

Es ist schwierig zu verstehen, warum die RL (Art 4 Abs 4) verlangt, dass alle Änderungen, also auch die Senkungen des vertraglich festgelegten Preises nur dann zulässig sind, wenn der Vertrag die Möglichkeit der Preisänderung (Erhöhung oder Senkung) ausdrücklich vorsieht und gewisse Angaben zur Berechnung des neuen Preises enthält. Will damit verhindert werden, dass nur der Senkung näheren Ziele verfolgt werden, so liegt ein Fall von Irreführung über den tatsächlichen Wert der Leistung vor, der durch das UWG erfasst ist (vgl. Art 3 lit b, 1 und 2 UWG 1992).²⁷⁶

Auf jeden Fall regelt Art 7 die Preisveränderungen nicht und behandelt nur die Preisveränderungen.²⁷⁷ Die Bestimmung legt die Bedingungen fest, unter denen eine Erhöhung des vertraglichen Preises zulässig ist (vgl. Art 4 Abs 4 RL).

Art 7 (Preisveränderungen)

Die RL (vgl. Art 4 Abs 3) gewährt dem Konsumenten gewisse Rechte, wenn der Veranstalter vor dem Abschluss an einem der wesentlichen Bestandteile des Vertrags zu dem auch der Preis gehört, eine "ethische" Änderung vornimmt. Wenn ausgeklügelt versucht Art 8 Abs 1 festzulegen, was unter "wesentliche Vertragsänderung" zu verstehen ist (vgl. Art 4 Abs 2 RL). Danach gelten als wesentliche Vertragsänderungen die ethischen Änderungen, die einen wesentlichen Punkt des Vertrags betreffen.

Der Preis ist stets ein wesentliches Vertragsglied, seine Erhöhung ist nach der unwirksamsten Vermutung von Art 2 eine ethische - und somit eine wesentliche Vertragsänderung - wenn sie mehr als zehn Prozent beträgt.²⁷⁸

Art 8 bis 10 (Wesentliche Vertragsänderungen)

Die RL (vgl. Art 4 Abs 3) gewährt dem Konsumenten gewisse Rechte, wenn der Veranstalter vor dem Abschluss an einem der wesentlichen Bestandteile des Vertrags zu dem auch der Preis gehört, eine "ethische" Änderung vornimmt. Wenn ausgeklügelt versucht Art 8 Abs 1 festzulegen, was unter "wesentliche Vertragsänderung" zu verstehen ist (vgl. Art 4 Abs 2 RL). Danach gelten als wesentliche Vertragsänderungen die ethischen Änderungen, die einen wesentlichen Punkt des Vertrags betreffen.

Der Preis ist stets ein wesentliches Vertragsglied, seine Erhöhung ist nach der unwirksamsten Vermutung von Art 2 eine ethische - und somit eine wesentliche Vertragsänderung - wenn sie mehr als zehn Prozent beträgt.²⁷⁸

²⁷⁶ Zustimmend II, 247
²⁷⁷ Zustimmend II, 247
²⁷⁸ Zustimmend II, 248
²⁷⁹ Zustimmend II, 249
²⁸⁰ Zustimmend II, 249