



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Preisbekanntgabeverordnung PBV

Wegleitung für die Praxis 2012

P B V

4 5 0

statt

!!!



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Inhalt

Inhaltsverzeichnis

Ziele, gesetzliche Grundlagen und Geltungsbereich der PBV
Preisanschrift für Waren
Preisangabe für Dienstleistungen
Werbung
Was gilt bei Vergleichspreisen und Preisreduktionen?
Verantwortlichkeit, Sanktionen und Überwachung
Informationen zur PBV

Seite PBV-Artikel

4	Art. 1–2
5	Art. 3–9
9	Art. 10–12
15	Art. 13–15
19	Art. 16–18
26	Art. 20–23
27	

In der Wegleitung verwendete Abkürzungen und Begriffe

PBV

Verordnung vom 11. Dezember 1978 über die Bekanntgabe von Preisen (Preisbekanntgabeverordnung; SR 942.211).

Konsumentinnen und Konsumenten

Konsumentinnen und Konsumenten sind Personen, die Waren oder Dienstleistungen für Zwecke kaufen, die nicht im Zusammenhang mit ihrer gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit stehen.

Angebot zum Kauf

Alle Rechtsgeschäfte mit wirtschaftlich gleichen oder ähnlichen Wirkungen wie der Kauf, z.B. Konsumkredit-, Mietkauf-, Leasingverträge, Eintauschaktionen verbunden mit einem Kauf.

Detailpreis

Tatsächlich zu bezahlender Preis in Schweizer Franken.

Grundpreis

Der dem Detailpreis zugrunde liegende Preis je l, kg, m, m², m³ oder eines dezimalen Vielfachen oder eines dezimalen Teiles davon.

Messbare Ware

Messbare Ware ist Ware, deren Detailpreis üblicherweise nach Volumen, Gewicht, Masse, Länge oder Fläche bestimmt wird.

Fertigpackung

Ware in einer Umschliessung beliebiger Art, die in Abwesenheit der Konsumentin oder des Konsumenten abgefüllt, abgemessen und verschlossen wird, wobei die Menge der darin enthaltenen Ware ohne Öffnen oder merkliche Änderung der Packung nicht verändert werden kann.

MWST

Mehrwertsteuer.

VEG

Vorgezogene Entsorgungsgebühr = staatlich festgelegte und im Voraus zu bezahlende Gebühr für die Entsorgung von Batterien und Glasflaschen.

VRB

Vorgezogener Recyclingbeitrag = im Voraus zu bezahlende Entschädigung für die Entsorgung und das Recycling verschiedener Waren wie elektrische und elektronische Geräte, Aluminiumverpackungen, Konservendosen, PET-Flaschen, Leuchten und Leuchtmittel. Der VRB wird auf privatrechtlicher Basis im Auftrag der Branchen erhoben.

Abkürzungen für Schweizer Franken

Fr., CHF, sFr., Sfr.



Ziele, gesetzliche Grundlagen und Geltungsbereich der PBV

Die PBV hat drei Ziele

- Preisklarheit
- Vergleichbarkeit der Preise
- Verhinderung irreführender Preisangaben

Auf welchen Gesetzen basiert die PBV?

Die PBV stützt sich auf das Bundesgesetz vom 19.12.1986 gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG, Art. 16–20 und Art. 24; SR 241) sowie das Fernmeldegesetz vom 30.4.1997 (Art. 12b; SR 784.10).

Die PBV gilt für

das Angebot von Waren zum Kauf an Konsumentinnen und Konsumenten

Zum Beispiel im Laden, im Schaufenster, am Messe- oder Marktstand, am Kiosk, im Internet usw.

das Angebot bestimmter Dienstleistungen an Konsumentinnen und Konsumenten

Zum Beispiel beim Coiffeur, im Restaurant, im Hotel, in der Textilreinigung, im Reisebüro, in der Bank, beim Zahnarzt, Veterinär, Notar, Optiker, Akustiker usw.

die Werbung mit Preisangaben oder Preisreduktionen für sämtliche Waren und Dienstleistungen, soweit sie sich an Konsumentinnen und Konsumenten richtet

Zum Beispiel in Zeitungen, Prospekten, Werbekatalogen, im Fernsehen, im Radio, auf Plakaten, Werbebannern, Internetfrontseiten, in E-Mails usw.

Preisanschrift für Waren

Im Laden, in Schaufenstern, an Messe- oder Marktständen, am Kiosk, im Internet usw.

Welcher Preis ist anzugeben?

- Der **tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizer Franken**, inkl. öffentlicher Abgaben (wie MWST, Bier- und Tabaksteuer, Benzinabgaben usw.), Urheberrechtsvergütungen, vorgezogener Entsorgungsbeiträge sowie weiterer nicht frei wählbarer Zuschläge jeglicher Art, muss angegeben werden = **Detailpreis**
- Für **messbare Waren** ist der **Grundpreis** anzugeben: Preis je kg, l, m, m², m³ usw., z.B. Fr. 5.–/kg, Fr. –.50/100 g oder Fr. 5.–/m
- Für **messbare vorverpackte Waren** (oder **Fertigpackungen**) gilt Folgendes: Angabe von Detail- und Grundpreis (z.B. Bircher-müesli 300 g Fr. 4.50, 100 g Fr. 1.50)

Es gibt Ausnahmen, bei denen der Grundpreis nicht angegeben werden muss, z.B. beim Verkauf per Stück, für gängige Gewichte, Volumen, Masse wie 1,2 oder 5 kg, l, m, m², m³, für Behälter mit einem Nenninhalt von 25, 35, 37,5, 70, 75 und 150 cl





Wo müssen die Preise angegeben werden?

Die Preisanschrift muss grundsätzlich am Produkt selbst oder unmittelbar daneben platziert werden.

Ausnahmen

Die Preisanschrift am Regal, der Anschlag von Preislisten oder die Auflage von Katalogen ist möglich, wenn die direkte Preisanschrift wegen der Vielzahl preisgleicher Waren oder aus technischen Gründen nicht zweckmässig ist.

Diese Art der Preisbekanntgabe ist auch zulässig für gewisse Luxusgegenstände wie Uhren, Schmuck oder Kunstgegenstände, wenn deren Preis 5000 Franken übersteigt.



Wie müssen die Preise angeschrieben werden?

- Leicht sichtbar
- Gut lesbar
- Es muss klar sein, auf welches Produkt, auf wie viele Stücke, Liter, Meter usw. sich der Detailpreis bezieht

Preisanschrift im Schaufenster

- Der Detailpreis muss angegeben werden; für messbare Ware muss der Grundpreis angegeben werden
- Alle Preise müssen von aussen gut lesbar sein





Was gilt für Konsumkredit-, Leasing- und Miet-Kauf-Geschäfte?

- Für die Preisanschrift gelten die gleichen Bedingungen wie bei Waren
- Die Art des Rechtsgeschäfts ist klar anzugeben

Übersicht über die notwendigen Angaben für die verschiedenen Arten von kaufähnlichen Rechtsgeschäften (RGes)

Art des Rechtsgeschäftes Was ist anzugeben?	Konsumkredit- / Miet-Kauf-Geschäft	Autoleasing	Miete
Höhe der Monatsraten	■ z.B. Fr. 246.–	■ z.B. Fr. 250.–	■ z.B. Fr. 850.–
Laufzeit / Anzahl Raten	■ z.B. 48 Monate	■ z.B. 36 Monate	■ 1 Monat
Barzahlungspreis	■ z.B. Fr. 10 000.–	■ z.B. Fr. 20 000.–	
Preis, der im Rahmen des Kreditvertrags zu bezahlen ist (Gesamtkaufpreis)	■ z.B. Fr. 11 808.50		
Effektiver Jahreszins	■ z.B. 8,4%	■ z.B. 3,5%	
Fahrleistung in km/Jahr		■ z.B. 12 000 km	
Angabe Kautions		■ 10% des Barpreises	
Angabe, ob inkl. oder excl. Vollkaskoversicherung		■ z.B. obligatorische Vollkasko nicht inbegriffen	

Beispiel einer korrekten Werbung für Konsumkredit zur Finanzierung von Waren

TV-Apparat SECONIC TV LED 94 cm, Modell XL-MSIC 50

* Kredit: 36 Monate × Fr. 38.70
Gesamtkaufpreis: Fr. 1393.20
Effektiver Jahreszins: 10,5%

Die Kreditvergabe ist verboten, falls
sie zur Überschuldung der Konsumentin
oder des Konsumenten führt.

SECO-Hi-Fi GmbH

Kredit*
38.70/Monat

Fr. 1199.–
Barzahlungspreis

Preisangabe für Dienstleistungen

Folgende Dienstleistungsbereiche fallen unter die PBV

- Coiffeurgewerbe
- Garagegewerbe für Serviceleistungen
- Gastgewerbe und Hotellerie
- Kosmetische Institute und Körperpflege
- Fitnessinstitute, Schwimmbäder, Eisbahnen und andere Sportanlagen
- Taxigewerbe
- Unterhaltungsgewerbe (Theater, Konzerte, Kinos, Dancings und dergleichen), Museen, Ausstellungen, Messen sowie Sportveranstaltungen
- Vermietung von Fahrzeugen, Apparaten und Geräten
- Wäschereien und Textilreinigungen (Hauptverfahren und Standardartikel)
- Parkieren und Einstellen von Autos
- Fotobranche (standardisierte Leistungen in den Bereichen Entwickeln, Kopieren, Vergrössern)
- Kurs- und Ausbildungswesen
- Flugreisen und Pauschalreisen
- Die mit der Buchung einer Reise zusammenhängenden und gesondert in Rechnung gestellten Leistungen (Buchung, Reservation, Vermittlung)
- Fernmeldedienste (Fix- und Mobiltelefonie, Fax, Internet, E-Mail)
- Dienstleistungen wie Informations-, Beratungs-, Vermarktungs- und Gebührenteilungsdienste (z.B. 090x, 08xy, 18xy, 140, 161, 164), die über Fernmeldedienste erbracht oder angeboten werden, unabhängig davon, ob sie von einer Fernmeldedienst-anbieterin verrechnet werden
- Die Kontoeröffnung, -führung und -schliessung, der Zahlungsverkehr im Inland und grenzüberschreitend, die Zahlungsmittel wie Kredit- und Debitkarten sowie der Geldwechsel
- Teilzeitnutzungsrechte an Immobilien
- Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Abgabe von Arzneimitteln und Medizinprodukten sowie Dienstleistungen von Tierärzten und Zahnärzten
- Bestattungsdienste
- Notariatsdienstleistungen

Welcher Preis ist anzugeben?

- Der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizer Franken, inkl. überwältzter öffentlicher Abgaben (z.B. MWST), Urheberrechtsvergütungen sowie weiterer nicht frei wählbarer Zuschläge jeglicher Art, muss angegeben werden.

Auf welche Art muss der Preis angegeben werden?

- Durch Preisanschlag
- Preisliste
- Preiskatalog

Die Preisanschläge, -listen und -kataloge müssen leicht zugänglich, gut lesbar sowie klar und unmissverständlich sein.

Die Preise müssen für die Kunden verfügbar sein, ohne dass diese danach fragen müssen. Eine bloss mündliche Information genügt den Bestimmungen über die Preisbekanntgabe nicht.

Was muss aus der Preisbekanntgabe hervorgehen?

- Die Art der Dienstleistung (umschreiben)
- Die Einheit (Anzahl Personen, Std., km, Stück, usw.) oder

- Verrechnungssätze (z.B. Stundenansatz, Kilometeransatz, Taxipunkt und -wert bei zahnärztlichen Dienstleistungen, Prozent- oder Promillesatz)

Beispiel einer korrekten Preisanschrift in einer Textilreinigung

Textilpflege

Preisliste

Hemd (am Bügel, exkl. Seide)	3.90
Hemd gefaltet (exkl. Seide)	5.90
Hose	11.50
Veston	14.50
Jupe (ohne Falten)	11.50
Pulli leicht	10.00
Bluse (Wolle, Baumwolle)	11.90
Regenmantel (ohne Imprägnierung)	25.00
Wollmantel	23.50
Gilet	9.90
Damenkleid (Wolle, Baumwolle)	18.50
Jacke/Lumber (nicht wattiert)	16.50
Scotchgard Imprägnierung	5.00
Duvets (nordisch)	70.00

Beispiel eines korrekt spezifizierten Angebots für Pauschalreisen

Venedig

1.1.–15.3. / 16.11.–31.12.

Hotel (Adresse/ Beschrieb auf Seite 12)	Mit Bad oder Dusche, WC Frühstücksbuffet	2 Tage 1 Nacht	3 Tage 2 Nächte	Zusatz- nacht
Macchiavelli Palace ***	Doppelzimmer	566.–	653.–	87.–
	Zuschlag Einzel	55.–	110.–	55.–
Corona d'Italia ***	Doppelzimmer	568.–	657.–	89.–
	Zuschlag Einzel	79.–	158.–	79.–
Brunelleschi ****	Doppelzimmer	608.–	734.–	126.–
	Zuschlag Einzel	32.–	64.–	32.–

Unsere Leistungen

Direktflug ab Zürich mit «Come back Airline» • Verpflegung an Bord • Unterkunft entsprechend dem von Ihnen ausgewählten Arrangement • Alle Abgaben und Zuschläge im Preis inbegriffen – Reisedokumentation • Betreuung durch unseren Vertreter in Venedig

Optional

Annullierungskosten- und Reisezwischenfallversicherung: Fr. 20.–

Buchungsgebühren

Für Beratung und Verkauf kann von Ihrem Reisebüro (Buchungsstelle) eine Auftragspauschale pro Buchung erhoben werden

Dienstleistungen, die über Fernmeldedienste erbracht oder angeboten werden, sind:

- Informationsdienste (Auskunft wie 1801, 1802, 1811, 1818, 1819, 1822, 1850, 1899, 161, 164, 0900 usw.)
- Beratungsdienste (Lebens-, Produkteberatung wie 0900, 0901 usw.)
- Unterhaltungs- und Vermarktungsdienste (0906, 031, 043 usw.)

Die Preisbekanntgabepflicht gilt für alle Dienstleistungen der genannten Art, unabhängig davon

- ob sie von einer Fernmeldediensteanbieterin verrechnet werden;
- über welches technische Mittel (Festnetz- oder Mobiltelefonie, Fax, Internet usw.) oder
- über welchen Nummernbereich (090x-, Kurz-, SMS- oder normale Teilnehmernummern wie 022, 043) sie angeboten werden.

Beispiel einer korrekten Ansage

«Für die nachfolgende Dienstleistung wird eine Grundgebühr von 3 Franken sowie ein Preis von 4 Franken 25 Rappen pro Minute erhoben. Dieser Preis gilt für Anrufe aus dem Festnetz.»

Pflicht zur mündlichen Preisbekanntgabe

Der Preis muss zumindest in der Sprache des Angebotes unmissverständlich und kostenlos angekündigt werden, wenn:

- die Grundgebühr oder
- der Preis pro Minute 2 Franken übersteigt

Ausdrückliche Bestätigung des Angebots ist absolut erforderlich, wenn

- die fixen Gebühren 10 Franken übersteigen oder
- der Preis pro Minute 5 Franken übersteigt

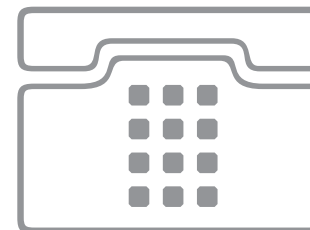
Pflicht zur schriftlichen Bekanntgabe

Wo mit einer Telefonnummer für entgeltliche Dienstleistungen geworben wird, muss stets auf Folgendes hingewiesen werden:

- eine allfällig erhobene Grundgebühr
- den Preis pro Minute
- einen allfällig anderen Tarifablauf
- dass der angegebene Preis für eine 090x-Nummer für Anrufe aus dem Festnetz gilt

Die Preisinformationen müssen in mindestens gleicher Schriftgrösse bekannt gegeben werden wie die beworbene Telefonnummer.

Beratungen aller Art auf 0900 0900 (Grundgebühr sFr. 2.50; Preis/Min. sFr. 2.25, für Anrufe aus dem Festnetz)



Preisbekanntgabe für sog. Push-Dienste (SMS, MMS, Audio- und Videosequenzen)

Vor der Aktivierung des Dienstes müssen der Konsumentin oder dem Konsumenten kostenlos und unmissverständlich sowohl am Ort der Bekanntgabe als auch auf dem mobilen Endgerät bekannt gegeben werden:

- eine allfällige Grundgebühr
- der Preis pro Einzelinformation
- das Vorgehen zur Deaktivierung des Dienstes
- die maximale Anzahl der Einzelinformationen pro Minute

Die Konsumentin oder der Konsument muss die Annahme des Angebots ausdrücklich auf ihrem oder seinem mobilen Endgerät bestätigen.

Debit- und Kreditkarten

Angebote für Debit- und Kreditkarten müssen folgende Informationen enthalten

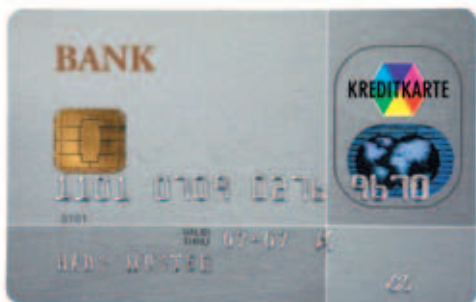
- Jahres- und Erneuerungsgebühr
- Jahresgebühr in Folgejahren, wenn von Erstjahresgebühr abweichend
- Bearbeitungszuschläge bei Benützung der Kreditkarte im In- oder Ausland (prozentualer Zuschlag auf dem Transaktionsbetrag)
- Bearbeitungszuschläge bei Bargeldbezug
- Preis für Kartenersatz
- Kredit- und Verzugszins
- Spesen für Kartensperre
- Hauptleistungen, die mit dem Erwerb der Kreditkarte verbunden sind
- Mögliche Drittkosten

Die Abrechnung hat auszuweisen

- Bearbeitungszuschlag in Prozenten
- Wechselkurs
- Datum der Verrechnung
- In CHF umgerechnete Belastung

Beispiel einer korrekten Kreditkartenabrechnung

Datum	Bezeichnung	Belastungen CHF
24.7.2011	Hotel King London, Grossbritannien 650 Pfund Sterling Umrechnungsdatum: 11.7.2011 zu 1.4150 + 1,5% Fremdwährungs-Bearbeitungsspesen:	933.55



Werbung

Beispielsweise in Zeitungen, Prospekten, Werbekatalogen, im Radio, Fernsehen, Teletext, auf Plakaten, Werbebannern, Internetfrontseiten oder in E-Mails.

Als Werbung im Sinne der PBV gilt jede Ankündigung mit Hilfe eines Werbemittels zum Zwecke der Absatzförderung der eigenen Waren oder Leistungen.*

* Thomas Wyler, Werbung mit dem Preis als unlauterer Wettbewerb, Basel 1990. Seite 9

Werbung ohne Preisangaben fällt nicht unter die PBV

Im Unterschied zum Ladengeschäft und zum Schaufenster, wo alle Waren mit dem Detailpreis anzuschreiben sind, müssen in der Werbung keine Preise angegeben werden.

Beispiel für Werbung ohne Preisangabe



Gesund –

die Krankenkasse für die ganze Familie. Interessante Produkte, welche vielseitige Leistungen sowie Vorteile für Kinder und Erwachsene bieten. Holen Sie eine unverbindliche Offerte ein!

Gesund – die Krankenkasse für die ganze Familie

Enthält die Werbung jedoch Preise oder bezifferte Angaben über den Preisrahmen oder die Preisgrenze, so gelten die folgenden Regeln

- Der **tatsächlich zu bezahlende Preis**, inkl. MWST, sonstiger Abgaben, Urheberrechtsvergütungen und nicht frei wählbarer Zuschläge jeglicher Art, muss angegeben werden.
- Die Pflicht zur Angabe des tatsächlich zu bezahlenden Preises gilt für sämtliche **Waren und Dienstleistungen** (z.B. Werbung mit Krankenkassen- oder Versicherungsprämien, für Transport- oder Speditionsdienstleistungen).
- Obwohl **Richtpreise** von Herstellern, Importeuren und Grossisten keine tatsächlich zu bezahlenden Preise sind, dürfen sie bekannt gegeben werden. Sofern es sich um unverbindlich empfohlene Preise handelt, muss darauf deutlich hingewiesen werden.
- Es muss klar sein, auf welche Ware oder Dienstleistung sich der Preis bezieht. Bei Waren muss deutlich sein, auf welche Verkaufseinheit (Anzahl, Gewicht, Volumen usw.) oder bei Dienstleistungen auf welche Art, Einheit (Std., km, Stück) und Verrechnungssätze (Std., km-Ansatz) sich der Preis bezieht.

- Die Waren und Dienstleistungen sind **nach wesentlichen Kriterien** wie Marke, Typ, Sorte, Qualität und Eigenschaften zu umschreiben.
- Die Spezifizierungsangaben müssen **gut lesbar** sein.
- Bei der Werbung in visuell-elektronischen Medien müssen ausserdem die Spezifizierungsangaben so lange eingeblendet werden, bis sie gut lesbar sind.
- Der aufgeführte Preis muss mit der allenfalls abgebildeten oder in Worten bezeichneten Ware übereinstimmen.
- Wenn die Werbung einen **Minimalpreis** angibt – z.B. «ab Fr. 59.–», muss genau beschrieben werden, auf welches konkrete Angebot sich der Ab-Preis bezieht.
- Werbung mit einer **Telefonnummer für entgeltliche Dienstleistungen** muss stets die Grundgebühr, den Preis pro Minute oder einen allfälligen anderen Tarifablauf angeben sowie bei 090x-Nummern den Vermerk, dass der Preis für Anrufe ab Festnetz gültig ist.



TOP-ANGEBOT

Duschgel SECO-BELLA
7.90

Mit Aloe vera
Für trockene Haut
2 x 300 ml

Beispiel einer korrekten Preiswerbung für eine Flugreise

Flughit

Täglich hin und zurück **von Genf nach Rom für 199 CHF inkl. sämtlicher Zuschläge**. Diese Promotion ist vom 1.9. bis 30.11. gültig. Das Angebot gilt bei Internetbuchung. Bei Buchung über unser Call-Center 084x 8 Rappen pro Minute. Bei Buchung an unseren Schaltern zusätzlich 30 CHF. Abflüge ab Zürich, Basel oder Lugano zusätzlich 40 CHF.



Beispiel einer korrekten Preiswerbung mit «Ab-Preis»

Rapido Futura ab CHF 12 900.–



Abgebildetes Modell **Rapido Futura Sport**, 1.4 VVT, 6,1 l/100 km, 140 g CO₂/km, Energieeffizienz-Kategorie D, **CHF 23 500.–**; **Rapido Futura Soft**, 1.2 VVT, 5,5 l/100 km, 130 g CO₂/km, Energieeffizienz-Kategorie B, **CHF 12 900.–** (Durchschnitt aller in der Schweiz verkauften Neuwagen: 159 g CO₂/km)

Beispiel einer korrekten Werbung, für das Waren- und Dienstleistungsangebot

Der neue Pro T694

Fr. 120.–*

Mit Abonnement

Ohne Abonnement Fr. 598.–

Pro T694

- 6-Megapixel-Kamera
- 4"-Touchscreen
- Quadband/Wi-Fi/HSDPA

* Beim Abschluss eines Seco-Mobil-Surf-Abonnements für mind. 24 Monate, Fr. 42.–/Monat (1 GB inbegriffen), plus SIM-Karte: Fr. 40.–



Was gilt bei Vergleichspreisen und Preisreduktionen?

Die nachstehenden Bestimmungen gelten sowohl für die Bekanntgabe der Preise für Waren und Dienstleistungen am Ort des Angebots als auch in der Werbung.

Es gibt drei Möglichkeiten für die Bekanntgabe von Vergleichspreisen

Aus der Ankündigung muss beim Einführungspreis und Konkurrenzvergleich die Art des Preisvergleichs hervorgehen. Aus dem blossen Durchstreichen eines Preises wird nicht klar genug, welche Preise verglichen werden. Es ist daher eine Ergänzung anzubringen wie «Einführungspreis – normaler Preis,» «mein Preis – Konkurrenzpreis» oder «mein Preis – überwiegender Marktpreis» usw.

Selbstvergleich

Vergleich des eigenen, aktuell gültigen Preises mit dem eigenen, vorher gültigen Preis

Einführungspreis

Vergleich des eigenen, aktuell gültigen Preises mit dem eigenen, später gültigen Preis

Konkurrenzvergleich

Vergleich des eigenen Preises mit demjenigen der Konkurrenz

Bedingungen für einen Selbstvergleich

- Der Anbieter oder die Anbieterin muss den Vergleichspreis unmittelbar vorher selber tatsächlich gehandelt haben, und zwar:
 - zweimal länger als der Preisvergleich dauert
- für die gleiche Ware/Dienstleistung
- wobei die maximale Dauer für einen Selbstvergleich 2 Monate beträgt

Beispiel für einen Selbstvergleich

Das Geschäft Hell verkaufte die 75-cl-Flasche des Walliser Rotweins Cornalin 2011 vom 3. April bis 28. Mai, d.h. während 8 Wochen, zum Preis von Fr. 15.95. Ab 29. Mai senkt die Firma den Preis für diesen Walliser Wein auf Fr. 9.95. Die Preisschrift im Geschäft lautet nun während vier Wochen, d.h. vom 29. Mai bis 25. Juni, «statt Fr. 15.95 nur Fr. 9.95». Gleichzeitig erscheint folgendes Inserat →



Darstellung dieses Beispiels für einen Selbstvergleich

Wochen											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Fr. 15.95								Statt Fr. 15.95 nur Fr. 9.95			
3.4. bis 28.5. (8 Wochen)								29.5. bis 25.6. (4 Wochen)			

Das Inserat und die Preisschrift sind korrekt, wenn die Firma Hell nach Ablauf von vier Wochen den Cornalin du Valais AOC 2011 nur noch mit einem Preis (mit dem dann gültigen

Detailpreis) anschreibt und für dieses Produkt auch keine Werbung mehr mit doppelten Preisen macht.

Bedingungen für einen Einführungspreis

- Der Anbieter oder die Anbieterin muss den Vergleichspreis unmittelbar danach selber tatsächlich handhaben, und zwar:
 - zweimal länger als der Preisvergleich gedauert hat
- für die gleiche Ware/Dienstleistung
- wobei die maximale Dauer für einen Einführungspreis 2 Monate beträgt

Beispiel für einen Einführungspreis

Das Geschäft Hi-Fi will der Kundschaft den neu ins Sortiment aufgenommenen TV-Apparat Future LCD-TV 2012 bekannt machen. Zu diesem Zweck bietet es dieses Gerät während kurzer Zeit günstiger an. Ab 20. März sind die Preise im Geschäft während einer Woche wie folgt angeschrieben: «Einführungspreis Fr. 898.– statt Fr. 1248.–». Gleichzeitig erscheint das nebenstehende Inserat →



Darstellung dieses Beispiels für einen Einführungspreis

Wochen		
1	2	3
Fr. 898.– statt Fr. 1248.–		Fr. 1248.–
20.3. bis 26.3. (1 Woche)		27.3. bis 9.4. (mind. 2 x 1 Woche)

Das Inserat ist korrekt, wenn die Firma Hi-Fi den Preis des gleichen TV-Apparats nach Ablauf der einwöchigen Einführungszeit, also ab

27.3., tatsächlich auf Fr. 1248.– festsetzt und diesen Preis während mindestens 2 Wochen beibehält (d.h. vom 27. März bis 9. April).

Bedingungen für einen Konkurrenzvergleich

Der von der Anbieterin bekannt gegebene Vergleichspreis muss

- für die überwiegende Menge des gleichen Produkts / der gleichen Dienstleistung
- im zu berücksichtigenden Marktgebiet
- von andern Anbietern oder Anbieterinnen tatsächlich gehandelt werden

Zu beachten: Für Konsumentinnen und Konsumenten bestimmte Katalog-, Richtpreise und dergleichen, die von Produzenten, Importeuren und Grossisten bekannt gegeben werden, dürfen nicht ohne Weiteres als Vergleichspreise dienen.

Sie sind nur dann zulässig, wenn diese Katalog-, Richtpreise usw. echte Marktpreise darstellen,

also die Bedingungen für einen Konkurrenzvergleich erfüllen. Andernfalls handelt es sich um künstlich überhöhte und damit unzulässige Richtpreise (sog. Mondpreise).

Beispiel für einen Konkurrenzvergleich

Das Handelsunternehmen Rigoros stellt fest, dass seine Konkurrenz das Parfum Free, 100 ml, überwiegend zu Fr. 49.50 verkauft; der Detailpreis der Firma Rigoros beträgt jedoch nur Fr. 28.50.

Der Vergleichspreis von Fr. 49.50 muss

- im Marktgebiet des Anbieters oder der Anbieterin
- für die überwiegende Menge
- des gleichen Produkts tatsächlich gehandelt werden

Bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen

Beispielsweise «30% Rabatt», «½ Preis» oder «Halber Preis», «20 Fr. billiger», «Bon/Gutschein im Wert von Fr. 50.—», «Geschenk im Wert von Fr. 100.—».

Warum werden bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen wie Vergleichspreise beurteilt?

Bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen sind eine andere Art, Vergleichspreise bekannt zu geben. So hat die Angabe «10% Rabatt» die gleiche Bedeutung wie «Fr. 90.— statt 100.—».

Grundsatz

Für bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen gilt die Pflicht zur Preisbekanntgabe sowie zur Spezifizierung im Sinne der PBV.

Ausnahme

Es ist nicht zwingend, das Angebot zu spezifizieren und den Preis anzugeben im Falle von Hinweisen auf mehrere Produkte, verschiedene Produkte, Produktgruppen oder Sortimente, soweit für sie der gleiche Reduktionssatz oder -betrag gilt. Allerdings muss ersichtlich sein, auf welche Sortimentsteile oder Produktgruppen sich die Preisreduktion bezieht.

Aufgrund dieser Marktlage lässt die Firma Rigoros folgendes Inserat erscheinen



PARFUM **FREE** Spray,
100 ml
Preis der Konkurrenz
Fr. 49.50

Unser Preis
Fr. 28.50

RIGOROS

Beispiele für korrekt bezifferte Preisreduktionen



20% Rabatt
auf all unseren Tischen und Stühlen

SITZ AG
Willkommen in unserem Stuhlparadies.



Aktion

SECO-BELLA

Fr. 1.— Rabatt auf alle SECO-BELLA-Duschgels

Beispiele für zulässige Hinweise auf Preisreduktionen in der Werbung

- ☑ «20% Rabatt auf allen Damen-, Herren- und Kinderschuhen»
«30% Ermässigung auf allen Polstergarnituren»

Erklärung: Bei Hinweis auf einen einheitlichen Reduktionssatz, der sich auf mehrere Produkte bezieht, ist keine weitere Spezifizierung von einzelnen Produkten nötig, sofern die Warengruppe klar als solche erkennbar ist. Ein Preis je Artikel muss nicht angegeben werden.

- ☑ «20% Rabatt für Damenkleid, Modell X, hellrot, 100% Baumwolle, Grösse 38–44; bisher Fr. 200.–, jetzt nur noch Fr. 160.–»

Erklärung: Bei Hinweis auf einen Reduktionssatz für einen einzelnen Artikel muss dieser spezifiziert und sein Preis bekannt gegeben werden.

- ☑ «Einführungsangebot: Fr. 2.– Rabatt auf unserer neuen Produktlinie SECO-BELLA»

Erklärung: Bei Hinweis auf einen einheitlichen Reduktionsbetrag, der sich auf mehrere Produkte bezieht, ist keine weitere Spezifizierung von einzelnen Produkten nötig, sofern die Warengruppe klar als solche erkennbar ist. Ein Preis je Artikel muss nicht angegeben werden.

- ☑ «Günstiger als die Konkurrenz; bei uns Vollrahm UHT ½ Liter 1 Fr. billiger; statt Fr. 4.75 bei uns nur Fr. 3.75»

Erklärung: Bei Hinweis auf einen Reduktionsbetrag eines einzelnen Artikels muss dieser spezifiziert und sein Preis bekannt gegeben werden.

- ☑ «Ausverkauf, bis 60% Rabatt auf verschiedenen Parfums» plus Preisangabe und Beschreibung aller Parfums mit Rabatt

Erklärung: Dieser Hinweis ist gestattet, wenn im Prospekt oder Inserat der Preis aller Angebote mit Rabatt angegeben wird und alle Angebote spezifiziert werden.

- ☑ «30 bis 50% Rabatt auf die Sportkollektion, z.B. Trekkingjacke SECO-Sport, Modell Mountain 1000, 30% Rabatt, CHF 133.– statt CHF 190.–, Tourenschuh SECO-Sport, Modell North, 50% Rabatt, CHF 95.– statt CHF 190.–»

Erklärung: Im Prinzip sind ungenaue Preisreduktionen ohne Preisangabe und Spezifizierung nicht erlaubt. Die Angabe von Preisreduktionsrahmen wird aber zugelassen, wenn mindestens ein Beispiel für die unterste sowie auch für die oberste Preisgrenze angegeben wird und wenn die Spannbreite zwischen den Reduktionsrahmen nicht zu gross ist (max. 50%).

Beispiele für unzulässige Hinweise auf Preisreduktionen in der Werbung

- ☒ «Bis 80% Rabatt» auf die Winterkollektion

Erklärung: Wenn die Reduktionssätze ungenau und nicht einheitlich sind («bis zu»), müssen die Preise aufgeführt werden. Ausserdem müssen alle Angebote spezifiziert sein.

- ☒ «Bis CHF 100.– Rabatt auf den Skiern»

Erklärung: Wenn die Reduktionsbeträge ungenau und nicht einheitlich sind («bis zu»), müssen die Preise aufgeführt werden. Ausserdem müssen alle Angebote spezifiziert sein.

- ☒ «30 bis 50% Rabatt auf die Sportkollektion»

Erklärung: Ungenaue Preisreduktionen ohne Preisangabe und Spezifizierung sind nicht erlaubt.

Verantwortlichkeit, Sanktionen und Überwachung

Strafrechtliche Verantwortlichkeit

Die Leiter von Geschäften aller Art sind verpflichtet, dafür zu sorgen, dass die Preisbekanntgabe am Ort des Angebots und in der Werbung vorschriftsgemäss erfolgt.

Sanktionen

Als Strafe für Verstösse gegen die PBV droht eine Busse bis Fr. 20 000.–.

Überwachung

- Die Kantone sind zuständig, die Preisanschrift zu kontrollieren, die Werbung zu überwachen und Verstösse zu verzeigen.
- Das SECO übt die Oberaufsicht aus und berät die Kantone. Es kann Verstösse bei den zuständigen kantonalen Instanzen verzeigen.
- Das SECO ist zudem Ansprechpartner für die betroffenen Branchen und die interessierten Organisationen.

Informationen zur PBV

Auskünfte zu Fragen der PBV geben

das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Ressort Recht
Holzikofenweg 36, 3003 Bern
Tel. 031 322 77 70 (Sekretariat)
E-Mail: pbv-oip@seco.admin.ch

die zuständigen kantonalen Stellen

Adressliste siehe www.seco.admin.ch > Themen >
Spezialthemen > Preisbekanntgabe > Zuständig-
keiten/Auskünfte

PBV-Informationsblätter des SECO

Das SECO erarbeitet in Zusammenarbeit mit Bran-
chenverbänden und Konsumentenorganisationen
Informationsblätter für die Umsetzung und den
Vollzug der PBV.

Die Informationsblätter können bezogen werden bei

- den kantonalen Vollzugsstellen
- dem SECO
- www.seco.admin.ch > Themen > Spezialthe-
men > Preisbekanntgabe > Online-Shop > Bro-
schüren nach Branchen

Impressum

Herausgeber

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD*
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Ressort Recht
Holzikofenweg 36
CH-3003 Bern
Tel. 031 322 77 70, Fax 031 324 09 56
www.seco.admin.ch, E-Mail: pbv-oip@seco.admin.ch

Auflage: 12 000 Ex.

Erscheinungsdatum: 2012

Vertrieb

Diese Broschüre kann gratis beim Bundesamt für
Bauten und Logistik (BBL), 3003 Bern, bezogen werden.
(Artikel-Nummer 704.200d)
www.bundespublikationen.admin.ch
verkauf.zivil@bbl.admin.ch

* Namensänderung auf den 1. Januar 2013: Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF