

# Änderung zu Preisherabsetzungen und Erweiterung der per-se-Verbote

Mag. Hannes Seidelberger  
Geschäftsführer

# Änderung Preisangaben-RL

- Änderung betreffend Preisherabsetzungen
- Art 6a neu der RL 98/6
- Im ursprünglichen EK-Vorschlag nicht vorgesehen
- Auch kein Erwägungsgrund dazu
- Formulierung nicht unbedingt eindeutig

# Entwurf Änderung PrAG

## Geltungsbereich

*§ 9a. (1) Werden bei Sachgütern Preisermäßigungen in Beträgen oder in Prozenten bekanntgegeben, haben Unternehmer auch den vorherigen niedrigsten Preis anzugeben, der zumindest einmal innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen vor der Anwendung der Preisermäßigung in demselben Vertriebskanal verlangt wurde. Im Falle einer schrittweise ansteigenden Preisermäßigung ist der vorherige Preis der nicht ermäßigte niedrigste Preis vor der ersten Anwendung der Preisermäßigung im Sinne des ersten Satzes.*

*(2) Sind Sachgüter weniger als 30 Tage auf dem Markt, haben Unternehmer anstelle des Preises nach Abs. 1 den niedrigsten Preis anzugeben, der innerhalb des Zeitraums, in dem sich das Sachgut auf dem Markt befindet, zumindest einmal in demselben Vertriebskanal verlangt wurde.*

*(3) Sofern es sich um schnell verderbliche Sachgüter oder Sachgüter mit kurzer Haltbarkeit handelt, sind Abs. 1 und Abs. 2 dann nicht anzuwenden, wenn die Preisermäßigung wegen des Ablaufs des Mindesthaltbarkeitsdatums im Sinne des § 4 Z 5 der Verordnung des Bundesministers für Gesundheit, Sport und Konsumentenschutz über die Kennzeichnung von verpackten Lebensmitteln und Verzehrprodukten (Lebensmittelkennzeichnungsverordnung 1993 – LMKV), BGBl. Nr. 72/1993, erfolgt.*

# Entwurf Erläuterungen

Preisvergleiche mit Preisen anderer Unternehmer oder mit unverbindlichen Verkaufspreisen sind von dieser Regelung nicht erfasst. Ebenso wenig sind etwa Preisvergleiche bei Preisermäßigungen für Kundenkarten, Mengenrabatten, Gutscheinen oder Preisermäßigungen für ganze Produktgruppen oder das gesamte Sortiment erfasst, da ohne Auflistung der umfassten Einzelartikel aus einem Preisvergleich auch kein Mehrwert für Verbraucher zu ziehen ist (vgl. auch *Kodek/Leupold*, Modernisierung des Verbraucherrechts, 8). Preisvergleiche dienen nur dann der Transparenz, wenn sie sich auch auf die Preise ein und desselben Unternehmers (z. B. Händler) in demselben Vertriebskanal (z. B. stationärer Handel, Vertrieb online, Vertrieb über Online-Plattformen) beziehen, weil dieser für die Preisbestimmung relevant ist und deshalb die Preise je nach Vertriebskanal auch unterschiedlich sein können. Auch allgemeine Marketingkommunikationen, bei denen der Unternehmer ganz besonders günstige Konditionen in den Vordergrund rückt, wie „bester Preis“ oder „niedrigster Preise“, sind von der Bestimmung nicht erfasst; ebenso wenig nicht angekündigte Eröffnungspreise oder Sonderpreise. Ebenfalls nicht erfasste Praktiken sind angekündigte Ermäßigungen durch beispielsweise Treueprogramme oder Gutscheine, bei denen nicht genau identifizierte Produkte, sondern Produktkategorien zu einem ermäßigten Preis angeboten werden.

# Änderungen im UWG

- Dual Quality: Idente Vermarktung einer Ware in mehreren Mitgliedstaaten trotz wesentlicher Unterschiede in ihrer Zusammensetzung oder ihren wesentlichen Merkmalen als irreführende Geschäftspraktik
- Vier neue per-se-Verbote in der schwarzen Liste:
  - Anzeige von Suchergebnissen als irreführende Geschäftspraktik
  - Wiederverkauf von Eintrittskarten bei automatisiertem Erwerb
  - Fehlende Prüfung, ob Bewertungen von Verbrauchern stammen
  - Abgabe gefälschter Bewertungen oder Empfehlungen

# Informationspflichten

## ➤ Änderungen bei den Informationspflichten

- Entfall der Informationspflicht im Zusammenhang mit Verfahren zum Umgang mit Beschwerden in der Werbephase
- Erweiterung der Informationspflichten auf Online-Marktplätzen
- Informationspflichten hinsichtlich „Rankings“ und Verbraucherbewertungen

## Spannende Aussichten für den unlauteren Wettbewerb in der Praxis ...

