

Online-Nachricht vom 16.06.2020

Umsatzsteuer | Umsetzung der Mehrwertsteuersenkung bei Preisangaben durch pauschale Rabatte (BMW i)

Händler und Anbieter von Dienstleistungen können für die vorübergehende Senkung der Mehrwertsteuer von der bestehenden Ausnahmemöglichkeit des § 9 Absatz 2 Preisangabenverordnung (PAngV) Gebrauch machen und pauschale Rabatte an der Kasse gewähren, ohne die Preisauszeichnung (z.B. sämtlicher Regale) in der Nacht zum 1.7.2020 ändern zu müssen. Hierauf weist das BMW i aktuell hin.

Hintergrund: Handel und Anbieter von Dienstleistungen müssen bei ihren Angeboten ggü. 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 (Kilopreis, Literpreis, etc.) angeben.

§ 9 Absatz 2 PAngV gewährt 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").

Hierzu führt das BMW i weiter aus:

Die Option der Anwendung des § 9 Absatz 2 PAngV besteht auch für die anstehende Senkung der Mehrwertsteuersätze zum 1.7.2020 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 1.7. bis 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.

Hinweise:

Die Ausnahmemöglichkeit nach § 9 Absatz 2 PAngV findet für preisgebundene Artikel, wie Bücher, Zeitschriften, Zeitungen und rezeptpflichtige Arzneimittel keine Anwendung, da für diese andere rechtliche Regelungen gelten. Bei diesen Artikeln sind Preisreduktionen durch die Einzelhandelsstufe entweder nicht möglich oder abweichend von der PAngV geregelt. Das Schreiben des BMWi ist auf dessen Homepage veröffentlicht.

Quelle: BMWi, Pressemitteilung v. 12.6.2020 (il)

Fundstelle(n):

NWB EAAAH-50916