



Hochschule Kempten
University of Applied Sciences

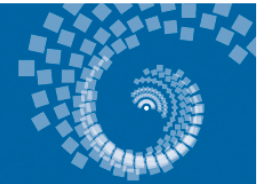
Flexible Prospektpreise – rechtssicher gestalten!

Flexible brochure prices - achieving legal compliance

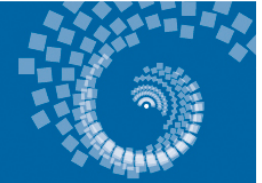
Prof. Dr. Ernst Führich

Vortrag ITB 2009 Berlin



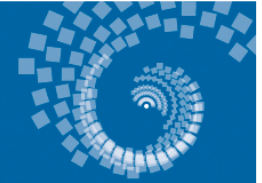


- 1. Flugzuschlag als Ausweg für Reiseveranstalter?**
- 2. Fallbeispiel**
- 3. Flexibler Online-Preis ohne Rechtsprobleme**
- 4. Starrer Prospektpreis ist Wettbewerbsverzerrung**
- 5. Änderung der BGB-InfoV zum 1.11.2008**
- 6. PAngV fordert Bruttopreis bei Werbung**
- 7. Dynamic Pricing im Prospekt ist wettbewerbswidrige Lockvogelwerbung**
- 8. Rechtssichere Vorgangsweise**
- 9. Ausblick**



1. Flugzuschlag als Ausweg für Veranstalter?

Alle Fluggesellschaften haben sich dieser Preisgestaltung bedient!



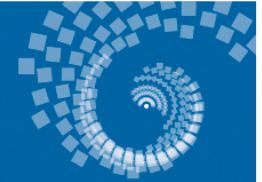
2. Fallbeispiel

Der Urlauber Rudi Ratlos möchte im August pauschal nach Gran Canaria und wälzt im Frühjahr drei Tage lang die Kataloge mehrerer Reiseveranstalter. Nach seinem vergleichenden Prospektstudium entscheidet er sich für das preislich günstigste Angebot von 998,00 € im Hotel Maspalomas des Veranstalters TUI. Nun ruft Rudi im Reisebüro der TUI an und erfährt, dass der Prospektpreis leider nicht mehr stimmt und ein Treibstoffzuschlag von 36 Euro pro Person zusätzlich anfällt und die 14tägige Reise nun 1034,00 € kostet.



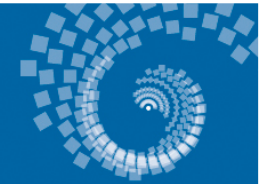
Zwei Rechtsvorschriften sichern die Pflicht zur Preisangabe in Prospekten:

- **§ 4 I BGB-InfoV für Prospekte bei Pauschalreisen mit genauen Angaben über Reisepreis**
- **§ 1 PAngV fordert einen Brutto-Endpreis bei jeder Preiswerbung**



3. Flexibler Online-Preis ohne Rechtsprobleme

- **Website kann tagesaktuell geändert werden**
- **Prospekt ist invitatio ad offerendum**
- **Reisende hat keinen Vertrauensschutz gegen Preisänderung**



4. Starrer Prospektpreis ist Wettbewerbsverzerrung

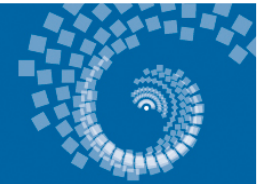
- **Prospektpreis muss höher kalkuliert werden**
- **Zwei Preismärkte sind nicht akzeptabel**

Tagesaktueller Onlinepreis

contra

Fester Prospektpreis des Jahreskatalogs

- **Prospekt muss wettbewerbsfähig bleiben**
- **Dynamic Packaging mit Bündelung der Leistungen vor Buchung von EuGH gebilligt**
- **Dynamic Pricing ist aktuelle Forderung der Branche**
- **Vorstoß der TUI für Richtpreis bereits 2006**

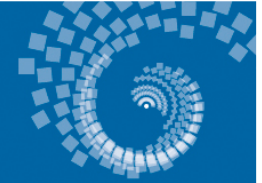


5. Änderung von § 4 BGB-InfoV zum 1.11.2008

Der Vorbehalt einer Preisanpassung ist „insbesondere“ aus folgenden Gründen zulässig:

1. aufgrund einer Erhöhung der Beförderungskosten, der Abgaben für bestimmte Leistungen, wie Hafen- oder Flughafengebühren, oder einer Änderung der für die betreffende Reise geltenden Wechselkurse nach Veröffentlichung des Prospektes,

2. wenn die vom Kunden gewünschte und im Prospekt ausgeschriebene Pauschalreise nur durch den Einkauf zusätzlicher Kontingente nach Veröffentlichung des Prospektes verfügbar ist.

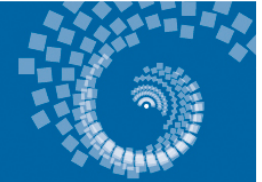


Klartext

Der Reisepreis kann vor der Buchung durch den Kunden neu kalkuliert und durch den Veranstalter einseitig angepasst werden, wenn nach der Veröffentlichung des Prospekts „insbesondere

- 1. die Preise für Bestandteile des Gesamtpreises sich erhöht haben,**
- 2. zusätzliche Produkte nachgekauft werden müssen.**

Eine abschließende Aufzählung wollte der Gesetzgeber nicht vornehmen.

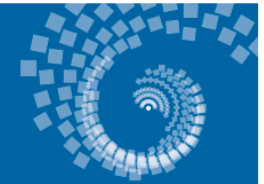


Beachten Sie:

**Der geänderte § 4 BGB-InfoV läßt keine
nachfragegesteuerte**

„Yield-Steuerung“

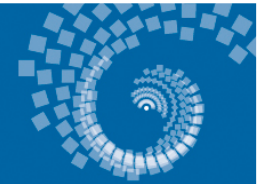
der Prospektpreise zu!



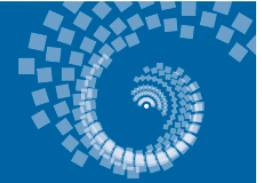
6. PAngV fordert Brutto-Endpreis bei Werbung

Angabe des Endpreises als Bruttopreis mit allen obligatorischen, also festen Preisbestandteilen wie

- **Steuern und Abgaben,**
- **Buchungskosten (Serviceentgelt),**
- **Flughafenentgelte (Start- und Landegebühren, Sicherheitsgebühren und sonstige obligatorische Entgelte für Dritte)**
- **Treibstoffzuschlag zum Werbezeitpunkt**

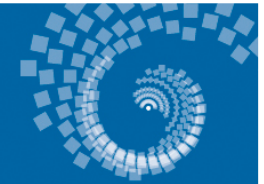


- 7. Dynamic Pricing im Prospekt ist wettbewerbswidrige irreführende Lockvogelwerbung nach dem Wettbewerbsrecht des UWG**
- **PAngV will Preiswahrheit und -klarheit sichern**
 - **Verbraucher kann sich bei flexiblen Preisen nicht auf den Prospektpreis verlassen**
 - **Prospekt mit Niedrigpreisen und Preisvorbehalt wäre dann wettbewerbsrechtlich ein Lockvogel nach § 4 Nr. 11 UWG**



8. Rechtssichere Vorgangsweise

- **Änderungsvorbehalt für Prospektpreis**
- **Besondere Klausel in AGB und Preisinformation im Prospekt notwendig**
- **Inhalt der Klausel**
 - Verständlich und transparent
 - Relevante Erhöhungsfaktoren des Unternehmens aufnehmen



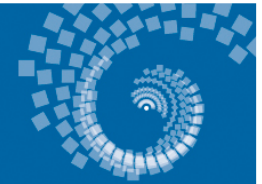
■ **Muster-Klausel**

3 Änderungen des Prospektpreises

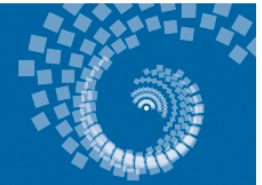
3.1 Die im Prospekt genannten Reisepreise sind für den Reiseveranstalter bindend.

3.2 Der Reiseveranstalter kann jedoch vor Vertragschluss vom Prospekt abweichende Änderungen der Reisepreise erklären. Eine Preisanpassung ist insbesondere aus folgenden Gründen zulässig:

- a) aufgrund einer Erhöhung der Beförderungskosten durch einen Zuschlag auf den Reisepreis jedes Reiseteilnehmers für Kurz-, Mittel- und Langstreckenflüge, der Abgaben für bestimmte Leistungen, wie Hafengebühren- oder Flughafengebühren, oder einer Änderung der für die betreffende Reise geltenden Wechselkurse nach Veröffentlichung des Prospektes,
- b) wenn die vom Kunden gewünschte und im Prospekt ausgeschriebene Pauschalreise nur durch den Einkauf zusätzlicher Kontingente nach Veröffentlichung des Prospektes verfügbar ist.

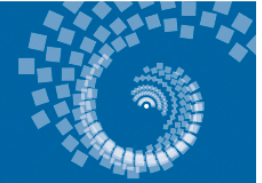


- **Änderungserklärung**
 - Information des Reisenden über Zuschlag während der Auswahlentscheidung notwendig
 - Information nach Reiseanmeldung ist Ablehnung der Anmeldung verbunden mit neuem Angebot gemäß § 150 II BGB

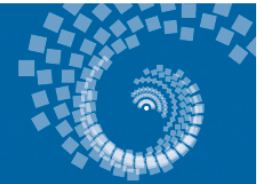


9. Ausblick

- **Katalog muss wettbewerbsfähig bleiben**
- **§ 4 BGB-InfoV und § 1 PAngV lassen keine Richtpreise zu und verlangen**
 - Brutto-Endpreis bei Werbung
 - Änderungsvorbehalt als Warnung, dass Prospektpreis nicht bindend ist
 - Änderungsmitteilung während der Auswahlentscheidung des Kunden



**Häufige Änderung der Katalogpreise
kann zum
Imageverlust
des Reiseveranstalters führen!**



Sie finden den Vortrag auf meiner Website

www.fuehrich.de

und können ihn dort ausdrucken!

Danke für Ihre Aufmerksamkeit