

FAQ zu § 9a PrAG

Art 6a der PreisangabenRL (umgesetzt in § 9a österr. Preisauszeichnungsgesetz) hat zum Ziel, dass Konsumenten mit Rabattaktionen, welche auf frühere überhöhte Preise, sogenannte Mondpreise bezogen sind, nicht in die Irre geführt werden.

Der § 9a PrAG sieht dabei (wie Art 6a PreisangabenRL) vor, dass der niedrigste Preis, der zumindest einmal innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen vor der Anwendung der Preisermäßigung in demselben Vertriebskanal verlangt wurde, angegeben werden muss. Werbeaussagen mit zB „minus 70%“ dürfen daher nur noch dann erfolgen, wenn der Preis eines Produktes im Vergleich zum tatsächlich verlangten niedrigsten Preis der letzten 30 Tage um minus 70% reduziert wurde.

Die folgende FAQ sollen laufend durch weitere Fragestellungen und Fallbeispiele ergänzt werden. Sie verstehen sich als Orientierung und vorbehaltlich anderslautender höchstgerichtlicher Entscheidungen.

Ebenso darf auf die Leitlinien der Europäischen Kommission zur Auslegung und Anwendung von Art 6a der Richtlinie 98/6/EG (Abl. 2021/C 526/02) verwiesen werden.

1. Wann liegt eine „Bekanntgabe der Preisermäßigung“ vor?

Bei der Bekanntgabe von Preisermäßigungen handelt es sich um Werbeaussagen des Verkäufers, dass er den Preis, den er für die Ware(n) verlangt, gesenkt hat. Dabei gilt § 9a PrAG für Bekanntgaben von Preisermäßigungen sowohl, wenn sie eine oder mehrere Waren im Angebot des Verkäufers betreffen, als auch dann, wenn sie als Bekanntgabe einer allgemeinen Preisermäßigung erfolgen.

2. Darf die Angabe von Rabatten nur in Prozentangaben oder auch als Endpreis erfolgen?

Von § 9a PrAG erfasst sind Werbeaussagen des Verkäufers, dass er den Preis, den er für die Ware(n) verlangt, gesenkt hat. Eine Preissenkung könnte beispielsweise angekündigt werden als Prozentsatz oder als Statt-Preis (Angabe des neuen (niedrigeren) Preises zusammen mit der Angabe des zuvor angewandten (höheren) Preises). Die Angabe von Rabatten kann somit sowohl als prozentuelle Ermäßigung als auch als Endpreis (Statt-Preis) erfolgen.

Bsp.: „jetzt 50 EUR statt 100 EUR“

Dabei muss es sich bei den 100 EUR um den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage handeln.

3. Was gilt im Fall von Filialen?

Als vorherigen Preis hat der Unternehmer den niedrigsten Preis anzugeben, den er in dem betreffenden Vertriebskanal/in der betreffenden Verkaufsstelle in einem Zeitraum von 30 Tagen zumindest einmal verlangt hat. Eine einzelne Filiale stellt dabei einen eigenen Vertriebskanal dar.

4. Sind verschiedene Varianten eines Vertriebskanals als verschiedene Vertriebskanäle anzusehen?

Online-Handel und die einzelnen stationären Filialen sind jeweils als eigene Vertriebskanäle anzusehen.

5. Wie ist der vorherige niedrigste Preis für eine bundesweite Rabattaktion zu ermitteln, wenn in den letzten 30 Tagen vor dieser Rabattaktion unterschiedliche Rabattaktionen in einzelnen Filialen verschiedener Bundesländer stattgefunden haben?

Grundsätzlich gilt das zu Frage 3 Gesagte. Zum Thema Eröffnungsangebot in einer einzigen Filiale und spätere gemeinsame Preisreduktion für alle Filialen wird die Europäische Kommission befasst, um eine praxisnahe Lösung zu finden.

6. Werden stationärer Handel und Online-Handel bei der Ermittlung des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage getrennt behandelt?

Der Online-Handel sowie der stationäre Handel in einzelnen Verkaufsstellen stellen eigene Vertriebskanäle dar. Es ist somit der für den jeweiligen Vertriebskanal geltende niedrigste Preis der letzten 30 Tage zu ermitteln.

7. Wie ist der vorherige niedrigste Preis im Fall einer schrittweise ansteigenden Preisermäßigung zu ermitteln?

Im Fall einer schrittweisen Preisermäßigung ist der „vorherige“ Preis der niedrigste Preis, der zumindest einmal innerhalb der letzten 30 Tage vor Bekanntgabe der ersten Preisermäßigung verlangt wurde. Dieser Preis bleibt auch der vorherige niedrigste Preis für alle nachfolgenden Bekanntgaben von Preisermäßigungen.

Beispiel: Ein Verkäufer plant eine Verkaufskampagne mit mehreren schrittweise ansteigenden Preisermäßigungen. Der vorherige niedrigste Preis, der innerhalb von 30 Tagen vor der ersten Preisermäßigung zumindest einmal verlangt wurde, lag bei 100 EUR. Der Verkäufer kündigt die erste Preisermäßigung von 10% an und führt als vorherigen niedrigsten Preis 100 EUR an. 100 EUR bleibt auch der anzugebende vorherige niedrigste Preis für die Ankündigung jeder weiteren Preisermäßigung um beispielsweise 20% oder 30%.

8. Ist auf dem Preisetikett eines preisreduzierten Artikels der vorherige niedrigste Verkaufspreis anzugeben?

Sachgüter sind in der Regel mit dem regulären, demnach mit dem vorherigen, Preis auf den Etiketten der jeweiligen Sachgüter im stationären Handel ausgezeichnet. Sofern es sich dabei um den niedrigsten Preis handelt, der zumindest einmal innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen verlangt wurde, handelt, besteht kein weiterer Handlungsbedarf.

Wenn dies allerdings nicht der Fall ist und der Preis auf dem Etikett nicht mit dem vorherigen niedrigsten Preis der letzten 30 Tage übereinstimmt, hat der Unternehmer diesen vorherigen niedrigsten Preis zusätzlich anzuführen. Im Ergebnis muss jedenfalls der vorherige niedrigste Preis der letzten 30 Tage angegeben werden.

Der Unternehmer ist jedoch nach § 9a nicht dazu verpflichtet, die angekündigte Preisermäßigung zu errechnen und in der Folge den neuen - nach Anwendung der Preisermäßigung - errechneten Preis anzuführen, auch wenn das aus Praktikabilitätsgründen sinnvoll erscheint.

9. Muss bei einer Preisherabsetzung aller im Sortiment befindlichen Waren danach bei allen im Ladengeschäft angebotenen Produkten der „Referenzpreis“ gesondert ausgezeichnet werden?

Im Fall der Bekanntgabe einer Preisermäßigung durch eine allgemeine Ankündigung muss der vorherige Preis nicht auf demselben Medium angegeben werden. In diesem Fall ist es ausreichend, dass der vorherige niedrigste Preis der letzten 30 Tage der einzelnen Waren, auf die sich die Bekanntgabe bezieht, an der Verkaufsstelle angegeben wird (d.h. auf den jeweiligen Preisschildern in Geschäften oder Preisektionen in Online-Shops).

10. Was gilt für Kundentreueprogramme?

§ 9a PrAG ist nicht anwendbar auf Kundentreueprogramme des Verkäufers wie Rabattkarten oder Gutscheine, mit denen dem Verbraucher ein Preisnachlass auf alle Produkte des Verkäufers oder auf bestimmte Produktpaletten während längerer ununterbrochener Zeiträume eingeräumt oder die Akkumulierung von Bonuspunkten für künftige Käufe ermöglicht wird.

Zudem ist § 9a PrAG auch nicht auf echte personalisierte Preisermäßigungen anwendbar, die ihrem Charakter nach keine „Ankündigungen“ von Preisermäßigungen sind. Zu solchen echten personalisierten Preisermäßigungen zählen auch solche Ermäßigungen, die dem Verbraucher aus besonderen Anlässen gewährt werden.

Dagegen fallen Preisermäßigungen, die - wenngleich als personalisiert dargestellt - Verbrauchern in Wirklichkeit im Allgemeinen angeboten bzw. angekündigt werden, sehr wohl in den Anwendungsbereich des § 9a PrAG. Solche Situationen könnten eintreten, wenn der Händler potenziell allen Verbrauchern, die das stationäre Geschäft oder den Online-Shop in bestimmten Zeiträumen besuchen, „Gutscheine“ oder Rabattcodes zur Verfügung stellt.

Bsp „Heute 20% ermäßigt bei Verwendung des Codes XYZ“

In diesen Fällen wird den rechtlichen Vorgaben entsprochen, wenn der „vorherige niedrigste Preis“ angegeben wird und der Rabatt beim Bezahlvorgang abgezogen wird (und der Konsument den Bestellvorgang somit noch rechtzeitig abbuchen kann).

11. Kann sich eine Preisermäßigung auf den unverbindlichen Verkaufspreis (UVP) beziehen?

Bei der Bekanntgabe einer Preisermäßigung ist jedenfalls der niedrigste Preis anzuführen, den der Unternehmer zumindest einmal innerhalb der letzten 30 Tage vor der Preisermäßigung verlangt hat. Der UVP kann daher nur dann als der niedrigste Preis der letzten 30 Tage angegeben werden, wenn er tatsächlich der niedrigste Preis war. Dem steht nicht entgegen, dass der UVP als zusätzliche Information angegeben wird. Dabei darf jedoch nicht suggeriert werden, dass der Preis gegenüber dem niedrigsten Preis der letzten 30 Tage gesenkt wurde, ohne dass dies tatsächlich erfolgt ist. (Bsp. „Jetzt EUR 34.99, UVP EUR 49.99“)

12. Kann der UVP angeführt werden, wenn er nie verlangt wurde?

Der Verkäufer kann neben dem vorherigen niedrigsten Preis, der innerhalb der letzten 30 Tage zumindest einmal verlangt wurde bei der Bekanntgabe einer Preisermäßigung auch andere Referenzpreise angeben, sofern diese zusätzlichen Referenzpreise klar erläutert werden, keine Verwirrung stiften und die Aufmerksamkeit des Verbrauchers nicht von der Angabe des vorherigen niedrigsten Preises ablenken.

Somit kann auch der UVP unter den oben genannten Voraussetzungen zusätzlich zum vorherigen niedrigsten Preis angegeben werden, auch wenn er nie verlangt wurde.

13. Ist extra (zB in einer Fußnote) anzugeben, dass der frühere niedrigste Preis „der günstigste der letzten 30 Tage“ ist?

Nein. Grundsätzlich ist wesentlich, dass der niedrigste Preis der letzten 30 Tage ausgewiesen wird (zB durch einen Statt-Preis oder einen lesbaren durchgestrichenen Preis). Eine Bezeichnung als „der günstigste Preis der letzten 30 Tage“ kann als Fußnote oder mit Sternchen freiwillig erfolgen. Wesentlich ist, dass es zu keiner Irreführung kommt. Zu einer Irreführung kann es uU kommen, wenn mit weiteren Preisen verglichen wird. Bei der zusätzlichen Angabe des UVP oder von Konkurrenzpreisen ist darauf besonders zu achten.

14. Sind Radio-/Fernsehwerbungen mit Pauschalankündigungen von Preisermäßigungen ohne Bezug auf Produktgruppen oder bisherige Preise möglich?

Wird eine Preisermäßigung durch eine allgemeine Ankündigung bekannt gegeben, muss der vorherige niedrigste Preis, der zumindest einmal innerhalb der letzten 30 Tage verlangt wurde, nicht auf demselben Medium angegeben werden (siehe Frage 9). Von dieser Bestimmung sind auch allgemeine Ankündigungen/Pauschalankündigungen im Radio oder Fernsehen erfasst. Somit sind allgemeine Ankündigungen im Radio oder Fernsehen ohne Bezug auf bestimmte Produktgruppen oder bisherige Preise möglich. Für die Beurteilung, ob § 9a PrAG eingehalten wurde, ist die Auszeichnung in der jeweiligen Verkaufsstätte relevant.

15. Kann anstelle der Angabe „niedrigster Preis der letzten 30 Tage“ auch der Begriff „Referenzpreis“ verwendet werden?

Das Gesetz schreibt nicht verpflichtend vor, dass etwa in einer Fußnote explizit auf den Begriff „niedrigster Preis der letzten 30 Tage“ verwiesen wird. - Es wird dem Gesetz genüge getan, wenn der niedrigste Preis der letzten 30 Tage angegeben wird und keine Irreführung erfolgt. Auch wenn die Bezeichnung „Referenzpreis“ grundsätzlich möglich ist, könnte allerdings uU eine Irreführung vorliegen, wenn zB unter Referenzpreis der Preis eines Konkurrenten oder der UVP verstanden wird.

16. Müssen ein Prozentsatz sowie werbliche Hervorhebungen, mit denen die Preisgünstigkeit eines Angebots unterstrichen werden soll, die in einer Bekanntgabe einer Preisermäßigung genannt werden, auf den vorherigen niedrigsten Preis der letzten 30 Tage bezogen sein?

Ja. Gemäß dem Urteil des EuGH in der Rechtssache C-330/23 (Aldi Süd) ist eine Preisermäßigung, die von einem Händler in Form eines Prozentsatzes oder einer Werbeaussage, mit der die Vorteilhaftigkeit eines Preisangebots hervorgehoben werden soll, bekannt gegeben wird, auf Grundlage des niedrigsten Preises zu bestimmen, den der Händler innerhalb eines Zeitraums von mindestens 30 Tagen vor der Anwendung der Preisermäßigung angewandt hat.