

**Gordian Deger, LL.M.**
Rechtsanwalt

Konrad-Adenauer-Ufer 71
50668 Köln
deger[at]avocat.de
Tel.: 0049 221 139 96 96 0
Fax: 0049 221 139 96 96 69
www.avocat.de
www.rechtsanwalt.fr

05.09.2014 WIRTSCHAFTSRECHT

Europarechtswidrigkeit der französischen Regelung betreffend die Werbung mit bezifferten Preisreduzierungen

In Frankreich ist die Werbung für Waren oder Dienstleistungen mit bezifferten Preisreduzierungen gegenüber Verbrauchern (z.B. „-30 % auf alle Handtaschen“) bestimmten Einschränkungen unterworfen, die verhindern sollen, dass die Verbraucher durch die Angabe willkürlich berechneter Preisnachlässe in die Irre geführt werden. Die maßgebliche Vorschrift in diesem Bereich ist der Erlass vom 31.12.2008¹. Dieser sieht unter anderem vor, dass sich die angegebene Preisreduzierung stets auf einen **Referenzpreis** beziehen muss. Dieser Referenzpreis ist gemäß Artikel 2 des Erlasses der niedrigste Preis, den der Gewerbetreibende innerhalb eines Zeitraums von 30 Tagen vor Beginn der Werbung für dieselbe oder eine vergleichbare Ware oder Dienstleistung verlangt hat. Wurde der Artikel zuvor nicht angeboten kann als Referenzpreis die Preisempfehlung des Herstellers verwendet werden.

Diese Regelung wird jedoch nach dem Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) vom 10. Juli 2014 (Rs. C-421/12) vom französischen Gesetzgeber abgeschafft oder verändert werden müssen. Mit dem genannten Urteil hat der EuGH nämlich eine belgische Gesetzesvorschrift betreffend die Angabe des Referenzpreises bei Werbung mit Preisnachlässen² für unvereinbar mit der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlamentes und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken erklärt. Genau wie die entsprechende französische Regelung schrieb die belgische Vorschrift den Gewerbetreibenden vor, die Angabe über die Höhe des Preisnachlasses auf den niedrigsten Preis zu beziehen, der im vorangegangenen Monat für die fragliche Ware praktiziert worden ist.

Zunächst führt der EuGH aus, dass die Ankündigung von Preisermäßigungen als Geschäftspraktik in den Anwendungsbereich der Richtlinie 2005/29/EG fällt. Sodann stellt er fest, dass diese Richtlinie eine Vollharmonisierung der Regeln über unlautere Geschäftspraktiken gegenüber Verbrauchern

¹ Arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur

² Belgisches Gesetz vom 6. April 2010, Art. 20 f.

vorgenommen hat. Die Richtlinie enthält eine Liste von 31 Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter anzusehen sind. Geschäftspraktiken, die nicht in dieser Liste aufgeführt werden, können vom nationalen Gesetzgeber nicht ohne weiteres untersagt werden, da die Mitgliedstaaten gemäß Artikel 4 der Richtlinie keine strengeren Maßnahmen erlassen dürfen, als die, die in der Richtlinie festgelegt sind. Das Verbot einer solchen Geschäftspraktik setzt vielmehr voraus, dass diese im Einzelfall als irreführend oder unlauter im Sinne der Richtlinie anzusehen ist. Da die streitgegenständliche belgische Regelung keine Einzelfallprüfung vorsah, sondern die Nutzung eines anderen Referenzpreises als dem gesetzliche vorgeschriebenen unter allen Umständen untersagte, erklärte der EuGH die Regelung für unvereinbar mit der Richtlinie 2005/29/EG.

Dieses Urteil ist auf die inhaltgleiche französische Regelung zur Angabe und Bestimmung des Referenzpreises übertragbar. Daneben enthält der französische Erlass vom 31.12.2008 aber noch weitere Regelungen betreffend die Werbung mit Preisnachlässen, die auch keine Einzelfallprüfung vorsehen und daher ebenfalls europarechtswidrig sein dürften: So muss etwa in der Werbung außerhalb von Geschäftsräumen³ neben der Höhe des Preisnachlasses (absolut oder in Prozent) auch der Zeitraum angegeben werden, innerhalb dessen die Ware oder Dienstleistung zu dem reduzierten Preis angeboten wird. Ein solches Angebot muss dann auch bis zum angegebenen Enddatum für alle Kunden erhältlich sein. Handelt es sich hingegen um eine Preisreduzierung zwecks Abverkauf, so muss anstatt eines Enddatums die Angabe „solange der Vorrat reicht“⁴ erfolgen. Präzise und unmissverständlich anzugeben ist ferner, welche Waren oder Dienstleistungen von der Preisreduzierung betroffen sind. Bei Missachtung dieser Vorschriften können Bußgelder von bis zu 7.500 €⁵ (15.000 € im Wiederholungsfall) gegen den Gewerbetreibenden verhängt werden.

Daher dürfte in Kürze eine Neuregelung der Materie durch den französischen Gesetzgeber erfolgen, bei welcher die oben dargestellten Regelungen entweder ganz abgeschafft oder unter den Vorbehalt gestellt werden müssten, dass der jeweilige Verstoß im Einzelfall irreführend oder unlauter ist.

Diese Information wird Ihnen zur Verfügung gestellt von:



Deutsch-Französische Rechtsanwaltskanzlei
Cabinet d'Avocats Franco-Allemand

Kühl Rechtsanwalts-gesellschaft mbH Konrad-Adenauer-Ufer 71, 50668 Köln
www.avocat.de

KÖLN PARIS STRASBOURG BADEN-BADEN SARREGUEMINES

Dieser Artikel dient ausschließlich der allgemeinen Information und kann kein individuelles Beratungsgespräch ersetzen. Ein Mandatsverhältnis kommt nicht zustande. Jegliche Haftung der Kanzlei für den Inhalt dieses Artikels ist ausgeschlossen.

³ Dies gilt auch für Fälle, in denen die Werbung von der Straße aus sichtbar ist, etwa im Schaufenster. Onlineshops sind dagegen nicht betroffen.

⁴ Auf Französisch: « *jusqu'à épuisement des stocks* »

⁵ Bei Einzelkaufleuten beträgt das maximale Bußgeld 1.500 € (bzw. 3.000 € im Wiederholungsfall)