

## **Schaufensterdekoration – was man im Rahmen der Preisangabenverordnung beachten muss**

**Die anstehende weihnachtliche Dekoration der Schaufenster stellt viele Apotheker vor die Frage, wie sie ihre Waren ausstellen dürfen - mit oder ohne Preisauszeichnung? Eine Abmahnung beispielsweise durch die Wettbewerbszentrale soll dabei vermieden werden, aber was besagt die Preisangabenverordnung genau und betrifft dies ebenso Waren im Schaufenster?**

Auch für den Apotheker als Einzelhändler gilt, dass er sich grundsätzlich an die Preisangabenverordnung ( PAngV) zu halten hat. Der Zweck der PAngV ist doppelter Natur: Zunächst sollen durch eine zutreffende und vollständige Verbraucherinformation Preisklarheit gewährleistet und durch optimale Preisvergleichsmöglichkeiten die Stellung der Verbraucher im Handel und Gewerbe gestärkt werden. Ein weiteres Ziel der PAngV ist aber auch einen sachbezogener Wettbewerb zu fördern.<sup>1</sup>

Wer Waren oder Dienstleistungen gegenüber Verbrauchern anbietet oder unter der Angabe von Preisen bewirbt, muss gemäß § 1 Abs. 1 PAngV die Gesamtpreise, einschließlich Umsatzsteuer oder sonstigen Preisbestandteilen, angeben. Dabei müssen nach § 1 Abs. 7 PAngV die Angaben der allgemeinen Verkehrsauffassung und den Grundsätzen von Preisklarheit und Preiswahrheit entsprechen und Endpreise hervorgehoben werden. Bei der Ermittlung der Verkehrsauffassung ist auf die Bedeutung der Angabe abzustellen, die ihr aus der Sicht eines durchschnittlich informierten und verständigen, situationsbedingt aufmerksamen Verbrauchers zukommt. Preisklarheit bedeutet, dass die Preisangabe eindeutig sein muss, Preiswahrheit hingegen richtet sich an die inhaltliche Richtigkeit der Preisangabe. Dabei gilt, dass nur der Preis, der ausgestellt ist, gefordert werden darf und das Produkt auch zum angegebenen Preis lieferbar sein muss.<sup>2</sup>

Der Apotheker muss bei der Preisangabe für das freiverkäufliche Sortiment wie Kosmetik oder Salben § 2 PAngV beachten. Entsprechend der Norm muss für Waren in Verpackungen neben dem Endpreis auch der Preis pro Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile in unmittelbarer Nähe des Endpreises angegeben werden. Von dieser Angabe kann nur dann abgesehen werden, wenn Grund- und Endpreis identisch sind.

---

<sup>1</sup> BGH, Urt. v. 04.10.2007, I ZR 143/04, GRUR 2008, 84; Ohly/Sosnitza/Sosnitza, 7. Aufl. 2016, PAngV Einführung §1.

<sup>2</sup> Ohly/Sosnitza/Sosnitza, 7. Aufl. 2016, PAngV § 1 Rn. 50.

Die richtige Angabe des Grundpreises richtet sich nach § 2 Abs. 3 PAngV, bei kleinen Waren unter 250 Gramm oder Milliliter kann als Mengeneinheit 100 Gramm bzw. Milliliter verwendet werden.

Verstößt ein Einzelhändler gegen § 1 PAngV begeht er nach § 10 PAngV eine Ordnungswidrigkeit und kommt in die Gefahr einer erheblichen Strafe. Nach § 3 Abs. 2 Wirtschaftsstrafgesetz (WiSTG) kann mit einer Geldbuße bis zu 25.000 Euro geahndet werden. Zuständig für die Durchführung der Ordnungswidrigkeitsverfahren sowie auch für die Überwachung der Preisauszeichnung sind grundsätzlich die Städte und Gemeinden. Der Apotheker muss daher auch mit Kontrollen der zuständigen Stellen innerhalb seinen Geschäftsräumen rechnen.

Zudem kommt in der Regel auch ein Zuwiderhandeln im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) in Betracht, denn die Preisangabenverordnung stellt eine Markverhaltensregel dar.<sup>3</sup> Die Wettbewerbszentrale kann daher bei Verstößen eine Abmahnung aussprechen oder sogar eine Unterlassungsklage einreichen.

Lange Zeit galten diese strengen Vorgaben auch für Waren, die dekorativ im Schaufenster ausgestellt wurden. § 4 PAngV führt aus, dass Waren, die in Schaufenstern, Schaukästen, auf Verkaufsständen oder in sonstiger Weise sichtbar ausgestellt werden durch Preisschilder oder Beschriftung der Ware auszuzeichnen sind.

Der Bundesgerichtshof hat jedoch in seinem Urteil vom 10.11.2016 (Az. I ZR 29/15) entschieden, dass die reine Präsentation einer Ware im Schaufenster nicht von der Pflicht zur Preisangabe erfasst wird.

Der Fall befasste sich mit einem Schaufensters eines Hörgeräteakustikers. Dieser stellte seine Hörgeräte auf Säulen im Schaufenster aus ohne diese mit Endpreisen zu versehen.

Der Bundesgerichtshof bestätigte in seinem Urteil die erste Instanz darin, dass kein Unterlassungsanspruch besteht. Nach dem BGH muss zwischen einer einfachen Präsentation der Ware und einem konkreten Angebot unterschieden werden. Daher bestehe bei einer Präsentation und Werbung von Waren im Schaufenster auch keine Pflicht zur Preisangabe aus § 4 PAngV, eine solche bestehe nur wenn die Waren zur Entnahme durch den Verbraucher gedacht seien und dadurch als Angebot eingestuft werden könnten.

Das Urteil hat nachhaltige Folgen für Unternehmer, eine grundsätzliche Preisangabe im Schaufenster entfällt, denn bei einem durchschnittlichen Schaufenster sind die Waren nicht

---

<sup>3</sup> BGH, Urt. v. 22.04.2009, I ZR 14/07, GRUR 2009, 1180, 1182.

zur Entnahme durch den Endverbraucher gedacht sondern vielmehr als Dekoration und Werbung. Dies lässt sich schon daran sehen, dass den Kunden der Zugang zum Schaufenster in der Regel nicht gestattet ist.

Auch der Apotheker kann daher bei der Dekoration im Schaufenster von einer Preisangabe absehen, es sollte jedoch innerhalb der Räumlichkeiten der Apotheke darauf geachtet werden, dass auch dekorative Waren einen ausgestellten Endpreis enthalten, wenn die Waren zum „Zugreifen“ für die Kunden gedacht sind.

Ref'in Stella Baum