



Durchblick bei der Preisauszeichnung

Was Verbraucherinnen und
Verbraucher zur richtigen
Preisangabe wissen sollten

Durchblick bei der Preisauszeichnung

Was Verbraucherinnen und
Verbraucher zur richtigen
Preisangabe wissen sollten

Inhalt

Vorwort	6
Einleitung	8
Preisauszeichnung im Handel	11
Endpreis- und Grundpreisangabe	11
Ausnahmen	14
Währung, Gütebezeichnung	15
Möglichkeiten der Warenauszeichnung	16
Werbung	19
Auf einen Blick	20
Ausnahmen	22
Sonderangebote und Rabattgewährung	24
Rabatt und Margenpreis	24
Mehrere Preise	25
Preis auf Verhandlungsbasis	26
Grundsätze von Preisklarheit und Preiswahrheit	26
Besondere Regelungen für bestimmte Vertragsverhältnisse	27
Energie (Elektrizität, Gas, Fernwärme) und Wasser	27
Pfand für Leergut	28
Kreditgewerbe	29
Gaststätten	30
Beherbergungsbetriebe	31
Tankstellen	32
Garagen, Einstellplätze, Parkplätze	33
Fernabsatzverträge	34
Mehrwertdiensternummern	34
Sonderfälle	36

5 Inhalt

Praktische Tipps für Verbraucherinnen

und Verbraucher

38

Die Beschwerde 38

Wer kann sich beschweren? 39

Worüber kann man sich beschweren? 39

Wo und wie kann man sich beschweren? 39

Fragen-Checkliste 42

Was passiert dann? 42

Anhang

43

Glossar 43

Adressen und weitere Informationen 50

Anschriften der Behörden 50

Beratungsstellen der Verbraucherzentrale NRW 52

Internetadressen 57

Stichwortverzeichnis 59

Impressum 63

Einleitung

Preisauszeichnungen* auf Waren oder Preisangaben bei Dienstleistungen sehen Sie jeden Tag. Einmal sind es aufgeklebte Etiketten, ein anderes Mal sind es Schilder, die an Regalen angebracht sind. Manchmal finden Sie auch gar nichts. Das ist für Sie als Kunde unbequem, weil Sie zuerst das Verkaufspersonal suchen müssen, um den Preis zu erfahren. Ärgerlich aber auch für den Anbieter: Denn wird die Ware vom Kunden nicht unbedingt zu diesem Zeitpunkt benötigt, dann wandern erfahrungsgemäß die meisten Produkte zurück in das Regal, ohne weiter beachtet oder gekauft zu werden.

Damit Verbraucher eine bessere Orientierung beim Einkauf und bei der Bewertung von Dienstleistungen haben, regelt die **Preisangabenverordnung**** auf nationaler Ebene die inhaltlichen Ge- und Verbote über Preisangaben. Dort ist gesetzlich festgelegt, dass all die zur Preisangabe verpflichtet sind, die eine Tätigkeit gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise ausüben und dabei Waren oder Dienstleistungen anbieten bzw. hierfür unter Angabe von Preisen werben. Private Anbieter sind nicht preisangabepflichtig.



9 Einleitung

Die Überwachung und Verfolgung der Ge- und Verbote (Vollzug) der Preisangabenverordnung obliegt den jeweiligen Landesbehörden. In Nordrhein-Westfalen gehört die Überwachung in den Zuständigkeitsbereich des Ministeriums für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen. Der **Vollzug** vor Ort liegt bei den jeweiligen kommunalen Ordnungsbehörden, den Ordnungsämtern der Städte und Gemeinden.

Die zuständigen kommunalen Behörden der Städte und Gemeinden haben die Aufgabe, bei dem Handel und den Dienstleistungsunternehmen die Beachtung der Pflichten nach der Preisangabenverordnung zu überwachen und für ihre Einhaltung zu sorgen. Regelmäßige Überprüfungen gehören zum Tagesgeschäft. Erwiesene Verstöße gegen die Preisangabenverordnung können im Ordnungswidrigkeitsverfahren mit Bußgeldern bis maximal 25.000 Euro belegt werden. Daneben haben aber auch Kammern, Wettbewerber oder Verbraucherschutzorganisationen, wie die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen, die Möglichkeit einzuschreiten und – unter bestimmten Voraussetzungen – vor Gericht zu klagen, wenn Anbieter durch unterlassene oder unrichtige Preisangaben gegen das geltende Recht verstoßen haben.



10 Einleitung

Die tägliche Überprüfungspraxis der kommunalen Ordnungsbehörden weist leider immer wieder hohe Beanstandungswerte auf. Die Ordnungsbehörden konnten zum Teil erhebliche Mängel nachweisen. Die Ergebnisse aus diesen Untersuchungen zeigen, wie unzureichend die Vorschriften der Preisangabenverordnung von den Unternehmen beachtet werden. Bestimmt geschieht dies nicht immer mutwillig, denn wie in der Verbraucherschaft gibt es sicherlich auch bei einigen Betrieben eine große Unkenntnis darüber, wer was und wie auszeichnen muss. Eine wichtige Erfahrung und ein bedeutender Grund, daran etwas zu ändern.

Die Preisangabenverordnung ist ein grundlegend juristischer Text, der einiger Übersetzungsarbeit bedarf, wenn Verbraucherinnen und Verbraucher sich darüber informieren möchten, welche Vorschriften der Handel und die Dienstleistungsunternehmen einzuhalten haben. Die wichtigsten Informationen zur Preisangabenverordnung finden Sie in der vorliegenden Broschüre. Außerdem gibt die Publikation Hinweise, wie und wo sich Verbraucherinnen und Verbraucher über falsche, unvollständige oder irreführende Preisauszeichnungen beschweren können.

*Laut Preisangabenverordnung bezieht sich der Begriff der Preisauszeichnung ausschließlich auf Waren. Der Ausdruck Preisangabe beschreibt darüber hinaus auch die Leistungen aus dem Dienstleistungsbereich. Im Folgenden wird der Begriff der Preisangabe für beide Gebiete (Handel und Dienstleistung) verwendet.

**Ausführlichere Erklärungen zu den farblich hinterlegten Begriffen finden Sie im Glossar ab Seite 43.



Preisauszeichnung im Handel

Die Preisauszeichnungen, die wir im Supermarkt, beim Bäcker oder Metzger vorfinden, präsentieren sich in ganz unterschiedlichen Variationen. Die Regelung für die vorzunehmenden Auszeichnungen findet der Handel in der Preisangabenverordnung.

Endpreis- und Grundpreisangabe

In Supermärkten, Kaufhäusern und sonstigen Einzelhandelsgeschäften muss grundsätzlich jedes Produkt mit einem Preis ausgewiesen sein. Die Pflicht zur Angabe des Endpreises ist das oberste „Gebot“ und zentrale Vorschrift der Preisangabenverordnung. Konkret bedeutet das, die Preise so anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer (Mehrwertsteuer) und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind. Die Preisangabenverordnung verwendet dafür den Begriff

Endpreis. Eine Aufgliederung des Preises ist grundsätzlich nicht verboten, aber nur in einigen Fällen üblich. Sie finden diese Form der Auszeichnung manchmal auf einer Rechnung aus dem Reisebüro oder von einer Fluggesellschaft, wo eine Auflistung der zusätzlichen Kosten wie Flughafen-, Abfertigungs-, Versicherungs-

12 Preisauszeichnung im Handel

oder Sicherheitsgebühr zu sehen ist. Doch auch in diesem Fall darf der Endpreis nicht fehlen, er muss hervorgehoben werden.

Neben dem Endpreisgebot gibt es seit dem 1. September 2000 für Waren, die verpackt oder abgepackt sind, die Verpflichtung zur Grundpreisangabe. Die **Grundpreisangabe** soll einen leichteren Preisvergleich ermöglichen, besonders bei Packungen mit unterschiedlicher Füllmenge. Grundsätzlich müssen alle Waren, die nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden, mit dem Grundpreis ausgezeichnet werden. Das gilt zum einen für Waren in Fertigpackungen, die in Abwesenheit des Käufers abgepackt und verschlossen wurden und die nicht ohne Öffnen oder merkliche Änderung der Verpackung verändert werden können. Außerdem für Waren in offenen Verpackungen, die ebenfalls in Abwesenheit der Käufer abgefüllt wurden, sowie für Waren, die als Verkaufseinheiten ohne Umhüllungen abgegeben werden.

Zur Verdeutlichung nehmen wir beispielhafte Produkte von einem Einkaufszettel:



13 Preisauszeichnung im Handel

Artikel

Richtige Preisauszeichnung

Zahnbürste

Verkauf pro Stück. Daher genügt die Angabe des Endpreises, z. B. 1,99 Euro.

Körperlotion, Spülmittel, Konserven

Diese Produkte gibt es in Fertigpackungen, die nach Volumen bzw. nach Gewicht verkauft werden. Außerdem wurden sie in Abwesenheit des Käufers abgepackt und verschlossen und können nicht ohne Öffnen oder merkliche Änderung der Verpackung verändert werden. Deshalb muss neben dem Endpreis auch der Grundpreis angegeben werden, z. B. 400 ml Körperlotion = 4,99 Euro, 1 l = 12,48 Euro.

Frische Erdbeeren

Das Produkt ist in einem offenen Behältnis (z. B. Körbchen) und wurde in Abwesenheit des Käufers abgewogen und dann für den Verkauf bereitgestellt. Auch hier gilt neben dem Endpreis die Verpflichtung zur Grundpreisangabe.

Brot, Hefengebäck

Diese Produkte unterliegen ebenfalls der Grundpreisangabepflicht. Sie haben keine Umhüllung, werden in Abwesenheit des Verbrauchers „abgemessen“ und anschließend nach Gewicht in den Verkauf gebracht.

Frischwurst- aufschnitt, Käse

Diese Waren müssen, da sie „lose“ und unverpackt sind sowie in Anwesenheit des Verbrauchers oder auf seine Veranlassung „abgemessen“ werden, lediglich mit dem Grundpreis ausgezeichnet werden. Der Endpreis ergibt sich aus der jeweils abgewogenen Menge.

14 Preisauszeichnung im Handel

Die Preise, Grund- und Endpreis, müssen in unmittelbarer Nähe zueinander angebracht sowie unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar sein.

Der Gesetzgeber sieht außerdem vor, dass neben der Angabe des End- und gegebenenfalls auch des Grundpreises zusätzlich die entsprechende **Verkaufs- bzw. Leistungseinheit** angegeben werden muss, auf die sich der Preis bezieht. Die Auszeichnung bzw. die Angabe erfolgt nach etwaigen gesetzlichen Vorschriften oder – falls diese fehlen – nach der jeweiligen **allgemeinen Verkehrsauffassung**.

Ausnahmen

Waren, die von kleinen Direktvermarktern sowie von kleinen Einzelhandelsgeschäften – überwiegend im Wege der Bedienung – angeboten werden, sind von der Grundpreisangabepflicht ausgenommen. Von „überwiegender Bedienung“ wird gesprochen, wenn mehr als 50 Prozent des Warensortiments nur mit Bedienung erhältlich sind. Mit dieser Ausnahmeregelung sind sogenannte Tante-Emma-Läden, Kioske und mobile Verkaufsstätten* privilegiert.



*sofern sie ihr Warensortiment nicht „im Rahmen eines Vertriebssystems“ beziehen wie etwa Filialbetriebe mit mehreren Filialen oder Franchise-Unternehmen. Dann sind sie nämlich doch zur Grundpreisangabe verpflichtet.

15 Preisauszeichnung im Handel

Währung

In Deutschland müssen Preise selbstverständlich in Euro angegeben werden. Es ist den Geschäftsleuten jedoch anheimgestellt, daneben weitere Preisinformationen zu geben (z. B. in Schweizer Franken als Vergleichspreis in Grenzgebieten). Allerdings darf das nicht zur Irreführung der Verbraucher führen. Die Euro-Preise sollten daher hervorgehoben werden.

Gütebezeichnung

Gütebezeichnungen sind ebenfalls Angaben, die Waren zugeordnet sind. Sie sehen solche Gütebezeichnungen beispielsweise bei Ihren täglichen Einkäufen in Form von Handelsklassen für Obst und Gemüse oder Speisekartoffeln. Fehlen solche Spezialvorschriften, kann es auch nach der jeweiligen allgemeinen Verkehrsauffassung eigenständige Gütebezeichnungen geben. Dazu zählen etwa Bezeichnungen des Herstellers wie „1. Wahl“ oder „2. Wahl“ sowie Gütezeichen wie „Der Blaue Engel“ o. ä.



Möglichkeiten der Warenauszeichnung

Nach der Preisangabenverordnung sind verschiedene Möglichkeiten der Preisangabe für Handels- und Dienstleistungsunternehmen zulässig.

Prinzipiell müssen die Preisangaben den Waren eindeutig zugeordnet sowie „leicht erkennbar und deutlich lesbar“ sein. Leicht erkennbar sind Preisangaben dann, wenn sie ohne Schwierigkeiten aufzufinden sind. Deutlich lesbar sind sie, wenn Kunden mit normaler Sehkraft sie ohne Hilfsmittel und Mühe aus angemessener Entfernung lesen können. Bestimmte Größen der Preisschilder und Beschriftungen sind nicht vorgeschrieben. Somit ist die Verkaufspraxis im Selbstbedienungshandel hinnehmbar, wenn die Waren mit Preisetiketten in der Größe 1 x 2 cm ausgezeichnet sind und unter Umständen zur Preisinformation in die Hand genommen werden müssen.

17 Möglichkeiten der Warenauszeichnung

In einigen Bereichen sind Verbraucher inzwischen daran gewöhnt, dass Preise an bestimmten Stellen zu finden sind. Bei Büchern beispielsweise auf den Innenseiten des Einbandes (vorn oder hinten), bei Glas- oder Porzellanwaren auf der Unterseite der Ware. Einiger Suche bedarf es dagegen bei Konfektionskleidung auf Kleiderständern oder in Regalen: Dort sind die Preisangaben an unterschiedlichen Stellen angebracht.

Die häufigsten Möglichkeiten der Preisauszeichnung sowohl für den Handel als auch für Dienstleistungsunternehmen werden im Folgenden kurz dargestellt.

Einzelpreisschilder sind hauptsächlich bei lose angebotenen Lebensmitteln in Verkaufstheken wie Backwaren, Obst und Gemüse, Fleisch, Wurstwaren, Käse, Salate usw. zu finden. Wichtig ist, dass der Bezug des Preisschildes zur jeweiligen Ware eindeutig ist. Eine „Leiste“ mit zahlreichen Preisschildern in der Verkaufstheke, die nicht eindeutig den einzelnen Waren zugeordnet werden können, reicht nicht aus.

Großpreisschilder sind typisch für Discountläden und Supermärkte. Sie sind über oder unter den Regalen, in denen sich die Waren befinden, angebracht. Sogenannte Deckenhänger gehören ebenfalls in den Bereich der Großpreisschilder. Sie kennen diese Variante vor allem aus Getränkemärkten. Auch hier muss die Zuordnung der Schilder zu den Waren stets eindeutig sein.

Sammelpreisschilder sind Ihnen als übliche Preisauszeichnung beispielsweise aus Schaufenstern im Möbelhandel bekannt. Hier sind meist auf einem **Sammelpreisschild** die Preise für einen Tisch, einzelne Stühle usw. aufgeführt. Natürlich müssen auch hier die jeweiligen Preise den entsprechenden Artikeln eindeutig zuzuordnen sein.

18 Möglichkeiten der Warenauszeichnung

Die Beschriftung der Ware kann eine **unverbindliche Preisempfehlung** in Form eines Preisaufdrucks des Herstellers oder des Importeurs sein. Sie kann aber auch vom Händler selbst, mittels Preisetiketten oder Aufdrucken an der Ware oder der Warenverpackung, angebracht werden.

Im Baufachmarkt ist es üblich, dass einige Preise, beispielsweise von Kleineisenwaren, mittels einer Codierung durch Zuordnung ersichtlich sind. Dazu werden Behältnisse, in denen sich Nägel, Schrauben o. ä. befinden, unterschiedlich gekennzeichnet; in deren Nähe wird ein Verzeichnis angebracht, aus dem die jeweiligen Preise oder Preisgruppen hervorgehen, z. B. „roter Punkt = 0,50 Euro“.

Sind Waren allein mit sogenannten **Strichcodes**, also ohne eine zusätzliche tatsächliche Preisangabe, ausgezeichnet, handelt es sich um keine hinreichenden Preisinformationen, da nur der Scanner, nicht aber der Kunde selbst diese Information lesen kann.

Eine weitere bekannte Möglichkeit der Preisauszeichnung ist die Verwendung von **Preisverzeichnissen**.



19 Möglichkeiten der Warenauszeichnung

Preisverzeichnisse sind meist listenartig dargestellt und enthalten eine Vielzahl angebotener Gegenstände nebst dazugehöriger, eindeutig zuzuordnender Preise und sonstiger Angaben. Preisverzeichnisse gibt es sowohl im Handel als auch im Dienstleistungsgewerbe. Ihnen begegnet diese Form der Preisauszeichnung am häufigsten in den Geschäftsbereichen des Handwerks oder im Kreditgewerbe, bei Gaststätten in Form von Speisekarten, in Beherbergungsbetrieben wie Hotel und Pension sowie auf Parkplätzen u. ä.

Es gibt noch weitere Möglichkeiten der Preisauszeichnung, die allerdings nicht besonders häufig oder nur in speziellen Fällen ihre Anwendung finden. Dazu zählen beispielsweise mündliche Werbeaussagen unter Angabe von Preisen, Beschriftung der Behältnisse oder Regale oder Musterbücher. Nähere Erklärungen dazu finden Sie im Glossar.

Werbung

Grundsätzlich bedarf es in der Werbung keiner Preisangabe. Der Werbende kann frei entscheiden, ob er mit Preisen werben will oder nicht. Im Werbefernsehen sehen wir beispielsweise kaum Werbung mit Preisangaben. Hier geht es den Herstellern eher um die generelle Markenwerbung und Imagepflege. Anders ist es bei der Werbung, die wir aus Inseraten in Zeitungen oder Zeitschriften, aus Prospekten, Flugblättern o. ä. kennen. In diesen Fällen entscheiden sich die Anbieter meist freiwillig für die Angabe von Preisen, um einen größeren Werbeeffect zu erzielen. Wird allerdings unter der Angabe von Preisen geworben, dann gilt die Preisangabenverordnung im Ganzen, d. h. mit Endpreisgebot, gegebenenfalls Grundpreisangabe usw.

20 Möglichkeiten der Warenauszeichnung

Auf einen Blick

Art der Preisangabe	Wo zu finden?
Einzelpreisschilder	Hauptsächlich bei lose angebotenen Lebensmitteln in Verkaufstheken. Außerdem auch auf verpackter Ware in kleineren Einzelhandelsgeschäften.
Großpreisschilder	Hauptsächlich in großen Einkaufsmärkten ober- oder unterhalb der Regale, in denen sich die Ware befindet.
Sammelpreisschilder	Häufig in Schaukästen und Schaufenstern. Auf einem Schild sind die einzelnen Preise der ausgestellten Waren zusammengefasst.
Beschriftung der Ware	Vorwiegend im Einzelhandel. Entweder als unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers bzw. des Importeurs oder durch eigene Preisetiketten des Händlers.
Codierung durch Zuordnung	Bei einer Fülle von Kleinteilen, beispielsweise bei Nägeln und Schrauben im Bau-fachmarkt.
Strichcode	Der Strichcode ist an der Ware selbst angebracht. Nahezu sämtliche Produkte im Handel sind damit ausgezeichnet.
Preisverzeichnisse	Vorwiegend im Dienstleistungsgewerbe wie Handwerk, Gaststätten etc. Meistens genügt es, die wesentlichen Leistungen zu nennen.
Mündliche Werbeaussagen unter Angabe von Preisen	Kommen in allen elektronischen Medien (Telefon, Hörfunk, Fernsehen) vor.
Musterbücher	Vor allem im Handel mit Gardinen, Stoffen usw.
Beschriftungen der Behältnisse oder Regale	Diese Form ist im Einzelhandel zu finden, wenn es sich um nicht sichtbar aus-gestellte, aber im Verkaufsraum bereit-gehaltene Ware handelt.

21 Möglichkeiten der Warenauszeichnung

Zu beachten!

Bezug des Preisschildes zur Ware muss eindeutig sein.

Bezug des Preisschildes zur Ware muss eindeutig sein.

Bezug des Preisschildes zur Ware muss eindeutig sein.

Wenn es neben der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers eine zusätzliche und abweichende Preisauszeichnung des Händlers gibt.

Die Codierung mittels Farbpunkten, Buchstaben oder Zahlen muss eindeutig zuzuordnen sein.

Ohne zusätzliche weitere Angaben handelt es sich nicht um eine korrekte Preisauszeichnung.

Die Preise in den Preisverzeichnissen verstehen sich ebenfalls als Endpreise inklusive aller Leistungselemente wie z. B. anteilige Umsatzsteuer etc.

Bei lesbaren Texten müssen die Preisinformationen leicht erkennbar und deutlich wahrnehmbar sein. Die Angaben müssen hinreichend lange sichtbar eingeblendet bleiben.

Preise sind unmittelbar bei den Abbildungen oder Beschreibungen oder in Form von Preisverzeichnissen anzugeben.

Bezug der Beschriftung zur Ware muss eindeutig sein und sich als Endpreis verstehen.

22 Möglichkeiten der Warenauszeichnung



Ausnahmen

Die Preisangabenverordnung sieht für einige Gewerbe-
zweige im Handel sowie im Dienstleistungsbereich
gewisse Ausnahmen vom „Wie“ und „Wo“ der sonst
gebotenen Preisangabe vor. Bei den folgenden Aus-
nahmen gelten die Vorschriften über Preisschilder,
Beschriftung der Ware oder Preisverzeichnisse nicht.

Im Handel nicht ...

- für Kunstgegenstände, Sammlungsstücke und Antiquitäten. Letztere müssen innerhalb der EU mindestens 100 Jahre alt sein. Sammlungsstücke müssen zur Aufnahme in eine (nach wissenschaftlichen Grundsätzen aufgebaute) öffentliche Sammlung geeignet sein;
- für Waren, die in Werbevorführungen angeboten werden, sofern der Preis bei der Vorführung und unmittelbar vor Abschluss des Kaufvertrages genannt wird, wie im Beispiel der „Marktschreier“;
- für Blumen oder Pflanzen, die unmittelbar vom Freiland, Treibbeet oder Treibhaus verkauft werden. Die Blumen oder Pflanzen (keine anderen agrarischen Produkte) müssen sich allerdings noch in oder an der Erde befinden.

23 Möglichkeiten der Warenauszeichnung

Im Dienstleistungsbereich nicht ...

- für einzelfallbezogene Leistungen, die üblicherweise aufgrund von schriftlichen Angeboten oder Voranschlägen erbracht werden. Diese gibt es vornehmlich im Bau- und Ausbaugewerbe, aber auch in anderen Geschäftszweigen;
- für Spezialanfertigungen;
- für künstlerische, wissenschaftliche und pädagogische Leistungen gegenüber einzelnen Personen und in privaten Räumen. Leistungen, die in allgemein zugänglichen Räumen wie Konzertsälen, Theatern, Filmtheatern, Schulen, Instituten oder dergleichen stattfinden, sind nicht von der Ausnahmeregel betroffen und unterliegen der allgemeinen Preisangabenpflicht.



Sonderangebote und Rabattgewährung

Nachdem am 25.7.2001 das Rabattgesetz aufgehoben wurde, können Verbraucher auf ein breites Angebot an reduzierter Ware zurückgreifen sowie auch individuelle Rabatte aushandeln. Einzelhändler dürfen Preisnachlässe auf die „allgemein geforderten Preise“ gewähren. Das Endpreisgebot bleibt bei dieser Regelung jedoch unangetastet.

Rabatt und Margenpreis

Geschäftsleute haben grundsätzlich die Möglichkeit, individuelle Rabatte auf ihre angebotenen Waren zu gewähren. Der allgemein geforderte Preis muss zuvor jedoch feststehen und grundsätzlich ein fester Preis für ein konkretes Angebot sein. Sogenannte Margenpreise („von ... bis“ oder „ab“) sind in jedem Fall unzulässig.

Anders ist es bei der Werbung „unter Angabe von Preisen“. Dort dürfen Margenpreise genannt werden, wenn der Händler dadurch auf den Umfang des angekündigten Angebots hinweisen möchte. So kann es etwa an einem Aktionstisch im Kaufhaus heißen: „Badehosen ab 10 Euro“. Wichtig ist jedoch, dass an der Ware selbst der konkrete Endpreis, also der feste Angebotspreis über beispielsweise 14,99 Euro angebracht ist.



25 Sonderangebote und Rabattgewährung

Ausnahmen gibt es außerdem für einige Berufsgruppen. Im Friseurhandwerk dürfen beispielsweise drei Preisgruppen gebildet werden, je nachdem, ob das Haar „kurz, mittel oder lang“ ist. Eine ähnliche Regelung gilt für chemische Reinigungsbetriebe: Dort wird nach Art des Materials unterschieden (Wollmantel „leicht, ungefütert“ oder „schwer, gefüttert“ bzw. Pullover „ohne Ärmel“ oder „mit Ärmel“).

Mehrere Preise

Ware mit **mehreren Preisen** gibt es meist bei Sonderangeboten des Handels. Diese sind häufig auch mit pauschalen Preisherabsetzungen angezeigt. Sie kennen diese Anwendung, wenn Schilder auf Aktionstischen mit „Alle Artikel 50 Prozent reduziert“ beschriftet sind. In diesem Fall müssen die Preise an den einzelnen Artikeln nicht den bereits auf 50 Prozent reduzierten Preis ausweisen. Daneben können auf den Preisschildern die früheren – höheren –, nun aber für ungültig erklärten und durchgestrichenen Preise erkennbar bleiben. Diese Preisgegenüberstellung der eigenen Alt- und Neupreise ist grundsätzlich zulässig.

Um eine Irreführung des Verbrauchers handelt es sich, wenn der frühere, höhere Altpreis gar nicht oder nicht ernsthaft über einen längeren Zeitraum verlangt worden war. Das Gleiche gilt, wenn der Handel absichtlich alte überhöhte Preise ansetzt, um eine Preissenkung vorzutäuschen.



26 Sonderangebote und Rabattgewährung

Darüber hinaus sind mehrere Preise gebräuchlich, wenn ein Hersteller oder Importeur einer Ware auf der Packung eine – kartellrechtlich zulässige – unverbindliche Preisempfehlung angebracht hatte und diese durch einen niedrigeren Preis vom Händler unterschritten wird.

Preis auf Verhandlungsbasis

Preise auf Verhandlungsbasis kennen Sie von Preisverhandlungen bei Immobilien und im Kfz-Gebrauchtwagenhandel. Generell ist diese Form der Preisgestaltung zulässig, wenn keine Rechtsvorschriften entgegenstehen und wenn es „üblich“ ist, also der allgemeinen Verkehrsauffassung entspricht. Wichtig ist jedoch, dass vor der Verhandlung grundsätzlich ein Preis angegeben wird. Dieser Preis ist dann als Höchstpreis zu verstehen, über dessen Unterschreitung verhandelt werden kann.

Grundsätze von Preisklarheit und Preiswahrheit

Bei der Darstellung mehrerer Preise ist grundsätzlich wichtig, dass die Klarheit der Preisangabe nicht beeinträchtigt ist und der Kunde klar erkennen kann, welches der nunmehr gültige Preis ist. Die Preisangabenverordnung nennt hierzu die Grundsätze von Preisklarheit und Preiswahrheit.

Preisklarheit bedeutet, dass die Aussagen zum Preis und die sonstigen von der Preisangabenverordnung vorgeschriebenen Angaben unzweideutig, also klar und verständlich sein müssen. Der Grundsatz der Preiswahrheit besagt, dass für jeden einzelnen Leistungsbereich ein fester Preis angekündigt und eingehalten werden muss. Steht also beispielsweise auf dem Preisschild „Kartoffeln, Handelsklasse I, 1 kg, 90 Cent“, dann muss auch in der Verpackung die entsprechende Ware enthalten sein, ansonsten liegt keine korrekte Preisangabe vor.

Besondere Regelungen für bestimmte Vertragsverhältnisse

Neben den bislang erwähnten Regelungen der Preisangabenverordnung für den Bereich des Handels gelten für einige Geschäftsbereiche zusätzliche Vorschriften. Allgemeine Grundsätze, wie Endpreisgebot, Gebot von Preisklarheit und Preiswahrheit usw., bleiben jedoch trotzdem erhalten.

Die wichtigsten Ausnahmen sind im Folgenden kurz erläutert. Weiterführende Informationen dazu finden Sie im Glossar ab Seite 43.

Energie (Elektrizität, Gas, Fernwärme) und Wasser

Seit der Markt für Elektrizität und Gas durch das Energiewirtschaftsgesetz liberalisiert wurde, können Kunden den Stromlieferanten frei wählen. Mit den veränderten Möglichkeiten sind vielfältige Chancen, aber auch eine Reihe Risiken verbunden, denn nicht alle angebotenen Stromlieferverträge sind gleich. Sie unterscheiden sich im Preis, aber auch in den Rechten und Pflichten.



28 Besondere Regelungen

Die Preisangabenverordnung hat eine klare Regelung getroffen, wie der Preis beim Angebot von **Energie** (Elektrizität, Gas, Fernwärme) und **Wasser** (und bei der Werbung hierfür unter Angabe von Preisen) genannt werden muss. Demnach muss das Unternehmen den verbrauchsabhängigen Preis je **Mengeneinheit** einschließlich der Umsatzsteuer und aller spezifischen Verbrauchsteuern, wie z. B. Ökosteuern, als Arbeitspreis (bei Energie) oder als Mengenpreis (bei Wasser) angeben.

Die gebotenen Preisangaben findet man in den Preisblättern oder Preisverzeichnissen der Unternehmen. Als Mengeneinheit für den Arbeitspreis bei Energie ist 1 Kilowattstunde und für den Mengenpreis bei Wasser 1 Kubikmeter zu verwenden.

Pfand für Leergut

Viele Produkte haben im Handel eine Pfandpflicht. Die Preisangabenverordnung sieht vor, dass dieser Pfandbetrag neben dem Preis für die Ware angegeben werden muss. Diese „Zweifach-Auszeichnung“ ermöglicht den Verbrauchern einen direkten Vergleich der Preise, denn er sieht sowohl den Preis für den jeweiligen Inhalt der Gebinde als auch eine Information über die Höhe des Pfands.

Beispiel für die Auszeichnung in einem Getränkemarkt:

Preis pro Flasche Wasser	0,75 l	0,99 Euro
Pfand je Flasche Wasser		0,30 Euro
Preis pro Kasten Wasser		10,50 Euro
Pfand je Kasten Wasser		3,60 Euro
Grundpreis bei Flasche Wasser	1 l	1,32 Euro
Grundpreis bei Kasten Wasser	1 l	1,16 Euro



Kreditgewerbe

Das **Kreditgewerbe**, wie Banken, Genossenschaftsbanken, Sparkassen, Bausparkassen, Versicherungen, Versandhandelsunternehmen, aber auch Kreditvermittler, die im fremden Namen handeln, ist im Falle einer Kreditgewährung zur Preisangabe verpflichtet.

Der „Preis“ bei Krediten ist ein spezifischer „Endpreis“ des Kreditgewerbes und umfasst die Gesamtkosten als „jährlicher Vomhundertsatz des Kredits“. Dieser wird als **effektiver Jahreszins** bezeichnet. Wenn der effektive Jahreszins aufgrund möglicher Änderungen des Zinssatzes oder anderer preisbestimmender Bestandteile des Vertrags, die erst während der Laufzeit des Kredits zum Tragen kommen, nicht ermittelt werden kann, spricht man von „**anfänglichem effektiven Jahreszins**“.

Besonderheiten im Kreditgewerbe betreffen zum einen Dispositionskredite, also Überziehungskredite, die auf einem laufenden Konto zur Verfügung gestellt werden: Hier erleichtert die Preisangabenverordnung die Preisangabe, denn grundsätzlich genügt dort die Angabe des Zinssatzes pro Jahr. Zum anderen sind Bauspar Darlehen mit Sonderregelungen versehen. Diese sind jedoch recht umfangreich. Wenn Sie dazu Fragen haben, dann ist die Verbraucherzentrale bei dieser Angelegenheit eine hilfreiche Informationsstelle.

30 Besondere Regelungen

Gaststätten

Bistro, Restaurant, Café oder Kneipe: Für alle Arten von Gaststätten und ähnlichen Betrieben gelten zunächst auch die allgemeinen Vorschriften der Preisangabenverordnung. Der Endpreis schließt hier auch alle anderen Leistungen, wie z. B. das Bedienungsgeld, mit ein.

Eine spezielle Vorschrift regelt darüber hinaus, wie und wo die geforderten Preise anzugeben sind. Grundsätzlich müssen die angebotenen Speisen und Getränke in **umfassenden Preisverzeichnissen** angegeben werden.

Diese Preisverzeichnisse, besser bekannt als Speisen- und Getränkekarten, müssen

- auf den Tischen liegen, oder
- jedem Gast vor Entgegennahme von Bestellungen und auf Verlangen bei Abrechnung vorgelegt werden, oder
- gut lesbar angebracht sein.

Zusätzlich ist neben dem Eingang der Gaststätte ein Preisverzeichnis anzubringen, das die Preise für die **wesentlichen Leistungen**, also der Speisen und Getränke, enthalten muss.

Werden Speisen und Getränke in Gaststätten sichtbar ausgestellt oder im Wege der Selbstbedienung zum Kauf angeboten, sind Anbieter, wie im Handel, zur Preisangabe mittels Preisschildern oder Beschriftung der Ware verpflichtet.

Immer häufiger gibt es Gaststättenbetriebe, die in einem Handelsbetrieb integriert sind. Es kann beispielsweise ein Café im Buchladen, ein kleines Bistro im Modegeschäft oder ein Restaurant im Warenhaus sein, das den Kunden mit Speisen und Getränken eine kleine Erholungspause anbietet. Solche Betriebe unterliegen ebenfalls den bereits genannten Vorschriften dieser

31 Besondere Regelungen



Sonderregelung. Im Unterschied zu den „normalen“ Gaststättenbetrieben brauchen sie die Preisverzeichnisse jedoch nicht am Eingang des Warenhauses anzubringen. Es genügt, wenn sie am Eingang des Gaststättenteils hängen.

Beherbergungsbetriebe

Hotels, Pensionen sowie Jugendherbergen u. a. sind laut Preisangabenverordnung Beherbergungsbetriebe, die ebenfalls Sondervorschriften zu beachten haben. Demnach muss das Preisverzeichnis an gut sichtbarer Stelle beim Eingang oder bei der Rezeption angebracht oder ausgelegt sein. Es muss die „im Wesentlichen angebotenen Zimmer“ und, falls der Betrieb die Leistung anbietet, auch den Frühstückspreis aufzeigen. Die Preise in den Verzeichnissen sind, wie bei den Gaststätten, Endpreise, die alle sonstigen Zuschläge, wie z. B. Heizkostenzuschlag oder Hochsaisonzuschlag, enthalten müssen.

Kann in Beherbergungsbetrieben oder in Gaststätten ein Telefon oder Internet benutzt werden, so ist der geforderte Preis für dessen Nutzung auch im Preisverzeichnis am Eingang oder bei der Rezeption bzw. in der Nähe des Telefons bzw. Internetzugangs anzugeben.

32 Besondere Regelungen

Tankstellen

Tankstellen nehmen eine besondere Stellung in der Preisangabenverordnung ein, da sie sowohl Waren als auch Dienstleistungen anbieten.

Insoweit gelten für sie zunächst die allgemeinen Vorschriften der Preisangabenverordnung wie Endpreisgebot sowie Grundsätze von Preisklarheit und Preiswahrheit. Darüber hinaus gelten für sie auch noch zusätzlich die speziellen Vorschriften über das „Wie“ und „Wo“ der Preisangabe.

Die Spezialvorschrift zur Preisangabe für Kraftstoffe schreibt vor, Preise an Tankstellen so auszuzeichnen, dass sie für heranfahrende Kraftfahrer auf der Straße deutlich lesbar sind. Auf Bundesautobahnen müssen die Preise so angegeben sein, dass sie von in den Tankstellenbereich einfahrenden Kraftfahrern eindeutig zu erkennen sind. Ausgenommen von diesen Regelungen sind davon verständlicherweise Kraftstoffmischungen, die erst in der Tankstelle hergestellt werden. Die Verkaufseinheit für Kraftstoffe ist, nach der **allgemeinen Verkehrsauffassung**, der Liter. Als Gütebezeichnungen sind die Begriffe „Normal“, „Super“, „Super Plus“ und „Diesel“ gebräuchlich. Verkaufseinheit und Gütebezeichnung sind im Rahmen der allgemeinen Verkehrsauffassung anzugeben.



33 Besondere Regelungen

Zur deutlichen Lesbarkeit der Lettern und Ziffern besteht bei den Vollzugsbehörden ein Einvernehmen: Sind die Preisschilder senkrecht zur Fahrbahn angebracht, dann beträgt die Zifferngröße mindestens 40 cm. Das gilt auch für die Lettern zur Kraftstoffqualität. Die Nennung von drei Stellen nach der Kommastelle (z. B. „1,029“) wird von den Behörden hingenommen. Allerdings müssen auch diese Ziffern „deutlich lesbar“ im obigen Sinne sein.

Verlangen Tankstellen für die Bezahlung mittels Kreditkarte einen Zuschlag, ist dies an oder über der Zapfsäule zu vermerken.

Garagen, Einstellplätze, Parkplätze

Gegenstand der Preisangabe für **Garagen, Einstellplätze und Parkplätze** ist laut Preisangabenverordnung der Mietpreis für die „Überlassung eines Abstellplatzes“. Zur Preisangabe verpflichtet ist grundsätzlich derjenige, der „für weniger als einen Monat Garagen, Einstellplätze oder Parkplätze vermietet oder Kraftfahrzeuge verwahrt“.

Die Spezialvorschrift der Preisangabenverordnung für diesen Geltungsbereich regelt vor allem das Anbringen der Preisangabe. Damit der Benutzer noch vor seinem Entschluss, das Fahrzeug abzustellen, eine ausreichende Preistransparenz erhält, muss ein Preisverzeichnis



34 Besondere Regelungen

am Anfang der Zufahrt angebracht werden, aus dem die geforderten Preise ersichtlich sind. Die Vollzugsbehörden verlangen, dass das Preisverzeichnis bei Tiefgaragen und Parkhäusern so zu sehen sein muss, dass grundsätzlich noch die Möglichkeit zur Weiterfahrt ohne Nutzung des Parkplatzes besteht, wenn der Preis zu hoch erscheint.

Fernabsatzverträge

Wenn Sie beispielsweise mithilfe des Telefons, per Brief oder per E-Mail, also mit sogenannten Fernkommunikationsmitteln, Verträge anbahnen oder abschließen, handelt es sich um einen Fernabsatzvertrag. Das wesentliche Kennzeichen solcher Verträge ist, dass sie ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Vertragspartner abgeschlossen werden können. Die Preisangabenverordnung sieht für Fernabsatzverträge eine besondere Regelung vor und verlangt bestimmte zusätzliche Angaben, die neben der Preisangabe notwendig sind.

Demnach muss der geforderte Preis für die Waren oder Leistungen in einem Fernabsatzvertrag

- außerdem die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten, sowie
- eine Angabe, ob zusätzlich Liefer- und Versandkosten anfallen. Wenn das der Fall ist, dann ist deren Höhe anzugeben, wobei sie allerdings nicht in den Endpreis eingerechnet werden müssen.

Mehrwertdiensternummern

Telefonische Beratungsdienste, wie z. B. die der Verbraucherzentrale, erreicht der Kunde über sogenannte Mehrwertdiensternummern. Mit diesen speziellen Nummern ist es möglich, telefonisch oder über den PC abrufbare Dienstleistungen schnell und einfach über die Telefonrechnung abzurechnen. Vor dem Hintergrund

35 Besondere Regelungen



des zunehmenden Missbrauchs dieser Rufnummern wurde im Telekommunikationsgesetz geregelt, dass bei Angeboten oder Werbung für Dienste, die über (0)900er-Rufnummern, Auskunftsrufnummern (118), (0)137er-Rufnummern, (0)180er-Rufnummern, Kurzwahlrufnummern oder 0(12)er-Rufnummern erbracht werden, eine Preisangabenpflicht besteht.

Die wichtigsten Punkte im Überblick:

- In der Werbung oder bei Angeboten über diese Rufnummern muss der aus dem deutschen Festnetz zu zahlende Bruttopreis genannt werden. Bei abweichenden Preisen aus den Mobilfunknetzen ist entsprechend darauf hinzuweisen.
- Bei zeitabhängigen Preisen muss der Minutenpreis, bei Blocktarifen der Gesamtpreis für die Verbindung genannt werden.
- Es gibt eine kostenlose Preisansagenpflicht bei Beginn eines Anrufs. Den Anrufern müssen die Preise der 0190er-/0900er-Rufnummern pro Minute bzw. je Nutzung angesagt werden.
- Preisangaben müssen grundsätzlich kostenlos sein und spätestens drei Sekunden vor Beginn der

36 Besondere Regelungen

Entgeltspflicht gemacht werden. Tarifänderungen, die sich während der Verbindung ergeben, sind ebenfalls anzugeben.

- Die Einführung von Preisobergrenzen/Höchstpreisen führt bei einer Überschreitung zu einer automatischen Trennung.
- Wurde der Verbraucher nicht in der vorgeschriebenen Weise über den Preis informiert, hat der Anbieter keinen Anspruch auf Zahlung des Entgelts.

Der behördliche Vollzug für den Bereich der Mehrwertsteuer- und Rufnummern liegt grundsätzlich bei der Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen, wo Sie auch weiterführende Informationen zum Telekommunikations- und Postmarkt erhalten. Die Adresse finden Sie auf Seite 51.

Sonderfälle

Über die genannten besonderen Vertragsverhältnisse hinaus nennt die Preisangabenverordnung weitere Ausnahmen.

Es besteht demnach keine Preisangabenpflicht für den Wirtschaftsverkehr zwischen den vorgelagerten Handelsstufen z. B. für den Großhandel. Ebenso wenig gilt sie für gewerbliche Endabnehmer, welche die angebotenen Waren oder Dienstleistungen in ihrer selbstständigen beruflichen oder gewerblichen oder in ihrer behördlichen oder dienstlichen Tätigkeit verwenden. Weitere Sonderfälle finden Sie im Glossar unter Behörden, Freie Berufe (Arzt, Apotheker), Versteigerungen.

In diesen Beschränkungen kommt ganz besonders der verbraucherschützende Charakter der Preisangabenverordnung zum Ausdruck. Dies bedeutet allerdings nicht, dass außerhalb des Anwendungsbereichs der Preisangabenverordnung eine schrankenlose Freiheit

37 Besondere Regelungen

besteht. Hier hält das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) die entsprechenden Vorgaben bereit.

Wenn Sie noch tiefer in die Thematik der Preisangabenverordnung einsteigen wollen oder sich über das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb informieren möchten, dann schauen Sie in die aktuellen Gesetzestexte. Informationen, wo Sie die Texte abrufen können, finden Sie im Anhang auf den Seiten 57 und 58.





Praktische Tipps für Verbraucherinnen und Verbraucher

Wie bereits erwähnt, stellen die Ordnungsbehörden in ihren regelmäßigen Kontrollen erhebliche Mängel in der Preisangabenpraxis fest. Wichtig ist, dass Verbraucher bei Verstößen gegen die Preisangabenvorschriften nicht hilflos sind. Nachdem Sie nun mehr über die Kernaussagen der Preisangabenverordnung erfahren haben, soll es im folgenden Serviceteil mit einer Reihe praktischer Tipps um Ihre Einflussmöglichkeiten gehen.

Die Beschwerde

Verbraucher sind wichtige Partner der Ordnungsbehörden. Sie können durch Ihre Mithilfe die amtlichen Stellen unterstützen und so einen Beitrag zur Verbesserung der richtigen Preisauszeichnung leisten. Damit Sie Ihre Beschwerde gezielt und mit allen notwendigen Angaben weiterleiten können, haben wir an dieser Stelle wichtige Informationen zusammengetragen.

Wer kann sich beschweren?

Jede Verbraucherin und jeder Verbraucher.

Worüber kann man sich beschweren?

Sie können sich über alle unzureichenden Preisauszeichnungen, die Ihnen bei Ihrem Einkauf, beispielsweise im Supermarkt an der Käsetheke oder in einem Schaufenster auffallen, beschweren. Außerdem natürlich über alle sonstigen Verstöße gegen die Preisangabenverordnung, sei es im Dienstleistungsbereich oder im Handel.

Wo und wie kann man sich beschweren?

Der direkteste und schnellste Weg ist, sich unmittelbar an den zur Preisangabe Verpflichteten zu wenden. Das kann z. B. der Einzelhändler, der Handwerker, das Kreditinstitut oder die Wäscherei sein. Zunächst sollten Sie dort auf die jeweiligen Verstöße konkret hinweisen und deren Abstellung verlangen.

Zeigt sich der Adressat uneinsichtig und findet keine Verbesserung statt, dann besteht der nächste Schritt darin, sich an die zuständige Vollzugsbehörde zu wenden. Für die Überwachung der Preisangabenverordnung im Bereich des Handels und der Dienstleistungsunternehmen sind die kommunalen Ordnungsämter grundsätzlich die richtigen Ansprechpartner. Die jeweiligen Kontaktadressen und Ansprechpartner erfahren Sie bei Ihrer Stadt- und Gemeindeverwaltung oder aus dem örtlichen Telefonbuch bzw. dem Internet.

Für den Fall, dass Sie dort keinen Ansprechpartner finden, richten Sie Anliegen zur mangelhaften Preisangabe ausschließlich schriftlich per Post oder E-Mail an die für Sie zuständige Bezirksregierung. Die Verantwortung für die Preisangabenverordnung liegt in den fünf Bezirksregierungen in Arnsberg, Köln, Detmold, Münster und Düsseldorf jeweils in den Dezernaten 34. Schreiben

40 Praktische Tipps

Sie auf das Briefkuvert bzw. in die Betreffzeile der E-Mail die Nummer des Dezernats, dann erreicht Ihre Beschwerde direkt die richtige Stelle. Die Adressen der Bezirksregierungen finden Sie im Anhang auf Seite 50/51.

Der behördliche Vollzug für den Bereich der Mehrwertsteuerufnummern liegt grundsätzlich bei der Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen. Die Behörde hat sich nach der Liberalisierung des Telekommunikations- und Postmarktes in Deutschland zur zentralen Anlaufstelle für die Verbraucher entwickelt. Hier finden Sie sowohl allgemeine Informationen zum Telekommunikations- oder Postmarkt und zum Bereich Elektrizität/Gas als auch Hilfe, wenn Sie Schwierigkeiten mit ihren Telekommunikationsanbietern haben. Speziell eingerichtete Schlichtungsstellen für die Bereiche Telekommunikation und Post können vom Verbraucher zur Streitbeilegung angerufen werden, wenn Rechte aus diesen Gebieten verletzt sind. Die Adresse finden Sie in unserem Serviceteil auf Seite 51.

Preisangabenbeschwerden, die mit Angeboten aus dem Internet und anderen Telemedien zusammenhängen, sind für ganz Nordrhein-Westfalen an die Bezirksregierung Düsseldorf zu richten. Die Zuständigkeit liegt dort im Dezernat 21. Die Kontaktadresse finden Sie ebenfalls im Adressen- und Informationsteil des Ratgebers (Seite 51).

Neben den genannten staatlichen Stellen können sich Verbraucher darüber hinaus auch an Verbraucherschutzinstitutionen wie die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen wenden. Die Verbraucherzentrale hat in vielen Spezialgebieten kompetentes Fachwissen, um Sie in Fragen, die beispielsweise den Kauf von Waren und Dienstleistungen betreffen, gut zu beraten. Die Adressen der insgesamt 54 Beratungsstellen finden Sie im Anhang ab Seite 52.

41 Praktische Tipps

Die Beschwerde

- 1. Direkt an den Betroffenen**
Handel oder Dienstleistungsunternehmen
- 2. Kommunale Ordnungsbehörde**
Preisangabenverordnung
im Allgemeinen
Bezirksregierung
Düsseldorf/Dezernat 21
Bereich Mediendienste
- 3. Bezirksregierungen/
Dezernat 34**
Falls Probleme auf
kommunaler Ebene nicht
gelöst werden können
- 4. Verbraucherzentrale**
Allgemeine Beratung
beim Kauf von Waren
und Dienstleistungen



Fragen-Checkliste

Hier sind auf einen Blick noch einmal die wichtigsten Fragen zusammengestellt, damit Sie Ihre Beschwerde an die Verwaltung schnell und effektiv durchführen können.

- Worin besteht Ihrer Ansicht nach ein Verstoß gegen die Preisangabenverordnung? Beschreiben Sie kurz, was Ihnen aufgefallen ist.
- Um welches Produkt oder um welche Leistung handelt es sich? Name und genaue Bezeichnung des Produkts bzw. der Leistung.
- Name des Herstellers bzw. des Anbieters oder des unter Angabe von Preisen Werbenden.
- Verpackte oder unverpackte Ware? Größe, Darreichungsform oder Darreichungsmenge.
- Wo haben Sie das Produkt gesehen?
- Name und Anschrift des Geschäfts. Bei großen Discountläden auch zusätzlich die Angabe der Abteilung oder des Standortes, wo die Ware zu finden ist.
- Um welchen Anbieter handelt es sich? Name und Anschrift des Dienstleistungsunternehmens. Gegebenenfalls eine Kopie der Rechnung.
- Wann wurde die unkorrekte Preisauszeichnung von Ihnen festgestellt? Erstmalig am ...
- Haben Sie den zur Preisangabe Verpflichteten auf die Mängel aufmerksam gemacht? Einmalig oder mehrmalig? Wie war die Reaktion?

Was passiert dann?

Im Falle der Einbeziehung der Ordnungsbehörden werden Überprüfungen durchgeführt und entsprechende Maßnahmen eingeleitet, wie beispielsweise Ermahnungen oder Verhängung eines Bußgeldes oder Maßnahmen im Rahmen eines Verwaltungszwangsverfahrens. Im Bedarfsfall können darüber hinaus auch die zuständigen Bezirksregierungen eingeschaltet werden.

Glossar

A

Allgemeine Verkehrsauffassung

Angaben über Preise und Mengen müssen der allgemeinen Verkehrsauffassung entsprechen. Allgemeinsprachlich und sehr vereinfacht ausgedrückt könnte man die allgemeine Verkehrsauffassung auch mit „so wie es üblich ist“ übersetzen.

Dieser Grundsatz beinhaltet:

- die Verkehrs-, insbesondere die Handelsüblichkeit,
- die berechnete Verbrauchererwartung und
- die Vollzugspraxis der Behörden sowie die Rechtsprechung.

Die allgemeine Verkehrsauffassung kann zeitlich und regional/örtlich verschieden sein. So kann es z. B. in bestimmten Regionen der allgemeinen Verkehrsauffassung entsprechen, Obst und Gemüse per Kilo, in anderen Regionen je Stück auszuzeichnen.

Anfänglicher effektiver Jahreszins

Beim anfänglichen effektiven Jahreszins ist anzugeben, wann preisbestimmende Faktoren wie z. B. der Zinssatz geändert werden können und auf welchen Zeitraum Belastungen etwa aus einem Disagio (nicht vollständige Auszahlung des Kreditbetrages) zu verrechnen sind.

Ausnahmen

Ein ganzes Bündel einschlägiger Spezialvorschriften bezieht sich auf Leistungen, bei denen in Gesetzen oder Rechtsverordnungen die Angabe von Preisen besonders geregelt ist, beispielsweise im Bereich des Verkehrs (Straßenbahnen, Eisenbahnen). Wegen der komplizierten Regelungen sollte im Einzelfall Rat bei den Institutionen des Verbraucherschutzes gesucht werden. Adressen finden Sie dazu ab Seite 52.

B

Behörden

Gebühren für Leistungen von Bund, Ländern sowie von Kommunen sind nicht preisangabenpflichtig. Dazu zählen Kosten für die Ausübung hoheitlicher Tätigkeiten wie Gerichtskosten, Gebühren für das Ausstellen von Urkunden usw. Preisangabenpflichtig sind allerdings Leistungen, für die Benutzungsgebühren zu entrichten sind, wie z. B. für Theater, Konzerte, Museen, Schwimmbäder.

44 Anhang

Beschriftung der Behältnisse oder Regale

Die Variante der Beschriftung der Behältnisse oder Regale steht im Einzelhandel den übrigen zulässigen Varianten wie z. B. Preisschildern oder Preisverzeichnissen gleichberechtigt gegenüber, wenn es sich um nicht sichtbar ausgestellte, jedoch „im Verkaufsraum bereitgehaltene“ Waren handelt.

E

Effektiver Jahreszins

Die Modalitäten der Errechnung des effektiven Jahreszinses und des anfänglichen effektiven Jahreszinses sind sehr kompliziert. Sollten Sie dazu Fragen haben, dann ist die Verbraucherzentrale auch bei dieser Angelegenheit eine hilfreiche Informationsstelle.

Endpreis

Gelegentlich wird im Geschäftsleben auch von einem „Bruttopreis“ gesprochen, dem der „Nettopreis“ (ohne Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile) gegenübergestellt wird.

Energie (Elektrizität, Gas, Fernwärme) und Wasser

Fordert das Unternehmen „neben dem Arbeits- oder Mengenpreis“ sogenannte leistungsabhängige Preise, so sind diese vollständig und in unmittelbarer Nähe des Arbeits- oder Mengenpreises anzugeben. Diese Regelung gilt auch im Fall nicht verbrauchsabhängiger Preise.

F

Fernabsatzvertrag

Fernabsatzverträge sind laut Definition „Verträge über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen, die zwischen einem Unternehmen und einem Verbraucher unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln abgeschlossen werden“.

Fernkommunikationsmittel

Fernkommunikationsmittel sind beispielsweise Briefe, Kataloge, Telefonanrufe, Faxe, E-Mails sowie Teledienste. Grundsätzlich zählen auch Angebote und Werbung per Bildschirm und andere Medien, die „online“ vonstatten gehen, dazu.

Freie Berufe

Ausgenommen von der Preisangabenpflicht sind auch Waren oder Leistungen, „soweit für sie aufgrund von Rechtsvorschriften eine Werbung untersagt ist“. Dies trifft auf einige Freie Berufe zu, wie beispielsweise bei Ärzten oder Apothekern. Solche Werbebeschränkungen erfahren gerade in letzter Zeit eine Auflockerung.

G

Garagen, Einstellplätze, Parkplätze

Örtliche Gegebenheiten rechtfertigen auch entsprechende Abweichungen der genannten Spezialvorschrift. Zum Beispiel kann ein Preisverzeichnis erst an der Einfahrt einer Tiefgarage angebracht werden. In diesem Fall muss für den Verbraucher allerdings, nach Kenntnisnahme der Preisforderungen, grundsätzlich die Möglichkeit bestehen, das Objekt noch ohne Kostenfolge wieder verlassen zu können.

Großhandel

Großhandelsbetriebe sind von der Preisangabenverordnung ausgenommen. Allerdings müssen sie sicherstellen, dass ausschließlich „privilegierte“ Abnehmer, wie z. B. Gewerbetreibende, Zutritt haben und auch nur die berufsspezifischen Waren kaufen können.

Grundpreisangabe

Als Grundpreis wird der Preis pro Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile definiert. Die Mengeneinheiten für den Grundpreis sind 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter, 1 Meter oder 1 Quadratmeter. Bei Waren, die normalerweise in kleinen Mengen von bis zu 250 Gramm oder 250 Milliliter bzw. in großen Mengen ab 50 Kilogramm oder 100 Liter verkauft werden, gelten Sonderregeln. Zu weiteren Sonderfällen, die vom Gebot der Grundpreisangabe ausgenommen sind, zählen Waren, die verschiedenartige Erzeugnisse enthalten, die nicht miteinander vermischt oder vermengt sind, sowie Gebinde, die verschiedene Getränke enthalten. Darüber hinaus Waren, die von kleinen Direktvermarktern sowie kleinen Einzelhandelsgeschäften – überwiegend im Wege der Bedienung – angeboten werden. Die Grundpreisangabe gilt für den Verkauf ebenso wie für die Werbung unter Angabe von Preisen.

H

Höchstpreis

Eine Besonderheit in der Preisangabenpflicht bei Mehrwertdienstleistungen sind Höchstpreise. Demnach darf der Minutenpreis höchstens drei Euro betragen, wobei die Abrechnung höchstens im 60-Sekunden-Takt zugelassen ist. Bei zeitunabhängig abgerechneten Dienstleistungen, sogenannten Blocktarifen, ist der Höchstpreis auf 30 Euro pro Verbindung begrenzt. Zeitabhängig abgerechnete Anrufe werden nach einer Stunde automatisch getrennt. Höchstpreise können im Einzelfall überschritten werden. Voraussetzung ist allerdings, dass der Anrufer zuvor beim Anbieter schriftlich eine Persönliche Identifikationsnummer (PIN) beantragt hat. Diese PIN muss dann bei in Anspruchnahme der Dienstleistung eingegeben werden.

K

Kreditgewerbe

Für die Kreditwirtschaft gibt es ein Musterpreisverzeichnis. Dieses Preisverzeichnis über die „Regelsätze im standardisierten Privatkundengeschäft“ muss im Geschäftslokal ausliegen oder – sofern vorhanden – zusätzlich im Schaufenster oder im Schaukasten angebracht werden.

L

Leistungseinheit

Eine Leistungseinheit ist eine Maßeinheit, nach der Leistungen wie beispielsweise im Handwerk bemessen werden. Der allgemeinen Verkehrsauffassung zufolge stellt hier der Quadratmeter beim Bearbeiten von Flächen wie Tapezieren oder beim Verlegen von Fußböden die entsprechende Maßeinheit dar. Für Elektrizität, Gas und Fernwärme ist die Mengeneinheit die Kilowattstunde und für Wasser der Kubikmeter. Gesetzliche Regelungen über die Angabe der Leistungseinheit gibt es beispielsweise für die Lieferung von Elektrizität, Gas, Fernwärme und Wasser. Wo solche Vorschriften gelten, ist kein Raum für eine abweichende allgemeine Verkehrsauffassung.

Liefer- und Leistungsfrist

Ist die Liefer- bzw. Leistungsfrist bei Waren oder für Leistungen länger als vier Monate, dann können Preise mit einem Änderungsvorbehalt angegeben werden, wie beispielsweise bei dem Kauf eines Autos oder für die Buchung einer Pauschal-Flugreise. Grundsätzlich muss auf eine voraussichtliche Liefer- bzw. Leistungsfrist hingewiesen werden.

M

Mehrere Preise

Befinden sich auf einem Produkt mehrere Preise, ohne dass einer von ihnen durchgestrichen und damit als ungültig erklärt wurde, dann handelt es sich um einen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung. Zivilrechtlich betrachtet hat der Kunde allerdings überhaupt keinen Anspruch auf irgendeinen dieser ausgezeichneten Preise, denn der gültige Preis ist der, der dem Kunden an der Kasse genannt wird.

Mehrwertdiensternummer

Bei der Nennung von zeitabhängigen Preisen kann es sich auch um eine Von-bis-Preisspanne handeln. Hängt der Preis von der Übertragungsdauer ab, wie beispielsweise bei Telefaxangeboten, dann muss vorab feststehen, wie viele Seiten übermittelt werden. Bei Datendiensten per Internet ist entsprechend zusätzlich der zu übermittelnde Datenumfang z. B. in KB/Kilobyte anzugeben.

47 Anhang

Mengeneinheit

Besteht eine Grundpreisangabepflicht, dann ist der Mengenpreis für den Grundpreis grundsätzlich jeweils 1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter, 1 Meter oder 1 Quadratmeter. Bei Waren, die normalerweise in kleinen Mengen von bis zu 250 Gramm oder 250 Milliliter bzw. in großen Mengen ab 50 Kilogramm oder 100 Liter verkauft werden, gelten Sonderregeln. Beispiel: Bei festen Waren, die nach Gewicht verkauft werden, ist der grundsätzliche Bezugswert: 1 Kilogramm. Bei Waren, die üblicherweise in Mengen bis zu 250 Gramm verkauft werden: 100 g. Der Bezugswert bei Waren, die üblicherweise in Mengen ab 50 Kilogramm verkauft werden: 1 Zentner. Diese Handhabung gilt im gleichen Maße auch für flüssige oder feste Waren bzw. für Waren, die nach Länge verkauft werden.

Mündliche Werbeaussagen unter Angabe von Preisen

Mündliche Werbeaussagen unter Angabe von Preisen, etwa in elektronischen Medien (Telefon, Hörfunk, Fernsehen), müssen ebenfalls hinreichende Preisinformationen vermitteln. Sie müssen, wenn bei lesbaren Texten nicht schon die Erfordernis der „leichten Erkennbarkeit“ und „deutlichen Wahrnehmbarkeit“ zum Zuge kommt, jedenfalls sonst gut wahrnehmbar sein. Die Angaben müssen deshalb hinreichend lange genug sichtbar und eingeblendet bleiben.

Musterbuch

Musterbücher finden vor allem im Handel mit Tapeten, Gardinen, Stoffen und Bodenbelägen ihre Anwendung, denn auch in diesen Geschäftsbereichen sind Preisangaben unerlässlich. Die Preise in den Musterbüchern sind wahlweise unmittelbar bei den Abbildungen oder Beschreibungen der Waren oder in Form von Preisverzeichnissen anzugeben. Die Preisverzeichnisse müssen im klaren Zusammenhang zu den entsprechenden Waren stehen. Das Gleiche gilt auch für Kataloge, Warenlisten sowie Warenlisten auf Bildschirmen.

P

Pfand

Bei der Zweifach-Angabe von Pfandpreis und Gebindepreis ist es nicht notwendig, einen Gesamtbetrag zu bilden.

Preisangabenverordnung

Die Preisangabenverordnung gehört zum öffentlichen Recht und ist ein Teil des Wirtschaftsordnungsrechts. Da die Verordnung ständig der aktuellen Rechtsprechung angepasst wird, gilt für diesen Ratgeber die Fassung der Bekanntmachung vom 18. Oktober 2002 (Bundesgesetzblatt/BGBl. I S. 4197 – Preisangabenverordnung 2002). Im Serviceteil finden Sie die Internetadresse www.bmwi.de (Seite 57), unter der Sie sich kontinuierlich über die aktuelle Version informieren können.

Preisverzeichnis

Preisverzeichnisse sind häufig im Einzelhandel zu finden, wenn Waren nicht sichtbar oder nicht im Wege der Selbstbedienung angeboten werden, beispielsweise bei Produkten in verschlossenen Regalen. Die Verzeichnisse werden in diesem Fall den interessierten Kunden zur Einsichtnahme vorgelegt. Für die im Text genannten Wirtschaftszweige aus dem Dienstleistungsbereich genügt es grundsätzlich, wenn der Anbieter die Preise für seine wesentlichen Leistungen oder für seine Verrechnungssätze in Preisverzeichnisse aufnimmt. Daraus folgt, dass die Verzeichnisse nicht vollständig sein müssen, weil sie ja nur die „wesentlichen Leistungen“ erfassen. Deshalb sieht die Preisangabenverordnung vor, dass das Preisverzeichnis, wenn das Anbringen wegen des Umfangs „nicht zumutbar“ ist, zur Einsichtnahme am Ort des Leistungsangebots bereitzuhalten ist. Preisverzeichnisse können also „angebracht“ oder „aufgelegt“ werden.

S

Sammelpreisschild

Sammelpreisschilder sind akzeptabel, wenn sie eine Mehrzahl von Preisen für eine ebensolche Mehrzahl von Artikeln auführen. Die jeweiligen Preise müssen aber auch hier den jeweiligen Artikeln eindeutig zuzuordnen sein.

Strichcode

Besonders in der neueren Zeit haben viele Supermärkte Scanner-Geräte an verschiedenen Stellen im Supermarkt angebracht, wo der Kunde den Strichcode der Ware als Preis ablesen kann. Hierbei handelt es sich jedoch ausschließlich um eine zusätzliche Serviceleistung und ersetzt nicht die Preisangabe durch Beschriftung der Waren oder der Regale oder sonstige zulässige Preisauszeichnung.

U

Umfassendes Preisverzeichnis

Umfassende Preisverzeichnisse werden bei einigen Dienstleistungen verlangt. In ihnen müssen die Preise bzw. Verrechnungssätze für sämtliche angebotenen Leistungen enthalten sein. Von dieser Regelung sind beispielsweise Leistungen von Versicherungen oder physiotherapeutischer Berufe betroffen, da für diese Geschäftszweige kein kürzeres Preisverzeichnis in Betracht kommt.

Unverbindliche Preisempfehlung

Der Einzelhandel hat hier die Möglichkeit, statt der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers oder des Importeurs seinen eigenen, im Zweifel niedrigeren Preis auszuweisen. Der individuelle Preis des

49 Anhang

Händlers muss dann durch einen Aufkleber auf der Ware oder durch ein Preisschild in unmittelbarer Nähe der Ware erkennbar werden. Sollte der Einzelhändler die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers oder des Importeurs allerdings unverändert lassen und als seinen Endpreis übernehmen, so genügt er seiner Preisangabenpflicht mit der unverbindlichen Preisempfehlung.

V

Verkaufseinheit

Die Verkaufseinheit einer Ware ist immer eine bestimmte Menge, die sich nach etwaigen gesetzlichen Vorschriften oder – falls diese fehlen – nach der jeweiligen allgemeinen Verkehrsauffassung bemisst. Die Auszeichnung bzw. die Angabe erfolgt also entsprechend nach dem Gewicht in Gramm oder Kilogramm, nach dem Volumen in Milliliter, Liter oder Kubikmeter, nach der Länge in Zentimeter oder Meter, nach der Fläche in Quadratzentimeter oder Quadratmeter oder nach der Stückzahl. Gesetzliche Regelungen über die Angabe der Verkaufseinheit gibt es beispielsweise für die Lieferung von Elektrizität, Gas, Fernwärme und Wasser. Wo solche Vorschriften gelten, ist kein Raum für eine abweichende allgemeine Verkehrsauffassung.

Verrechnungssatz

Verrechnungssätze gibt es vor allem im Handwerk, beispielsweise als Stundensätze oder Kilometersätze. Sie müssen alle Leistungselemente einschließlich der anteiligen Umsatzsteuer enthalten und sind ihrerseits Endpreise.

Versteigerung

Warenangebote bei Versteigerungen sind ebenfalls von der Preisangabenverordnung ausgenommen. Hier ergibt sich der Preis erst aus Angebot und Zuschlag.

Vollzug

Behördliche Überwachung und Verfolgung der Ge- und Verbote, hier die Unterrichtung und Überwachung der Preisangabenverordnung an die zur Preisangabe Verpflichteten.

W

Wesentliche Leistungen

Als wesentliche Leistungen werden solche bezeichnet, die besonders häufig nachgefragt und besonders häufig erbracht werden. Welche Leistungen dazugehören, darüber entscheidet die allgemeine Verkehrsauffassung.

Adressen und weitere Informationen

Anschriften der Behörden

An dieser Stelle ist es nicht möglich, die Anschriften der Ordnungsämter aus den 396 Kommunen in Nordrhein-Westfalen aufzulisten. Sie erfahren die Anschrift und Telefonnummer des zuständigen Ordnungsamtes jedoch aus dem örtlichen Telefonbuch oder bei Ihrer Stadt- bzw. Gemeindeverwaltung oder auf den Internetseiten der Kommunen.

Sollte es nicht möglich sein, dass Ihnen die kommunalen Ordnungsbehörden weiterhelfen können, dann richten Sie Anliegen zur mangelhaften Preisangabe ausschließlich schriftlich per Post oder E-Mail an die für Sie zuständige Bezirksregierung, Dezernat 34. Schreiben Sie auf das Briefkuvert bzw. in die Betreffzeile der E-Mail die Nummer des Dezernats, dann erreicht Ihre Beschwerde direkt die richtige Stelle.

Bezirksregierung Arnsberg

Dezernat 34
Seibertzstraße 1
59821 Arnsberg
poststelle@bezreg-arnsberg.nrw.de

Bezirksregierung Detmold

Dezernat 34
Leopoldstraße 13–15
32756 Detmold
poststelle@bezreg-detmold.nrw.de

Bezirksregierung Düsseldorf

Dezernat 34
Postfach 30 08 65
40408 Düsseldorf
poststelle@bezreg-duesseldorf.nrw.de

Bezirksregierung Köln

Dezernat 34
Zeughausstraße 2–10
50606 Köln
poststelle@bezreg-koeln.nrw.de

51 Anhang

Bezirksregierung Münster

Dezernat 34
Domplatz 1–3
48143 Münster
poststelle@bezreg-muenster.nrw.de

Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post

Für Fragen, Beschwerden oder Informationen zum Telekommunikations- oder Postmarkt liegt die behördliche Zuständigkeit grundsätzlich bei der Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen. Bei schriftlichen Anfragen bitten wir Sie, den Sachverhalt zu benennen, die erforderlichen Unterlagen beizufügen und Ihre konkrete Frage oder Beschwerde, die Sie an die Behörde richten möchten, zu formulieren.

Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen

Tulpenfeld 4
53113 Bonn
Tel. (0228) 14-0
Fax (0228) 14-88 72
poststelle@bnetza.de
www.bundesnetzagentur.de

Bundesweites Infotelefon
(Festnetzpreis 14 ct/Min.; andere Preise aus Mobilfunknetzen möglich)
Mo.–Fr. von 9.00 Uhr bis 15.00 Uhr
Tel. (030) 2 24 80-500 oder 01805-10 10 00

Medienaufsicht

Der Bezirksregierung Düsseldorf obliegt die Zuständigkeit für sämtliche Preisangabenbeschwerden, die mit dem Internet und anderen Medien-diensten zusammenhängen. Die Zuständigkeit liegt dort im Dezernat 21.

Bezirksregierung Düsseldorf

Dezernat 21
Postfach 30 08 65
40408 Düsseldorf
Tel. (0211) 4 75-20 19
juergen.schuetzte@brd.nrw.de

Beratungsstellen der Verbraucherzentrale NRW

Die überwiegend vom Land finanzierte Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen hat ein umfassendes Beratungsnetz aufgebaut. Verbraucher können sich hier telefonisch, schriftlich, persönlich oder über das Internet beraten lassen. Das Rechtsberatungsgesetz ermöglicht es den Verbraucherzentralen auch, Interessen von Verbrauchern vor Gericht zu vertreten. Vorsorglich weisen wir darauf hin, dass auch die Verbraucherzentrale nicht immer kostenlos arbeiten kann und für ihre Beratungsleistung Gebühren verlangen muss. Diese sind jedoch deutlich niedriger als beispielsweise die Beratungshonorare der Rechtsanwälte für vergleichbare Leistungen nach deren Gebührenordnung. Die Anschriften und Telefonnummern der insgesamt 54 Beratungsstellen finden Sie nachfolgend alphabetisch nach Städten aufgeführt:

A

Aachen

Boxgraben 38
52064 Aachen
Tel. (0241) 4 47 60
Fax (0241) 40 38 26

Ahlen

Westenmauer 10
(Rathaus, 1. Etage)
59227 Ahlen
Tel. (02382) 8 44 86
Fax (02382) 80 30 03

Alsdorf

Bahnhofstr. 36–38
52477 Alsdorf
Tel. (02404) 9 39 01
Fax (02404) 2 02 33

Arnsberg

Burgstr. 5
59755 Arnsberg
Tel. (02932) 2 70 00
Fax (02932) 8 22 74

B

Bergheim

Hauptstr. 108
50126 Bergheim
Tel. (02271) 4 46 42
Fax (02271) 4 59 93

Bergisch Gladbach

Paffrather Str. 29
51465 Bergisch Gladbach
Tel. (02202) 4 14 15
Fax (02202) 94 06 94

Bielefeld

Herforder Str. 33
33602 Bielefeld
Tel. (0521) 6 69 36
Fax (0521) 6 02 66

Bochum

Große Beckstr. 15
44787 Bochum
Tel. (0234) 6 60 44
Fax (0234) 9 65 02 91

53 Anhang

Bonn

Thomas-Mann-Str. 2–4
53111 Bonn
Tel. (0228) 9 76 69 34
Fax (0228) 9 76 69 35

Bottrop

Horster Str. 34
46236 Bottrop
Tel. (02041) 2 91 26
Fax (02041) 2 15 42

Brühl

Carl-Schurz-Str. 1
50321 Brühl
Tel. (02232) 4 84 96
Fax (02232) 94 30 52

C

Castrop-Rauxel

Obere Münsterstr. 9
44575 Castrop-Rauxel
Tel. (02305) 17 10
Fax (02305) 3 22 61

D

Detmold

Lemgoer Str. 5
32756 Detmold
Tel. (05231) 2 35 15
Fax (05231) 2 07 65

Dinslaken

Duisburger Str. 21
46535 Dinslaken
Tel. (02064) 1 53 79
Fax (02064) 7 15 31

Dormagen

Unter den Hecken 1
41539 Dormagen
Tel. (02133) 4 30 74
Fax (02133) 21 00 60

Dorsten

Julius-Ambrunn-Str. 10
46282 Dorsten
Tel. (02362) 4 40 38
Fax (02362) 5 09 10

Dortmund

Gnadenort 3–5
44135 Dortmund
Tel. (0231) 14 10 73
Fax (0231) 7 21 45 88

Duisburg

Friedrich-Wilhelm-Str. 5
47051 Duisburg
Tel. (0203) 36 22 49
Fax (0203) 36 22 05

Düren

Markt 2
52349 Düren
Tel. (02421) 5 68 10
Fax (02421) 50 35 61

Düsseldorf

Heinz-Schmöle-Str. 17
40227 Düsseldorf
Tel. (0211) 71 06 49-0
Fax (0211) 71 06 49-11

E

Essen

Kasteienstr. 4
45127 Essen
Tel. (0201) 22 53 20
Fax (0201) 23 30 88

Euskirchen

Wilhelmstr. 37
53879 Euskirchen
Tel. (02251) 5 23 95
Fax (02251) 40 82

54 Anhang

G

Gelsenkirchen

Luitpoldstr. 17
45879 Gelsenkirchen
Tel. (0209) 20 48 70
Fax (0209) 20 96 66

Gronau

Konrad-Adenauer-Str. 45
48599 Gronau
Tel. (02562) 2 22 00
Fax (02562) 2 29 26

Gütersloh

Blessenstätte 1
(Stadtbibliothek)
33330 Gütersloh
Tel. (05241) 1 39 74
Fax (05241) 1 30 46

H

Hagen

Körnerstr. 45
58095 Hagen
Tel. (02331) 1 42 59
Fax (02331) 1 34 01

Hamm

Nassauer Str. 33
59065 Hamm
Tel. (02381) 2 18 98
Fax (02381) 1 20 01

Herne

Freiligrathstr. 12
44623 Herne
Tel. (02323) 4 47 46
Fax (02323) 4 00 48

I

Iserlohn

Theodor-Heuss-Ring 5
58636 Iserlohn
Tel. (02371) 2 42 71
Fax (02371) 83 60 22

K

Kamen

Kirchstr. 7
59174 Kamen
Tel. (02307) 7 99 99
Fax (02307) 92 35 15

Köln

Neue Weyerstr. 2
50676 Köln
Tel. (0221) 2 40 74 02
Tel. (0221) 2 40 75 59
Fax (0221) 2 40 84 72

Krefeld

Petersstr. 55–57
47798 Krefeld
Tel. (02151) 2 91 62
Fax (02151) 61 34 16

L

Langenfeld

Konrad-Adenauer-Platz 1
40764 Langenfeld
Tel. (02173) 39 29 69
Fax (02173) 39 29 64

Leverkusen

Dönhoffstr. 27
51373 Leverkusen
Tel. (0214) 4 04 75 10
Fax (0214) 4 04 77 93

55 Anhang

Lüdenscheid

Karolinenstr. 18
58507 Lüdenscheid
Tel. (02351) 2 71 97
Fax (02351) 91 89 09

Lünen

Kirchstr. 12
44532 Lünen
Tel. (02306) 1 89 75
Fax (02306) 20 55 75

M

Marl

Bergstr. 228–230
45768 Marl
Tel. (02365) 1 74 83
Fax (02365) 1 20 06

Minden

Großer Domhof 3
32423 Minden
Tel. (0571) 8 41 21
Fax (0571) 2 48 49

Moers

Unterwallstr. 5
47441 Moers
Tel. (02841) 2 22 01
Fax (02841) 17 79 70

Mönchengladbach

Bahnhofstr. 21
41236 Mönchengladbach
Tel. (02166) 4 90 00
Fax (02166) 4 89 11

Mülheim

Hans-Böckler-Platz 1
(Forum City)
45468 Mülheim
Tel. (0208) 3 20 25
Fax (0208) 3 20 87

Münster

Spiekerhof 27
48143 Münster
Tel. (0251) 4 42 99
Fax (0251) 51 92 40

O

Oberhausen

Lothringer Str. 20
46045 Oberhausen
Tel. (0208) 2 51 09
Fax (0208) 29 06 05

P

Paderborn

Grunigerstr. 2
33102 Paderborn
Tel. (05251) 28 15 29
Fax (05251) 28 21 24

R

Recklinghausen

Königswall 14
45657 Recklinghausen
Tel. (02361) 2 71 01
Fax (02361) 10 94 18

Remscheid

Alleestr. 101–103
42853 Remscheid
Tel. (02191) 29 34 11
Fax (02191) 29 13 59

Rheine

Auf dem Thie 34
48431 Rheine
Tel. (05971) 1 01 00
Fax (05971) 1 20 90

56 Anhang

S

Siegburg

Nogenter Platz 10
53721 Siegburg
Tel. (02241) 6 75 45
Fax (02241) 5 51 16

Siegen

Morleystr. 31
57072 Siegen
Tel. (0271) 33 10 81
Fax (0271) 3 30 02 64

Solingen

Werwolf 2
42651 Solingen
Tel. (0212) 1 70 00
Fax (0212) 1 70 40

T

Troisdorf

Wilhelm-Hamacher-Platz 24
53840 Troisdorf
Tel. (02241) 7 87 83
Fax (02241) 80 92 58

U

Unna

(Abfall- und Umwelt-
beratungsstelle)
Rathausplatz 21
59423 Unna
Tel. (02303) 59 25 05
Fax (02303) 59 25 48

V

Velbert

Friedrichstr. 107
42551 Velbert
Tel. (02051) 5 68 06
Fax (02051) 95 15 15

W

Wesel

Kaiserring 4
46483 Wesel
Tel. (0281) 2 56 07
Fax (0281) 33 19 18

Wuppertal

Schlossbleiche 20
42103 Wuppertal
Tel. (0202) 44 77 32
Fax (0202) 44 04 51

Internetadressen

Im Folgenden haben wir einige ausgewählte nützliche Internetadressen für Sie zusammengestellt.

www.umwelt.nrw.de

Internetseite des Ministeriums für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen.

www.brd.nrw.de

Preisangabenbeschwerden, die mit Angeboten aus dem Internet und anderen Mediendiensten zusammenhängen, sind an die Bezirksregierung Düsseldorf zu richten. Auf der Internetseite gibt es entsprechende Informationen wie z. B. ein Beschwerdeformular zur Meldung unzulässiger Inhalte von Mediendiensten. Da sich die Internetseite der Bezirksregierung ständig aktualisiert, sei an dieser Stelle auch nur der Pfad genannt, auf dem Sie zu der entsprechenden Seite gelangen.

www.brd.nrw.de > Themen Sicherheit und Ordnung > Medienmissbrauch

www.bundesregierung.de

Internetseite der Bundesregierung. Hier finden Sie den gültigen Gesetzestext zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Da sich die Seite ständig aktualisiert, geben wir Ihnen lediglich den Pfad an, auf dem Sie zu der entsprechenden Seite gelangen.

www.bundesregierung.de > Grundgesetz/Gesetze > Gesetze A–Z > Gesetze und Verordnungen > U

www.bmwi.de

Internetseite des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Hier bekommen Sie aktuelle Informationen sowie den geltenden Text der Preisangabenverordnung. Da sich die Seite ebenfalls ständig aktualisiert, geben wir Ihnen lediglich den Pfad an, auf dem Sie zu der entsprechenden Seite gelangen.

www.bmwi.de > Wirtschaft > Wirtschaftspolitik > Wettbewerbspolitik > Allgemeines/Preisrecht

58 Anhang

www.bundesnetzagentur.de

Internetseite der Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen. Informationen über den deutschen Telekommunikations- und Postmarkt, Strom- und Gasmarkt sowie zu rechtlichen Grundlagen und wichtigen Verbraucherrechten, z. B. zu den Mehrwertdiensterufnummern. Außerdem Hilfe zu konkreten Anfragen oder Beschwerden sowie zahlreiche Informationen und Links zu aktuell interessanten Themen.

www.vzbv.de

Internetseite des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen e. V.

www.vz-nrw.de

Internetseite der Verbraucherzentrale NRW.

www.einzelhandelnrw.de

Internetseite des Einzelhandelsverbandes Nordrhein-Westfalen. Unter anderem mit einer Übersicht einzelner Berufsfachverbände von A bis Z.

Stichwortverzeichnis

A

Adressen	50
Allgemeine Verkehrsauffassung	14, 15, 26, 32, 43, 46, 49
Antiquitäten	22
Auflistung der zusätzlichen Kosten	11
Ausnahmen	14, 22, 25, 27, 36, 43

B

Backwaren	17
Bank	29
Bau- und Ausbaugewerbe	23
Baufachmarkt	18, 20
Bedienung	14, 45
Bedienungsgeld	30
Beherbergungsbetrieb	19, 31
Behörde	33, 36, 40, 43, 50
Beschriftung	16, 18 ff., 30, 44, 48
Beschwerde	38, 40 ff., 50, 51, 57 ff.
Bezirksregierung	39, 40 ff., 50, 51, 57, 67
Blumen	22
Brief	34, 40, 44, 50
Brot	13
Bruttopreis	35, 44
Bußgeld	9, 42

C

Chemische Reinigung	25
Codierung	18, 20, 21

D

Dispositionskredit	29
--------------------	----

E

Effektiver Jahreszins	29, 43, 44
Einstellplatz	33, 45
Einzelpreisschild	17, 20
Energie	27, 28, 44
E-Mail	34, 39, 40, 44
Endpreis	11 ff., 19, 21, 24, 27, 29 ff., 34, 44, 49

60 Anhang

F

Fax	44, 46
Fernabsatzvertrag	34, 44
Fernkommunikationsmittel	34, 44
Fertigpackung	12, 13
Fragen-Checkliste	42
Freie Berufe	36, 44
Friseurhandwerk	25

G

Garage	33, 34, 45
Gas	27, 28, 36, 40, 44, 46, 49
Gaststätten	19, 20, 30, 31
Gemüse	15, 17, 43
Getränkemarkt	17, 28
Gewerbliche Endabnehmer	36
Großhandel	36, 45
Großpreisschild	17, 20
Grundpreisangabe	11 ff., 19, 45, 47
Gütebezeichnung	15, 32

H

Handelsklasse	15, 26
Handwerk	19, 20, 39, 46, 49
Höchstpreis	26, 36, 45
Hotel	19, 31

I

Immobilien	26
Internet	31, 39, 40, 46
Internetadresse	57

K

Käse	13, 17
Kfz	26
Kraftstoff	32, 33
Kreditgewerbe	19, 29, 46
Kunstgegenstände	22

L

Leistungseinheit	14, 46
Liefer- und Leistungsfrist	46

61 Anhang

Liefer- und Versandkosten	34
Lose Lebensmittel	13, 17, 20

M

Margenpreis	24
Marktschreier	22
Mediendienste	41, 51
Mehrere Preise	25, 26, 46
Mehrwertdiensternummer	34, 36, 40, 45, 46
Mengeneinheit	28, 45 ff.
Mobilfunk	35
Mündliche Preisinformation	19, 20, 47
Musterbuch	19, 20, 47

N

Nettopreis	44
------------	----

O

Obst	15, 17, 43
Offene Ware	12, 13
Ordnungsbehörde	9, 10, 38, 41, 42

P

Pädagogische Leistung	23
Parkplatz	19, 33, 34, 45
Pfand	28, 47
Pflanzen	22
Preisangabenverordnung	6, 8 ff., 16, 19, 22, 26 ff., 36 ff.
Preis auf Verhandlungsbasis	26
Preisklarheit	6, 26, 27, 32
Preisschild	16, 17, 20 ff., 25, 26, 30, 33, 44, 49
Preisverzeichnis	18 ff., 28, 30, 31, 33, 34, 44 ff.
Preiswahrheit	6, 26, 27, 32

R

Rabatt	24 ff.
Regulierungsbehörde	51
Restaurant	30

S

Sammelpreisschild	17, 20, 48
Scanner	18, 48
Selbstbedienung	16, 30, 48

62 Anhang

Sonderangebot	24 ff.
Speisekarte	19, 30
Spezialanfertigung	23
Spezialvorschrift	15, 32, 33, 43, 45
Strichcode	18, 20, 48
Strom	27, 58

T

Tankstelle	32, 33
Telemedien	40
Telefon	20, 31, 34, 44, 47
Theater	23, 43
Tiefgarage	34, 45

U

Überwachung	9, 39, 49
Umfassendes Preisverzeichnis	30, 48
Unlauterer Wettbewerb	37, 57
Unverbindliche Preisempfehlung	18, 20, 21, 26, 48, 49

V

Verbraucherzentrale	9, 29, 34, 40, 41, 44, 52, 57, 58
Verkaufseinheit	12, 32, 49
Verrechnungssatz	48, 49
Versteigerung	36, 49
Vertrag	22, 27, 29, 34, 36, 44
Verwaltungszwangsverfahren	42
Versicherung	11, 29, 48, 49
Vollzug, Vollzugsbehörde	9, 33, 34, 36, 39, 40, 43, 49

W

Währung	15
Wasser	27, 28, 44, 46, 49
Werbung	19, 24, 28, 35, 44, 45
Wesentliche Leistungen	20, 30, 48, 49
Wissenschaftliche Leistung	23
Wurst	13, 17

Z

Zinssatz	29, 43
Zweifach-Auszeichnung	28, 47

63 Impressum

Herausgeber

Ministerium für Umwelt und Naturschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen (MUNLV)
Referat Öffentlichkeitsarbeit
Schwannstraße 3, 40476 Düsseldorf

Text/Redaktion

Abteilung Verbraucherschutz, Referat VI-4
„Wirtschaftlicher Verbraucherschutz, Gesunde Ernährung,
Verbraucherschutzzentrale NRW“, des MUNLV

Gestaltung

setz it. Richert GmbH, Sankt Augustin

Fotos

creativ collection, Digital Vision, EyeWire, iStockphoto,
MEV, Photodisc, Stockbyte

Druck

Druck- und Medienhaus Limbach, Köln

Stand: Oktober 2008

Ministerium für Umwelt und Naturschutz,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz des
Landes Nordrhein-Westfalen (MUNLV)
Schwannstraße 3, 40476 Düsseldorf
Telefon (0211) 45 66-666
Telefax (0211) 45 66-388
infoservice@munlv.nrw.de
www.umwelt.nrw.de

