen um Klarstellungen bitten:

a) Vertriebsweg

Die aktuelle Formulierung bezieht sich lediglich auf den niedrigsten Preis, den der Händler gefordert hat, geht dabei aber nicht auf die unterschiedlichen Vertriebswege ein, über die ein Händler seine Ware anbieten kann (bspw. parallel stationär, per Katalog, im eigenen Onlineshop und über einen elektronischen Marktplatz). Wir bitten um Klarstellung, dass sich der „vorherige Preis“ auf den niedrigsten Preis bezieht, den ein Händler an einer bestimmten Verkaufsstelle für dieselbe Ware innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen anwendet.

b) Elektronische Marktplätze

Eine weitere Konstellation, die bereits in den EU-Vorgaben unberücksichtigt geblieben ist, ist der Umgang mit Angeboten auf elektronischen Marktplätzen, denn die Formulierungen beziehen sich ausschließlich auf Händler.

Viele elektronische Marktplätze sind aus Gründen der Übersichtlichkeit für die Verbraucher dazu übergegangen, einen Artikel immer nur einmal zu listen, auch wenn er von unterschiedlichen Händlern verkauft wird je nachdem wer die Größe, Farbe etc. gerade vorrätig hat. Dies kann dazu führen, dass pro Tag und Größe teils unterschiedliche Preise angegeben werden. Wenn nun einer dieser Händler den Preis senkt, würde er den Referenzpreis für die nächsten 30 Tage für alle Händler ändern. Das ist zum einen unfair für die anderen Händler, zum anderen auch schwierig nachvollziehbar für die Kunden.

Zudem ist es nicht nachvollziehbar, warum schrittweise Preissenkungen möglich sind mit Verweis auf einen Referenzpreis, aber nicht verschiedene Rabattformen durch verschiedene Händler auf den gleichen Referenzpreis.

c) Wiederkehrende Preissenkungsmaßnahmen innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen

Die Einhaltung der neuen Bestimmung halten wir für problematisch, wenn Händler innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen mehr als nur eine anlassbezogene Preissenkungsmaßnahme durchführen.

Zum Beispiel ist es in bestimmten Jahreszeiten üblich, dass Einzelhändler innerhalb eines Mindestzeitraums von 30 Tagen mehrere Preissenkungsmaßnahmen ankündigen, z. B. Black Friday und Cyber Monday, gefolgt von Preissenkungen zum Weihnachtsgeschäft.

Die Händler zu verpflichten, auf den niedrigsten ermäßigten Preis zu verweisen, der in der früheren Rabattaktion angeboten wurde, ist auch nicht im Sinne der Verbraucher. Denn ein Preis sagt etwas darüber aus, was der Wert eines Produktes ist und gibt den Verbrauchern Orientierung die Produkte im Sortiment des Händlers einzuordnen. Daher ist der erstmals festgesetzte Gesamtpreis eines Produktes eine wesentliche Information für den Verbraucher.

Die geplante Änderung führt letztendlich zu weniger Transparenz. Denn um nicht von der Regelung betroffen zu sein, werden Händler zukünftig zum Black Friday mit Streichpreisen werben, um dann zu Weihnachten nur noch allgemeine Werbeaussagen (wie „Knallerpreise“) zu treffen. Folglich hätten Verbraucher im Weihnachtsgeschäft keine Preisgegenüberstellung, die aber aus Verbrauchersicht eine wesentliche Information darstellt. Kunden könnten dann nicht mehr erkennen, ob ein hochwertiges und ggf. sehr saison-aktuelles Produkt angeboten wird. Alternativ werden Händler incentiviert, entweder später (Zeitraum von 30 Tagen nach außerordentlichem, zeitlich sehr begrenzten Sales Event) auf erneute Rabatte zu verzichten. Beides ist nicht im Interesse der Verbraucher.

Wir empfehlen daher nachdrücklich, zu präzisieren, wie der niedrigste Gesamtpreis auszulegen ist. Hierunter sollen keine expliziten kurzfristigen (eintägigen) Werbemaßnahmen mit reduzierten Preisen subsumiert, sondern nur der niedrigste „reguläre Preis“ in diesem Zeitraum verstanden werden.

d) Preissenkungsmaßnahmen nach mehr als 30 Tagen, Abs. 2 PAngV-E

Bezüglich § 11 Abs. 2 PAngV-E fürchten unsere Mitglieder, dass der Wortlaut weiter ausgelegt werden kann, als es Sinn und Zweck ist. Gemeint sind sog. Flash Sales, bei denen Händler zeitlich befristete Rabatte auf Überhänge anbieten. Oft wird dabei Ware in wiederkehrenden größeren Abständen zum Kauf angeboten (z.B. weil es sich um Kollektionen der Vorjahre handelt, die nicht mehr top modern, aber dennoch absatzfähig sind).

Abs. 2 könnte so verstanden werden, dass auch folgende Konstellation hierunter zu verstehen ist:

Ein Händler verkauft eine Jeans in einer fünftägigen Aktion im Jahr 2018. Im Jahr 2021 möchte er das gleiche Jeansmodell nochmals in einer Verkaufsaktion von fünf Tagen zum Kauf anbieten. Die Wahrscheinlichkeit, dass der 2018er Preis niedriger sein wird als der 2021 angemessene Preis, ist schon aufgrund der jährlichen Inflation von 2,5 % hoch.

§11 Abs. 2 PAngV-E könnte als Verpflichtung zur Angabe des vorherigen Preises ausgelegt werden, wenn das Produkt insgesamt weniger als 30 Tage verkauft wurde. Insofern regen wir an, den Wortlaut der EU-Richtlinie zu übernehmen und zu schreiben „Ist die Ware vor der Bekanntgabe einer Preisermäßigung weniger als 30 Tage aus dem Markt,...“