

Novellierung der Preisangabenverordnung zum 28. Mai 2022

Am 28. Mai 2022 tritt die novellierte Preisangabenverordnung (PAngV) in Kraft. Die Novelle (vgl. ABDA-Rundschreiben Nr. 148 vom 7. Dezember 2021) strukturiert die Preisangabenverordnung neu, setzt europarechtliche Vorgaben um und reagiert auf höchstrichterliche Rechtsprechung.

Die wesentliche Grundzüge der bisherigen Preisangabenverordnung bleiben – freilich mit anderen Paragraphenbezeichnungen als vorher – unverändert. Die Preisangabenverordnung findet weiterhin keine Anwendung auf verschreibungspflichtige Arzneimittel, da für dieses Sortiment nach dem Heilmittelwerbegesetz Werbung untersagt ist.

Schaufensterwerbung

Die Preisangabenverordnung gilt nicht nur bei der Ausstellung von Waren in der Offizin, sondern darüber hinaus auch bei Produktwerbung in Flyern, Newslettern oder ähnlichen Medien. Auch für die Produktwerbung in Schaufenstern greifen ihre Pflichten. Dies wurde durch die Novelle ausdrücklich klargestellt, und damit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH) Rechnung getragen. Der BGH (Urt. vom 10.11.2016, Az.: I ZR 29/15) hatte zu der bisherigen Formulierung (§ 4 Abs. 1 PAngV a.F.), die auf ein „Ausstellen“ von Waren abgestellt hat, entschieden, dass es bei der Schaufensterwerbung in der Regel an einem Angebot fehle. Dieses sei nach den europarechtlichen Vorgaben allerdings für den Anwendung der Preisangabenverordnung Voraussetzung. Der neue § 10 Abs. 1 Satz 2 PAngV stellt insofern klar, dass auch das sichtbare Anbieten von Waren in Schaufenstern die Preisangabenpflicht eröffnen. Ob damit das Problem gelöst wird, dass auch weiterhin ein Ausstellen von Waren in Schaufenstern eine reine Imagewerbung bleiben kann, etwa wenn durch kundenspezifische Anpassungen die Preisfestsetzung noch gar nicht eindeutig klar ist, darf bezweifelt werden. Die Verordnungsbegründung führt aus, dass dies auch gelten kann, sofern der Verkauf der beworbenen Ware eines Beratungsgesprächs bedarf, was bei dem in Apotheken angebotenen Sortiment aufgrund der apothekenrechtlichen Beratungspflichten nicht fernliegt. Zwingend ist eine Preisangabe aber jedenfalls bei im Schaufenster angebotenen Produkten des Nebensortiments, sofern für diese keine Beratungspflichten bestehen. In der Praxis hängt auch einiges auch von der konkreten Gestaltung ab, so dass hier verbindliche Aussagen kaum zu treffen sind. Vorsorglich empfiehlt es sich jedenfalls, bei in Schaufenstern ausgestellten Produkten im Zweifelsfall generell die Preisangabenpflicht nach der Verordnung umzusetzen.

Pflicht zur Angabe von Gesamtpreisen

Sofern das Apothekensortiment nicht generell von der Anwendung der Preisangabenverordnung ausgenommen ist oder Teilausnahmen gelten, greift der Grundsatz, dass gegenüber dem Verbraucher Gesamtpreise anzugeben sind, also der konkret anfallende Preis zuzügliche Umsatzsteuer und etwaiger sonstiger Preisbestandteile. Bei einer Aufgliederung der Preisbestandteile ist der Gesamtpreis hervorzuheben. Es gilt der Grundsatz der Preisklarheit und der Preiswahrheit. Die Preise müssen leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar sein. Darüber hinaus ist die Verkaufseinheit anzugeben, auf die sich der Preis bezieht, sofern dies der allgemeinen Verkehrsauffassung entspricht. Nahezu für das komplette Warensortiment der Apotheke ist das der Fall. Verkaufseinheit einer Ware ist stets eine bestimmte Menge, die sich etwa nach Gewicht, Volumen oder Stückzahl richtet. Für Arzneimittel gilt, dass die Packungsgrößen nach der Packungsgrößenverordnung keine hinreichenden Angaben im Sinne der Preisangabenverordnung darstellen. Eine entsprechende Preisauszeichnung, die sich lediglich an der N-Bezeichnung orientiert, wäre daher – wie schon bisher - rechtlich angreifbar.

Pflicht zur Angabe von Grundpreisen

In der Apotheke werden viele Produkte in Fertigpackungen oder zum Teil auch in offenen Packungen nach Gewicht oder Volumen angegeben. In diesen Fällen ist neben dem Gesamtpreis auch der sog. Grundpreis anzugeben, der dem Verbraucher einen Preisvergleich

bei unterschiedlichen Packungsgrößen erleichtern soll. Sind Gesamtpreis und Grundpreis identisch, reicht die Angabe des Gesamtpreises. Der Grundpreis ist neben dem Gesamtpreis unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar anzugeben. Nach der Novelle nicht mehr ausdrücklich erforderlich ist, dass er Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises angegeben werden muss. Da nicht absehbar ist, ob zu dieser Frage in der Praxis - insbesondere in der Rechtsprechung - eine liberalere Haltung als bislang eingenommen wird, empfiehlt es sich zur Vermeidung von Rechtsstreitigkeiten Gesamt- und Grundpreis weiterhin so anzugeben, dass sie vom Verbraucher „mit einem Blick“ erfasst werden können.

Die Pflicht zur Angabe von Gesamt- und Grundpreisen entfällt bei individuellen Preisnachlässen und bei nach Kalendertagen zeitlich begrenzten und durch Werbung oder in sonstiger Weise bekannt gemachten generellen Preisnachlässen.

Veränderte Mengeneinheiten bei der Grundpreisangabe

Durch die Novellierung der Preisangabenverordnung ist zukünftig bei der Grundpreisangabe nur noch eine Orientierung an den Mengen Kilogramm und Liter (sowie – für Apotheken ohne Relevanz – in Kubikmeter, Meter oder Quadratmeter) zulässig. Soweit bei Waren mit einem Nenngewicht von bis zu 250 Gramm oder Milliliter bislang auch eine Mengeneinheit von 100 Gramm oder Milliliter für den Grundpreis zulässig war, ist dies ab dem 28. Mai 2022 nicht mehr möglich. Diese Änderung ist im Apothekenalltag relevant, da hiervon viele Produkte betroffen sind, für die der Grundpreis zukünftig zwingend in Kilogramm oder Liter anzugeben ist. Nur bei loser Ware, die nach Gewicht oder Volumen angeboten wird, ist als Mengeneinheit für den Grundpreis entsprechend der allgemeinen Verkaufsauffassung entweder 1 Kilogramm oder 100 Gramm bzw. 1 Liter oder 100 Milliliter zulässig. „Lose Ware“ ist nach der Legaldefinition der Preisangabenverordnung unverpackte Ware, die durch den Unternehmer in Anwesenheit des Verbrauchers, durch die Verbraucher selbst oder auf deren Veranlassung abgemessen wird.

Ausnahmen von der Grundpreisangabe bei kleinen Apotheken voraussichtlich schwieriger

Wie nach der bisherigen Preisangabenverordnung auch bestehen bestimmte Ausnahmen von der Grundpreisangabenpflicht. Teilweise sind diese Ausnahmen produktbezogen, etwa was Produkte angeht, die über ein Nenngewicht von weniger als zehn Gramm oder zehn Milliliter verfügen, oder bei Kombinationsangeboten mehrerer Produkte, die nicht vermengt oder vermischt werden. Wie auch nach bisherigem Recht sieht auch die neue Preisangabenverordnung eine institutionalisierte Ausnahme von der Grundpreisangabenpflicht für kleine Einzelhandelsgeschäfte vor, bei denen die Warenausgabe überwiegend im Wege der Bedienung erfolgt. Abhängig von der Gestaltung der Offizin und des Umfangs des angebotenen Warensortiments konnten sich Apotheken bislang vereinzelt auf diese Ausnahmeregelung berufen. Durch die Novelle der Preisangabenverordnung wurde jedoch der Kreis der kleinen Einzelhandelsgeschäfte durch eine beispielhafte Aufzählung konkretisiert. Die danach zwar nicht abschließend („insbesondere“) genannten Kioske, mobilen Verkaufsstellen, Marktstände sowie Stände auf Volksfesten sind allerdings auch mit kleinen Apotheken kaum vergleichbar. Insofern kann nicht ausgeschlossen werden, dass die zuständigen Behörden bei der Anwendung der Ausnahmegesetzgebung auch bei Apotheken, die die Kriterien nach der bisherigen Rechtslage erfüllt haben, zukünftig zurückhaltender sein werden. Betreiberlaubnisinhaber, die bislang von der Ausnahmeregelung Gebrauch machen konnten, sollten sich vorsorglich mit der zuständigen Aufsichtsbehörde ins Benehmen setzen.

Neue Informationspflicht bei Preisermäßigungen

Eine neue Pflicht bei Preisermäßigungen für Waren sieht § 11 PAngV vor. Wird in der Apotheke ein Produkt mit einer Preisermäßigung beworben, ist jeweils der niedrigste Gesamtpreis anzugeben, der innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung galt. Wurde das Produkt noch keine 30 Tage angeboten, ist der niedrigste Gesamtpreis in der bisherigen Angebotszeitspanne anzugeben. Eine Preisermäßigung im Sinne der Vorschrift liegt vor, wenn mit einer allgemeinen, messbaren Preisreduzierung geworben wird, bei der auf einen alten Preis Bezug genommen bzw. mit einer

Preisermäßigung geworben wird. Das ist der Fall bei der Werbung mit sog. Statt-Preisen („Statt 10 EUR nur noch 8 EUR“), bei der Gegenüberstellung mit Streichpreisen oder mit prozentualen Abzügen. Die gesonderte Preisangabenpflicht gilt bei Ermäßigungen für einzelne Produkte, aber auch für Warengruppen oder ganze Sortimente.

Nach der Verordnungsbegründung^[1] fallen nicht in den Anwendungsbereich des § 11 PAngV allgemeine Preisaussagen ohne werbliche Nutzung einer konkret messbaren Preisermäßigung. Eine plakative Werbung mit „Niedrigpreisen“ löst daher die gesonderte Informationspflicht nach § 11 PAngV nicht aus. Gleiches gilt auch bei Nachlässen, bei denen kein Werbebezug zu einem vorherigen Preis hergestellt wird („Produkt X jetzt dauerhaft günstiger“), oder für Einführungspreise für Produkte, die neu ins Sortiment aufgenommen werden. Auch eine Preisgegenüberstellung mit einem UVP des Herstellers fällt nicht unter § 11 PAngV, sofern ein dem UVP entsprechender Preis nicht zuvor tatsächlich innerhalb der letzten 30 Tage gefordert wurde. Zuletzt sollen nach der Verordnungsbegründung auch mengenmäßige Werbungen mit Draufgaben („3 für den Preis von 2“) nicht unter die Informationspflicht nach § 11 PAngV fallen. Entsprechendes gilt auch für allgemeine Rabatte im Rahmen von Kundenbindungsprogrammen. Keine Anwendung findet § 11 PAngV zuletzt bei schrittweise ansteigenden Preisermäßigungen, wie sie etwa bei Räumungsverkäufen zur Anwendung kommen. Dies ist ausdrücklich in § 11 Abs. 2 PAngV verankert; die Ausnahme wird aber in Apotheken regelmäßig kaum in Betracht kommen.

Im Einzelfall ist allerdings bei werbenden Gestaltungen zumindest in der Übergangszeit nach Inkrafttreten der neuen Preisangabenverordnung in Zweifelsfällen Zurückhaltung geboten, bis sich eine verlässliche Praxis der Rechtsanwendung hat herausbilden können. Da es keine Übergangsvorschriften gibt, ist auch eine Preisermäßigung, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens der Preisangabenverordnung am 28. Mai 2022 beworben wird, mit der Angabe des niedrigsten Gesamtpreises der letzten 30 Tage zu versehen.

Durch die neue Vorschrift sollen Gestaltungen transparent gestaltet werden, in denen der Preis einer Ware vor einem Preisnachlass angehoben wurden, um die Ermäßigung attraktiver erscheinen zu lassen. Entsprechende Gestaltungen der sog. Mondpreiswerbung waren allerdings auch bislang wettbewerbsrechtlich angreifbar. Neu hinzu tritt nun aber die Informationspflicht nach der Preisangabenverordnung.

Abschließend ist auf die Pflicht hinzuweisen, beim Angebot von Leistungen gegenüber Verbrauchern, ein Preisverzeichnis über die Preise für die wesentlichen Leistungen oder über Verrechnungssätze anzugeben. Diese Pflicht ist zwar gegenüber der bisherigen Rechtslage unverändert, könnte aber mit dem Angebot produktunabhängiger Dienstleistungen wie pharmazeutischer Dienstleistungen nach § 129 Abs. 5e SGB V in der Apotheke zumindest zukünftig an Bedeutung gewinnen.

Informationspflichten im Versandhandel und Botendienst

Für den Versandhandel bleibt es bei der bisherigen Rechtslage. Neben Gesamt- und Grundpreisen ist anzugeben, dass die geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten und ob zusätzliche Versandkosten anfallen. § 6 PAngV stellt dabei darauf ab, ob dem Verbraucher der Abschluss eines Fernabsatzvertrags angeboten wird. Fernabsatzverträge sind Verträge, bei denen der Unternehmer oder eine in seinem Namen oder Auftrag handelnde Person und der Verbraucher für die Vertragsverhandlungen und den Vertragsschluss ausschließlich Fernkommunikationsmittel verwenden, es sei denn, dass der Vertragsschluss nicht im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems erfolgt (§ 312c Abs. 1 BGB, s. hierzu: *Jung*, Pharm. Ztg 2017, 1938; *Pfeil/Pieck/Blume*, 15. Erg.-Lief. 2021, § 17, Rdnr. 550 ff). Zu beachten ist, dass nach der Liberalisierung des Botendienstes durch die Verordnung vom 9. Oktober 2019 eine Belieferung nach einer ausschließlich telefonischen Beratung zulässig ist. Verbraucherrechtlich sind derartige Konstruktionen als Fernabsatzverträge einzustufen, die die Beachtung der Pflichten der entsprechenden Vorgaben der Preisangabenverordnung erfordern. Wird indes der Vertrag in der Apotheke geschlossen und eine Zustellung per Boten

^[1] vgl. Bundesrat-Drucksache 669/21 vom 25.08.2021 und Bundesrat-Drucksache 669/1/21 vom 24.09.2021.

etwa bei Nichtverfügbarkeit des konkreten Produkts vereinbart, greifen die erweiterten Informationspflichten für den Fernabsatz nicht.

Soweit verschreibungspflichtige Arzneimittel gegenüber GKV-Versicherten per Boten ausgeliefert werden und ein Zuschlag in Höhe von 2,50 EUR zzgl. Umsatzsteuer erhoben werden kann, dürfte es sich jedenfalls nicht um ein Preisbestandteil handeln, der nach Preisangabenverordnung anzugeben ist, da der Zuschlag ausschließlich bei der Krankenkasse anfällt. Sofern gegenüber Selbstzahlern oder Privatversicherten Botendienstgebühren erhoben werden, sind diese allerdings bei einer entsprechenden Bewerbung anzugeben.

Verstöße

Verstöße gegen die Pflichten der Preisangabenverordnung können zum einen wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche auslösen. Daneben ist auch die Verhängung von Geldbußen von bis zu 25.000 EUR durch die zuständigen Aufsichtsbehörden möglich. Zuständig für die Überwachung der Vorgaben der Preisangabenverordnung sind regelmäßig die Kreise bzw. Landräte oder kreisfreien Städte, in Berlin die Bezirksamter, in Bremen die Ortspolizeibehörden und in Hamburg die Wirtschafts- und Ordnungsämter der Stadtbezirke zuständig.

Das Wesentliche in Kürze:

- Inkrafttreten am 28. Mai 2022
- Klargestellt: Geltung der Preisangabenverordnung grundsätzlich auch für Schaufensterwerbung
- Als Mengeneinheit bei Grundpreisangaben zukünftig regelmäßig nur noch Kilogramm bzw. Liter zulässig
- Ausnahme von der Grundpreisangabenpflicht für Apotheken als kleine Einzelhandelsgeschäfte zukünftig voraussichtlich schwieriger begründbar
- Neue Informationspflicht bei vergleichenden Preisnachlässen sieht Angabe des niedrigsten Gesamtpreises vor, der innerhalb der letzten 30 Tage für ein Produkt oder eine Produktgruppe verlangt wurde

Über weitere Entwicklungen der Rechtslage werden wir bei Bedarf informieren.