

1

KILOGRAMM

Liter, Kubikmeter, Meter oder Quadratmeter: Die eindeutige Festlegung der Bezugsgrößen für den Grundpreis von Waren in Fertigpackungen ist neu.

und Verbraucherinnen und Verbraucher können sich bewusst für preisgünstigere und immer noch gute Produkte entscheiden. Dies wirkt der Verschwendung vor allem von Lebensmitteln entgegen und unterstützt die Nachhaltigkeitsbestrebungen der Bundesregierung, des Handels und von immer mehr Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Für noch mehr Nachhaltigkeit hat das BMWK zudem den Begriff der „Selbstabfüllung“ in die Verordnung aufgenommen. Händler können nun beim Verkauf lose verkaufter Flüssigkeiten an Verbraucherinnen und Verbraucher, die diese selbst in Mehrweg-Umverpackungen abfüllen, den Preis nach Gewicht bestimmen. Damit sollen Umverpackungen und Verpackungsmüll reduziert werden. Gleichzeitig benötigt der Handel keine teuren Volumensmessenanlagen mehr, sondern kann stattdessen einfach Waagen nutzen. Diese praktikable Neuregelung kommt insbesondere mittelständisch geprägten Einzelhandelsgeschäften zugute, die das Konzept der Abgabe unverpackter Ware an Verbraucher nutzen.

BESSERE VERGLEICHBARKEIT VON PREISEN

Dem Wunsch der Länder folgend, wurde eine eindeutige Festlegung der Bezugsgrößen für die Angabe des Grundpreises für Waren in Fertigpackungen vorgenommen. Die Mengeneinheiten für den Grundpreis sind jeweils 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter, 1 Meter oder 1 Quadratmeter. Die bisherige Möglichkeit bei kleineren Verpackungsgrößen als Mengeneinheit für den Grundpreis 100 Gramm oder 100 Milliliter zu verwenden, wurde gestrichen. Die Neuregelung erleichtert Verbraucherinnen und Verbrauchern damit den Vergleich von →

WORTMELDUNG**„UNNÖTIGE BÜROKRATIE VERMEIDEN“****BUNDESREGIERUNG HAT BEI DER UMSETZUNG BEDÜRFNISSE DER PRAXIS IM BLICK BEHALTEN**

Regeln zur korrekten und transparenten Preisauszeichnung dienen den Interessen von Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie Unternehmen. Sie erleichtern die Kaufentscheidung und verbessern so die Absatzchancen des Handels. Die Vorgaben sollten aber das erforderliche Maß nicht überschreiten, um unnötige Bürokratie zu vermeiden.

Mit der Einführung einer neuen Pflicht zur Angabe eines Referenzpreises bei Preisherabsetzungen ist die EU über das Ziel hinausgeschossen. Die Vorschrift ist unnötig, weil die Verbraucher durch die geltenden Bestimmungen des UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) bereits hinreichend vor Irreführungen mit „Mondpreisen“ geschützt werden. Die neue Informationspflicht verkompliziert zudem die Preisauszeichnung erheblich. Bestimmte Werbeformen wie zum Beispiel „20% auf alles“ werden in Frage gestellt, weil die Referenzpreisangabe für alle Artikel des Sortiments in der Praxis nicht umsetzbar ist. Die faktische Beschränkung lauterer Formen der Preiswerbung dämpft den Wettbewerb und führt tendenziell zu höheren Verbraucherpreisen.

Es ist deshalb zu begrüßen, dass die Bundesregierung bei der Novelle der Preisangabenverordnung alle Möglichkeiten genutzt hat, um unnötigen bürokratischen Aufwand zu reduzieren. Wichtig sind die Ausnahmenvorschriften für die Referenz-, Grund- und Gesamtpreisangabepflicht beim Abverkauf von Waren, deren Verderb droht, sowie die Sonderregelung für schrittweise Preisermäßigungen zum Beispiel bei Schlussverkäufen. Auch die Verordnungsbegründung dokumentiert den Willen des Verordnungsgebers, die Bedürfnisse der Praxis im Blick zu behalten.

Zwangsläufig führt die Novelle aber trotzdem zu Rechtsunsicherheiten. Die Rechtsprechung wird zentrale Fragen zu klären haben und damit auch über den Fortbestand etablierter und lauterer Werbe- und Kundenbindungsmethoden entscheiden. Es bleibt zu hoffen, dass die anstehenden Entscheidungen mit dem richtigen Augenmaß getroffen werden. —

**DR. PETER JENS SCHRÖDER**

Bereichsleiter Recht und Verbraucherpolitik beim HDE (Handelsverband Deutschland)