Verbraucherzentrale
Hamburg

Angebote, Rabatte und Schnäppchen: Auf die Preise, fertig, los!

Sonderaktion hier, Rabatt da – schaut man sich die Werbeprospekte von Händlern an, werden allerorten jede Menge Schnäppchen angeboten. Doch für die sogenannten Streichpreise gelten strenge Vorgaben. Das hat auch der Europäische Gerichtshof bestätigt.

© iStock.com/AJ_Watt

1. Händler müssen besondere Vorgaben hinsichtlich der Angabe von Preisen berücksichtigen.
2. Um Preisaktionen besser einschätzen zu können, ist immer der niedrigste Preis der letzten 30 Tage als Bezugspreis für Preisreduzierungen bzw. Rabatte zu verwenden. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat dies bestätigt.

3. Außerdem dürfen Grundpreise für verpackte Lebensmittel nur noch pro Kilogramm deklariert werden.
4. Die Verbraucherzentrale Hamburg sieht weiterhin Verbesserungsbedarf bezüglich der Umsetzung der Vorgaben.
5. Für Beschwerden wegen falscher Preisauszeichnungen können Verbraucherinnen und Verbraucher einen kostenlosen Musterbrief der Verbraucherzentrale verwenden.
6. **Kostenloser Online-Chat: »Frag die Verbraucherzentrale« zu Mogelpackungen“ im November** Jetzt anmelden

Stand: 24.10.2024

Seit 2022 gelten für Händler neue Bestimmungen der Preisangabenverordnung, wenn sie Verkaufspreise auszeichnen. Vor allem bei Rabattaktionen sind die Richtlinien seither strenger. In diesem Artikel erklären wir, wo weiterhin Fallstricke für Verbraucherinnen und Verbraucher lauern.

Besserer Schutz vor Mondpreisen als Ziel

Händler, die mit Preisnachlässen oder Preisvergleichen werben, müssen ergänzend den niedrigsten Preis angeben, der innerhalb der letzten 30 Tage vor der Preisaktion für das beworbene Produkt verlangt wurde. Vor allem bei Rabattaktionen ist dieser Preis der Referenzpreis, auf den sich der Preisnachlass bezieht. Wer sich für ein Angebot entscheidet, soll auf diese Weise den herausgestellten Vorteil besser einordnen können. Die Verordnung zielt in erster Linie darauf ab, solche Praktiken zu verhindern. Unternehmen können den Preis für eine Ware nicht einfach kurz vor einer Werbeaktion hochsetzen, um den Rabatt größer erscheinen zu lassen. Nur im Fall der schrittweisen Preisreduzierung gilt eine Sonderregelung.

Nach einer Klage der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg gegen Aldi Süd hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) die Rechte der Verbraucherinnen und Verbraucher bei Rabatten gestärkt. Wenn Anbieter mit Preisreduzierungen oder Preis-Highlights werben und Streichpreise dafür verwenden, ist immer der günstigste Preis der letzten 30 Tage

als Referenzpreis heranzuziehen. Aldi Süd hatte einen anderen Preis für den Vergleich verwendet. Der Gerichtshof äußerte sich zu dem Fall wie folgt:

„dass 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 der Grundlage des niedrigsten Preises zu bestimmen ist, den der Händler innerhalb eines Zeitraums von mindestens 30 Tagen vor der Anwendung der Preisermäßigung angewandt hat. Dadurch werden Händler daran gehindert, den Verbraucher irrezuführen, indem sie den angewandten Preis vor der Bekanntgabe einer Preisermäßigung erhöhen und damit gefälschte Preisermäßigungen ankündigen.“

Eine Ananas wird mit 1,49 Euro als Preis-Highlight beworben, doch der günstigste Preis der letzten 30 Tage lag bei 1,39 Euro. Aldi bezog die Werbung auf einen Stückpreis von 1,69 Euro.

© Verbraucherzentrale Baden-Württemberg

Aufgrund der Bestimmungen steht der UVP (Unverbindlicher Verkaufspreis des Herstellers) hoch im Kurs. Er wird gerne als sogenannter Streichpreis in der Werbung angegeben. Ob das in jeder Form möglich ist, muss noch geklärt werden. Die Kolleginnen und Kollegen der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg haben den Online-Händler Amazon deswegen abgemahnt.

Einheitliche Bezugsgröße für Grundpreis

Früher durften Händler für Verpackungen mit weniger als 250 Gramm Inhalt den Grundpreis pro 100 Gramm statt pro Kilogramm angeben. Das führte insbesondere dann zu Verwirrungen, wenn die Preise von Produkten mit verschiedenen Bezugsgrößen verglichen werden sollten. Das ist nicht mehr zulässig! Nur noch bei loser Ware kann es – je nach Verkehrsauffassung – einen Grundpreis pro 100 Gramm oder 100 Milliliter

geben.

Ein Problem ist jedoch weiterhin die oft viel zu kleine Schriftgröße des Grundpreises. Vor allem ältere Menschen und solche mit Sehschwäche haben Mühe, die kleinen Zahlen zu entziffern. Wir wünschen uns eine Ziffernhöhe von vier Millimetern, damit man auch bei schlechtem Licht, mit schwächeren Augen oder in den unten Regalen noch etwas erkennen kann. Aber eine Mindestgröße für die Ziffern ist derzeit in der Preisangabenverordnung nicht vorgegeben.

GUT ZU WISSEN

Gemäß der Preisangabenverordnung sind Händler verpflichtet, zusätzlich zum Verkaufspreis für fast alle Lebensmittel sogenannte Grundpreise anzugeben. In jüngster Zeit haben diese an Bedeutung gewonnen. Seit einer Gesetzesreform dürfen Lebensmittel in der Europäischen Union nämlich in allen möglichen Füllmengen angeboten werden. Die Idee hinter Grundpreisen ist, einen einfachen Preisvergleich zwischen unterschiedlichen Produkten zu erleichtern. In nur wenigen Ausnahmefällen ist es zulässig, den Preis pro Kilogramm oder Liter im Regal wegzulassen.

Oft falsche oder fehlende Grundpreise im Handel

Regelmäßig melden sich Verbraucherinnen und Verbraucher bei uns, um auf falsche oder fehlende Grundpreise hinzuweisen. In der Branche gilt eine mangelhafte Preisauszeichnung als Kavaliersdelikt. Die Händler wissen, dass Verstöße praktisch nie von den Behörden geahndet werden. An dieser Situation hat sich leider trotz der gesetzlichen Regelungen der Preisangabenverordnung nichts geändert. Wer beim Einkauf Preise vergleichen will, kann sich nicht immer auf die Grundpreise verlassen.

Wir sind 2021 gegen Händler (u.a. Aldi Nord und Candy World) vorgegangen, die die verpflichtenden Vorgaben zur Grundpreiskennzeichnung nicht eingehalten hatten. Doch solange die Behörden Discounter und Supermärkte nicht regelmäßig und flächendeckend kontrollieren, ist dies nur ein Tropfen auf den heißen Stein.

DANKE FÜR IHREN HINWEIS!

Sie haben keinen 30-Tage-Vergleichspreis bei einer Rabattaktion entdecken können? Im Supermarkt fehlte ein Grundpreis am Regal oder die Angabe war falsch? Einzelne Fehler können vorkommen. Wenden Sie sich in solchen Fällen an das Personal beziehungsweise die Filialleitung. Um den Händler anzuschreiben, können Sie auch unseren kostenlosen Musterbrief nutzen.

Sollten sich Mängel zur Preisauszeichnung in einer Filiale jedoch häufen, informieren Sie uns. Wir prüfen, ob wir gegebenenfalls rechtlich gegen den Händler vorgehen können oder geben den zuständigen Behörden Bescheid. Dazu benötigen wir Bilder von den falschen Preisschildern und dem Kassenbon mit dem tatsächlichen Preis.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/angebote-rabatte-schnaeppchen-auf-die-preise-fertig-los