

Absenkung der Mehrwertsteuersätze vom 01.07.2020 bis zum 31.12.2020

Eröffnung der Ausnahme in § 9 Absatz 2 Preisangabenverordnung (PAngV)

Zu dem am 03.06.2020 beschlossenen Konjunkturpaket und der darin vorgesehenen Senkung der Mehrwertsteuersätze von 19 auf 16 bzw. von 7 auf 5 Prozentpunkte für die Zeit vom 01.07. bis zum 31.12.2020 sind beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie zwischenzeitlich eine Reihe von Anfragen eingegangen.

Handel und Anbieter von Dienstleistungen müssen bei ihren Angeboten gegenüber dem Verbraucher nach § 1 Absatz 1 PAngV den geforderten Gesamtpreis inklusive Mehrwertsteuer und sonstiger Preisbestandteile sowie, bei messbaren Gütern, nach § 2 Absatz 1 PAngV den Grundpreis je Maßeinheit angeben (Kilopreis, Literpreis, etc.).

Allerdings gewährt § 9 Absatz 2 PAngV die Möglichkeit, von einer Änderung der Gesamt- und der Grundpreisangabe abzusehen, wenn der Händler/Anbieter bei Preisnachlässen folgende drei Voraussetzungen beachtet:

Er setzt die Senkung durch

1. nach Kalendertagen zeitlich begrenzte,
2. durch Werbung bekannt gemachte,
3. generelle Preisnachlässe um („Pauschalrabatt“).

Diese Option besteht auch für die anstehende Senkung der Mehrwertsteuersätze zum 01.07.2020 für das gesamte Sortiment oder bei entsprechend transparenter Information für Teile des Sortiments.

Die Begrenzung nach Kalendertagen könnte dabei analog der Terminierung der Mehrwertsteuersenkung vom 01.07. bis zum 31.12.2020 erfolgen. Auch wenn in den Kommentierungen zur PAngV teilweise bei zeitlich begrenzten Preisermäßigungen ein Zeitraum von z. B. zwei Wochen in Anlehnung an die früheren Vorgaben zu Sonderverkäufen unterstellt wird, so steht auch eine fortlaufende Aktion über sechs Monate mit den rechtlichen Vorgaben sowie der Intention von § 9 Absatz 2 PAngV im Einklang. Unter Werbung fiele in diesem Zusammenhang auch z. B. die örtliche Bekanntmachung durch einen Aushang in der Filiale, ein Banner auf der Website oder ein entsprechender Hinweis in Katalogen oder Prospekten. Als „generell“ wird ein Preisnachlass verstanden, wenn er über verschiedene Sortimente oder Produktgruppen hinweg gilt.

Einer der Regelfälle für die Verwendung der Ausnahme nach § 9 Absatz 2 PAngV ist der Abverkauf von Sommer- oder Winterware im Schlussverkauf (z.B. die Werbung mit 20 Prozent

Rabatt auf alle Winterjacken im Sortiment für ein oder zwei Wochen). Dabei bleibt es jedoch der Entscheidung jedes einzelnen Unternehmens/Anbieters überlassen, sich für oder gegen die Nutzung der Ausnahmemöglichkeit von § 9 Absatz 2 PAngV zu entscheiden und hierbei die Mehrwertsteuersenkung bezogen auf das komplette Sortiment oder auch nur für Teilsortimente an die Verbraucherinnen und Verbraucher weiterzugeben.

Die Anwendung von § 9 Absatz 2 PAngV hebt das Recht zur freien Preisbildung der Anbieter nicht auf. Durch eine durch Werbung nach § 9 Absatz 2 PAngV bekanntgegebene Preissenkung, die Umstellung der Steuersätze im Warenwirtschaftssystem und die Ausweisung der geltenden Mehrwertsteuersätze auf den Bons wird der korrekte Steuerabzug für die Verbraucher transparent. Ihre schutzwürdigen Interessen werden darüber hinaus auch deshalb nicht verletzt, da sie an der Kasse weniger bezahlen als beispielsweise an den Regalen ausgewiesen ist.

Auf folgende Sonderfälle ist in diesem Zusammenhang aber hinzuweisen:

Die Ausnahmemöglichkeit nach § 9 Absatz 2 PAngV findet aufgrund anderer einschlägiger Rechtsgrundlagen keine Anwendung auf preisgebundene Artikel:

- Bücher (Buchpreisbindungsgesetz),
- rezeptpflichtige Arzneimittel (Arzneimittelpreisverordnung),
- Zeitungen und Zeitschriften (§ 30 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB))

Bei diesen Artikeln sind Preisreduktionen durch die Einzelhandelsstufe entweder nicht möglich oder abweichend von der PAngV geregelt.

Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 10.06.2020