**Info-Brief vom 07.09.2020**

 



**Preisdarstellung nach der Umsatzsteuersenkung im Rahmen des Corona-Konjunkturpaketes**

Zur Bewältigung der Corona-Krise wurde ein Konjunkturpaket beschlossen,[[1]](#footnote-1) das unter anderem den Umsatzsteuersatz von 19 auf 16 Prozent, beziehungsweise von sieben auf fünf Prozent absenkt, um so die Binnennachfrage anzukurbeln. Diese Reduzierung gilt für den Zeitraum vom 1.7.2020 bis zum 31.12.2020. Neben dem positiven Effekt dieser Steuersenkung auf die Nachfrage entsteht allerdings auch ein erheblicher Umstellungsaufwand. Aufgrund der gesetzlichen Pflicht zur Gesamtpreisangabe fürchten viele Unternehmen Abmahnungen, wenn die Preise nicht an den neuen, reduzierten Umsatzsteuersatz angepasst werden. Dieser Beitrag soll daher den betroffenen KMU eine Hilfestellung geben, die Preise der eigenen Waren rechtskonform anzugeben.

**I. Gesetzliche Bestimmungen zur Preisangabe**

Unter dem Gesamtpreis versteht man denjenigen Preis, der einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile vom Verbraucher an der Kasse tatsächlich zu zahlen ist. Die Pflicht zur Angabe des Gesamtpreises ist in § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV (Preisangabenverordnung) geregelt. Der Unternehmer wird von Gesetzes wegen zur Angabe des Gesamtpreises verpflichtet, weil der Gesamtpreis für den Verbraucher ein wesentliches Vergleichskriterium für die Kaufentscheidung darstellt. Es soll verhindert werden, dass der Verbraucher zuerst den Gesamtpreis der Ware selbst ermitteln muss.

Durch die Absenkung des Umsatzsteuersatzes entsteht keine unmittelbare Pflicht, die Preisauszeichnungen an Waren zu ändern. Denn der Unternehmer ist rechtlich nicht verpflichtet, die Umsatzsteuersenkung an die Verbraucher weiterzureichen. Allerdings ist in jedem Fall auf der Rechnung oder dem Kassenbeleg der korrekte Umsatzsteuerbetrag auszuweisen.

**II. Handlungsmöglichkeiten des Unternehmers**

Der Unternehmer hat die Wahl, ob er die Umsatzsteuersenkung an seine Kunden weitergeben möchte oder nicht. Im Folgenden soll dargestellt werden, welche rechtlichen Konsequenzen sich aus der jeweiligen Entscheidung ergeben.

**1. Der Unternehmer gibt die Umsatzsteuersenkung weiter**

Wenn der Unternehmer die Umsatzsteuersenkung an seine Kunden weiterreichen will, geben die Preisauszeichnungen an den Waren nicht mehr den tatsächlichen Gesamtpreis wider. Dann ist der Unternehmer grundsätzlich verpflichtet, den neuen, reduzierten Gesamtpreis für die Ware anzugeben. Da durch das Anbringen neuer Preisauszeichnungen ein erheblicher Mehraufwand vor allem für Einzelhändler entsteht, soll hier dargestellt werden, welche Konsequenzen das Ändern oder Beibehalten der Preisauszeichnung haben.

**a. Der Unternehmer ändert die Preisauszeichnung**

Wenn der Unternehmer die Preisauszeichnung an den Waren ändert und damit für den Kunden den tatsächlichen Gesamtpreis erkennbar macht, erfüllt er seine gesetzliche Pflicht zur Angabe des Gesamtpreises. Konsequenzen in Form von Abmahnung oder behördlichen Bußgeldern scheiden daher aus.

**b. Der Unternehmer ändert die Preisauszeichnung nicht**

Behält der Unternehmer seine alten Preisauszeichnungen bei, liegt grundsätzlich ein Verstoß gegen § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV vor, denn der tatsächlich an der Kasse zu zahlende Preis entspricht nicht dem an der Ware angegebenen Preis. Nach § 9 Abs. 2 PAngV gilt eine Ausnahme von der Verpflichtung zur Gesamtpreisangabe, wenn ein nach Kalendertagen zeitlich begrenzter und durch Werbung bekannt gemachter Preisnachlass vorliegt. Das ist vorliegend aber nicht der Fall, da nicht der Unternehmer die (Netto-)Preise senkt, sondern die Preissenkung mittelbar auf einer Steuersenkung durch den Gesetzgeber beruht. Allerdings gehen das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und die Wettbewerbszentrale davon aus, dass die Ausnahmevorschrift nach § 9 Abs. 2 PAngV anwendbar ist.[[2]](#footnote-2) Für Unternehmer ist das vorteilhaft, weil sich die Landespreisbehörden wohl an diese Rechtsansicht halten werden und daher keine behördlichen Bußgelder aufgrund fehlender Gesamtpreisangabe zu erwarten sind. Dabei ist allerdings zu beachten, dass Mitbewerber keineswegs an diese Rechtsansicht gebunden sind und die Möglichkeit von Abmahnungen daher fortbesteht.

Die Pflicht zur Gesamtpreisangabe aus der PAngV ist eine sogenannte Marktverhaltensregelung und kann daher durch Mitbewerber nach § 3a UWG abgemahnt werden.[[3]](#footnote-3) Eine weitere Voraussetzung nach § 3a UWG ist allerdings, dass der Verstoß gegen die Marktverhaltensregelung geeignet ist, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern oder Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen. Mit dieser Einschränkung sollen Bagatellverstöße ausgeschlossen werden. Gegen das Vorliegen einer solchen Spürbarkeit wird argumentiert, dass der Verbraucher überhaupt keinen Nachteil erleidet, wenn er an der Kasse einen geringeren Preis zahlen muss, als an der Ware angegeben wird. Denn wenn er bereit ist, den falsch ausgezeichneten höheren Preis zu bezahlen, dann wird er seinen Kaufentschluss nicht ändern, wenn er an der Kasse tatsächlich weniger bezahlen muss. Auch wenn dieses Argument dafür spricht, dass aufgrund der fehlenden Spürbarkeit eine Abmahnung erfolglos wäre, bleibt die Rechtslage unsicher, weil diese Frage noch nicht durch die Rechtsprechung entschieden wurde.

**2. Der Unternehmer gibt die Umsatzsteuersenkung nicht weiter**

Wenn der Unternehmer die Umsatzsteuersenkung nicht weitergibt, liegt darin keine irreführende geschäftliche Handlung. Denn auch falls einzelne Verbraucher davon ausgehen, dass jeder Unternehmer die Umsatzsteuersenkung an seine Kunden weitergibt oder weitergeben muss, beurteilt sich die Irreführung aus der Sicht eines Durchschnittsverbrauchers. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass der Durchschnittsverbraucher informiert, verständig und angemessen aufmerksam ist. Daher ist davon auszugehen, dass ein solcher Verbraucher weiß, dass ein Unternehmer zur Weitergabe einer Umsatzsteuersenkung nicht verpflichtet ist. Deshalb scheidet eine Irreführung von Verbrauchern aus.

**III. Zusammenfassung**

Es ist also zumindest nicht mit behördlichen Bußgeldern aufgrund von falschen Gesamtpreisangaben zu rechnen. Abmahnungen durch Mitbewerber können aber nicht ausgeschlossen werden, solange die Rechtsprechung zu dem Thema noch nicht entschieden hat. Auch wenn gute Argumente dafür sprechen, dass eine Anpassung der Preisauszeichnung nicht notwendig ist, kann daraus nicht abgeleitet werden, dass Unternehmer keine Anstrengungen unternehmen sollten, für die notwendige Preistransparenz zu sorgen. Neu produzierte Werbemittel und Preisauszeichnungen sollten sukzessive an die tatsächlichen Gegebenheiten angepasst werden.

**IV. Weitere Praxistipps für KMU**

Möchten Unternehmer die Umsatzsteuersenkung an die Kunden weitergeben, ist darauf zu achten, dass die Formulierung nicht missverständlich ist. Einige Beispiele für unzulässige Werbeaussagen sind etwa:[[4]](#footnote-4)

„-3 % auf alle Waren“, denn dann muss zusätzlich zur Umsatzsteuersenkung ein Nachlass von 3 % gewährt werden.

„Wir geben einen Preisnachlass im Zeitraum vom 1.7.2020 bis zum 31.12.2020 aufgrund der reduzierten Umsatzsteuer.“ Auch eine solche Werbung sollte unterbleiben, denn für den Verbraucher könnte der Eindruck entstehen, dass zusätzlich zur Umsatzsteuersenkung ein weiterer Preisnachlass gewährt wird.

Ebenso ist es unzulässig, vorhandene Preisauszeichnungen einfach zu entfernen. Denn wenn die Preisauszeichnung an der Ware unterbleibt, hat der Kunde nicht die Möglichkeit die Ware mit anderen zu vergleichen. Durch das Gebot zur Gesamtpreisangabe soll gerade die Möglichkeit des Preisvergleiches geschaffen werden.

Zulässig ist dagegen etwa die Aussage: „Wir geben die Umsatzsteuersenkung an unsere Kunden weiter“.

1. Zweites Gesetzes zur Umsetzung steuerlicher Hilfsmaßnahmen zur Bewältigung der Corona-Krise vom 29. Juni 2020 - Zweites Corona-Steuerhilfegesetz - (BGBl. I S. 1512). [↑](#footnote-ref-1)
2. Pressemitteilung der Wettbewerbszentrale, abrufbar unter: https://www.wettbewerbszentrale.de/de/home/\_news/?id=3356

Pressemitteilung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, abrufbar unter: https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Pressemitteilungen/2020/20200612-unbuerokratische-umsetzung-der-mehrwertsteuersenkung-bei-preisangaben-durch-pauschale-rabatte-moeglich.html. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ein Verstoß gegen § 1 Abs. 1 PAngV i.V.m. § 3a UWG führt hier gleichzeitig zu einem Verstoß gegen § 5 Abs. 1 UWG. [↑](#footnote-ref-3)
4. *Laoutoumai* WRP 2020, 978 ff. [↑](#footnote-ref-4)