



Bern, Mai 2020

---

# **Vereinfachung der Vorschriften über die Preisbekanntgabe**

Bericht des Bundesrates  
in Erfüllung des Postulates 18.3237 Lombardi  
vom 15. März 2018

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Ausgangslage</b> .....	<b>4</b>
1.1	Vorgeschichte: Motion 17.4211 Lombardi Filippo. Konsumentenfreundliche Preisbekanntgabeverordnung (PBV).....	4
1.2	Postulat 18.3237 Lombardi Filippo. Prüfung einer Vereinfachung der Vorschriften über die Preisbekanntgabe .....	5
1.2.1	Wortlaut des Postulats.....	5
1.2.2	Elemente des Postulats.....	5
1.2.3	Prüfelemente auf Grund der Postulatsbegründung.....	6
<b>2</b>	<b>Die Preisbekanntgabeverordnung (PBV)</b> .....	<b>6</b>
2.1	Entstehungsgeschichte und Zweck.....	6
2.2	Aktuelle Regelung zur irreführenden Preisbekanntgabe .....	7
2.2.1	Zulässiger Selbstvergleich.....	8
2.2.2	Zulässiger Einführungspreis .....	8
2.2.3	Zulässiger Konkurrenzvergleich .....	8
2.2.4	Katalog-, Richtpreise, UVP etc. ....	9
2.3	Sanktion und Durchsetzung von Amtes wegen.....	9
2.4	Umsetzung in der Praxis.....	9
2.5	Irreführende Preisbekanntgabe in der EU .....	10
<b>3</b>	<b>Prüfung von Vereinfachungs- und Lockerungsmöglichkeiten</b> .....	<b>11</b>
3.1	Vereinfachung/Lockerung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe ..	12
3.1.1	Variante I.1 (Selbstvergleich und Einführungspreis): Ausweitung der Frist für die Handhabung eines Vergleichspreises und Festhalten an der Halbierungsregel .....	12
3.1.2	Variante I.2a (Selbstvergleich): Verzicht auf Halbierungsregel; nach Handhabung eines Preises während einer bestimmten Frist sind Vergleichspreise bis maximal ein halbes/ganzes Jahr zulässig .....	13
3.1.3	Variante I.2b (Selbstvergleich und Einführungspreis): Verzicht auf Halbierungsregel und stattdessen Anwendung der 1:1 Regel (Dauer Praktizieren höherer Vergleichspreis = max. Dauer Preisvergleich); bis maximal halbes/ganzes Jahr; Sonderregelung für nicht unmittelbar vorher angebotene Produkte.....	14
3.1.4	Variante I.3 (alle drei Vergleichspreisarten): Verzicht auf jegliche Detailregelung; Massstab ist einzig die abstrakte Irreführungsgefahr; Richterrecht.....	15
3.1.5	Variante I.4 (Konkurrenzvergleich): Verzicht auf die Regelung des Konkurrenzvergleichs in der PBV .....	16
3.2	Durchsetzung von Amtes wegen .....	18
3.2.1	Variante II.1: Beibehaltung des Status quo «light», ausser bezüglich des Konkurrenzvergleichs .....	18
3.2.2	Variante II.2: Überwachung der irreführenden Preisbekanntgabe durch die nach UWG klagelegitimierten Personen, Verbände und Institutionen.....	19
3.2.3	Variante II.3: Beibehaltung des Status quo im Hinblick auf alle Arten der irreführenden Preisbekanntgabe (einschliesslich Konkurrenzvergleich) .....	21
3.3	Massstab des Durchschnittsadressaten.....	22
3.3.1	Darlegung der Rechtslage.....	22
3.3.2	Kein Handlungsbedarf gegeben .....	23
3.4	Verwaltungskosten des kantonalen Vollzugs und der Bundesaufsicht .....	23
3.4.1	Kantonaler Vollzug .....	23
3.4.2	Bundesaufsicht durch das SECO .....	24

<b>4</b>	<b>Ergebnis der informellen Konsultation .....</b>	<b>24</b>
4.1	Konsultation Kantone.....	24
4.1.1	Vereinfachung/Lockerung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe .....	25
4.1.2	Durchsetzung von Amtes wegen .....	26
4.2	Konsultation interessierter Verbände und Organisationen .....	26
4.2.1	Vereinfachung/Lockerung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe .....	27
4.2.2	Durchsetzung von Amtes wegen .....	28
4.3	Zusammenfassung informelle Konsultation.....	29
4.4	Runder Tisch .....	30
<b>5</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>30</b>
	<b>Anhang 1 – Übersicht zu den Varianten.....</b>	<b>32</b>

# 1 Ausgangslage

## 1.1 Vorgeschichte: Motion 17.4211 Lombardi Filippo. Konsumentenfreundliche Preisbekanntgabeverordnung (PBV)<sup>1</sup>

Ständerat Filippo Lombardi reichte am 14. Dezember 2017 eine Motion ein, mit der er den Bundesrat zu einer Lockerung bzw. Vereinfachung der Preisbekanntgabevorschriften aufforderte. Konkret verlangte er eine Änderung der PBV in folgenden zwei Punkten:<sup>2</sup>

1. Die Pflichtangaben in der Werbung zur Preisbekanntgabe und Spezifizierung im Sinne von Artikel 13, Artikel 13a und Artikel 14 der PBV müssen nicht mehr einzeln auf jedem Werbemittel selber kommuniziert werden; im Sinne einer modernen digitalen Gesellschaft genügen auch Referenzen auf digitale Quellen, auf denen die entsprechenden Informationen bereitgestellt werden.
2. Die Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe (Art. 16 bis Art. 18 PBV) sind im Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten, der Werbetreibenden und der Vollzugsbehörden zu vereinfachen.

Mit Stellungnahme vom 14. Februar 2018 beantragte der Bundesrat die Ablehnung der Motion. Er begründete diese Haltung u.a. wie folgt: Bei *Online-Werbung* (Internet, E-Mail, etc.) ist die Spezifizierung bereits heute mittels Verlinkung/Link zulässig, wenn die spezifizierenden Angaben mit einem einzigen Klick ersichtlich sind. Bei *Printwerbung* wäre den Konsumentinnen/Konsumenten *nicht* gedient, wenn sie mittels Smartphone zuerst den QR-Code oder die URL für die Webseite aufsuchen müssten, um den Preis und die Spezifizierung des Produkts zu erfahren (Punkt 1). Bei der irreführenden Preisbekanntgabe habe sich die seit langem etablierte Regelung bewährt und Rechtssicherheit geschaffen (Punkt 2).

In der Beratung im Ständerat vom 6. Juni 2018 zog eingangs der Debatte Ständerat Lombardi den 2. Punkt der Motion zurück. Gegenstand der Beratung war deshalb bloss noch der 1. Punkt der Motion.

Punkt 1 der Motion wurde in der Abstimmung vom 6. Juni 2018 mit 20:13 Stimmen angenommen.<sup>3</sup>

Die um einen Punkt reduzierte Motion wurde vom Nationalrat in der Abstimmung vom 18. September 2019 mit 120:54 Stimmen angenommen.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Verordnung vom 11. Dezember 1978 über die Bekanntgabe von Preisen, PBV, SR 942.211.

<sup>2</sup> <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefft?AffairId=20174211>.

<sup>3</sup> AB 2018 S 424 <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=43432>.

<sup>4</sup> AB 2019 N 1644 <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=47174>.

## 1.2 Postulat 18.3237 Lombardi Filippo. Prüfung einer Vereinfachung der Vorschriften über die Preisbekanntgabe

### 1.2.1 Wortlaut des Postulats

Am 15. März 2018 reichte Ständerat Lombardi ein Postulat ähnlichen Inhalts wie die Motion nach. Das Postulat 18.3237 hat folgenden Wortlaut:

„Der Bundesrat wird beauftragt, die Möglichkeiten der Vereinfachung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe und deren Durchsetzung von Amtes wegen (Art. 16 bis Art. 23 der Preisbekanntgabeverordnung, PBV) im Interesse aller am Wettbewerb Beteiligten und anhand des Massstabes des Durchschnittsadressaten zu prüfen.“<sup>5</sup>

Der Bundesrat beantragte mit Beschluss vom 23. Mai 2018 die Annahme des Postulats.

An der gleichentags wie die Motion stattgefundenen Beratung beschloss der Ständerat am 6. Juni 2018 einstimmig die Annahme des Postulats<sup>6</sup>.

### 1.2.2 Elemente des Postulats

Zentraler Punkt des Postulates ist es, «**Möglichkeiten** der Vereinfachung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe und deren Durchsetzung von Amtes wegen **zu prüfen**». Das Postulat enthält also zwei unterschiedliche Themenkreise als Prüfgegenstand:

- Einerseits die Vereinfachung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe (Art. 16 bis 18 PBV), welche ihre Rechtsgrundlage in den Artikeln 18 Buchstabe b und c sowie 20 Absatz 2 UWG haben.
- Andererseits die Durchsetzung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe von Amtes wegen (Art. 21 f. PBV). Die Durchsetzung der PBV von Amtes wegen und damit implizit auch diejenige der irreführenden Preisbekanntgabe als Teil der verwaltungsrechtlichen Bestimmungen des UWG (Art. 18 UWG) ist in Artikel 20 Absatz 1 und 24 UWG verankert.

Die beiden Themenkreise sind gemäss Postulatswortlaut «im Interesse aller am Wettbewerb Beteiligten und anhand des Massstabes des Durchschnittsadressaten zu prüfen». Zu letzterem ist der Postulatsbegründung zu entnehmen, dass gemäss Rechtsprechung des Bundesgerichtes und der Praxis der Lauterkeitskommission der „Durchschnittsadressat“ Massstab zur Beurteilung und Auslegung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb und damit auch der PBV sei. Der Durchschnittsadressat sei gemäss Bundesgericht durchschnittlich informiert, sachkundig und kritisch. Der Gesetzgeber (i. c. das Departement des Innern) habe diesen Massstab des Durchschnittsadressaten betreffend Täuschungsschutz bei Kosmetika wie folgt definiert und gesetzlich (i. c. in einer Departementsverordnung) festgelegt (Anhang 6 zur Verordnung des EDI über kosmetische Mittel, VKos): „Die Zulässigkeit einer Werbeaussage richtet sich danach, wie die durchschnittlichen Endkonsumentinnen und Endkonsumenten eines kosmetischen Mittels, die angemessen gut unterrichtet und angemessen aufmerksam und kritisch sind, diese Aussage unter Berücksichtigung

<sup>5</sup> <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20183237>.

<sup>6</sup> <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/amtliches-bulletin/amtliches-bulletin-die-verhandlungen?SubjectId=43433>.

der sozialen, kulturellen und sprachlichen Faktoren innerhalb des betreffenden Marktes wahrnehmen.“

### 1.2.3 Prüfelemente auf Grund der Postulatsbegründung

Nicht der Postulatswortlaut selber, sondern bloss die Begründung fordert zudem Abklärungen des Bundesrates darüber, welche Verwaltungskosten bei den kantonalen Vollzugsbehörden und den Aufsichtsbehörden des Bundes im Zusammenhang mit der Durchsetzung der PBV entstehen.

## 2 Die Preisbekanntgabeverordnung (PBV)

### 2.1 Entstehungsgeschichte und Zweck

Die verwaltungsrechtlichen Bestimmungen über die Preisbekanntgabe dienten ursprünglich der Inflationsbekämpfung. Heute untersteht die Preisbekanntgabe dem allgemeinen Gesetzeszweck von Artikel 1 des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG; SR 241), wonach der lautere und unverfälschte Wettbewerb im Interesse aller Beteiligten zu gewährleisten ist.

Die Preisbekanntgabeverordnung (PBV; SR 942.111) konkretisiert die allgemeine Zweckbestimmung des UWG wie folgt: Zweck der Preisbekanntgabeverordnung ist, dass Preise klar und miteinander vergleichbar sind und irreführende Preisangaben verhindert werden (Art. 1 PBV).

Mithin bezweckt die PBV

- Transparenz der Preise,
- Vergleichbarkeit der Preise sowie
- Verhinderung der Irreführung.

Eine einwandfreie Preisbekanntgabe fördert den lautereren Wettbewerb, und zwar zugunsten von Mitbewerbern wie von Konsumentinnen und Konsumenten. Demgegenüber beeinflussen fehlende oder irreführende Preisangaben den Wettbewerb in unzulässiger Weise.

Die mittels Preisbekanntgabe erzielte **Preis- und Markttransparenz** ist somit sowohl im Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten als auch im Interesse der Konkurrentinnen und Konkurrenten. *Für die Konsumentinnen und Konsumenten* schafft die Preisbekanntgabe die Grundlage für Preis- und Wirtschaftlichkeitsvergleiche. Ausserdem werden sie vor Irreführung sowie davor geschützt, sich vor einem Kaufentschluss nach dem Preis erkundigen zu müssen (vorvertragliche Preisinformation). *Für die Konkurrentinnen und Konkurrenten* schafft die Preisbekanntgabe Rechtssicherheit und Schutz vor unlauterem Entzug potenzieller Kundschaft.

Die verwaltungsrechtlichen Bestimmungen zur Preisbekanntgabe sind im UWG in den Artikeln 16 – 20 UWG relativ knapp geregelt. Die Preisbekanntgabeverordnung konkretisiert diese Gesetzesbestimmungen. Zum Beispiel werden die irreführenden Hinweise auf Preisreduktionen oder auf weitere Preise neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis (Art. 18 Bst. b und Bst. c UWG) auf Verordnungsstufe in den Artikeln 16 und 17 PBV näher ausgeführt.

Enthielten frühere Vorschriften über die Preisangabe bzw. die Verwendung mehrerer Preise noch ein «Grundsatzverbot mit Erlaubnisvorbehalt», richten sich die heutigen Bestimmungen nach der «Gefahr der Irreführung» für den Durchschnittsadressaten.

Ökonomisch begründet sich die Notwendigkeit der PBV und ihrer Bestimmungen mit der Erkenntnis, dass auch scheinbar aufgeklärte Kunden durch preispolitische Massnahmen manipuliert werden können. Dies haben die wirtschaftswissenschaftliche Literatur zur Preispsychologie und insbesondere die jüngere verhaltensökonomische Forschung belegt.<sup>7</sup> Der Markt kann im Interesse aller Beteiligten jedoch nur dann effizient funktionieren, wenn ein minimaler Schutz der Konsumenten vor Täuschung besteht und die Marktteilnehmer darauf vertrauen können, dass die Preiskommunikation in einem lautereren Rahmen stattfindet.

Der Vollzug der Bestimmungen über die Preisbekanntgabe oblag seit jeher den Kantonen. Widerhandlungen wurden von Beginn an strafrechtlich als von Amtes wegen zu verfolgende Übertretungsdelikte sanktioniert (vgl. Art. 20 und Art. 24 UWG). Dieser öffentliche Vollzug ist unabdingbar, da es sich bei der Preistransparenz um ein öffentliches Gut handelt, das durch Private nicht in ausreichender Weise bereitgestellt würde. Einzelne Akteure (Konsumenten, Mitbewerber) würden regelmässig nicht die Kosten und Risiken eines Verfahrens gegen einen Anbieter wegen missbräuchlicher Preisinformationen eingehen. Ohne öffentlich-rechtlichen Vollzug und entsprechende Sanktionen bestünden somit Anreize für opportunistische Regelverletzungen.

Als Hilfsmittel für die Praxis bei der Auslegung und Anwendung der PBV dienen im Übrigen verschiedene (branchenspezifische) Informationsblätter des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO).

## 2.2 Aktuelle Regelung zur irreführenden Preisbekanntgabe

Es ist unzulässig, in irreführender Weise auf Preisreduktionen hinzuweisen oder neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis weitere Preise aufzuführen (Art. 18 Bst. b und c UWG). Irreführung ist dann gegeben, wenn die Preisangabe keinen genügenden Aussagewert besitzt, so etwa das Ausmass einer angebotenen Vergünstigung und den sich ergebenden Endpreis nicht erkennen lässt oder von fiktiven Vergleichspreisen ausgeht.<sup>8</sup> Im Übrigen genügt gemäss ständiger Rechtsprechung und Lehre die Gefahr einer Irreführung.<sup>9</sup> Ob im Einzelfall jemand getäuscht wurde, ist unerheblich.<sup>10</sup> Wenn die Preisangabe geeignet ist, bei den Adressaten falsche Vorstellungen auszulösen, ist die Gefahr der Irreführung gegeben. Massstab für die Beurteilung der Irreführung ist das objektive Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise unter Zugrundelegung durchschnittlicher Erfahrung, Sachkunde und Aufmerksamkeit.<sup>11</sup> Es

---

<sup>7</sup> So haben Kienzler und Kowalkowski (2017) alleine für den Zeitraum 1995 – 2016 insgesamt 515 Publikationen zum «Pricing» ausgemacht (*Pricing Strategy – A review of 22 years of marketing research*, Journal of Business Studies, Bd. 78, September, S. 101-110). Einen deutschsprachigen Überblick zur Thematik bietet Krämer (2018), *Bounded Irrationality – Chancen und Grenzen beim verhaltensbasierten Pricing* (2018), in: Marketing Review, St. Gallen; Weitere Referenzen: Bauer und Koth (2014), *Der unvernünftige Kunde – Mit Behavioral Economics irrationale Entscheidungen verstehen und beeinflussen*, München: Redline; Bauer (2014): *Behavioural Pricing – Die Kunst, nicht am Kunden vorbei zu bepreisen*, in: Planung & Analyse (No. 2, S. 27-30); Ariely (2007): *Predictably Irrational – The Hidden Forces That Shape our Decisions*, Harper Collins; Hardesty, Bearden und Carlson (2007): *Persuasion Knowledge and consumer reactions to pricing tactics*, Journal of Retailing (83/2, S. 199-210).

<sup>8</sup> BBI 1978 I 170.

<sup>9</sup> BGE 136 III 23, 44, E.9.1; Schott in: UWG-Kommentar Heizmann/Loacker, Art. 18 UWG N 8; Schmid in: BSK UWG, Art. 18 UWG N 5.

<sup>10</sup> BGE 94 IV 34 E. 1.

<sup>11</sup> BGE 136 III 23, E. 9.1 f.; BGE 94 IV 34 E. 1.

genügt folglich, wenn nach den allgemeinen Erfahrungen des Lebens anzunehmen ist, dass eine nicht unerhebliche Anzahl von Adressaten der Preisangabe einem Irrtum verfällt.

Das Verbot der irreführenden Preisbekanntgabe von Artikel 18 Buchstabe b und c UWG wird in den Artikeln 16 und 17 PBV konkretisiert.

### **2.2.1 Zulässiger Selbstvergleich**

Beim Selbstvergleich wird der eigene aktuell gültige Preis mit dem eigenen unmittelbar vorher gültigen Preis (Vergleichspreis) verglichen. Die Voraussetzungen für die zulässige Verwendung des Selbstvergleichs sind (Art. 16 Abs. 1 Bst. a und Abs. 3 PBV):

- Der Anbieter muss die Ware oder die Dienstleistung unmittelbar vorher
- tatsächlich zum Vergleichspreis angeboten haben.
- Der Preisvergleich darf halb so lange dauern (Halbierungsregel), wie der Vergleichspreis vorher tatsächlich verwendet wurde, maximal jedoch zwei Monate (Zweimonatsregel).

### **2.2.2 Zulässiger Einführungspreis**

Beim Einführungspreis wird der eigene, aktuell gültige Preis mit dem eigenen, später gültigen Preis (Vergleichspreis) verglichen. Die Voraussetzungen für die zulässige Verwendung eines Einführungspreises sind (Art. 16 Abs. 1 Bst. b, Abs. 2 und Abs. 3 PBV):

- Der Anbieter muss die Ware oder die Dienstleistung unmittelbar danach
- tatsächlich zum Vergleichspreis anbieten.
- Der Preisvergleich darf halb so lange dauern (Halbierungsregel), wie der Vergleichspreis später tatsächlich verwendet wird, maximal jedoch zwei Monate (Zweimonatsregel).
- Aus der Ankündigung muss die Art des Preisvergleichs (Einführungspreis) hervorgehen.

### **2.2.3 Zulässiger Konkurrenzvergleich**

Der Konkurrenzvergleich ist der Vergleich des eigenen Preises mit dem Preis der Konkurrenz (Vergleichspreis). Die Voraussetzungen für die zulässige Verwendung des Konkurrenzvergleichs sind (Art. 16 Abs. 1 Bst. c und Abs. 2 PBV):

- Andere Anbieter im zu berücksichtigenden Marktgebiet
- müssen die überwiegende Menge
- der gleichen Ware oder Dienstleistungen
- tatsächlich zum Vergleichspreis anbieten.
- Aus der Ankündigung muss die Art des Preisvergleichs (Konkurrenzvergleich) hervorgehen.



## 2.2.4 Katalog-, Richtpreise, UVP etc.

Der Preisvergleich mit Katalog-, Richtpreisen, UVP (Unverbindliche Preisempfehlung) und dergleichen ist grundsätzlich nicht zulässig. Ein Vergleich mit einem solchen Preis ist nur möglich, wenn der Vergleichspreis die Voraussetzungen des Konkurrenzvergleichs erfüllt (Art. 16 Abs. 5 PBV). Anbieter dürfen Katalog-, Richtpreise, UVP somit nur dann als Vergleichspreise verwenden, wenn es echte Marktpreise sind. Der Vergleich mit einem «Mondpreis», d. h. einem aus der Luft gegriffenen, fiktiven Preis, ist dagegen nicht zulässig, da es kein echter Marktpreis ist.

## 2.3 Sanktion und Durchsetzung von Amtes wegen

Widerhandlungen gegen die Preisbekanntgabe werden nach den Bestimmungen des UWG bestraft (Art. 21 PBV). Das UWG sieht bei einem vorsätzlichen Verstoss gegen die PBV eine Busse bis zu 20 000 Franken vor (Art. 24 Abs. 1 UWG). Fahrlässiges Handeln ist ebenfalls mit Busse strafbar (Art. 24 Abs. 2 UWG).

Die Kantone überwachen die vorschriftsgemässe Durchführung der PBV und verzeigen Verstösse den zuständigen kantonalen Instanzen. D.h. die Kontrollen und die Strafverfolgung erfolgt durch die Kantone. Eine Untersuchung und Bestrafung ist somit auch möglich, wenn kein Strafantrag vorliegt. Demgegenüber können Verstösse gegen das UWG nur sanktioniert werden, wenn eine betroffene Person einen Strafantrag einreicht (Art. 23 UWG).

## 2.4 Umsetzung in der Praxis

Jährlich bereitet das SECO zusammen mit den kantonalen PBV-Vollzugsstellen eine Kampagne zu einem aktuellen Thema vor. Die von den kantonalen Vollzugsstellen durchgeführten Kontrollen sollen die Betroffenen für eine korrekte Preisbekanntgabe sensibilisieren und eine schweizweite Globaleinschätzung zur Umsetzung der PBV ermöglichen. Die Umsetzung der *Preisvergleiche* in der Praxis wurden in der Kampagne Onlineshops (2014) sowie in der Kampagne Vergleichspreise bei Elektro-Haushaltsgeräten (2017) geprüft. Weitere Kampagnenthemen waren Schaufenster (2015), Fitnesscenter (2016) sowie Apotheken und Drogerien (2018). Die Resultate der durchgeführten Kampagnen sind auf der Internetseite des SECO publiziert.<sup>12</sup>

Die Resultate der Kampagne Onlineshops<sup>13</sup> zeigten, dass von 804 kontrollierten Onlineshops 65% keine Vergleichspreise hatten. Von den 35% kontrollierten Onlineshops, welche Vergleichspreise aufführten, waren 75% korrekt und 25% nicht korrekt.

Bei der Kampagne Vergleichspreise bei Elektro-Haushaltsgeräten<sup>14</sup> waren die Vergleiche mit Richtpreisen, UVP und dergleichen mit Abstand am häufigsten nicht korrekt umgesetzt werden. Von 402 kontrollierten Preisvergleichen lag der Anteil der nicht korrekten Vergleiche beim Selbstvergleich (29%), Einführungspreis (26%) und Konkurrenzvergleich (32%) wesentlich tiefer als bei Vergleichen mit Richtpreisen, UVP und dergleichen (77%). Die Resultate zeigten, dass bei der Bekanntgabe von Vergleichspreisen ein Verbesserungsbedarf bestand. Deshalb wurden im Folgejahr

<sup>12</sup> [www.seco.admin.ch/pbv](http://www.seco.admin.ch/pbv) > Grundlagen > Weitere Informationen und Medienmitteilungen.

<sup>13</sup> <https://www.admin.ch/gov/de/start/dokumentation/medienmitteilungen.msg-id-55614.html>.

<sup>14</sup> <https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/seco/nsb-news/medienmitteilungen-2017.msg-id-69248.html>.

der Kampagne über 60 Anbieter von Elektrohaushaltsgeräten erneut mit einem Erinnerungsschreiben über die korrekte Anwendung von Vergleichspreisen informiert und zur Einhaltung der PBV angehalten.

Der Vollzug der PBV obliegt den Kantonen. Es gibt deshalb keine Statistik der von den Kantonen ausserhalb der erwähnten Kampagnen durchgeführten Massnahmen im Rahmen der PBV (Kontrollen, Abmahnungen, Verzeigungen, Strafurteile etc.).

## 2.5 Irreführende Preisbekanntgabe in der EU

Die nachfolgende Darstellung der Rechtslage zur irreführenden Preisbekanntgabe in der Europäischen Union stützt sich auf ein vom SECO beim Schweizerischen Institut für Rechtsvergleichung (SIR) in Auftrag gegebenes Gutachten vom Herbst des Jahres 2014.<sup>15</sup>

In der EU verbietet die 2005 in Kraft getretene Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken<sup>16</sup> in grundsätzlicher Weise die Irreführung der Konsumentinnen und Konsumenten.<sup>17</sup> Verboten sind insbesondere irreführende Geschäftspraktiken wie die Angabe falscher Informationen oder solcher, die geeignet sind, den Konsumenten über den Preis, die Art der Preisberechnung oder das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils zur täuschen.<sup>18</sup>

Die Richtlinie enthält eine abschliessende Liste jener Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als unlauter gelten (z.B. falsches «gratis» Angebot, Lockangebot, etc.).<sup>19</sup>

Bei allen übrigen Geschäftspraktiken muss die Unlauterkeit dagegen aufgrund der tatsächlichen Umstände des konkreten Einzelfalles beurteilt werden.

Die Richtlinie enthält zudem keine spezifischen Vorschriften für die Bekanntgabe von Preisreduktionen. Deshalb muss jeweils im Einzelfall beurteilt werden, ob die Bekanntgabe einer Preisreduktion zulässig ist oder unlauter gemäss den Kriterien der Richtlinie.

Bei der Richtlinie handelt es sich um eine Maximalharmonisierung. Die EU-Länder dürfen demnach keine strengeren Vorschriften als die in der Richtlinie festgelegten einführen, auch nicht um einen höheren Konsumentenschutz zu gewährleisten.

Frankreich und Belgien, die zuvor spezifische Voraussetzungen betreffend Preisreduktionen vorsahen (z.B. zeitliche Voraussetzungen an die Anwendung der Referenzpreise) mussten in der Folge ihr Gesetzgebung ändern, um die Vereinbarkeit mit dem EU-Recht zu gewährleisten.

---

<sup>15</sup> Gutachten des Schweizerischen Instituts für Rechtsvergleichung über den Preisvergleich und Rabattvorschriften in Deutschland, Österreich, Frankreich, Italien, Belgien, Norwegen, Schweden, Polen, Australien, im Vereinigten Königreich, in den Vereinigten Staaten von Amerika und in der Europäischen Union vom 25. Oktober 2014, veröffentlicht auf [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch) > Werbe- und Geschäftsmethoden > Preisbekanntgabe > Grundlagen > Weitere Informationen.

<sup>16</sup> Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken im binnemarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken), ABl. Nr. L 149 vom 11.06.2005, S. 22.

<sup>17</sup> Art. 5 RL 2005/29/EG.

<sup>18</sup> Art. 6 Abs. 1 Bst. d RL 2005/29/EG.

<sup>19</sup> Anhang I RL 2005/29/EG.

In der Zwischenzeit gibt es jedoch in der EU ein Gesetzgebungsprojekt zur Schaffung einer «neuen Ausgangslage für Konsumenten» mit dem Ziel, den Konsumentenschutz zu stärken. Das Projekt sieht die Änderung mehrerer Richtlinien vor, darunter auch der Richtlinie 98/6/EWG<sup>20</sup> über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse. Dabei wird hinsichtlich der Preisreduktionen ein Richtungswechsel vorgenommen. Künftig sollen in allen EU-Mitgliedsstaaten einheitliche Mindeststandards zur Zulässigkeit der Ankündigung einer Preisermässigung gelten. Das Europäische Parlament und der Rat haben die Änderungen am 27. November 2019 angenommen. Die Norm betreffend Preisermässigungen lautet wie folgt:<sup>21</sup>

#### *Artikel 6a*

*(1) Bei jeder Bekanntgabe einer Preisermässigung ist der vorherige Preis anzugeben, den der Händler vor der Preisermässigung über einen bestimmten Zeitraum angewandt hat.*

*(2) Der vorherige Preis ist der niedrigste Preis, den der Händler innerhalb eines Zeitraums von mindestens 30 Tage vor der Anwendung der Preisermässigung angewandt hat.*

*(3) Die Mitgliedstaaten können für schnell verderbliche Waren oder Waren mit kurzer Haltbarkeit abweichende Regelungen treffen.*

*(4) Ist das Erzeugnis seit weniger als 30 Tagen auf dem Markt, können die Mitgliedstaaten auch einen kürzeren als den in Absatz 2 genannten Zeitraum festlegen.*

*(5) Die Mitgliedstaaten können festlegen, dass im Falle einer schrittweise ansteigenden Preisermässigung der vorherige Preis der nicht ermässigte Preis vor der ersten Anwendung der Preisermässigung ist.*

### **3 Prüfung von Vereinfachungs- und Lockerungsmöglichkeiten**

In den nachfolgenden Ausführungen werden dem Postulatsauftrag gemäss, Vereinfachungs- und Lockerungsmöglichkeiten zur irreführenden Preisbekanntgabe und zu deren Durchsetzung von Amtes wegen aufgezeigt. Dies geschieht mit der Darlegung unterschiedlicher Varianten. Pro Variante wird dabei aufgezeigt, welche Bestimmungen gegenüber der heutigen Ausgestaltung unverändert weitergelten sollen («Gleichbleibend»), welche Änderungen durchführt würden («Änderungen»), sowie mit welchen Vor- und Nachteilen gegenüber der heutigen Rechtslage zu rechnen wäre («Vorteile», «Nachteile»). Im Anhang 1 des Berichts findet sich zudem eine Übersicht aller Varianten.

<sup>20</sup> Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 1998 über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse, ABl. L 80 vom 18.3.1998, S. 27–31.

<sup>21</sup> [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=consil:PE\\_83\\_2019\\_REV\\_1](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=consil:PE_83_2019_REV_1).

Gegen den Schluss des Kapitels werden die beiden weiteren Punkte des Postulats behandelt, nämlich der auf die Irreführung anzuwendende Massstab des Durchschnittsadressaten sowie die Verwaltungskosten des kantonalen Vollzugs und der Bundesaufsicht.

### **3.1 Vereinfachung/Lockerung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe**

#### **3.1.1 Variante I.1 (Selbstvergleich und Einführungspreis): Ausweitung der Frist für die Handhabung eines Vergleichspreises und Festhalten an der Halbierungsregel**

##### **Gleichbleibend**

Der Konkurrenzvergleich bleibt gleich.

Beim Selbstvergleich und beim Einführungspreis muss der Anbieter die Ware oder die Dienstleistung nach wie vor unmittelbar vorher resp. nachher tatsächlich zum Vergleichspreis angeboten haben resp. anbieten. Zudem gilt weiterhin die Halbierungsregel, der Preisvergleich darf nur halb so lange dauern, wie der höhere Vergleichspreis tatsächlich verwendet wurde resp. wird.

##### **Änderung**

Beim Selbstvergleich und beim Einführungspreis wird die maximale Frist, während der die beiden Vergleichspreise bekannt gegeben werden dürfen, von derzeit zwei Monaten (Zweimonatsregel) auf vier oder gar auf sechs Monate ausgedehnt.

##### **Vorteile**

- Die Irreführungsgefahr wird dadurch geschaffen, dass auf einen Preis Bezug genommen wird, der völlig veraltet und damit nicht mehr repräsentativ ist oder den der Händler nie gefordert hat resp. nie fordern wird. Mit Beibehalten der Halbierungsregel wird diese Irreführungsgefahr nach wie vor gebannt.
- Die Diskussion um die Verwendung von Preisreduktionen für Vorjahresmodelle von Sport-, Saison- und modischen Artikeln wird mit der Ausdehnung der maximalen Frist auf vier oder sechs Monate relativiert. Die Gefahr der Irreführung wird nicht signifikant erhöht.
- Die Preisvergleichsdauer wird verlängert, was die zeitliche Flexibilität für die Anbieter erhöht.
- Mit der Halbierungsregel wird ein bewährtes Instrument beibehalten.
- Der Vollzug wird nicht wesentlich erschwert, da es bereits heute nicht einfach ist, Preisvergleiche zu kontrollieren.
- Mit dem Festhalten an klaren Fristen wissen Händler und andere der PBV unterstellte Wirtschaftszweige, was sie dürfen. Dies schafft Rechtssicherheit.
- Variante I.1 kann mit einer blossen PBV-Änderung umgesetzt werden.

##### **Nachteile**

- Die Neuregelung ist nicht mehr so rigide wie vorher, was auch die Missbrauchsgefahr erhöht.

- Eine langjährige, bei Vollzugsorganen und der PBV unterstellten Anbietern eingespielte Praxis wird aufgegeben.

### **3.1.2 Variante I.2a (Selbstvergleich): Verzicht auf Halbierungsregel; nach Handhabung eines Preises während einer bestimmten Frist sind Vergleichspreise bis maximal ein halbes/ganzes Jahr zulässig**

#### **Gleichbleibend**

Der Konkurrenzvergleich bleibt gleich.

Der Einführungspreis bleibt gleich.

#### **Änderung**

Die Voraussetzungen für den Selbstvergleich werden geändert. Wer einen Preis für ein Produkt während einer bestimmten Dauer (*Referenzperiode*) - mindestens sechs Wochen oder mindestens ein Monat - praktiziert hat, darf diesen Preis maximal während eines halben oder eines ganzen Jahres (*Vergleichsdauer*) als Vergleich beiziehen. Die Halbierungsregel fällt für den Selbstvergleich weg.

Wird diese Änderung als zu weitgehend empfunden, ist eine Differenzierung nach Art der Ware oder der Dienstleistung denkbar, indem bloss für längerfristige Konsumgüter eine längere Vergleichsdauer von einem halben Jahr oder einem ganzen Jahr gilt (z. B. elektronische Geräte, Ski, Autos, Möbel usw.) und für alle anderen Waren und Dienstleistungen eine kürzere Vergleichsdauer.

Mit einer Anzeigepflicht des Datums des letzten Tages der Referenzperiode sowie ggfs. der Dauer des praktizierten höheren Vergleichspreises kann die Transparenz zugunsten der Konsumentinnen und Konsumenten erhöht werden. Damit könnte der erhöhten Täuschungsgefahr, die sich aus der längeren Anwendungsmöglichkeit des Vergleichspreises ergibt, entgegengewirkt werden.

#### **Vorteile**

- Bei dieser Variante kann die Diskussion um die Dauer der Verwendung von Preisreduktionen für Vorjahresmodelle zum Verschwinden gebracht werden.
- Mit dem Festhalten an klaren Fristen wird die Rechtssicherheit gewährleistet. Händler und andere der PBV unterstellte Wirtschaftszeige wissen, was gilt.
- Mit zusätzlicher Transparenz wie der Anzeige des Datums des letzten Tages der Referenzperiode und ggfs. der Dauer der Referenzperiode kann Irreführung verhindert werden.
- Mit der Verkürzung der Frist des vorher praktizierten Preises und der Ausdehnung der Dauer für die Verwendung des Vergleichspreises werden die Voraussetzungen für den Selbstvergleich erheblich gelockert. Die Anbieter erhalten einen grösseren Handlungsspielraum bei der Verwendung von Selbstvergleichen.
- Variante I.2a ist mit einer blossen PBV-Änderung umsetzbar.

#### **Nachteile**

- Die Änderung erlaubt die Angabe länger zurückliegender Vergleichspreise, welche nur noch geringe Aussagekraft haben, womit das Missbrauchspotenzial erhöht wird.

- Mit dem Verzicht auf die Halbierungsregelung beim Selbstvergleich erfolgt eine erhebliche Praxisänderung einer eingespielten Regelung.
- Differenzierungen nach Art der Ware oder Dienstleistung im Zusammenhang mit der Vergleichsdauer könnten die Regelung verkomplizieren statt vereinfachen.
- Eine neue Anzeigepflicht bzgl. des Datums bzw. der Dauer der Referenzperiode könnte als zusätzliche administrative Hürde aufgefasst werden.

### **3.1.3 Variante I.2b (Selbstvergleich und Einführungspreis): Verzicht auf Halbierungsregel und stattdessen Anwendung der 1:1 Regel (Dauer Praktizieren höherer Vergleichspreis = max. Dauer Preisvergleich); bis maximal halbes/ganzes Jahr; Sonderregelung für nicht unmittelbar vorher angebotene Produkte**

#### **Gleichbleibend**

Der Konkurrenzvergleich bleibt gleich.

#### **Änderung**

Ein Selbstvergleich und ein Einführungspreis sind während der gleichen Dauer zulässig, während der unmittelbar vorher der höhere Vergleichspreis praktiziert wurde (Selbstvergleich) respektive während der unmittelbar nachher der höhere Vergleichspreis praktiziert werden wird (Einführungspreis). Es handelt sich dabei um eine 1:1 Regel: Die Dauer des Praktizierens des höheren Vergleichspreises (*Referenzperiode*) entspricht der zulässigen Dauer des Preisvergleichs (*Vergleichsdauer*).

Die maximale Frist für einen Preisvergleich könnte dabei auf ein halbes oder ein ganzes Jahr festgesetzt werden. Als Vergleichspreis dient der praktizierte Preis während der Referenzperiode. Falls der Vergleichspreis während der Referenzperiode nicht konstant war, sondern variiert hat, gilt als Vergleichspreis der tiefste praktizierte Preis während dieser Referenzperiode. Um die Transparenz gegenüber den Konsumentinnen und Konsumenten zu gewährleisten, ist das Datum des ersten Tages des Preisvergleichs anzuzeigen sowie die Dauer der Referenzperiode.

Wurde das Produkt unmittelbar vor dem Preisvergleich nicht zum Verkauf angeboten, ist ein Vergleich mit dem tiefsten, vom Anbieter je für dieses Produkt praktizierten Preises möglich. Eine maximale Frist für einen Preisvergleich wäre nicht nötig, wenn die Transparenz gegenüber den Konsumentinnen und Konsumenten gewährleistet wird, indem das Datum angezeigt wird, an dem der tiefste, je praktizierte Preis letztmals galt.

#### **Vorteile**

- Einfache zeitliche Fristenregelung durch die 1:1 Regel
- Ausdehnung der zulässigen Preisvergleichsdauer lässt zeitlich flexiblere Preisvergleiche zu.
- Preisvergleiche sind auch bei Produkten möglich, die nicht unmittelbar vor dem Preisvergleich zum Kauf angeboten wurden z.B. Saisonware.
- Durch den Vergleich mit dem tiefsten praktizierten Preis sind auch bei variablen Preisen Preisvergleiche möglich z.B. im Onlinehandel.
- Variante I.2b ist mit einer blossen PBV-Änderung umsetzbar.

## Nachteile

- Die Aussagekraft von Vergleichspreisen sinkt, je älter diese sind.
- Die Ausdehnung der zulässigen Preisvergleichsdauer erhöht Missbrauchsgefahr.
- Mit dem Verzicht auf die Halbierungsregelung erfolgt eine erhebliche Praxisänderung einer eingespielten Regelung.
- Die neue Anzeigepflicht des Datums bzw. der Referenzperiode, auf die sich der Preisvergleich bezieht, könnte als zusätzliche administrative Hürde aufgefasst werden.

### **3.1.4 Variante I.3 (alle drei Vergleichspreisarten): Verzicht auf jegliche Detailregelung; Massstab ist einzig die abstrakte Irreführungsgefahr; Richterrecht**

#### **Gleichbleibend**

Artikel 18 Buchstabe b und c UWG bleibt die Leitnorm, wonach es unzulässig ist, in irreführender Weise auf Preisreduktionen hinzuweisen oder neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis weitere Preise aufzuführen.

#### **Änderung**

Die radikalste Vereinfachung/Lockerung besteht in der Aufhebung der Artikel 16 bis 18 PBV, d.h. es erfolgt keine Konkretisierung der irreführenden Preisbekanntgabe mehr auf Verordnungsstufe. Damit liegt es ausschliesslich an den Gerichten, die Norm (Art. 18 Bst. b und c UWG) auszufüllen, insbesondere wie lange ein Preis gehandhabt worden sein muss, bis er als Vergleich herangezogen werden darf, und wie lange er als Vergleich benutzt werden darf.

Artikel 18 UWG bleibt aber eine verwaltungsrechtliche Bestimmung mit strafrechtlicher Sanktionierung. Der kantonale Vollzug muss sich stärker als bisher auf die zentrale Frage konzentrieren, wann ein Vergleichspreis oder ein Hinweis auf eine Preisreduktion geeignet ist, die Kundschaft irrezuführen. Auch die Handel- und Werbetreibenden sowie die Dienstleistungserbringer werden die Irreführungsgefahr von Vergleichspreisen und Preisreduktionen stärker in eigener Regie einschätzen müssen, da es an begleitenden Leitplanken fehlen wird.

Artikel 17 Absatz 2 PBV, der bei einem einheitlichen Reduktionssatz oder -betrag für ganze Sortimente oder Produktgruppen erlaubt, bei der Verwendung von Vergleichspreisen oder Preisreduktionshinweisen der Preisbekanntgabe- und Spezifizierungspflicht zu entgehen, würde bei dieser Variante obsolet. Damit entfielen auch ein für den Handel positives Element.

#### **Vorteile**

- Variante I.3 ist die grösstmögliche Lockerung der Vergleichspreisregelung, die mit blosser Verordnungsänderung realisiert werden kann, also ohne Änderung des UWG. Dieses schreibt nur generell vor, dass der Bundesrat die Ausführungsbestimmungen erlässt, nicht aber konkret mit Blick auf die irreführende Preisbekanntgabe.

- Die Detailregelungen von Artikel 16 bis 18 PBV entfielen und damit auch die diesbezüglichen Kapitel in den SECO-Broschüren und -Informationsblättern, was aus Sicht des Postulanten als Vorteil erachtet werden dürfte.
- Variante I.3 stimmt mit den Rechtsordnungen der EU-Mitgliedsländer überein, bei denen die Beurteilung einer Irreführungsgefahr von Preisreduktionshinweisen und Preisvergleichen von Fall zu Fall bislang den Gerichten anheimgestellt ist.<sup>22</sup>

### Nachteile

- Die Voraussehbarkeit und die Rechtssicherheit für den Handel nehmen ab, da es künftig schwieriger ist, abzuschätzen, wie das Gericht im Einzelfall über die Zulässigkeit von Vergleichspreisen und Preisreduktionshinweisen entscheidet. Rechtsrisiken und –kosten dürften als Folge hiervon zunehmen.
- Es gibt keine Detailregelung gemäss geltendem Recht mehr. Damit entfallen auch die entsprechenden, für den Handel günstigen Ausnahmen (wie die Befreiung von der Preisbekanntgabe- und Spezifizierungspflicht bei einheitlichen Reduktionssätzen und -beträgen für ganze Sortimente oder Produktgruppen).
- Unternehmen, die mit Vergleichspreisen und Preisreduktionshinweisen operieren, müssen in grösserer Eigenregie als bisher deren Zulässigkeit einschätzen oder beurteilen lassen, da die konkretisierenden Leitplanken wegfallen. Dadurch steigen Unsicherheit und Kosten.
- Es besteht allenfalls die Gefahr der Überforderung des kantonalen Vollzugs, was zu einem Durchsetzungsdefizit im Bereich der irreführenden Preisbekanntgabe führen könnte – mit negativen Konsequenzen für Konsumenten und Anbieter, die sich einem lauterem Preisgebaren verschreiben.
- Es besteht die Gefahr, dass sich nicht nur die Vollzugsorgane, sondern auch die Gerichte bei der Beurteilung irreführender Preisangaben an den aufgehobenen PBV-Bestimmungen orientieren, die immerhin während 40 Jahren der Gradmesser gewesen sind.
- Für Konsumentinnen und Konsumenten nimmt die Preistransparenz mit dem Wegfall der konkretisierenden Leitplanken eher ab.

### 3.1.5 Variante I.4 (Konkurrenzvergleich): Verzicht auf die Regelung des Konkurrenzvergleichs in der PBV

#### Gleichbleibend

Der Selbstvergleich bleibt gleich.

Der Einführungspreis bleibt gleich.

---

<sup>22</sup> Gutachten über den Preisvergleich und Rabattvorschriften in Deutschland, Österreich, Frankreich, Italien, Belgien, Norwegen, Schweden, Polen, Australien, im Vereinigten Königreich und in der Europäischen Union vom 25.10.2014, Schweizerischen Instituts für Rechtsvergleichung, zu finden auf [www.seco.admin.ch/pbv](http://www.seco.admin.ch/pbv) > Grundlagen > Weitere Informationen.



## Änderung

Eine weniger radikale Lösung besteht darin, die Regelung des Konkurrenzvergleichs in der PBV zu streichen (Art. 16 Abs. 1 Bst. c PBV) und im Wesentlichen auf die Regelung der vergleichenden Werbung im UWG (Art. 3 Abs. 1 Bst. e UWG<sup>23</sup>) zu verweisen. Diese deckt auch irreführende Preisvergleiche unter Mitbewerbern ab.

Damit wird in einem Bereich, der in erster Linie Mitbewerberinteressen betrifft, die Rechtsdurchsetzung primär den von irreführenden Preisvergleichen betroffenen Unternehmen übertragen. Es wird Kongruenz mit anderen Arten unlauterer vergleichender Werbung geschaffen, die bereits heute blosser privater Rechtsdurchsetzung unterstehen (z.B. irreführende vergleichende Werbung in Bezug auf die angebotene Ware oder Dienstleistung).

Die Regelung zu den Richtpreisen (Art. 16 Abs. 5 und 18 PBV) könnte grundsätzlich beibehalten werden. Es würde aber auf den Verweis auf die Konkurrenzvergleichsregelung verzichtet, weshalb eine leichte Modifizierung nötig wäre: Es ist unzulässig, sich auf Richt- oder Katalogpreise zu beziehen, die keine Marktpreise sind<sup>24</sup>. Damit hätte man das Problem der «Mondpreise», d.h. der Vergleich mit fiktiven Preisen, die einen nicht vorhandenen Rabatt suggerieren, eingefangen.

## Vorteile

- Mit der Streichung von Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe c PBV schaltet Variante I.4 den preislichen Konkurrenzvergleich mit den übrigen Arten vergleichender Werbung nach Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe e UWG gleich.
- Ein bestehendes Vollzugsdefizit wird behoben, da es für die Vollzugsbehörden sehr schwierig ist, ohne umfassende Markterhebung einen unzulässigen Konkurrenzvergleich nachzuweisen. Die Mitbewerber sind dazu besser in der Lage. Zwar erleichtert das Internet auch den kantonalen Vollzugsbehörden die Überprüfung von Preisvergleichen, aber Artikel 16 Absatz 1 Buchstabe c PBV stellt auf das relevante Marktgebiet ab, das zuerst bestimmt werden muss.
- Darüber hinaus überträgt Variante I.4 die Überwachung des preislichen Konkurrenzvergleichs – wie vom Postulat angeregt – in erster Linie den Marktakteuren und ihren Organisationen, mit allen Konsequenzen<sup>25</sup>.
- Variante I.4 ist mit einer blossen PBV-Änderung umsetzbar.

## Nachteile

- Künftig ist es schwieriger abzuschätzen, wie das Gericht im Einzelfall entscheidet (gemäss Art. 3 Abs. 1 Bst. e UWG oder Art. 18 Bst. c UWG).
- Die Marktakteure müssen sich primär in eigener Regie gegen irreführende preisliche Konkurrenzvergleiche wehren. Dadurch steigen potenziell die Kosten für Anbieter, die sich gegen unlautere Praktiken der Konkurrenz zur Wehr setzen wollen. Ebenso ist denkbar, dass dies zu Anreizen für «aggressivere» Konkurrenzvergleiche führt.

---

<sup>23</sup> Art. 3 Abs. 1 lit. e UWG «Unlauter handelt insbesondere, wer: (...) sich, seine Waren, Werke, Leistungen oder deren Preise in unrichtiger, irreführender, unnötig herabsetzender oder anlehrender Weise mit anderen, ihren Waren, Werken, Leistungen oder deren Preisen vergleicht oder in entsprechender Weise Dritte im Wettbewerb begünstigt».

<sup>24</sup> Art. 16 Abs. 5 PBV bisher: «Katalog-, Richtpreise und dergleichen sind nur dann als Vergleichspreise zulässig, wenn die Voraussetzungen nach Absatz 1 Buchstabe c [Konkurrenzvergleich] erfüllt sind.».

<sup>25</sup> Siehe dazu nachfolgend Variante II.1 Kapitel 3.2.1.

- Ein irreführender Konkurrenzvergleich kann nicht nur einen wirtschaftlichen Nachteil für Konkurrenten, sondern auch für Konsumentinnen und Konsumenten bedeuten. Betroffenen Konsumentinnen und Konsumenten müssten primär gestützt auf die Rechtsbehelfe des UWG selber gegen eine solche Irreführung vorgehen.

## 3.2 Durchsetzung von Amtes wegen

### 3.2.1 Variante II.1: Beibehaltung des Status quo «light», ausser bezüglich des Konkurrenzvergleichs

#### Gleichbleibend

Die Durchsetzung von Amtes wegen wird beibehalten. Die Überwachung respektive die Kontrolle des Selbstvergleichs und des Einführungspreises erfolgt durch die zuständigen kantonalen Behörden und die Strafverfolgung durch die kantonalen Strafbehörden.

Die Durchsetzung der Preisbekanntgabevorschriften von Amtes wegen ist im UWG (Art. 20 UWG) vorgesehen, genauso wie die Sanktionierung über das Strafrecht (Art. 24 UWG). Eine Änderung des Vollzugs wäre deshalb nur mit einer UWG-Änderung möglich, nicht aber mit einer blossen PBV-Revision. Dies gilt auch für die Durchsetzung der irreführenden Preisbekanntgabe. Sie steht im UWG als Artikel 18 im Kapitel «Verwaltungsrechtliche Bestimmungen», wo auch der Vollzug geregelt ist (Art. 20 UWG). Ohne Gesetzesänderung kann der von Amtes wegen zu erfolgende Vollzug der irreführenden Preisbekanntgabe folglich nicht fallengelassen werden.

Entstehungsgeschichtlich interessant ist, dass der strafrechtliche Vollzug vom Parlament bewusst gewählt worden ist. Es sei auf das Ratsprotokoll des Ständerats vom 19. April 1978 im Amtlichen Bulletin verwiesen.<sup>26</sup> Ständerat Odilo Guntern als Kommissionssprecher fasst in seinen Ausführungen zu Artikel 20d<sup>27</sup> aUWG den Vollzug der Preisbekanntgabevorschriften prägnant zusammen und erklärt, wieso nicht das Verwaltungsverfahrensgesetz, sondern das Strafrecht zur Anwendung kommt. Auch die Frage, ob die Preisbekanntgabe zivilrechtlich oder verwaltungsrechtlich/strafrechtlich auszugestalten sei, wurde im Ständerat bei der Überführung der Preisbekanntgabe ins UWG eingehend diskutiert. Dabei wurde klargestellt, dass dem Verbraucher oder der Verbraucherin nicht zugemutet werden könne, einen Zivilprozess anzustrengen, um die Preisbekanntgabevorschriften durchzusetzen. Eine solche Regelung würde weitgehend wirkungslos bleiben. Das verwaltungsrechtliche Konzept dränge sich deshalb auf. Es sei bisher so durchgeführt worden und verlange personell nur einen bescheidenen Aufwand.<sup>28</sup>

Die seinerzeit angestellten Erwägungen behalten auch im heutigen Kontext grundsätzlich ihre Gültigkeit: Bei der Preistransparenz handelt es sich um ein öffentliches Gut, das durch Private nicht in ausreichender Weise bereitgestellt würde. Einzelne Akteure (Konsumenten, Mitbewerber) werden regelmässig nicht die Kosten und Risiken eines Verfahrens gegen einen Anbieter wegen missbräuchlicher Preisinformationen eingehen. Ohne öffentlich-rechtlichen Vollzug und entsprechende Sanktionen

<sup>26</sup> <https://www.amtsdruckschriften.bar.admin.ch/viewOrigDoc/20006656.pdf?ID=20006656>

<sup>27</sup> S. 207.

<sup>28</sup> Amtl. Bull. StR 1978 54 (Votum Guntern, Berichterstatter) <https://www.amtsdruckschriften.bar.admin.ch/viewOrigDoc/20006568.pdf?ID=20006568> .

bestünden somit Anreize für opportunistische Regelverletzungen. Die Gewährleistung der Preistransparenz würde geschwächt, wenn deren Durchsetzung nur noch zivilrechtlich erfolgen würde.

## **Änderung**

Der Konkurrenzvergleich wird aus der PBV gestrichen.

Das UWG schreibt in Artikel 18 nicht vor, der (irreführende) Konkurrenzvergleich müsse ebenfalls in den Ausführungsbestimmungen des Bundesrates zur Preisbekanntgabe konkretisiert werden. Es würde somit genügen, die entsprechende Vorschrift in der PBV (Art. 16 Abs. 1 Bst. c) zu streichen und im Wesentlichen auf die privatrechtlichen Vorschriften von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe e UWG zu verweisen. Der Konkurrenzvergleich würde künftig primär mittels Strafantrag (oder Zivilklage) durch die nach UWG legitimierten Personen, Organisationen und Institutionen durchgesetzt.<sup>29</sup> Ergänzend bleibt auch Art. 18 Bst. c UWG i.V.m. Art. 24 Abs. 1 Bst. c UWG anwendbar. D.h. auch eine Strafanzeige bleibt möglich.

## **Vorteile**

- Für die Realisierung von Variante II.1 ist keine Gesetzesrevision notwendig (siehe auch oben Variante I.4).
- Bei der Preisbekanntgabe (einschliesslich der irreführenden Preisbekanntgabe) handelt es sich vor allem um Vorschriften des Konsumentenschutzes. Dies rechtfertigt die Überwachung von Amtes wegen, nicht zuletzt auch wegen des öffentlichen Interesses an Markt- und Preistransparenz als wesentlichen Pfeilern einer funktionierenden Marktwirtschaft.
- Die Durchsetzung des irreführenden Konkurrenzvergleichs wird künftig primär mittels Strafantrag (Art. 3 Abs. 1 Bst. e UWG i.V.m. Art. 23 UWG) erfolgen. Eine Strafanzeige bleibt aber möglich (Art. 18 Bst. c UWG i.V.m. Art. 24 Abs. 1 Bst. c UWG).

## **Nachteile**

- Die Marktakteure müssen sich primär in eigener Regie gegen irreführende preisliche Konkurrenzvergleiche wehren und tragen das Kostenrisiko. Die Übertragung der primären Durchsetzungskompetenz an sie ist dadurch legitimiert, dass in erster Linie private Interessen eines Konkurrenten tangiert werden.
- Ein irreführender Konkurrenzvergleich kann sich nicht nur negativ auf Konkurrenten, sondern auch auf Konsumentinnen und Konsumenten auswirken. Auch sie können gestützt auf die Rechtsmittel des UWG selber gegen eine solche Irreführung vorgehen, was aber wenig realistisch erscheint.

### **3.2.2 Variante II.2: Überwachung der irreführenden Preisbekanntgabe durch die nach UWG klagelegitimierten Personen, Verbände und Institutionen**

#### **Gleichbleibend**

-

---

<sup>29</sup> Art. 9 und 10 UWG.

## Änderung

Wie bereits oben erwähnt, sieht die gesetzliche Grundlage des UWG für die irreführende Preisbekanntgabe eine Durchsetzung von Amtes wegen vor (Art. 20 UWG). Jegliche Aufhebung dieser gesetzlich vorgesehenen Vollzugsaufgabe durch die Kantone bedarf einer Gesetzesänderung.

Zumindest theoretisch ist es deshalb denkbar, mittels *Gesetzesänderung* die Bestimmung über die irreführende Preisbekanntgabe (Art. 18 UWG) aus dem verwaltungsrechtlichen Teil des UWG herauszulösen und in den privatrechtlichen Teil des UWG zu verlagern. Gleichzeitig wäre Art. 24 Abs. 1 Bst. c UWG (Sanktionsnorm zur irreführenden Preisbekanntgabe) zu streichen. Als Auffangbecken, um künftig gegen irreführende Preisbekanntgaben vorzugehen, bieten sich die Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b und e UWG an, also das allgemeine Irreführungsverbot und die Regelung der vergleichenden Werbung. Beide Bestimmungen erfassen auch die Irreführung über Preise. Irreführende Eigenvergleiche (Selbstvergleich und Einführungspreis nach heutiger PBV-Lesart) würden unter den Geltungsbereich von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b UWG fallen, irreführende Konkurrenzvergleiche unter Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe e UWG.

Die Durchsetzung der Bestimmungen wird damit den nach UWG zur Klage legitimierten Personen, Organisationen und Institutionen überlassen. Dies sind die in ihren wirtschaftlichen Interessen betroffenen Mitbewerber<sup>30</sup> und Kunden aller Handelsstufen<sup>31</sup>, Berufs- und Wirtschaftsverbände<sup>32</sup> sowie Konsumentenschutzorganisationen von gesamtschweizerischer oder regionaler Bedeutung<sup>33</sup>. Falls irreführende Vergleichspreise oder Hinweise auf Preisreduktionen öffentliche Interessen bedrohen oder verletzen, ist auch der Bund zur Klage berechtigt.<sup>34</sup> Als Rechtsbehelfe stehen die lauterkeitsrechtlichen Abwehrklagen sowie das Strafantragsrecht zur Verfügung.<sup>35</sup>

Bei der vorliegenden Variante liegt es an den Zivil- oder Strafgerichten, die in Frage kommenden Normen von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b und e UWG auf die irreführende Preisbekanntgabe anzuwenden. Sowohl zur Irreführung über den Preis wie auch zur vergleichenden Werbung existiert bereits eine reichhaltige Bundesgerichtspraxis. Auch die bestehende Bundesgerichtspraxis zur irreführenden Preisbekanntgabe nach PBV dürfte hilfreich sein, gerade wenn es darum geht, den irreführenden Charakter von ungenauen bezifferten Hinweisen auf Preisreduktionen festzustellen (z.B. «bis 92% Rabatt»<sup>36</sup>) auszufüllen. Auch die Fragen, wie lange ein Preis gehandelt worden sein muss, bis er als Vergleich herangezogen werden darf, und wie lange er als Vergleich benutzt werden darf, sind von den Gerichten zu beantworten.

**Mit der vorliegenden Variante II.2 würden alle unter Kapitel 3.1 aufgeführten Varianten I konsumiert.**

## Vorteile

- Sämtliche irreführenden Angaben über den Preis sind am selben Ort im privatrechtlichen Teil des UWG geregelt.

---

<sup>30</sup> Art. 9 Abs. 1 UWG.

<sup>31</sup> Art. 10 Abs. 1 UWG.

<sup>32</sup> Art. 10 Abs. 2 Bst. a UWG.

<sup>33</sup> Art. 10 Abs. 2 Bst. b UWG.

<sup>34</sup> Art. 10 Abs. 3 UWG.

<sup>35</sup> Art. 9 Abs. 1 und 2 sowie Art. 23 UWG.

<sup>36</sup> BGE 108 IV 129.

- Die Überwachung erfolgt durch die privaten Marktakteure, aber auch durch die nach UWG zur Klage legitimierten Organisationen (Berufs- und Wirtschaftsverbände, Konsumentenorganisationen) und Institutionen (Bund bzw. SECO).
- Gravierende, das öffentliche Interesse gefährdende Fälle würden vermutlich dem SECO gemeldet, das auf Grund des Klagerechts intervenieren könnte. Die aktuell vorhandenen Ressourcen des SECO sind jedoch für zusätzliche Interventionen aufgrund irreführender Preisbekanntgabe nicht ausgelegt.
- Es gibt keine Konkurrenzsituationen zwischen UWG und PBV bezüglich irreführender Preiswerbung und -bekanntgabe mehr. Zudem koordiniert das SECO bereits heute bei kantonsübergreifender Preiswerbung, um eine möglichst einheitliche Rechtsanwendung zu gewährleisten, was auch im Interesse der Wirtschaft ist.

### **Nachteile**

- Variante II.2 lässt sich nur mittels Gesetzesrevision realisieren und folglich nicht kurzfristig.
- Irreführende Preise tangieren das öffentliche Interesse an einem lauterem Wettbewerb. Sie beeinträchtigen die Preis- und Markttransparenz. Weil öffentliche Interessen auf dem Spiel stehen, ist die Rechtsdurchsetzung von Amtes wegen gerechtfertigt.
- Eine Schwächung des Vollzugs kann nicht ausgeschlossen werden, da einzelne Akteure (Konsumenten, Mitbewerber) regelmässig nicht die Kosten und Risiken eines Verfahrens gegen einen Anbieter wegen missbräuchlicher Preisinformationen eingehen dürften.
- Ohne öffentlich-rechtlichen Vollzug und entsprechende Sanktionen bestünden somit Anreize für opportunistische Regelverletzungen.
- Die Kantone sind vom Vollzug ausgeschaltet.
- In der Summe: Gefahr eines Vollzugsdefizits gegenüber irreführender Preisbekanntgabe.

### **3.2.3 Variante II.3: Beibehaltung des Status quo im Hinblick auf alle Arten der irreführenden Preisbekanntgabe (einschliesslich Konkurrenzvergleich)**

#### **Gleichbleibend**

Schliesslich besteht eine Möglichkeit auch darin, am herrschenden Vollzugssystem der irreführenden Preisbekanntgabe nichts zu ändern. Es erfolgt zwar eine Lockerung und Vereinfachung der Bestimmungen über die irreführende Preisbekanntgabe gemäss einer Variantenwahl nach Kapitel 3.1. Am System des kantonalen Vollzugs von Amtes wegen wird aber nichts geändert. Die Überwachung respektive die Kontrolle erfolgt nach wie vor durch die zuständigen kantonalen Behörden und die Strafverfolgung durch die kantonalen Strafbehörden.

Der Vollzug der PBV durch die Kantone hat sich während vierzig Jahren eingespielt. Dieses System erlaubt ihnen die Delegation des Vollzugs, dem föderalen Charakter unseres Staatswesens gemäss, an Städte und Gemeinden, was insbesondere in grösseren Kantonen praktiziert wird. Dies ist vor allem sinnvoll für die Preisbekannt-

gabe vor Ort, im Geschäft usw. Bei schwierigen oder kantonsübergreifenden Vollzugsfragen kann, wie bereits heute, das SECO als Aufsichtsbehörde eine Koordinationsfunktion ausüben.

### **Änderung**

-

### **Vorteile**

- Die öffentlich-rechtliche Durchsetzung der Preistransparenz bleibt dank dem öffentlich-rechtlichen Vollzug der PBV gesichert.
- Das Vollzugsmodell trägt dem Charakter der Preistransparenz als öffentlichem Gut Rechnung.
- Konsumenten und Mitbewerber müssen keine zusätzlichen Kosten aufwenden und/oder Risiken eingehen, um die Preistransparenz und den lauterer Preiswettbewerb zu sichern.
- Es sind weder Verordnungs- noch radikale Vollzugsänderungen nötig.
- Das eingespielte föderale Vollzugssystem mit den Kantonen, Städten und Gemeinden wird beibehalten.
- Das geltende Vollzugssystem kommt auch den Konsumentinnen und Konsumenten zugute, indem sie sich vor Ort an eine Kontrollbehörde wenden können.
- Die Vollzugsaufgaben der Kantone werden nicht beschnitten.

### **Nachteile**

- Allenfalls erachten einzelne Wirtschaftskreise das geltende Vollzugssystem als zu interventionistisch. Zumindest lässt die Postulatsbegründung solches vermuten.

## **3.3 Massstab des Durchschnittsadressaten**

### **3.3.1 Darlegung der Rechtslage**

Das Verständnis des Durchschnittsadressaten ist seit jeher der Massstab für die Beurteilung von Werbeaussagen nach UWG und PBV. Wie bereits dargelegt, ist nach geltender Lehre und Rechtsprechung das objektive Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise unter Zugrundelegung durchschnittlicher Erfahrung, Sachkunde und Aufmerksamkeit Massstab für die Beurteilung der Irreführung.<sup>37</sup>

Es genügt folglich, wenn nach den allgemeinen Erfahrungen des Lebens anzunehmen ist, dass eine nicht unerhebliche Anzahl von Adressaten durch unwahre, ungenaue, unwesentliche oder unvollständige Angaben bei Preisvergleichen oder -angaben einem Irrtum verfällt.<sup>38</sup> Unter Umständen ist gemäss Bundesgericht allfälligen Fehlschlüssen des Publikums auch mit näheren Angaben zu den rechnerischen Grundlagen des Preisvergleichs vorzubeugen.<sup>39</sup> In rein die PBV betreffenden Ent-

<sup>37</sup> Schott in: UWG-Kommentar Heizmann/Loacker, Art. 18 UWG, N 15; Uhlmann in SHK UWG, Art. 18 N 5; BGE 136 III 23, E. 9.1 f.; BGE 94 IV 34 E. 1.

<sup>38</sup> BGE 132 III 414, 426 f.; BGE 129 III 426, 434 f.

<sup>39</sup> BGE 125 III 286, 289.

scheiden beruft sich das Bundesgericht auf den Eindruck des «Durchschnittslesers»<sup>40</sup>, «das angesprochene Publikum»<sup>41</sup> und «nach dem Eindruck beim unbefangenen Durchschnittsleser»<sup>42</sup>. Die Ausführungen in der Postulatsbegründung zum Verständnis des Durchschnittsadressaten entsprechen folglich geltender UWG- und PBV-Rechtsprechung, was einen Verweis auf eine Departementsverordnung des EDI (VKos) redundant macht.

### 3.3.2 Kein Handlungsbedarf gegeben

Es ist klar, dass bei einem höheren Detaillierungsgrad einer Regelung – in casu die irreführende Preisbekanntgabe in der PBV – das Verständnis des Durchschnittsadressaten weniger bemüht werden muss als bei einer Norm, die völlig der Auslegung überlassen ist.

Die Spezifizierungspflicht der PBV will die Irreführungsgefahr bei Werbung mit Preis dadurch ausschliessen, dass die Werbetreibenden möglichst transparente, nachvollziehbare und sachliche Informationen im Zusammenhang mit der Nennung eines Preises oder Preisvergleiches bereitstellen.<sup>43</sup> Dennoch gelten die allgemeinen Grundsätze zum Massstab des Durchschnittsadressaten auch in der PBV. Es ist deshalb diesbezüglich kein Handlungsbedarf ersichtlich.

## 3.4 Verwaltungskosten des kantonalen Vollzugs und der Bundesaufsicht

### 3.4.1 Kantonaler Vollzug

Die jährlichen Verwaltungskosten für den Vollzug der PBV wurden bei den Kantonen erhoben. Die Verwaltungskosten sind sehr unterschiedlich und u.a. abhängig von der Grösse des Kantons und den zur Verfügung stehenden Ressourcen. Die Kantone gaben ihre Vollzugskosten teils in Franken, teils in Tagen und teils in FTE<sup>44</sup> an. Der Kostenrahmen bewegt sich:

zwischen CHF 1'500 und CHF 26'400<sup>45</sup>; respektive

zwischen 2 und 26 Tagen<sup>46</sup>; respektive

zwischen 0.05 FTE und 3.5 FTE<sup>47</sup>.

Zwei Kantone<sup>48</sup> konnten nur teilweise Angaben über die jährlichen Verwaltungskosten machen. Grund für die unvollständige Ausweisung der Kosten ist die Durchführung gesetzesübergreifender Kontrollen. Der Vollzug der PBV geschieht regelmässig nicht isoliert, sondern zusammen mit dem Vollzug anderer Gesetze und Verordnungen beispielsweise im Bereich des Gastgewerbes oder der allgemeinen Polizeiaufgaben wie der Aufrechterhaltung der öffentlichen Sicherheit und Ordnung sowie dem

<sup>40</sup> BGE 113 IV 36, 40 f. E. 2. D.

<sup>41</sup> BGE vom 30. Mai 1983 (Str. 159/83).

<sup>42</sup> BGE 116 IV 371, 378 E. 3.

<sup>43</sup> Vgl. BGE 113 IV 36.

<sup>44</sup> FTE = Full Time Equivalent (Vollzeitstelle).

<sup>45</sup> AG, BL, BS, GL, GR, JU, LU, NW, OW, SH, SO, TG, UR, VS, ZH Kanton.

<sup>46</sup> BL, GL, LU, SZ, TI.

<sup>47</sup> AG, BE, JU, SG.

<sup>48</sup> VD Lausanne, ZH Zürich.

Schutz von Personen und Eigentum gegen Schädigungen und Gefahren jeder Art. Deshalb konnten die auf der PBV beruhenden Kosten nicht ausgesondert werden.

Viele Kantone merkten zudem an, dass es sich bei der Höhe der Vollzugskosten um einen geschätzten Durchschnittswert handle. Einerseits sei der Vollzug der PBV mit Vollzugsaufgaben anderer Rechtsgebiete kombiniert, andererseits hänge der Vollzugsaufwand auch stets von der Anzahl Beanstandungen ab.

Sechs Kantone<sup>49</sup> erstatteten keine Rückmeldung.

### 3.4.2 Bundesaufsicht durch das SECO

Für die Oberaufsicht durch den Bund über die PBV, ausgeübt durch das SECO, stehen jährlich 1.2 FTE zur Verfügung:

0.7 FTE	Deutsch
0.4 FTE	Französisch und Italienisch
0.1 FTE	Sekretariat
<hr/>	
<b>1.2 FTE</b>	<b>Total</b>

Die Kosten für die Erstellung und den Druck von Informationsblättern, welche als Hilfsmittel für die Praxis zur Auslegung und Anwendung der PBV dienen (Senkung der Informationskosten für die Wirtschaftsakteure und anderen Betroffenen), betragen durchschnittlich CHF 16'700.- pro Jahr (Zeitraum von 2008 bis 2018).

## 4 Ergebnis der informellen Konsultation

### 4.1 Konsultation Kantone

Die Mehrheit der Kantone,<sup>50</sup> die sich geäußert haben, sieht grundsätzlich keinen Handlungsbedarf. Insbesondere sollen die Rechtssicherheit und der Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten nicht durch eine Änderung der PBV gefährdet werden.<sup>51</sup> Die aktuellen Regelungen der PBV seien etabliert.<sup>52</sup> Zudem würden die vorgeschlagenen Varianten zu einem unverhältnismässigen Mehraufwand und einem erschwerten Vollzug führen.<sup>53</sup> Dank der heutigen digitalen Technologien können die Anbieter die individuelle Zahlungskraft der Kunden optimal abschöpfen. Es liege deshalb in der Entscheidungsfreiheit des Anbieters, ob er diese flexible Preisgestaltung nutzen möchte oder aber auf beständige Preise und entsprechende Preisvergleiche setzt.<sup>54</sup>

<sup>49</sup> AR, AI, FR, GE, NE, ZG. (VD Kanton nicht mitgezählt, da VD Lausanne erfasst vgl. Fn. 48).

<sup>50</sup> Keine Änderung/Kein Handlungsbedarf: AG, BE, BL, BS, GR, JU, NW, SG, SH, SO, TG, VD Lausanne, VS, ZH Stadt und ZH Kanton (14); Änderung vorstellbar/nötig: GL, LU, OW, SZ, TI, UR (6); keine Rückmeldung: AR, AI, FR, GE, NE, ZG (6) und VD Kanton.

<sup>51</sup> BL.

<sup>52</sup> GR.

<sup>53</sup> BE.

<sup>54</sup> SG.



Eine Vereinfachung der PBV und eine Verschlankung des Vollzugs wird jedoch von einem Kanton auch begrüsst.<sup>55</sup> Ein weiterer Kanton begrüsst gar eine grösstmögliche Lockerung im Sinne von mehr Eigenverantwortung.<sup>56</sup>

Gemäss zwei Rückmeldungen sei die Kontrolle von Preisvergleichen aufwändig.<sup>57</sup> Eine Vereinfachung der Kontrollen bei den Preisvergleichen sei deshalb wünschenswert.<sup>58</sup> Insbesondere der Aufwand, um Konkurrenzvergleich zu kontrollieren, sei gemäss Ansicht eines Kantons hoch.<sup>59</sup>

#### 4.1.1 Vereinfachung/Lockerung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe

Fünf Kantone<sup>60</sup> wünschen keine Änderung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe. Sollte dennoch eine Änderung erfolgen, werden am Ehesten die [Variante I.1](#)<sup>61</sup> mit max. Vergleichsdauer von vier Monaten und die [Variante I.2b](#)<sup>62</sup> als Möglichkeiten gesehen.

Acht Kantone<sup>63</sup> haben sich einer expliziten Stellungnahme zu einer möglichen Vereinfachung/Lockerung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe enthalten.

Lediglich zwei Kantone<sup>64</sup> befürworten vorbehaltlos eine der obengenannten Varianten zur Vereinfachung/Lockerung der irreführenden Preisbekanntgabe. Genannt werden die [Variante I.2a](#)<sup>65</sup> und die [Variante I.3](#)<sup>66</sup>.

Ein Kanton schlägt zudem zwei zusätzliche Varianten vor<sup>67</sup>, nämlich als erste Zusatzvariante das *Verbot sämtlicher Preisvergleiche*. Dadurch könne eine tatsächliche Vereinfachung wie vom Postulanten gefordert erreicht werden. Als zweite Zusatzvariante wäre zumindest ein Verbot der Konkurrenzvergleiche und somit auch der Vergleiche mit Richtpreisen auszusprechen. Schliesslich seien Konkurrenzvergleiche und Vergleiche mit Richtpreisen mehrheitlich irreführend und für den Vollzug zudem schwierig zu kontrollieren. Ein entsprechendes Verbot wäre deshalb konsequent. Akzeptabel sei, den Selbstvergleich unbegrenzt zuzulassen, jedoch mit der Pflichtangabe des Zeitraums, während dem der Vergleichspreis tatsächlich verwendet wurde (z.B. Ski CHF 500.- statt CHF 900.- [Nov 2018 – Jan. 2019]).

Ein Kanton<sup>68</sup> begrüsst sodann die in mehreren Varianten genannte Verpflichtung zur Bekanntgabe diverser Zusatzangaben zum Preisvergleich (Startdatum des Preisvergleichs, Dauer der Referenzperiode). Dies würde sowohl den Betroffenen als auch den kontrollierenden Behörden die Kontrolle vereinfachen.

---

<sup>55</sup> GL.

<sup>56</sup> SZ.

<sup>57</sup> VD Lausanne, VS.

<sup>58</sup> VS.

<sup>59</sup> LU.

<sup>60</sup> BL, BE, JU, SG, ZH Zürich.

<sup>61</sup> **Variante I.1** Selbstvergleich und Einführungspreis: Ausweitung max. Frist, Festhalten an Halbierungsregel.

<sup>62</sup> **Variante I.2b** Selbstvergleich und Einführungspreis: Verzicht auf Halbierungsregel, neu 1 : 1 Regel mit max. Frist; Sonderregelung für nicht unmittelbar vorher angebotene Produkte.

<sup>63</sup> BS, GL, GR, SH, SO, TG, VD Lausanne, VS. (ZH Kanton nicht mitgezählt, da ZH Zürich erfasst vgl. Fn. 60).

<sup>64</sup> TI, SZ.

<sup>65</sup> **Variante I.2a** Selbstvergleich: Verzicht auf Halbierungsregel, Verwendung Preis während min. Referenzperiode und danach Preisvergleich während max. Frist.

<sup>66</sup> **Variante I.3** Streichung der Regelungen zu allen drei Vergleichsarten aus der PBV.

<sup>67</sup> AG.

<sup>68</sup> LU.

Drei Kantone<sup>69</sup> äussern sich nicht zu einer der vorliegenden Varianten, da sie sich bei der Durchsetzung von Amtes wegen für die [Variante II.2](#)<sup>70</sup> aussprechen und dadurch jegliche Vergleichspreisregelung in der PBV gestrichen würde.

Sechs Kantone<sup>71</sup> erstatteten keine Rückmeldung.

#### 4.1.2 Durchsetzung von Amtes wegen

Vier Kantone<sup>72</sup> wünschen keine Änderung der Vollzugsart und möchten die Durchsetzung von Amtes wegen beibehalten ([Variante II.3](#)).

Elf Kantone<sup>73</sup> haben sich einer expliziten Stellungnahme zur Durchsetzung von Amtes wegen enthalten.

Vier Kantone, bevorzugen<sup>74</sup> die [Variante II.2](#)<sup>75</sup>. Auch die [Variante II.1](#)<sup>76</sup> wird von einem Kanton als mögliche Lockerung genannt<sup>77</sup>.

Sechs Kantone<sup>78</sup> erstatteten keine Rückmeldung.

## 4.2 Konsultation interessierter Verbände und Organisationen

Konsultiert wurden die Wirtschaftsorganisationen ks/cs Kommunikation Schweiz (ks/cs), Economiesuisse Verband der Schweizer Unternehmen (economiesuisse), Swiss Retail Federation (Swiss Retail), Schweizerischer Gewerbeverband (SGV). Zudem ging innert der Konsultationsfrist eine Rückmeldung vom Verband freier Autohandel Schweiz (VFAS), einem Mitglied des SGV, ein.

Konsultiert wurden ausserdem die Konsumentenorganisationen Stiftung für Konsumentenschutz (SKS), Fédération romande des consommateurs (FRC) und Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana (ACSI). Das Schweizerische Konsumentenforum (kf) wurde ebenfalls konsultiert, es ging jedoch keine Rückmeldung vom kf ein.

Die Wirtschaftsorganisationen nehmen die Regelungen der PBV zur irreführenden Preisbekanntgabe als zu kompliziert und unverständlich war. Es bestehe deshalb ein klares Interesse an einer Vereinfachung und Modernisierung.

Die Konsumentenorganisationen wiederum erachten die PBV als klar und verständlich. Eine Änderung sei somit nicht angebracht, insbesondere wenn diese zu Lasten der Konsumenten erfolgen würde.

---

<sup>69</sup> NW, OW, UR.

<sup>70</sup> **Variante II.2** Keine Durchführung von Amtes wegen mehr, Überwachung durch die nach UWG klagelegitimierten Personen, Verbände und Institutionen.

<sup>71</sup> AR, AI, FR, GE, NE, ZG. (VD Kanton nicht mitgezählt, da VD Lausanne erfasst vgl. Fn. 63).

<sup>72</sup> BL, BE, SG, ZH Zürich.

<sup>73</sup> AG, BS, GL, GR, JU, SH, SO, TI, TG, VD Lausanne, VS. (ZH Kanton nicht mitgezählt, da ZH Zürich erfasst vgl. Fn. 72).

<sup>74</sup> NW, OW, SZ, UR.

<sup>75</sup> **Variante II.2** Keine Durchführung von Amtes wegen mehr, Überwachung durch die nach UWG klagelegitimierten Personen, Verbände und Institutionen.

<sup>76</sup> **Variante II.1** Status quo light, ausser bezüglich des Konkurrenzvergleichs.

<sup>77</sup> LU.

<sup>78</sup> AR, AI, FR, GE, NE, ZG. (VD Kanton nicht mitgezählt, da VD Lausanne erfasst vgl. Fn. 73).

## 4.2.1 Vereinfachung/Lockerung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe

### Wirtschaftsorganisationen

Die Wirtschaftsorganisationen sprechen sich für eine Vereinfachung der Regelung über die irreführende Preisbekanntgabe aus. Die Mehrheit<sup>79</sup> befürwortet die [Variante I.4](#)<sup>80</sup>. Begründet wird dies damit, dass die Regelung der PBV zum Konkurrenzvergleich in der Praxis mangels Beweislage und Beurteilungsmöglichkeit nicht anwendbar sei. Auch könne unlautere vergleichende Werbung über Art. 3 Abs. 1 lit. e UWG erfasst werden.<sup>81</sup> In einer Rückmeldung wird ausserdem der Wunsch geäussert, dass Vergleiche mit Richt- oder Katalogpreisen ohne weitere Einschränkungen zulässig sein sollen.<sup>82</sup>

Zudem wird vorgeschlagen, die [Variante I.4](#) mit der [Variante I.2b](#)<sup>83</sup> zu kombinieren<sup>84</sup>, sofern letztere ohne Anzeigepflicht von Daten ausgestaltet wird. Die Kombination der [Varianten I.4](#) und [I.2b](#) werde den dynamisch sich verändernden Marktpreisen am besten gerecht. Die Anzeigepflicht von Daten sei dagegen schwierig umzusetzen, verursache Regulierungskosten, erschwere Vergleiche und solle deshalb wegfallen.

Ein Mehrwert wird zudem bei [Variante I.2a](#)<sup>85</sup> im Verzicht auf die Halbierungsregel gesehen.<sup>86</sup> Abgelehnt wird jedoch die Anzeigepflicht von Daten, da dies keinem realen Kundenbedürfnis entspreche und schwierig umzusetzen sei. Ebenfalls abgelehnt wird die zeitliche Begrenzung des Preisvergleichs durch eine Maximalfrist. Vorgeschlagen wird stattdessen, dass für ein während einer vierwöchigen Referenzperiode angebotenes Produkt danach unbegrenzt ein Selbstvergleich zulässig ist. Zudem sei eine spezielle Regelung für Schnitt- und Topfpflanzen angezeigt, da diese nicht unter die Art. 16 Abs. 4 PBV (schnell verderbliche Waren) fallen würden.

Eine Minderheit gibt sodann [Variante I.3](#)<sup>87</sup> den Vorzug.<sup>88</sup>

### Konsumentenorganisationen

Die Konsumentenorganisation<sup>89</sup> vertreten einstimmig die Meinung, eine sogenannte Vereinfachung der Regelungen zur irreführenden Preisbekanntgabe sei nicht notwendig. Regelmässig seien Preisvergleiche bei den Konsumentenorganisationen ein mediales Thema und die Öffentlichkeit habe jeweils keine Mühe, diese bestehenden Regeln zu verstehen. Zudem würden die im Bericht vorgeschlagenen Varianten gänzlich dem Interesse der Konsumenten widersprechen und einzig dem Interesse der Wirtschaftsunternehmen dienen. Deshalb lehne man alle Varianten ab. Das Postulat fordere nämlich eine Vereinfachung im Interesse aller Marktteilnehmer, also auch der Konsumentinnen und Konsumenten.

---

<sup>79</sup> Economiesuisse, ks/cs, VFAS.

<sup>80</sup> **Variante I.4** Streichung Konkurrenzvergleich aus der PBV.

<sup>81</sup> ks/cs.

<sup>82</sup> VFAS.

<sup>83</sup> **Variante I.2b** Selbstvergleich und Einführungspreis: Verzicht auf Halbierungsregel, neu 1:1 Regel mit max. Frist; Sonderregelung für nicht unmittelbar vorher angebotene Produkte.

<sup>84</sup> SGV.

<sup>85</sup> **Variante I.2a** Selbstvergleich: Verzicht auf Halbierungsregel, Verwendung Preis während min. Referenzperiode und danach Preisvergleich während max. Frist.

<sup>86</sup> Ks/cs, economiesuisse, Swiss Retail.

<sup>87</sup> **Variante I.3** Streichung der Regelungen zu allen drei Vergleichsarten aus der PBV.

<sup>88</sup> ks/cs Minderheit, economiesuisse Minderheit.

<sup>89</sup> SKS, acsi, FRC.

Das Problem scheine vielmehr branchenspezifisch zu sein und hauptsächlich die Motorfahrzeugwerbung zu betreffen. Deshalb sei es treffender, den Problembereich genau zu eruieren, um danach lediglich für diesen Sektor Vorschläge zu unterbreiten. Möglich wäre zudem auch, dass das SECO für den betroffenen Wirtschaftsbe- reich und die entsprechenden Unternehmen spezielle Schulungen und Broschüren anbietet.

## 4.2.2 Durchsetzung von Amtes wegen

### Wirtschaftsorganisationen

Die Wirtschaftsorganisationen<sup>90</sup> befürworten einerseits die [Variante II.2](#)<sup>91</sup>. Erwähnt werden die weitreichenden Klagemöglichkeiten gemäss Art. 9 und 10 UWG sowie die kostenfreie Beschwerdemöglichkeit bei der Schweizerischen Lauterkeitskommis- sion. Als Übergangslösung bis zur Gesetzesrevision des UWG wird auch die [Vari- ante II.1](#)<sup>92</sup> vorgeschlagen.<sup>93</sup>

Andererseits wird die Beibehaltung des Status quo ([Variante II.3](#)) gefordert.<sup>94</sup> Es ist jedoch ein Anliegen, dass sich der Schwerpunkt des Vollzugs auf irreführende Preis- vergleiche mit Mondpreisen verlagert. Zudem sei der Onlinehandel dem stationären Handel gleichzustellen, indem die Kontrollen im Online-Bereich verstärkt werden.

Schliesslich wird die Sanktionshöhe bei Verstössen gegen die PBV als zu hoch be- anstandet.<sup>95</sup>

### Konsumentenorganisationen

Die Konsumentenorganisationen<sup>96</sup> stimmen darin überein, dass der Grundsatz der Rechtsanwendung von Amtes wegen d.h. des Status quo ([Variante II.3](#)) beibehalten wird. Ein Konsument reiche normalerweise keine Zivilklage gestützt auf das UWG ein, da der zeitliche und finanzielle Aufwand viel grösser wäre als der zu erwartende Gewinn. Auch Unternehmen würden statt einer Klage gegen die Konkurrenz vielmehr dazu tendieren, den unehrlichen Konkurrenten nachzuahmen. Deshalb sei die An- wendung von Amtes wegen gerechtfertigt.

Oft stehe der kantonale Vollzug jedoch national agierenden Unternehmen gegen- über. Um diesem Umstand gerecht zu werden, schlage man vor, das SECO mit der Vollzugskompetenz auszustatten, um auf nationaler Ebene PBV-Kontrollen durchfüh- ren zu können.

Ausserdem ermutige man die Vollzugsbehörden, Computersoftware wie WorkIT zu nutzen. Dadurch könnten wesentlich effektivere und effizientere Kontrollen im Be- reich des Onlinehandels durchgeführt werden.

Schliesslich wird die Sanktionshöhe der PBV als zu tief beanstandet.<sup>97</sup>

---

<sup>90</sup> Ks/cs, Economiesuisse, SGV.

<sup>91</sup> **Variante II.2** Keine Durchführung von Amtes wegen mehr, Überwachung durch die nach UWG klagelegitimier- ten Personen, Verbände und Institutionen.

<sup>92</sup> **Variante II.1** Status quo light, ausser bezüglich des Konkurrenzvergleichs.

<sup>93</sup> Economiesuisse.

<sup>94</sup> Swiss Retail.

<sup>95</sup> Ks/cs, Economiesuisse, VFAS.

<sup>96</sup> SKS, acsi, FRC.

<sup>97</sup> Vgl. hierzu auch 18.4319 Motion Ruiz.

## 4.3 Zusammenfassung informelle Konsultation

### Kantone

Die Mehrheit der Kantone sieht **keinen Handlungsbedarf** zur Änderung der PBV. Die geltende PBV schaffe Rechtssicherheit und diene dem Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten. Die geltenden Regelungen seien etabliert.

Falls trotzdem eine Änderung der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe erfolgen soll, begrüssen ein paar Kantone die [Variante I.1](#) (Selbstvergleich und Einführungspreis: Ausweitung max. Frist, Festhalten an Halbierungsregel) oder [Variante I.2b](#) (Selbstvergleich und Einführungspreis: Verzicht auf die Halbierungsregel, neu 1:1 Regel mit max. Frist; Sonderregelung für nicht unmittelbar vorher angebotene Produkte).

Bei der Durchsetzung von Amtes wegen befürwortet die Mehrheit der Kantone die [Variante II.3](#) (Status quo).

### Wirtschaftsorganisationen

Die Mehrheit der konsultierten Wirtschaftsorganisationen will **eine Vereinfachung** und Modernisierung der PBV.

Bei den Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe ist eine Mehrheit der Wirtschaftsorganisationen für [Variante I.4](#) (Streichung der Regelung zum Konkurrenzvergleich aus der PBV), in Kombination mit [Variante I.2b](#) (Selbstvergleich und Einführungspreis: Verzicht auf Halbierungsregel, neu 1 : 1 Regel mit max. Frist; Sonderregelung für nicht unmittelbar vorher angebotene Produkte); letztere aber ohne Anzeigepflichten.

Bei der Durchsetzung von Amtes wegen befürwortet die Mehrheit der Wirtschaftsorganisationen [Variante II.2](#) (Keine Durchführung von Amtes wegen mehr, Überwachung durch die nach UWG klagelegitimierten Personen, Verbände und Institutionen). Als Lösung wird aber auch [Variante II.1](#) (Status quo light, ausser bezüglich des Konkurrenzvergleichs) und [Variante II.3](#) (Status quo) genannt.

### Konsumentenorganisationen

Die konsultierten Konsumentenorganisationen wollen **keine Änderung zu Lasten** der Konsumentinnen und Konsumenten.

Bei den Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe sind die Konsumentenorganisationen **gegen eine Änderung**. Die Regeln seien klar und verständlich. Wenn schon, dann sollte eher eine branchenspezifische Regelung für die Motorfahrzeug-Werbung gesucht werden. Möglich seien aber auch spezielle Schulungen und Broschüren für diesen Motorfahrzeug-Werbebereich.

Bei der Durchsetzung von Amtes wegen befürworten die Konsumentenorganisationen die [Variante II.3](#) (Status quo).

Zudem soll auch das SECO Vollzugskompetenzen im Bereich der PBV erhalten.

## 4.4 Runder Tisch

Aufgrund der divergierenden Rückmeldungen aus der informellen Konsultation hat das SECO die vier Wirtschaftsorganisationen [ks/cs Kommunikation Schweiz (ks/cs), Economiesuisse Verband der Schweizer Unternehmen (economiesuisse), Swiss Retail Federation (Swiss Retail), Schweizerischer Gewerbeverband (SGV)] und die vier Konsumentenorganisationen [Stiftung für Konsumentenschutz (SKS), Fédération romande des consommateurs (FRC), Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana (ACSI), Schweizerisches Konsumentenforum (kf)] zu **einem runden Tisch** eingeladen. Ziel des Treffens mit den Vertreterinnen und Vertretern der genannten Organisationen war es, einen gemeinsamen Nenner zu finden.

Am runden Tisch vom 24. September 2019 nahmen Vertreterinnen und Vertreter von ks/cs Kommunikation Schweiz (ks/cs), Economiesuisse Verband der Schweizer Unternehmen (economiesuisse), Swiss Retail Federation (Swiss Retail) und Fédération romande des consommateurs (FRC) teil.

Es konnte kein gemeinsamer Nenner gefunden werden.

## 5 Fazit

Eine Anpassung der PBV ist zurzeit nicht angezeigt.

Die heute geltenden Bestimmungen in der PBV zur Verhinderung von Täuschungen bei Vergleichspreisen (Halbierungsregel und Zweimonatsregel) konkretisieren die Vorgaben des UWG und haben sich in der Praxis bewährt. Sie sind klar formuliert und einfach anwendbar, was Anwendungs- und Vollzugskosten für alle Marktbeteiligten und die Vollzugsbehörden tief hält. Sie sind überdies seit geraumer Zeit etabliert und sowohl den Vollzugsbehörden als auch den Anwendern gut bekannt. Sie gewährleisten Preistransparenz, schaffen Rechtssicherheit und verhindern eine Irreführung der Konsumenten.

Eine Änderung der aktuellen Regelungen würde neben Transitionskosten zu Rechtsunsicherheit führen. Es obläge künftig verstärkt den Gerichten, im Einzelfall festzulegen, ob ein bestimmter Preisvergleich irreführend ist. Auch die zeitliche Ausdehnung der Möglichkeiten zu Preisvergleichen ist fragwürdig, denn ein Vergleichspreis verliert mit der Zeit an Aussagekraft und die Irreführungsgefahr nimmt zu. Da Preisvergleiche ohnehin ein „zweischneidiges Schwert“ sind – ein Kanton hatte sich in der informellen Konsultation gar für ein gänzlich Verbot von Preisvergleichen ausgesprochen – käme eine „Vereinfachung“ lediglich gewissen Anbieterinteressen entgegen.

Auch der Vollzug (Kontrollen/Überwachung und Strafverfolgung) von Amtes wegen durch die Kantone ist seit über 40 Jahren eingespielt und hat sich zur Gewährleistung der Preis- und Markttransparenz bewährt. Er trägt dem Charakter der Preistransparenz als öffentlichem Gut Rechnung.

Es ist somit nicht erkennbar, dass Änderungen der PBV hinsichtlich der Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe die Funktionsfähigkeit der Märkte verbessern würden. Vielmehr erscheint das Gegenteil plausibel. Neben den Konsumentinnen und Konsumenten würden auch seriöse Anbieter, die ihre Preise lauter kommunizieren, unter den neuen Rechtsunsicherheiten und der Schwächung des

Vollzugs leiden. Sie müssten vermehrt selbst gegen unlauteres Verhalten der Konkurrenten vorgehen. Ein geschwächter öffentlich-rechtlicher Vollzug würde so auch die Anreize für unlauteres Verhalten erhöhen. Gesamtwirtschaftlich würde durch eine Änderung der PBV nichts gewonnen.

Der Bundesrat sieht in der Beibehaltung der geltenden Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe («status quo») insbesondere die folgenden Vorteile:

- Die etablierten und klaren Regelungen der PBV haben sich bewährt und gewährleisten Rechtssicherheit.
- Die Vergleichspreistransparenz bleibt gemäss heutigen Standards gewahrt.
- Rechtsunsicherheit und damit verbundene Kosten (Transitions-, Anwendungs-, Informations- sowie Vollzugskosten) für die Gesamtwirtschaft werden vermieden – dank Klarheit der materiellen Regelungen und öffentlich-rechtlichem Vollzug.
- Der Schutz der Konsumenten wird nicht geschwächt.

## Anhang 1 – Übersicht zu den Varianten

### Irreführende Preisbekanntgabe – Varianten I

#### Variante I.1: Festhalten an Halbirungsregel; Ausweitung max. Frist

- Änderungen bei Selbstvergleich und Einführungspreis
- Halbirungsregel bleibt, aber Maximalfrist wird von 2 auf 4 oder 6 Monate verlängert.
- Konkurrenzvergleich bleibt gleich.

#### Variante I.2a: Verzicht auf Halbirungsregel; min. Referenzperiode – max. Vergleichspreisdauer

- Änderung beim Selbstvergleich.
- Angebot während bestimmter Referenzperiode z.B. 4 oder 6 Wochen und danach Preisvergleich maximal z.B. ½ Jahr oder 1 Jahr.
- Anzeigepflicht: Datum letzter Tag der Referenzperiode und Dauer der Referenzperiode.
- Einführungspreis und Konkurrenzvergleich bleiben gleich.

#### Variante I.2b: Verzicht auf Halbirungsregel; neu 1:1 Regel; Max. Frist; Sonderregelung

- Änderungen bei Selbstvergleich und Einführungspreis.
- 1:1 Regel: Dauer Preisvergleich = Dauer Referenzperiode, Maximalfrist z.B. ½ Jahr oder 1 Jahr.
- Bei variablen Preisen, Vergleich mit dem tiefsten Preis, der während der Referenzperiode praktiziert wurde.
- Anzeigepflicht: Datum des 1. Tages des Preisvergleichs und Dauer der Referenzperiode
- Falls nicht unmittelbar vorher im Verkauf, dann Vergleich mit tiefsten, je praktizierten Preis. Anzeige des Datums des tiefsten praktizierten Preises.

#### Variante I.3: Alle Regelungen zu Vergleichspreisen werden in der PBV gestrichen

- Alle Detail-Regelungen in der PBV zu Preisvergleichen werden gestrichen.
- Es bleibt nur noch Art. 18 UWG (irreführende Preisbekanntgabe) anwendbar.
- Richterrecht: Auslegung von Art. 18 UWG durch die Gerichte

#### Variante I.4: Regelung zum Konkurrenzvergleich wird in PBV gestrichen

- Verzicht auf Detail-Regelung zum Konkurrenzvergleich in PBV.
- Stattdessen werden unlautere Vergleiche in Art. 3 Abs. 1 Bst. e UWG (Zivilklage / Strafantrag via UWG) erfasst. Dies ist primär Angelegenheit der Konkurrenten. Ergänzend bleibt auch Art. 18 Bst. c UWG anwendbar.
- Die Regelung zu Richtpreisen/UVP wird beibehalten, d.h. Vergleiche mit diesen Preisen sind unzulässig, falls es keine Marktpreise sind.
- Die Regeln zu Selbstvergleich und Einführungspreis bleiben gleich.

### Durchsetzung von Amtes wegen – Varianten II

#### Variante II.1: Status quo light – Beibehaltung Status quo ausser bezüglich des Konkurrenzvergleichs

- Die Durchsetzung von Amtes wegen wird beibehalten (für den Selbstvergleich und für den Einführungspreis), nicht aber für den Konkurrenzvergleich, denn dieser wird in PBV gestrichen. D.h. es gibt keine kantonale Überwachung/Kontrolle mehr für den Konkurrenzvergleich.
- Der Konkurrenzvergleich wird künftig primär mittels Strafantrag (oder Zivilklage) der nach UWG legitimierten Personen, Organisationen und Institutionen durchgesetzt; primär durch die Konkurrenten selbst. Art. 3 Abs. 1 Bst. e UWG.
- Ergänzend bleibt auch Art. 18 Bst. c UWG i.V.m. Art. 24 Abs. 1 Bst. c UWG anwendbar. D.h. auch eine Strafanzeige bleibt möglich.

#### Variante II.2: Keine Durchsetzung von Amtes wegen mehr

- Überwachung/Durchsetzung der irreführenden Preisbekanntgabe durch die nach UWG klagelegitimierten Personen, Organisationen und Institutionen:
  - Gesetzesänderung (UWG). Art. 18 Bst. b und Bst. c UWG sowie Art. 24 Abs. 1 Bst. c UWG werden gestrichen.
  - Die Vergleichspreisregelung in der PBV wird gestrichen.
- Künftig sind nur die Art. 3 Abs. 1 Bst. b UWG (irreführender Selbstvergleich und Einführungspreis) sowie Art. 3 Abs. 1 Bst. e UWG (irreführender Konkurrenzvergleich) massgebend.
- Es erfolgt keine kantonale Überwachung/Kontrolle, Verzeigung und keine Strafverfolgung von Amtes wegen mehr (für die irreführende Preisbekanntgabe).

#### Variante II.3: Status quo

- Durchsetzung von Amtes wegen wird beibehalten.
- Irreführende Preisvergleiche werden – wie bisher – von Amtes wegen durch die Kantone durchgesetzt (Überwachung/Kontrollen, Verzeigung sowie Strafverfolgung).