

Werbung für Privatunterkünfte unter Angabe von Preisen

Die Preisangabenverordnung im Hotelgewerbe - so werben private Vermieter richtig

„Wer nicht wirbt, der stirbt“, diese Aussage des Automobilpioniers Henry Ford hat bis heute nichts von seiner Bedeutung verloren. Ganz im Gegenteil. Um sich in einem zunehmend unübersichtlicher werdenden wirtschaftlichen Umfeld von seinen Mitbewerbern absetzen zu können, ist eine effektive Werbestrategie von Nöten. Aber Werbung kostet Geld. Und auch dazu hatte Henry Ford eine Weisheit parat. Er war der Ansicht, dass die Hälfte aller Werbeausgaben nutzlos ist. Leider konnte er nicht sagen, welche Hälfte dies ist. Umso wichtiger ist es, Werbung so zu gestalten, dass sie den gesetzlichen Vorgaben entspricht. Denn ansonsten können zu den nicht unerheblichen reinen Werbekosten auch noch saftige Strafen und Abmahngebühren kommen. Besondere Aufmerksamkeit gebührt in diesem Zusammenhang den verbindlichen Vorschriften, die in der [Preisangabenverordnung, kurz PAngV](#), zusammengefasst wurden.

Bei der Werbung mit Preisen ist Vorsicht geboten



Wie in vielen anderen Branchen wird auch im Beherbergungsgewerbe gerne mit günstigen Preisen geworben. Gerade Reisende, die mit einem beschränkten Budget unterwegs sind oder über ein sehr begrenztes Spesenkonto verfügen, sind gezwungen, bei der Wahl ihrer Unterkunft verstärkt auf den Preis zu achten. Die Werbung mit attraktiven Preisen ist deshalb für Anbieter von günstigen Monteurunterkünften, Ferienwohnungen und Pensionszimmern besonders sinnvoll und effektiv. Wer allerdings glaubt, sich mit unvollständigen oder gar falschen Angaben einen Vorteil gegenüber seinen Mitbewerbern verschaffen zu können, der läuft Gefahr, am Ende nicht nur seine Werbung einstellen zu müssen, sondern darüber hinaus auch noch mit Kosten für rechtliche Auseinandersetzungen belastet zu werden.

Ein Blick in die am 1. Mai 1985 in Kraft getretene Preisangabenverordnung kann deshalb nicht schaden. Dieser sollte jedoch keine einmalige Aktion sein, sondern regelmäßig wiederholt werden.

Da die Verordnung in der Vergangenheit bereits mehrfach aktualisiert und überarbeitet worden ist, darf auch in Zukunft damit gerechnet werden, dass die Bestimmungen an die sich ständig verändernden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedingungen angepasst werden. Neue Regelungen sind deshalb nicht auszuschließen, sondern sogar wahrscheinlich. Sich in diesem Punkt fortwährend zu informieren, gehört deshalb zu den grundlegenden Aufgaben eines professionellen Kaufmanns.

Die Preisangabenverordnung hält für jede Branche Besonderheiten bereit



In der PAngV (Preisangabenverordnung) ist grundsätzlich für alle Gewerbetreibenden geregelt, in welcher Form die Preise in der Werbung anzugeben sind. Dem Verbraucher soll es ohne große Probleme möglich sein zu erkennen, welche Kosten auf ihn zukommen, wenn er dem Werben eines Verkäufers nachgibt und sich entschließt, ein bestimmtes Produkt zu kaufen. Neben den grundlegenden Bestimmungen, die für alle Branchen gelten, wie etwa die Angabe der Umsatzsteuer, gibt es für viele Wirtschaftszweige zusätzliche Regelungen, die beachtet werden müssen. So sind die Betreiber von Supermärkten verpflichtet, neben den Endpreisen auch den Grundpreis für ein Kilo oder einen Liter eines Lebensmittels anzugeben. Auf diese Weise ermöglichen sie es dem Verbraucher, einen einfachen und schnellen Vergleich der verschiedenen Angebote anstellen zu können.



„Bis zu 25.000€ Strafe drohen Vermietern bei vermeintlichem Vorteil“

Hoteliers und Anbieter von privaten Urlaubsimmobilien wie Ferienwohnungen und Zimmern sind, ebenso wie auch die Vermieter von Monteurunterkünften, verpflichtet, in ihrer Werbung besondere Vorschriften zu beachten, wenn in ihren Anzeigen Preise genannt werden. Umgangen werden können diese Vorschriften nur, wenn auf die Nennung von Preisen verzichtet wird. Eine Pflicht zur Angabe von Preisen in einer Werbeanzeige besteht nämlich nicht. Wer sein Angebot über andere Faktoren als den Preis definiert, der kann deshalb ganz darauf verzichten und in seiner Werbung andere

Aspekte in den Vordergrund stellen. In einem preissensiblen Segment wie der Vermietung von günstigen privaten Unterkünften wird ein Unternehmer aber auf Dauer nicht um die Werbung mit Preisen herumkommen. Sie sind für die anzusprechende Kundschaft nicht selten das entscheidende Argument, sich für ein ganz bestimmtes Angebot zu entscheiden. Die Versuchung, sich hier durch die Umgehung der PAngV einen Vorteil gegenüber seinen Mitbewerbern zu verschaffen, mag recht groß sein, dieser Versuchung nachzugeben und das Wettbewerbsrecht zu ignorieren, ist jedoch keine gute Idee. Wer gegen die gesetzlichen Bestimmungen verstößt, muss mit einer kostenpflichtigen Abmahnung oder sogar einem Gerichtsverfahren rechnen. Wird so eine

Ordnungswidrigkeit festgestellt, kann diese mit einem nicht unerheblichen Bußgeld geahndet werden. Für den vermeintlichen Vorteil werden dann bis zu 25.000 Euro fällig.

Der Gesamtpreis ist das Maß aller Dinge



Welchen Preis ein Vermieter von Ferienwohnungen und ähnlichen Unterkünften in seiner Werbung angeben muss, hat der Bundesgerichtshof in einem Urteil aus dem Jahr 1991 festgestellt. Grundsätzlich hat sich auch der private Anbieter an alle Regelungen zu halten, die für den gewerblichen Vermieter gelten. Die Entscheidung des Gerichtes schreibt verpflichtend die Angabe eines Endpreises vor. In diesem Preis müssen alle Kosten enthalten sein, die dem Kunden während der gesamten Dauer seines Aufenthaltes im Zusammenhang mit seiner Unterbringung entstehen.

Ein bedeutender Teil des Gesamtbetrages ist die Mehrwertsteuer, die bei keiner Preisangabe fehlen darf. Eine Ausnahme ist nur dann möglich, wenn ein privater Vermieter von der sogenannten Kleinunternehmerregelung nach §19 des UStG Gebrauch macht. Liegt die Summe der Umsätze eines Unternehmers innerhalb eines Jahres unter dem Betrag von 17.500 Euro, kann er diese Regelung in Anspruch nehmen. Aufgrund dieser ist er dann von der Pflicht befreit, die Umsatzsteuer in Rechnung zu stellen und auszuweisen. In diesem Fall muss er sie natürlich auch nicht bei den Preisangaben in seiner Werbung berücksichtigen.

Alle obligatorischen Nebenkosten müssen im Gesamtpreis enthalten sein

Neben der reinen Zimmer- oder Wohnungsmiete inklusive der Mehrwertsteuer gehören zu den weiteren Kosten all die Aufwendungen, die der Gast verpflichtend zu leisten hat. Wird etwa für die Zurverfügungstellung von Bettwäsche oder Handtüchern ein zusätzlicher Betrag in Rechnung gestellt, muss dieser bei der Angabe des Gesamtpreises eingerechnet werden. Eine Ausnahme ist nur dann zulässig, wenn der Kunde die Möglichkeit hat, auf diese optionalen Leistungen zu verzichten und in der Werbung auf eben dieses Recht deutlich aufmerksam gemacht wird. Müssen derartige Angebote jedoch obligatorisch hinzu gebucht werden, ist der Vermieter verpflichtet, sie zum reinen Mietpreis hinzuzurechnen und in der Werbung anzugeben.



Eine vergleichbare Regelung gilt für die Endreinigung. Auch sie muss zwingend bei der Berechnung des Gesamtpreises berücksichtigt werden, wenn sie nicht vom Gast selbst durchgeführt werden

darf. Alle Kosten, die schon im Vorhinein bekannt sind und beziffert werden können, sind laut §1 der PAngV Bestandteil des anzugebenden Endpreises.

Verbrauchsabhängige Kosten dürfen gesondert ausgewiesen werden

Eine Ausnahme von dieser Regelung stellen alle verbrauchsabhängigen Kosten dar. Sie dürfen unter bestimmten Bedingungen nach dem tatsächlichen Verbrauch abgerechnet werden. Dazu ist es jedoch nötig, einen Nachweis über den Verbrauch zu führen. Um den tatsächlichen Konsum von Strom und Wasser oder Gas und Heizung belegen zu können, ist deshalb ein entsprechender Zähler notwendig. Ob sich dieser Aufwand im Einzelfall lohnt, muss unter den individuellen Gegebenheiten überprüft werden.

Weitere Aufpreise, die ebenfalls gesondert ausgewiesen werden dürfen, sind Zuschläge für besondere Leistungen, wie etwa Parkgebühren oder ein Zustellbett. Auch erhöhte Kosten für die Unterbringung von Haustieren oder die Nutzung eines Doppelzimmers als Einzelzimmer rechtfertigen eine gesonderte Berechnung, die bei der Preisangabe in der Werbung nicht berücksichtigt werden muss. Ähnliches gilt auch für optionale Verpflegungsleistungen, wie zum Beispiel ein Frühstück, das der Gast nicht verpflichtend zu buchen und zu bezahlen hat. Bedingung für die gesonderte Angabe von Zusatzleistungen in der Werbung ist jedoch stets, dass der Gast einen deutlichen Hinweis darauf erhält, dass es sich eben um ein zusätzliches Angebot handelt, das er nicht verpflichtend in Anspruch nehmen muss.

Margenpreise grundsätzlich zulässig



„Margenpreise (Ab-Preise) sind erlaubt, wenn ausreichendes Angebot vorhanden!“

Grundsätzlich ist es einem gewerblichen Hotelier ebenso wie einem privaten Vermieter gestattet, mit sogenannten Margenpreisen zu werben. Er darf also sowohl im Internet als auch in Werbeflyern und anderen Druckwerken seine niedrigsten und höchsten Preise angeben. Dabei ist allerdings zu beachten, dass der niedrigste Wert nur dann in der Werbung verwendet werden darf, wenn dem ein ausreichend großes Angebot gegenübersteht. Es ist deshalb nicht zulässig, mit der Angabe „ab X Euro“ zu werben, wenn ein Vermieter über eine größere Zahl von Zimmer verfügt, aber nur ein einziges zu diesem Preis anbieten kann. Nutzt er ungeachtet dieser Vorgabe trotzdem seinen günstigsten Preis für die Werbung, muss er mit einer Abmahnung durch die Wettbewerbshüter rechnen.

Auch saisonale Zuschläge sind in der Werbung transparent darzustellen. Hier müssen konkrete

Daten und Zeiträume angegeben werden. Pauschale Formulierungen, wie etwa „während der Schulferien“ oder „bei Volksfesten“, sind nicht zulässig, da sie dem Gast keine detaillierten Hinweise darauf geben, wann er mit erhöhten Preisen zu rechnen hat.

Andere Medien, andere Vorschriften



Werbung für eine Ferienwohnung, ein Pensionszimmer oder eine Monteurunterkunft kann in den unterschiedlichsten Medien geschaltet werden. Dabei sind die zum Teil abweichenden Vorschriften der PAngV zu beachten.

Eine beliebte Möglichkeit, potenzielle Gäste zu erreichen, ist der Eintrag in das Gastgeberverzeichnis einer Gemeinde oder in den Hotelführer einer Stadt. Dabei ist die Werbung mit Margenpreisen grundsätzlich erlaubt. Derartige Verzeichnisse bieten in der Regel ausreichend Gelegenheit, Preise für einzelne Zimmerkategorien detailliert darzustellen. Auch ist es hier möglich, saisonale Unterschiede auf den Tag genau anzugeben. Werden darüber hinaus zu bestimmten Terminen, wie zum Beispiel zu Messezeiten, erhöhte Raten berechnet, sollte auf die Möglichkeit hingewiesen werden, den exakten Endpreis für einen bestimmten Termin durch eine Anfrage beim Vermieter in Erfahrung bringen zu können. Auch ein Verweis auf ein eventuell vorhandenes Buchungstool auf der Webseite des Anbieters zeigt dem Interessenten einen Weg auf, die Gesamtkosten für seinen geplanten Aufenthalt zu erfahren.

Bei Imageanzeigen in Zeitungen und Zeitschriften spielen Preisangaben meist nur eine untergeordnete Rolle. Dennoch darf hier ohne Einschränkungen mit Margenpreisen gearbeitet werden. Sollten jedoch exakte Preisangaben in einem Zeitungsinserat verwendet werden, sind die gleichen Regeln wie bei einem Eintrag in ein Gastgeberverzeichnis zu beachten.

Im Hausprospekt muss nicht zwingend mit Preisen geworben werden

Viele Vermieter erstellen zur Werbung einen Prospekt, in dem alle Vorteile eines Hauses ausführlich dargestellt werden. Werden in diesem Prospekt oder auf einem zusätzlichen Blatt Preise genannt, so sind alle Vorschriften zu beachten, die auch für die Werbung in einem Gastgeberverzeichnis gelten. Um dem potenziellen Gast einen umfassenden Überblick über das Preisgefüge zu vermitteln, empfiehlt es sich, die Preisliste so detailliert wie möglich zu gestalten. Die Preise der verschiedenen Zimmerkategorien sollten ebenso Erwähnung finden wie die Schwankungen während der unterschiedlichen Saisonzeiten. Rechtliche Probleme mit den Angaben im Hausprospekt können insbesondere dadurch vermieden werden, dass auch in diesen

Druckerzeugnissen auf die Möglichkeit einer telefonischen Anfrage beim Vermieter verwiesen und auf exakte Preisangaben verzichtet wird. Darüber hinaus können auch alternative Buchungswege, wie etwa über die Internetseite des Anbieters, angegeben werden.

Werbung auf der eigenen Webseite



Ein attraktiver Internetauftritt stellt heute für nahezu jeden Inhaber eines Beherbergungsbetriebes ein unverzichtbares Werbemittel dar, das dazu beitragen kann, die Buchungszahlen signifikant zu erhöhen. Um aber teure Abmahnungen zu vermeiden, sollte gerade bei der Werbung im Netz ganz besondere Sorgfalt auf die Einhaltung der Vorschriften gelegt werden, die in der Preisangabenverordnung und im Wettbewerbsrecht festgeschrieben sind. Grundsätzlich kommen auch im Internet die allgemein gültigen Bestimmungen zur Anwendung, die für alle Druckerzeugnisse in Form von Hotelführern oder Gastgeberverzeichnissen gelten. Insbesondere dann, wenn der potenzielle Gast nicht über ein in die Seite integriertes Buchungssystem eine Reservierung vornehmen kann, sollte auf eine Anfrage beim Vermieter verwiesen werden. Damit ist der Inhaber immer auf der sicheren Seite. Wer auf seiner Homepage keine unrichtigen oder unvollständigen Angaben zu Preisen macht, muss sich weder vor dem Gesetzgeber noch vor übereifrigen Mitbewerbern oder Anwälten fürchten, die das Abmahngeschäft für sich entdeckt haben.

Webseiten mit integriertem Buchungstool

Die größte Freiheit für die Werbung mit Preisen bietet eine Webseite, auf der die Interessenten die Reservierung für ein Zimmer oder eine Ferienwohnung direkt über ein integriertes Buchungstool vornehmen können. Der Hinweis darauf, dass sich die Kosten für eine Unterkunft, abhängig von der ausgewählten Zimmerkategorie und der Saison, unterscheiden können, genügt in diesem Fall, um den Vorgaben der Preisangabenverordnung und anderer gesetzlicher Bestimmungen gerecht werden zu können. Die Darstellung einer detaillierten Preistabelle ist hier nicht nötig. Ein allgemeiner Überblick über die verschiedenen Zimmerkategorien und Reisezeiten ist ausreichend, da dem potenziellen Gast vor seiner endgültigen Buchung der Gesamtpreis für seinen Aufenthalt inklusive aller relevanten Nebenkosten angezeigt wird. Insofern bietet die direkte Buchungsmöglichkeit über die Hotelseite für den Interessenten die größtmögliche Transparenz.

Ganz gleich, wo und auf welche Art und Weise Werbung für ein Hotel oder eine private Zimmervermietung gemacht wird, wer dabei genaue Preise nennt, sollte sich stets die aktuelle Gesetzgebung vor Augen halten und sich immer wieder über neue Regelungen und Bestimmungen der Preisangabenverordnung für das Beherbergungsgewerbe informieren. Aktuelle Bestimmungen

sind in der Regel auf der Webseite des Hotelverbandes und anderer in der Branche engagierten Organisationen zu finden.

Externe Informationsquellen zu diesem Thema:

[Preisangabenverordnung | Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz](#)

WICHTIG: Trotz sorgfältigster Recherche zu unseren Artikeln und Berichten können wir keinerlei Haftung für die Aktualität und Richtigkeit der Angaben übernehmen. In rechtlichen Angelegenheiten sollten Sie immer Ihren Anwalt oder Steuerberater fragen.