



Webinar IHK Spezial

Omnibus-Richtlinie: Was ändert sich für den Handel?



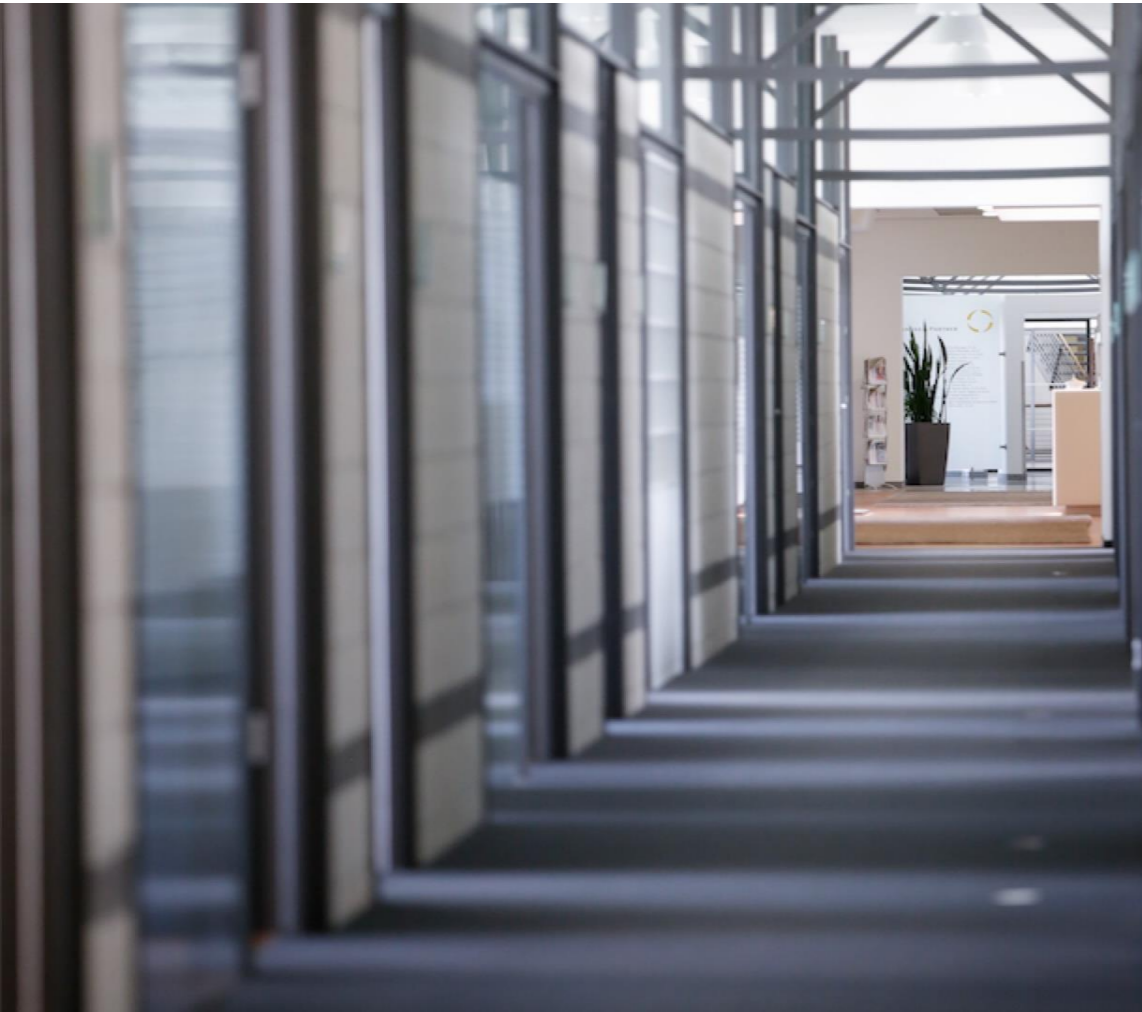
Omnibus-Richtlinie: Was ändert sich für den Einzelhandel?

Rechtsanwalt Julian N. Modi, LL.M., 21. Juli 2022





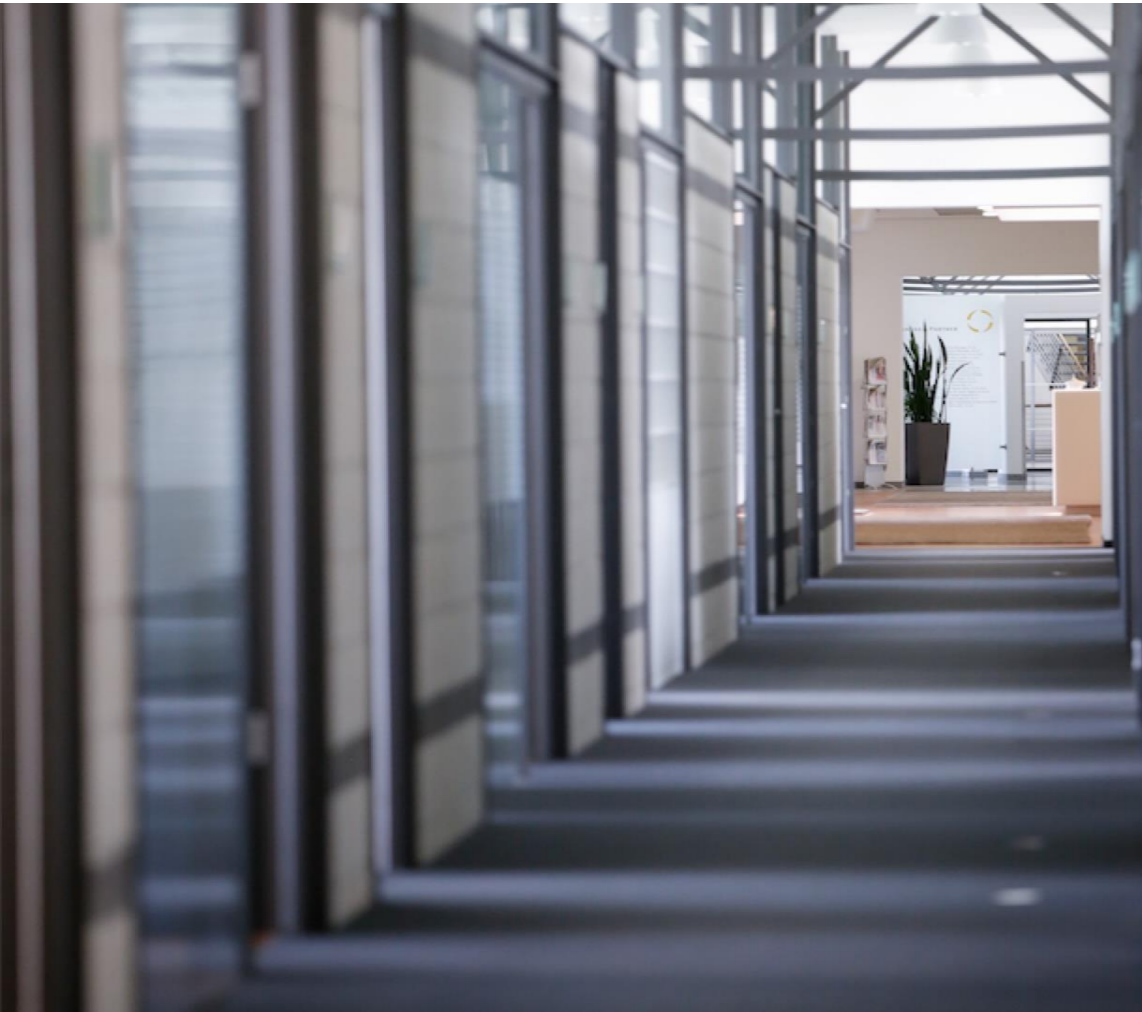
Das erwartet Sie.



1. Hintergrund
2. Änderungen zu Preisangaben
3. Verbraucherschutz und Auswirkungen im Fernabsatzrecht und stationären Handel
4. Änderungen im Wettbewerbs- und Gewerberecht
5. Handlungsempfehlungen



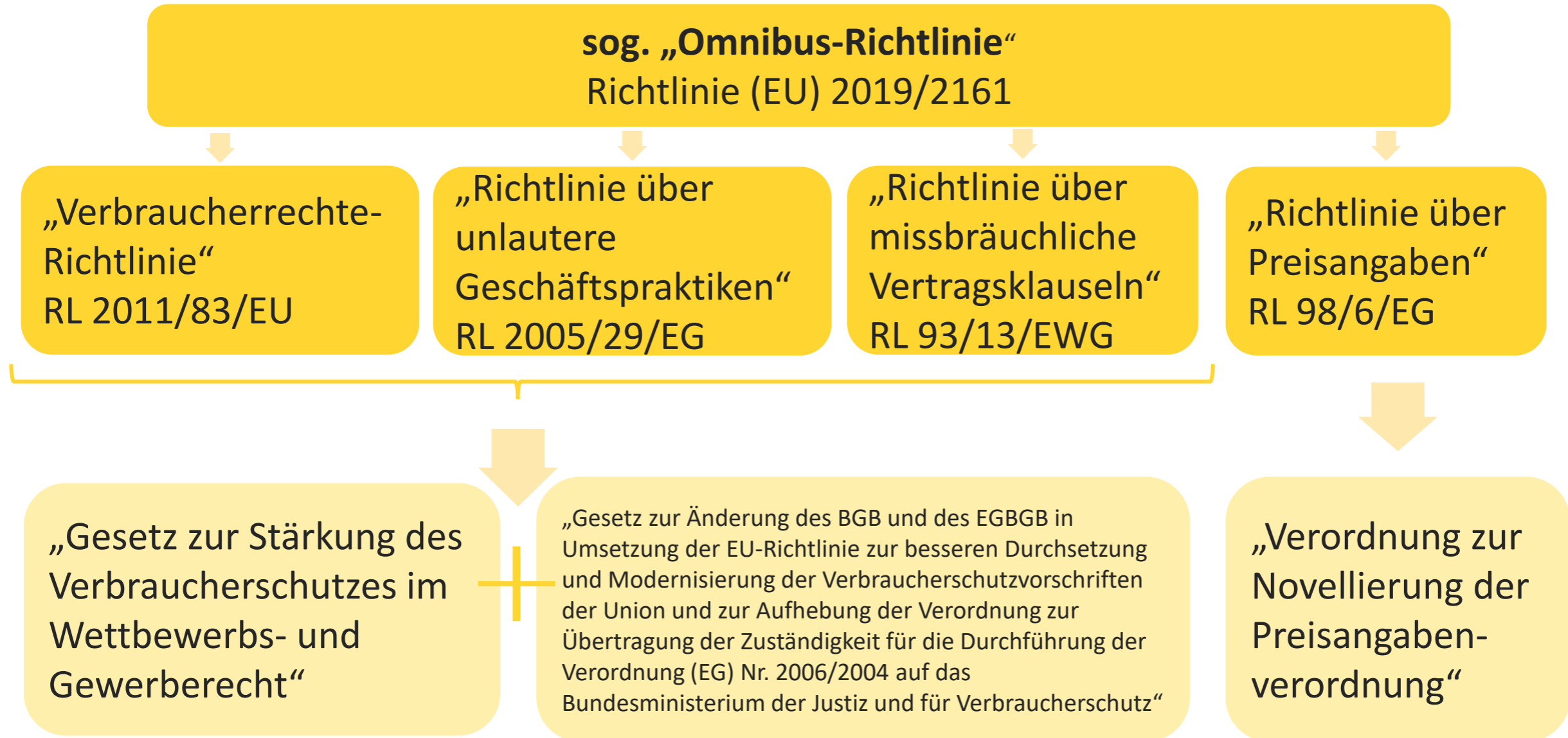
Das erwartet Sie.



1. Hintergrund
2. Änderungen zu Preisangaben
3. Verbraucherschutz und Auswirkungen im Fernabsatzrecht und stationären Handel
4. Änderungen im Wettbewerbs- und Gewerberecht
5. Handlungsempfehlungen



Rechtlicher Rahmen





Umsetzung der „Omnibus-Richtlinie“

Ziel

- Modernisierung des Verbraucherschutzes
- Bessere Durchsetzung und Harmonisierung von Sanktionsmöglichkeiten
- Mehr Transparenz für Verbraucher* bei Online-Käufen
- Mehr Transparenz auf Online-Marktplätzen

* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.



Geltungsbereich

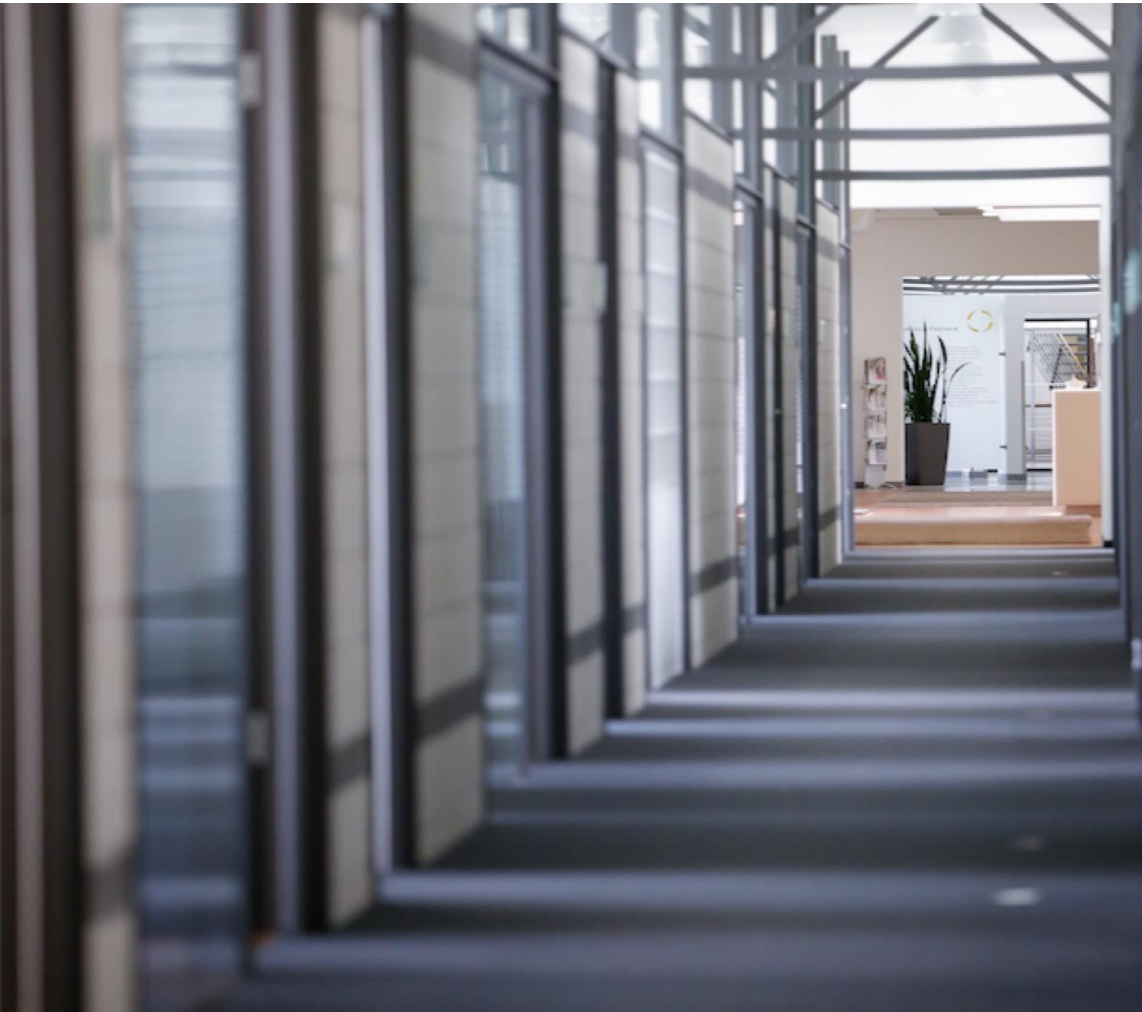
Die Änderungen betreffen:

- Händler, die gegenüber Verbrauchern Waren anbieten oder für diese werben
- Online-Shops und Online-Marktplätze, die an Verbraucher verkaufen
- Betreiber von Portalen mit einer Bewertungsfunktion
- „Influencer“

Inkrafttreten der Änderungen am **28. Mai 2022**



Das erwartet Sie.



1. Hintergrund
2. Änderungen zu Preisangaben
3. Verbraucherschutz und Auswirkungen im Fernabsatzrecht und stationären Handel
4. Änderungen im Wettbewerbs- und Gewerberecht
5. Handlungsempfehlungen



Grundsätzliches zu Preisangaben

- › Wer nur wirbt, muss keine Preise angeben; wer aber mit Preisen wirbt, muss diese vollständig angeben.
- › Die Preisangabenverordnung (PAngV) dient der Preiswahrheit und Preisklarheit
- › Pflicht zur Angabe des Gesamtpreises (§ 3 PAngV)
 - › Angabe des Preises, der einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile für eine Ware oder eine Leistung zu zahlen ist - also etwa keine netto-Preise gegenüber Verbrauchern
- › Pflicht zur Angabe des Grundpreises (§ 4 PAngV), einschl. der Regelung zur Mengeneinheit für die Angabe des Grundpreises (§ 5 PAngV)
- › die Preisangaben bei Fernabsatzverträgen (§ 6 PAngV)
 - › Angabe, dass die geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten und
 - › ob zusätzlich Fracht-, Liefer- oder Versandkosten oder sonstige Kosten anfallen.
 - › Bsp.: 5,00 EUR inkl. USt./MwSt; zzgl. 2,50 EUR Versand
- › Preisangaben für besondere Bereiche
 - › Werbung mit Preisermäßigungen, Preisangaben für Leistungen (§ 12 PAngV), Gaststätten und Beherbergungsbetriebe (§ 13 PAngV), Elektrizität, Gas, Fernwärme und Wasser (§ 14 PAngV)



Neue Regelung zur Werbung mit Preisermäßigungen

> Betrifft:

- > Unternehmer, die Verbrauchern Waren anbieten oder unter Angabe von Preisen für Waren werben
- > Unabhängig vom Vertriebsweg: stationärer Handel **und** Online-Handel

§ 11 PAngV (Auszug)

(1) Wer zur Angabe eines Gesamtpreises verpflichtet ist, hat gegenüber Verbrauchern bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung für eine Ware den niedrigsten Gesamtpreis anzugeben, den er innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung gegenüber Verbrauchern angewendet hat.

(...)

> Angabe eines vorherigen Gesamtpreises:

Gesamtpreis = niedrigster Preis, der innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung gegenüber Verbrauchern gefordert wurde.



Neue Regelung zur Werbung mit Preisermäßigungen

- › Beispiel:
 - › „Statt-Preise“, zB „Statt 10 EUR – jetzt 9 EUR“, durch sog. „Streich-Preise“ (zB „~~10 EUR~~, 9 EUR“)
 - › Unternehmer ermäßigt am **21.07.2022** eine Ware und macht dies am Produkt oder in der Werbung kenntlich, so muss er den günstigsten Preis diese Ware als Referenz angeben, den er im Zeitraum vom **22.06.-21.07.22** von Verbrauchern tatsächlich gefordert hat.
 - › Erforderlich ist damit eine ausführliche Preisdokumentation (u.U. über Monate/Jahre hinweg)
 - › Fortlaufendes Preismonitoring
 - › Massiver Dokumentationsaufwand für stationären Handel mit großem Sortiment unter Beachtung etwaiger Verjährungsregeln (6 Monate bis zu 3 Jahre)
 - › Dokumentation auch bei rabattierten Sortimentsgruppen
 - › 20 % auf Herrenhemden/auf alles



Neue Regelung zur Werbung mit Preisermäßigungen

- › Keine Einschränkung hinsichtlich des Vertriebsweges
 - › Stationärer und Online-Handel
 - › Teleshopping, Kaffeefahrten, Haustürgeschäfte
 - › Wohl auch bei Gegenständen, die digitale Inhalte enthalten

- › Regelung **nicht** anwendbar in folgenden Situationen:
 - › Angebot von (Dienst-)Leistungen, soweit keine Waren angeboten werden
 - › Reine Bekanntmachung von Preisen ohne die werbliche Nutzung des ursprünglichen Gesamtpreises
 - › Bewerbung allgemeinen Preisaussagen von „Knallerpreisen“ oder „Dauerniedrigpreisen“
 - › Werbeaktionen (z.B. „Kaufe 3 Zahle 2“)
 - › Individuelle Preisermäßigung
 - › Preisermäßigung für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit, wenn der geforderte Preis wegen einer drohenden Gefahr des Verderbs oder eines drohenden Ablaufs der Haltbarkeit herabgesetzt wird und dies für Verbraucher in geeigneter Weise kenntlich gemacht wird

- › Bei schrittweisen, ohne Unterbrechung ansteigenden Preisermäßigung des Gesamtpreises einer Ware kann während der Dauer der Preisermäßigung der niedrigste Gesamtpreis angegeben werden, der vor Beginn der schrittweisen Preisermäßigung angewendet wurde.



Neue Regelung zur Werbung mit Preisermäßigungen

- › Bei Verstößen
 - › **Abmahnrisiko** aus UWG
 - › **Bußgeld** (OWiG)



Angabe des Grundpreises

- > Wer Waren in **Fertigpackungen, offenen Packungen** oder als **Verkaufseinheiten ohne Umhüllung** nach **Gewicht, Volumen, Länge** oder **Fläche** anbietet, hat **Grundpreise anzugeben**
- > **Mengeneinheiten:**
 - > **1 Kilogramm, 1 Liter, 1 Kubikmeter, 1 Meter oder 1 Quadratmeter der Ware.**
 - > **d.h. generell keine Verwendung von 100 Gramm oder 100 Milliliter als Mengeneinheit!**
 - > Bisher: Bei nach Gewicht oder nach Volumen angebotener loser Ware ist als Mengeneinheit für den Grundpreis entweder 1 Kilogramm oder 100 Gramm oder 1 Liter oder 100 Milliliter zu verwenden.
- > Auch bei Angeboten in **Kapselform (zB NEM oder Kaffee)** muss neben dem Gesamtpreis der Preis pro Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile angegeben werden
- > kann verzichtet werden, wenn dieser mit dem Gesamtpreis identisch ist



Angabe des Grundpreises

- › Bisher:
 - › Angabe des Grundpreises „in unmittelbarer Nähe“ des Gesamtpreises

Wortlautänderung

- Angabe des Grundpreises „unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar“
- Allerdings wohl keine Auswirkung in der Praxis: Gesamt- und Grundpreis sollten weiterhin auf einen Blick wahrnehmbar sein



Ausnahmen von der Angabe des Grundpreises

- › Waren, die über ein Nenngewicht oder Nennvolumen von weniger als 10 Gramm oder 10 Milliliter verfügen;
- › Waren, die verschiedenartige Erzeugnisse enthalten, die nicht miteinander vermischt oder vermengt sind;
- › Waren, die von kleinen Direktvermarktern, insbesondere Hofläden, Winzerbetrieben oder Imkern, **sowie kleinen Einzelhandelsgeschäften, insbesondere Kiosken, mobilen Verkaufsstellen oder Ständen auf Märkten oder Volksfesten**, angeboten werden, bei denen die Warenausgabe **überwiegend im Wege der Bedienung** erfolgt, es sei denn, dass das Warensortiment **im Rahmen eines Vertriebssystems** bezogen wird;
- › Waren, die **im Rahmen einer Dienstleistung** angeboten werden;
- › Waren, die in **Getränke- und Verpflegungsautomaten** angeboten werden;
- › Kau- und Schnupftabak mit einem Nenngewicht bis 25 Gramm;
- › **kosmetische Mittel**, die ausschließlich der Färbung oder Verschönerung der Haut, des Haares oder der Nägel dienen sowie **Parfüms und parfümierte Duftwässer**, die mind. 3 % Duftöl und mind. 70 % Ethylalkohol enthalten.



Ausnahmen von der Angabe des Grundpreises

- > Was sind **kleine** Einzelhandelsgeschäfte?
- > Nach Vollzugshinweise des **WiMin Bayern zum alten Recht wohl**
 - > Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von **höchstens 100 qm**,
 - > die Warenausgabe **überwiegend** im Wege der **Bedienung** ist anzunehmen, wenn der Verbraucher **mehr als 50%** des Warensortiments nur mit Bedienung erhalten kann,
 - > Von einem **Vertriebssystem** ist auszugehen, wenn von einem Unternehmen **mehr als 5 in ihrer Preisgestaltung** von der Zentrale **abhängige Filialen bzw. Verkaufsstellen** betrieben werden.
- > sog. „**Tante-Emma-Läden**“, **Kioske** und **mobile Verkaufsstätten** sind erfasst, **nicht aber Filial- und Franchise-Betriebe.**
- > Der gesamte **SB-Handel** ist damit **nicht** von der Ausnahmegvorschrift erfasst
- > Problem: Mischformen des Einzelhandels, etwa **Tankstellen, Bäcker, Kaffeefilialen** mit Regalsortiment; Apotheken

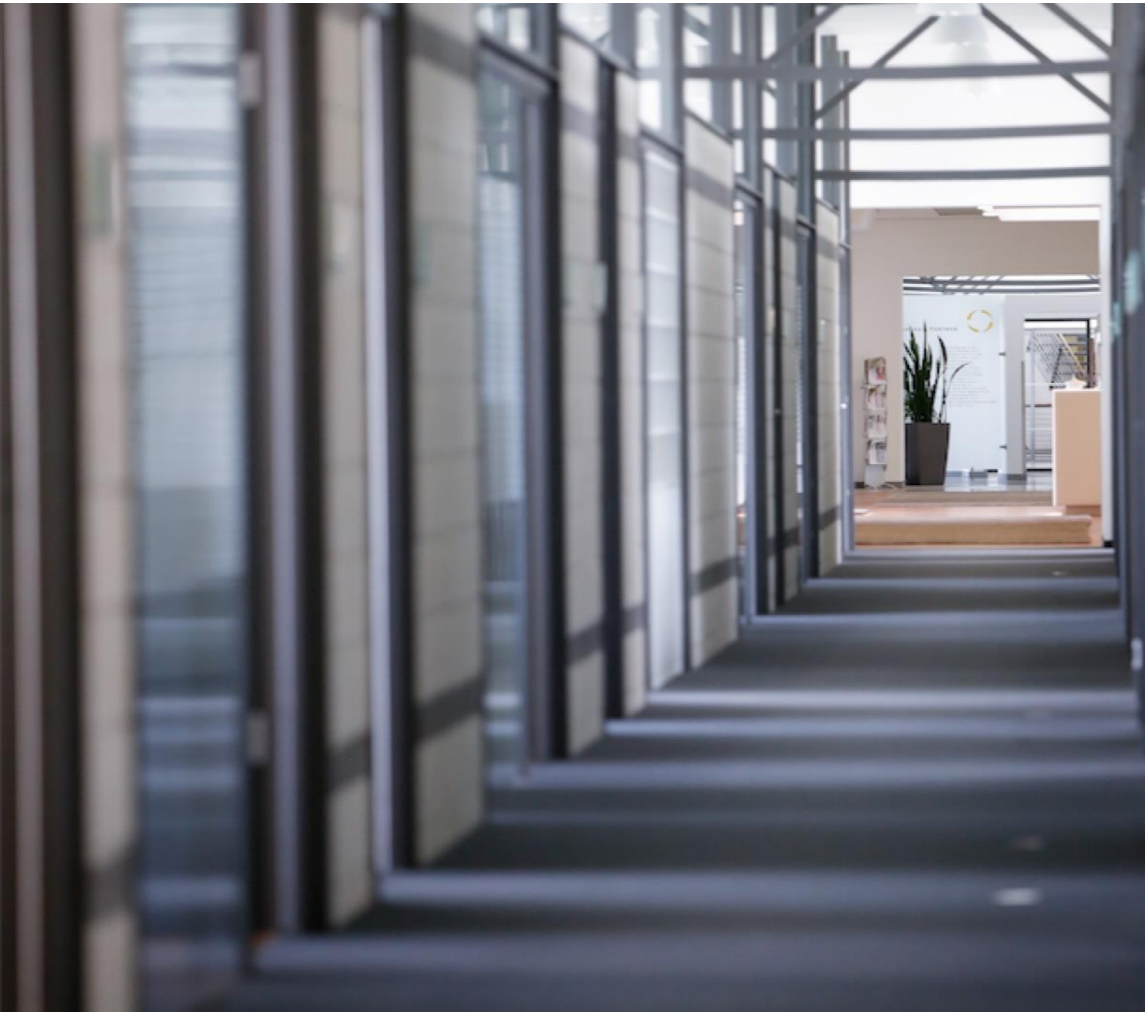


Rückerstattbare Sicherheit, § 7 PAngV

- › Grundsatz: ein als rückerstattbare Sicherheit zu entrichtender Betrag (**Pfandbetrag**) hat bei der Berechnung des Grundpreises unberücksichtigt zu bleiben
 - › Unklare Rechtslage
 - › Gesamtpreis für die Ware (ohne Flasche) und – daneben – der Pfandbetrag („2,50 EUR zzgl. 0,30 EUR Pfand“)
- oder
- › Grundpreis einschließlich Pfand und daneben einzeln Angabe des reinen Warenpreis und Pfandbetrag („2,80 EUR (2,50 EUR + 0,30 EUR Pfand*)“).



Das erwartet Sie.



1. Hintergrund
2. Änderungen zu Preisangaben
3. Verbraucherschutz und Auswirkungen im Fernabsatzrecht und stationären Handel
4. Änderungen im Wettbewerbs- und Gewerberecht
5. Handlungsempfehlungen



Änderungen hinsichtlich Informationspflichten

- › Informationspflichten für Betreiber von Online-Shops in § 246a § 1 Abs. 1 S. 1 EGBGB
 - › Unternehmensangaben: Angabe der Telefaxnummer fällt weg
 - › Hinweispflicht auf das Bestehen eines gesetzlichen Mängelhaftungsrechts bei digitalen Produkten gemäß § 327 BGB

- › Informationspflichten für Betreiber eines Online-Marktplatzes in § 246d § 1 EGBGB ergänzt und geändert:
 - › Informationspflicht über das angezeigte Ranking der Waren, Dienstleistungen oder digitale Inhalte
 - › Informationspflicht darüber, ob es sich bei dem Anbieter nach dessen eigener Erklärung gegenüber dem Betreiber des Online-Marktplatzes um einen Unternehmer handelt



Änderung der Muster-Widerrufsbelehrung

- > Bisher:
 - > Angabe der Telefonnummer, Faxnummer und E-Mailadresse, „soweit verfügbar“

- > **Neu:**
 - > Angabe der Telefonnummer und E-Mailadresse
 - > Keine Angabe einer Faxnummer notwendig



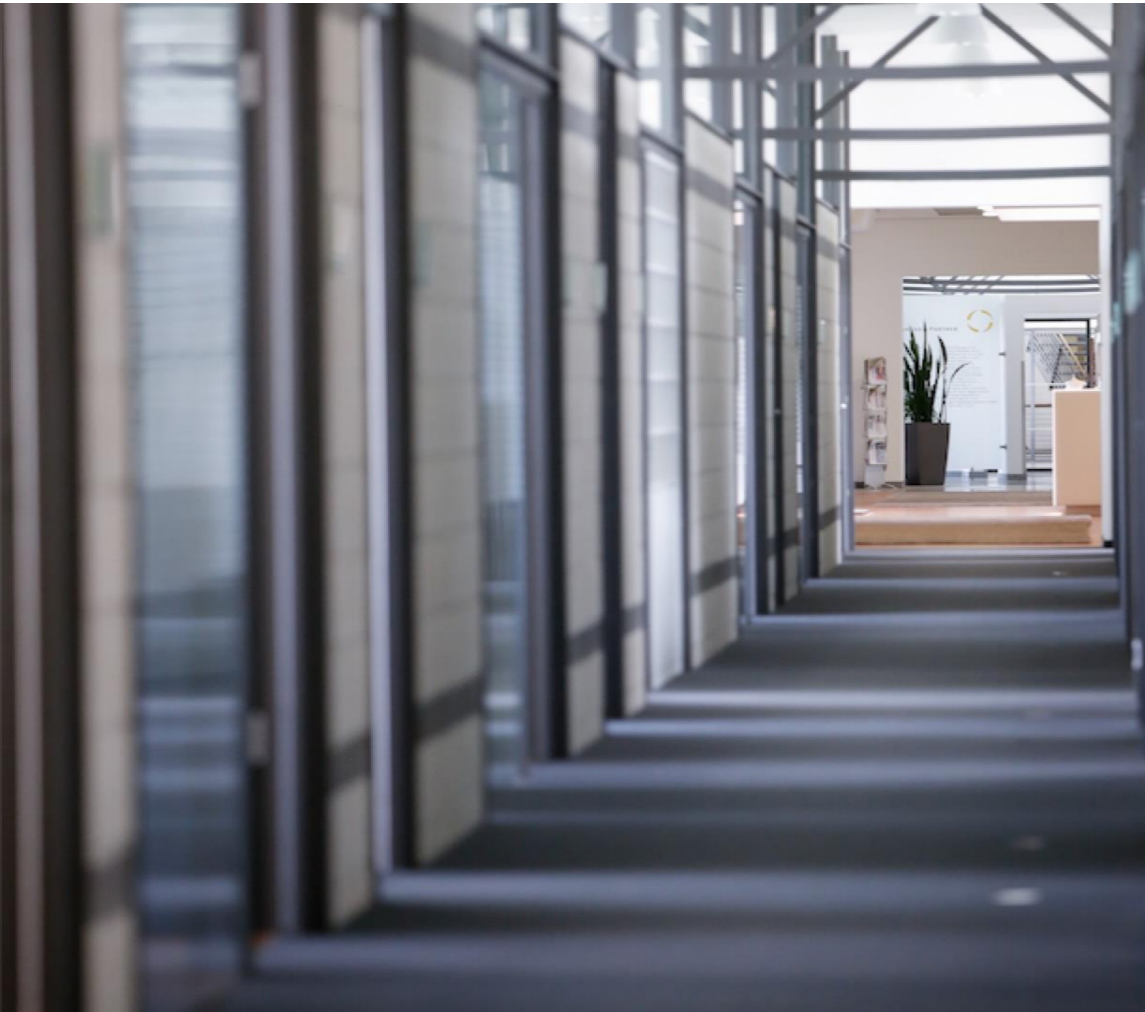
Neue Bußgeldtatbestände

- › **Neu:**
 - › Verbraucherschutzverstöße können als Ordnungswidrigkeit geahndet werden
 - › Bußgelder von bis zu 4% des Jahresumsatzes

- › Bußgelder möglich bei folgenden Verstößen:
 - › Missachtung bestimmter Informationspflichten
 - › Geltendmachung eines Anspruchs bei Zusendung unbestellter Waren
 - › Nichtbestätigung eines Widerrufs
 - › **Verspätete Lieferung**
 - › **Verwendung von AGB, die gegen ein Klauselverbot ohne Wertungsmöglichkeit verstoßen**



Das erwartet Sie.



1. Hintergrund
2. Änderungen zu Preisangaben
3. Verbraucherschutz und Auswirkungen im Fernabsatzrecht und stationären Handel
4. Änderungen im Wettbewerbs- und Gewerberecht
5. Handlungsempfehlungen



Änderungen durch das „Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht“

Änderungen im UWG

- Neue Transparenzvorschriften für den Online-Bereich
- Neue Regelung zum Influencer-Marketing
- Schadensersatzanspruch für Verbraucher wegen UWG-Verstößen

Änderungen der GewO

- Einführung des Begriffs des „Wanderlagers“



Transparenzpflichten im Online-Handel

- › Pflicht zur Bereitstellung **wesentlicher Informationen** durch den Unternehmer

§ 5a UWG (Auszug)

- (1) Unlauter handelt auch, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält, (...)

Beachte:

- › Bereitstellung gegenüber Verbrauchern **und** „sonstigen Marktteilnehmern“, d.h. auch Mitbewerbern!
- › **Neu:**
 - › § 5b UWG: Liste einiger Informationen, die von Gesetzes wegen als wesentliche Information gelten



Transparenzpflichten im Online-Handel

- › Offenlegung, ob es sich bei dem **Anbieter** von Waren und Dienstleistungen auf einem Online-Marktplatz um einen Verbraucher oder **Unternehmer** handelt
 - › Als wesentliche Information gilt...

§ 5b Abs. 1 Nr. 6 UWG

... bei Waren oder Dienstleistungen, die über einen Online-Marktplatz angeboten werden, die Information, ob es sich bei dem Anbieter der Waren oder Dienstleistungen nach dessen eigener Erklärung gegenüber dem Betreiber des Online-Marktplatzes um einen Unternehmer handelt.

- › Pflicht für Betreiber von Online-Marktplätzen, von Anbietern auf ihrem Online-Marktplatz die Offenlegung der Information zu verlangen
- › Pflicht der Anbieter zur Bereitstellung der Information
- › Bei Verstoß: Abmahnrisiko



Transparenzpflichten im Online-Handel

- › Hinweispflicht bei der **Veröffentlichung von Verbraucherbewertungen**
 - › Ziel: Keine Irreführung potentieller Kunden durch gefälschte oder verzerrte Kundenmeinungen

§ 5b Abs. 3 UWG

Macht ein Unternehmer Bewertungen zugänglich, die Verbraucher im Hinblick auf Waren oder Dienstleistungen vorgenommen haben, so gelten als wesentlich Informationen darüber, **ob und wie der Unternehmer sicherstellt, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben.**

- › **Neu:** „Schwarze Klauseln“ in Nr. 23b und 23c des Anhangs zu § 3 abs. 3 UWG
 - › Veröffentlichung von gefälschten bzw. falsch dargestellten Bewertungen unzulässig
- › Bei Verstoß: Abmahnrisiko und ggf. Bußgeld

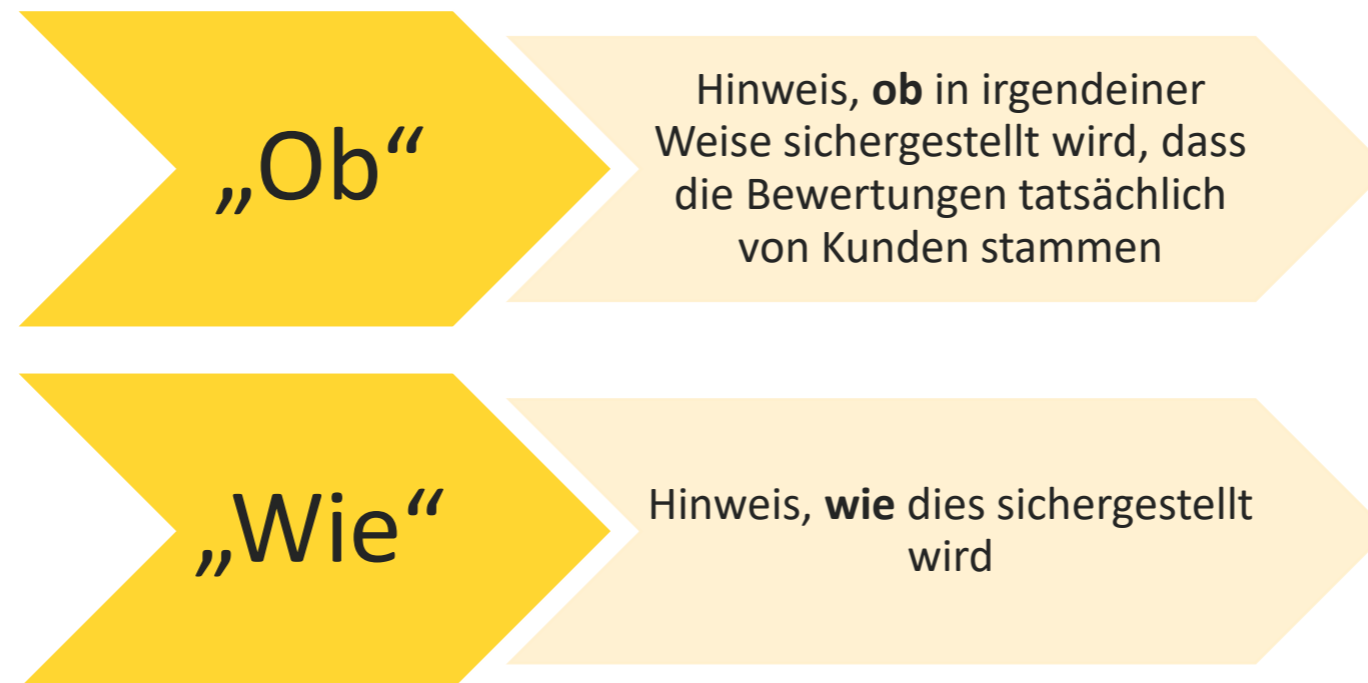


Transparenzpflichten im Online-Handel

> Hinweispflicht bei der **Veröffentlichung von Verbraucherbewertungen**

> Beachte:

- > Keine Pflicht, Kundenbewertungen zu veröffentlichen!
- > Keine Pflicht, Kundenbewertungen auf ihre Echtheit zu überprüfen!
- > Lediglich **zweistufige** Hinweispflicht, **wenn** Händler Kundenbewertungen in ihrem Webshop veröffentlichen:





Schadensersatzanspruch für Verbraucher

- › Bisher:
 - › Nur Mitbewerber und Verbraucherschutzverbände klagebefugt (z.B. Wettbewerbszentrale)
 - › Verbraucher: nur Rechtsbehelfe nach dem BGB

- › **Neu:**
 - › Klagebefugnis für Verbraucher gegen Unternehmen bei vorsätzlichen oder fahrlässigen Verstößen gegen das UWG
 - › Schadensersatzanspruch ausdrücklich **nicht** für UWG-Verstöße gegen Vorschriften, die Mitbewerber schützen

§ 9 UWG (Auszug)

(...)

(2) Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach § 3 unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt und hierdurch Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst, die sie andernfalls nicht getroffen hätten, ist ihnen zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet. (...)

(...)



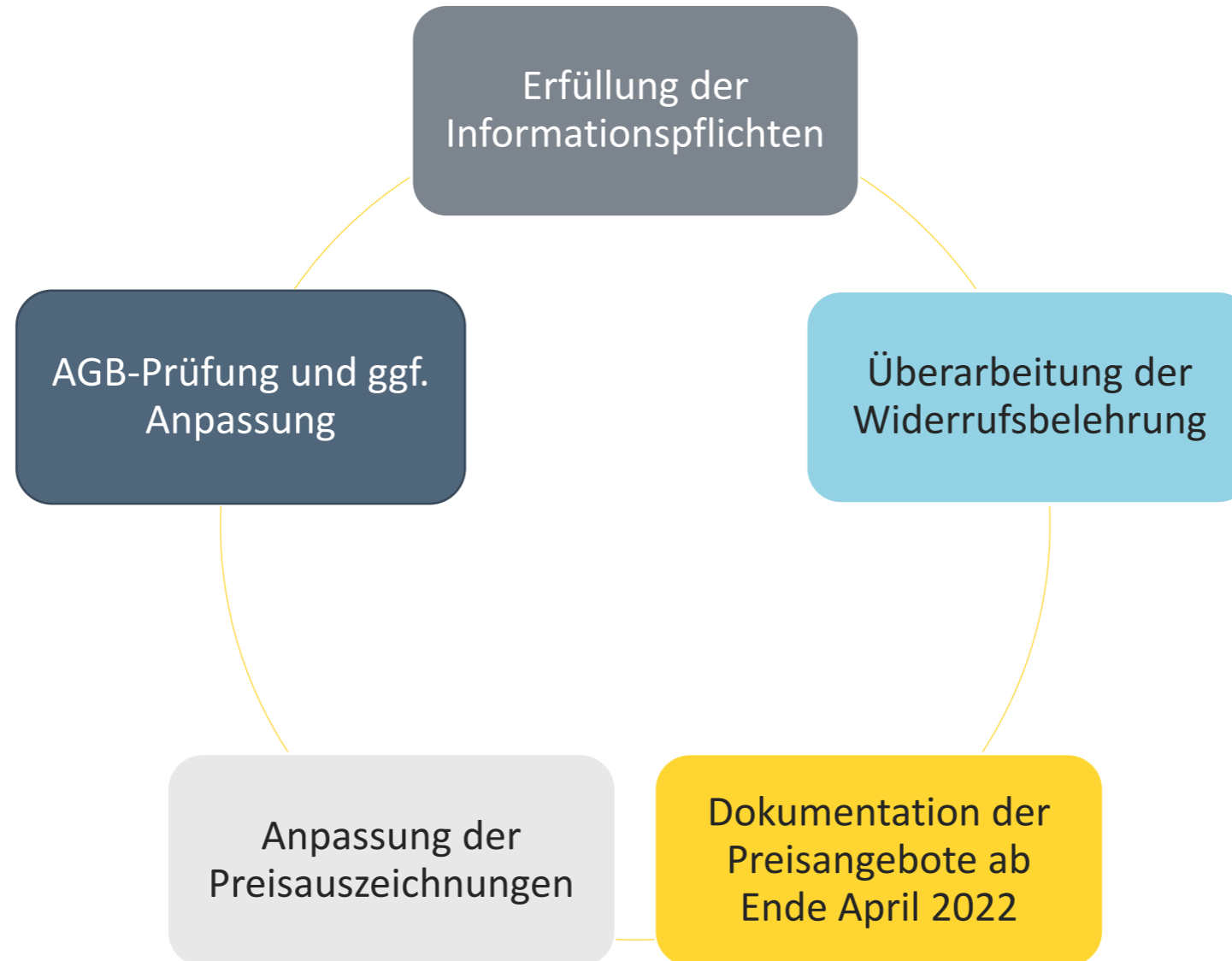
Das erwartet Sie.



1. Hintergrund
2. Änderungen zu Preisangaben
3. Verbraucherschutz und Auswirkungen im Fernabsatzrecht und stationären Handel
4. Änderungen im Wettbewerbs- und Gewerberecht
5. Handlungsempfehlungen



Handlungsempfehlungen





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Julian N. Modi

Rechtsanwalt, LL.M.,
Fachanwalt für IT-Recht, Fachanwalt für
Urheber- und Medienrecht | Senior
Manager

- › Gewerblicher Rechtsschutz (Marken-, Patent-, Geschmacksmusterrecht)
- › Urheber- und Wettbewerbsrecht
- › IT-Recht / Internetrecht
- › Medien- und Presserecht
- › Allgemeines Zivil- und Wirtschaftsrecht

Standort: > Augsburg

Tel: > +49 821 57058 - 0

Fax: > +49 821 57058 – 153

E-Mail: > julian.modi@sonntag-partner.de

IHK – Angebote für den Einzelhandel

➤ Digitaler Donnerstag

29. September 2022 | 18.15 Uhr **Regionales Online-Marketing leicht gemacht**

Infos und Anmeldung unter www.schwaben.ihk.de/digitaler-donnerstag

➤ IHK Spezial Webinar

28. Juli 2022 | 11.00 Uhr **Rund um den Urlaubsanspruch**

15. September 2022 | 14.00 Uhr **DSGVO-Update**

Infos und Anmeldung unter:

<https://events.schwaben.ihk.de/r/webinar-urlaubsanspruch> & <https://events.schwaben.ihk.de/r/webinar-dsgvo-update>

➤ IHK-Newsletter

wöchentliche Infos für den Handel | Anmeldung unter www.schwaben.ihk.de/newsletter - Rubrik: Handel

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Weitere Informationen unter
 ihk.de/schwaben/ihspezial

Fachberaterin Handel

Franziska Behrenz

0821 3162-158 | franziska.behrenz@schwaben.ihk.de