



Der Grundpreis soll Verbrauchern helfen, Preise unabhängig von unterschiedlichen Packungsgrößen vergleichen zu können. Bei vielen Anbietern handelt es sich dabei jedoch um ein ungeliebtes und häufig unterschätztes Thema. Doch bei Fehlern drohen teure Abmahnungen.

Abmahnfalle Grundpreisangabe: So machen Anbieter es richtig

Was kaum jemand vermutet: Fehlende oder falsche Grundpreisangaben zählen im Handel zu den Hauptgründen für eine Abmahnung. Gerade auf Plattformen im Internet oder in einem Shop auf der eigenen Website tappen viele Anbieterinnen und Anbieter in die Falle. Dabei gelten die gesetzlichen Vorgaben für den stationären wie auch für den Online-Handel gleichermaßen. Geregelt ist die Grundpreisangabe in § 2 Preisangabenverordnung (PAngV).

Gesetzliche Vorgaben zur Grundpreisangabe

Laut Verordnung müssen Unternehmen einen Grundpreis angeben, wenn sie Waren in Fertigverpackungen, offenen Packungen oder Verkaufseinheiten ohne Umhüllung anbieten, deren Preis sich nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche berechnet.

Zu den Fertigverpackungen zählt dabei der Becher Joghurt im Lebensmittelgeschäft genauso wie die Tube Kleber im Bastelzubehör oder der Sack Blumenerde im Gartencenter. Die offenen Packungen umfassen alles, was vor den Augen des Verbrauchers abgefüllt wird. Beispiele für Verkaufseinheiten ohne Umhüllung sind Backwaren, Kabel oder Tapeten.

Nennen müssen Anbieter den Grundpreis grundsätzlich in einer für die Ware üblichen Mengeneinheit. In den meisten Fällen sind das ein Kilogramm, ein Liter, ein Kubikmeter, ein Meter oder ein Quadratmeter. Bei Haushaltswaschmitteln können sie stattdessen auch die Anzahl der Anwendungen als Maßeinheit angeben. Voraussetzung dafür: Sie sind einzeln portioniert und die Packung enthält Angaben zur Anzahl der Portionen und der Gesamtfüllmenge. Auch Waren, die im Normalfall in Mengen unter 250 Gramm oder 250 Milliliter verkauft werden, fal-

len unter eine Sonderregelung. In diesem Fall dürfen Anbieter den Grundpreis in Bezug auf 100 Gramm und 100 Milliliter anführen.

Die Ausnahmen von der Regel

Wie fast überall gilt auch bei den Vorschriften zur Grundpreisangabe: Ausnahmen bestätigen die Regel – und sind in § 9 PAngV definiert. Demnach müssen Händler zum Beispiel keinen Grundpreis nennen, wenn sie ein Produkt bereits in einer Grundpreiseinheit anbieten und dadurch Grundpreis und Endpreis identisch sind. Betragen Nenngewicht oder Nennvolumen einer Ware weniger als 10 Gramm oder 10 Milliliter entfällt die Verpflichtung zur Grundpreisangabe ebenso.

Stellen Anbieter „verschiedenartigen Erzeugnisse, die nicht miteinander vermischt oder vermengt sind“ zu einem Warensatz zusammen, ist ebenfalls kein Grundpreis anzugeben. Denkbar sind hier zum Beispiel Geschenksets aus einer Flasche Olivenöl zusammen mit einem Paket Nudeln oder einem Parfum und einer Bodylotion. Parfums und parfümierte Duftwässer benötigen im Übrigen generell keine Auszeichnung, wenn sie wenigstens 3 Vol% Duftöl und mindestens 70 Vol% reinen Ethylalkohol enthalten. Eine weitere Ausnahme im Kosmetikbereich betrifft „Mittel, die der Färbung oder Verschönerung der Haut, des Haares oder der Nägel“ dienen. Zu beachten ist allerdings, dass die Begriffe „Färbung oder Verschönerung“ dabei sehr eng auszulegen sind und sich ausschließlich auf Schminke, Haarfärbemittel und Nagellack beziehen. Bei anderen kosmetischen Produkten ist der Grundpreis immer zu nennen.

Unter die Ausnahmen von der Pflicht zur Grundpreisangabe fallen außerdem Waren, die im Rahmen einer Dienstleistung angeboten werden. Dazu zählen zum Beispiel Speisen und Getränke im Restaurant. Auch Getränke, die an Verpflegungsautomaten ausgegeben werden, benötigen keine entsprechende Auszeichnung.

Wo die Grundpreisangabe hingehört

Grundsätzlich müssen Anbieter den Grundpreis immer in unmittelbarer Nähe zum Endpreis angeben.

Bei einem Verkauf über das Internet bedeutet das: Ein Nutzer muss beide Preise auf einen Blick wahrnehmen und erkennen können. Dabei kann die Auszeichnung kurz und knapp zum Beispiel in der Form „9,99 €/kg“ erfolgen. Auf ausdrückliche Nennung des Wortes „Grundpreis“ können Händler dagegen verzichten. Allerdings sollten sie die Schriftgröße im Blick behalten, um die Verbraucher nicht zu irritieren. Daher sollte die Darstellung des Grundpreises keinesfalls größer geraten als beim Endpreis.

Gerade im Internet präsentiert sich die korrekte Grundpreisangabe oft jedoch als Herausforderung. Immerhin gehört der Grundpreis in jeder möglichen Ansicht in das direkte Umfeld des Endpreises. Das gilt unabhängig davon, ob Nutzer sich gerade auf der Produktseite oder in einer Übersichtsliste befinden. Selbst bei der Funktion „Kunden kauften auch“ ist der Grundpreis mit anzugeben, sofern ein Endpreis genannt wird. Verkaufen Anbieter über Plattformen wie Amazon oder Ebay, gilt die Pflicht zur Grundpreisangabe selbstverständlich auch dort für alle möglichen Ansichtsformen.

Wichtig zu wissen ist außerdem, dass ein Grundpreis in der Werbung ebenfalls anzugeben ist. Das gilt unabhängig davon, ob es sich um einen Werbeprospekt oder um Google Adwords handelt.

Was bei fehlenden oder fehlerhaften Angaben passiert

Fehlt die Grundpreisangabe oder hat sich der Anbieter verrechnet, droht eine Abmahnung. Dies kann nicht nur teuer werden. Vor allem eine gleichzeitig geforderte Unterlassungserklärung mit oft weitreichender Formulierung birgt zusätzliche Gefahren. Denn daraus können – selbst bei unabsichtlichem Verstoß – hohe Vertragsstrafen auf einen Händler zukommen. Eine Beratung durch den Anwalt ist daher in solchen Fällen immer ratsam.

Martina Schäfer
FINIS
Kommunikation



Ihre IHK-Rechtsexpertin

Tamara Engel
Telefon 0228 2284 -208
E-Mail: engel@bonn.ihk.de