



**Bericht über
das Ergebnis des Vernehmlassungsverfahrens
zur Änderung der Verordnung vom 11. Dezember 1978
über die Bekanntgabe von Preisen (PBV)**

Inhalt

1	Einleitung	3
2	Überblick	3
2.1	Kurzzusammenfassung	3
2.2	Würdigung der Vorlage durch die Vernehmlasser/-innen.....	3
3	Die Stellungnahmen im Einzelnen	6
3.1	Ingress.....	6
3.2	Urheberrechtsvergütungen und Zuschläge jeglicher Art (Art. 4 Abs. 1 und Art. 10 Abs. 2 PBV-E)	6
3.3	Körperpflege (Art. 10 Abs. 1 Bst. d PBV-E).....	7
3.4	Textilreinigungen (Art. 10 Abs. 1 Bst. i PBV-E)	7
3.5	Flugreisen (Art. 10 Abs. 1 Bst. n PBV-E).....	8
3.6	Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Abgabe von Arzneimitteln und Medizinprodukten (Art. 10 Abs. 1 Bst. t PBV-E)	8
3.7	Notare (Art. 10 Abs. 1 Bst. u PBV-E).....	9
3.8	Tierärzte (Art. 10 Abs. 1 Bst. t PBV-E)	10
3.9	Bestattungsinstitute (Art. 10 Abs. 1 Bst. v PBV-E)	11
3.10	Preisangaben in der Hotellerie (Art. 11 Abs. 4 PBV-E)	11
3.11	Push-Dienste (Art. 11b Abs. 1 Einleitungssatz PBV-E).....	12
3.12	Art und Weise der Preisbekanntgabe von Flugreisen (Art. 11c PBV-E).....	13
3.13	Richtpreisproblematik (Art. 13 Abs. 2 und 18 Abs. 2 PBV-E).....	14
3.14	Lesbarkeit und Sichtbarkeit (Art. 14 Abs. 3bis PBV-E).....	15
3.15	Vergleichspreise für Saisonwaren (Art. 16 Abs. 3 PBV-E)	16
3.16	Preisreduktionen (Art. 17 Abs. 2 PBV-E).....	17
3.17	Stärkung des Vollzugs (Art. 23 Abs. 2 PBV-E).....	17
3.18	Weitere Vorschläge	19
4	Anhänge	24

1 Einleitung

Am 26. Mai 2010 hat der Bundesrat das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement (EVD) beauftragt, bei den Kantonen, der Konferenz der Kantonsregierungen, den politischen Parteien (13), den gesamtschweizerischen Dachverbänden der Gemeinden, Städte und Berggebiete (3), den gesamtschweizerischen Dachverbänden der Wirtschaft (8) und den übrigen interessierten Kreisen (43) eine Vernehmlassung zur Änderung der PBV durchzuführen.

Der Vernehmlassungsentwurf sah vor, neue Dienstleistungen der Preisbekanntgabepflicht zu unterstellen, die PBV den Bestimmungen der Kartellgesetzgebung anzupassen, die leichte Sichtbarkeit und gute Lesbarkeit der Spezifizierungsangaben in der Werbung zu erhöhen und einzelne Bestimmungen, die sich in der Praxis als zu starr erwiesen haben, zu lockern. Das Vernehmlassungsverfahren endete am 23. September 2010.

Dieser Bericht berücksichtigt sämtliche eingereichten Stellungnahmen, wobei er nur im Einzelfall konkrete Textvorschläge wiedergibt.

2 Überblick

2.1 Kurzzusammenfassung

60 der offiziell eingeladenen und 25 nicht formell begrüßte Vernehmlasser/-innen haben sich geäußert, was einer Gesamtzahl von 85 Teilnehmenden entspricht. Darunter sind alle Kantonsregierungen, vier politische Parteien (CSP, FDP, Grüne und SP) sowie fünf gesamtschweizerische Dachverbände der Wirtschaft (economiesuisse, SBV, SGV, KV und SGB). Von Seiten der Konsumentenorganisationen haben sich acsi, kf, SKS und TCS geäußert. In zwei Eingaben wird ausdrücklich auf die Vernehmlassung verzichtet (SSV, SAGV).

Insgesamt finden die PBV-Änderungsvorschläge weit überwiegend Zustimmung, auch wenn einzelne Bestimmungen umstrittener sind als andere. Sämtliche Kantone mit einer Ausnahme (SO) unterstützen das Revisionsvorhaben als solches. Die politischen Parteien, die sich geäußert haben (CSP, FDP, Grüne und SP), begrüßen die Vorlage ebenfalls. Allerdings bedauern die Grünen und die SP, dass nicht sämtliche Dienstleistungen der Preisbekanntgabepflicht unterstellt werden. Die FDP sieht in der Vorlage ein Mittel, die Transparenz und den Wettbewerb zu fördern. Es sei aber darauf zu achten, dass bei diesem Vorhaben die administrative Belastung für die Unternehmen möglichst klein gehalten werde. Wo immer möglich, sei sie zu reduzieren. Diese Haltung vertreten auch das KMU-Forum und economiesuisse. Letztere fordert, dass insbesondere die Werbevorschriften weiter entschlackt werden, ein Postulat, welches auch die Werbewirtschaft stellt. Die Konsumentenorganisationen äussern sich positiv zu den Änderungen, bedauern aber – wie die Eidgenössische Kommission für Konsumentenfragen –, dass der Systemwechsel zur Unterstellung aller Dienstleistungen unter die Preisbekanntgabepflicht nicht vollzogen wird.

2.2 Würdigung der Vorlage durch die Vernehmlasser/-innen

2.2.1 Kantone

Die überwiegende Mehrheit der Kantone¹ stimmt der Gesamtvorlage zu. Mehrere Kantone begrüßen ausdrücklich die Verbesserung der Information und des Schutzes der Konsumentinnen und Konsumenten, die höhere Preistransparenz sowie die Praxisorientierung².

¹ AG, AI, AR, BE, BL, BS, FR, GE, GL, GR, JU, LU, NE, NW, OW, SH, SZ, TG, TI, UR, VD, VS, ZG, ZH; nur SO lehnt die Vorlage insgesamt ab.

² AG, FR, GR, JU

AG, AR, BE, GE, GR, LU, NE, SZ, VS, ZG und **ZH** stehen der Ausweitung des Katalogs der der Preisbekanntgabepflicht unterstellten Dienstleistungen positiv gegenüber, da ihrer Meinung nach dadurch die Preistransparenz erhöht, der Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten verbessert und der Wettbewerb sowie die Wirtschaft insgesamt gestärkt werden. **GR, ZG, ZH** sind ferner der Ansicht, dass diese Ausweitung zur Gleichbehandlung vergleichbarer Berufsgruppen beiträgt; **ZH** begrüsst insbesondere die neue Unterstellung der Tierärzte und Apotheker, womit nun alle universitären Medizinalberufe gleichgestellt würden. **LU** fordert den Bundesrat auf, zu prüfen, ob der bestehende Katalog nicht noch mehr erweitert werden könnte.

JU äussert allerdings einige Vorbehalte zu den eventuellen wirtschaftlichen und finanziellen Auswirkungen der Vorlage. **NE** hebt hervor, dass die Ausweitung der Liste von Art. 10 einen übermässigen Aufwand für die Kantone hervorrufe; da die verfügbaren Mittel nicht unbeschränkt ausgeweitet werden könnten, sei zu erwarten, dass der Vollzug sich in der Regel auf die Risikobereiche konzentriere. Der Kanton wünscht ausserdem, dass der Bundesrat Regeln zur Erhebung von Gebühren durch die Kantone erlässt, um übermässige Unterschiede beim Vollzug zu vermeiden. **TI** findet, dass diese Ausweitung zwar die Klarheit der Preise für die Konsumenten verbessere, jedoch auch einen zusätzlichen Arbeitsaufwand für die Kantone bedeute und daher von einer finanziellen Unterstützung durch den Bund begleitet sein sollte.

AR und **JU** wünschen, dass der Bund mittels branchenspezifischer Merkblätter die Vollzugsmodalitäten der PBV für die neu unterstellten Dienstleistungen konkretisiert.

Einleitend weist **SG** darauf hin, dass er die Ziele der PBV vorbehaltlos unterstützt; dennoch hebt der Kanton hervor, gewisse Teilbereiche der PBV hätten sich in der Vergangenheit als praxisfremd erwiesen und würden von den Betrieben als bürokratischen Aufwand bezeichnet; gleichzeitig sei auch von Seiten der Vollzugsbehörden und Konsumenten nicht immer ersichtlich, worin bei einzelnen Vorschriften das Schutzbedürfnis der Konsumenten liege. **SG** wünscht daher, dass die Bestimmungen der PBV sich auf die wirklichen Schutzbedürfnisse der Konsumenten konzentrierten; wo ein solches Bedürfnis fehle, seien sie ersatzlos aufzuheben.

SO anerkennt einige positive Aspekte der Revisionsvorlage (Hotellerie, Flugreisen und Regeln zu den Saisonwaren), ist jedoch der Ansicht, dass diese die zahlreichen Nachteile der Vorlage nicht wettmachen. So bezweifelt dieser Kanton das Vorliegen eines echten Schutzbedarfs bei den Dienstleistungen, die vornehmlich der Befriedigung eher gehobener Bedürfnisse dienen (Schlankheitsmethoden, Massagen, Wellness) oder für die bereits stark regulierte Preise bestehen (Notariatsdienstleistungen). Zudem bedauert er die Zunahme der kantonalen Vollzugsaufgaben (Ausweitung der der PBV unterstellten Dienstleistungen und Berichterstattung) und die höhere Komplexität der Kontrollen; schliesslich weist er darauf hin, dass für den Vollzug der geänderten Verordnung der Kanton eine zusätzliche Vollzeitstelle schaffen müsste. In Abwägung der Vor- und Nachteile der vorgeschlagenen Revision lehnt dieser Kanton die Vorlage gesamthaft ab und beantragt die Ausarbeitung eines kostenneutralen Entwurfs.

2.2.2 Politische Parteien

Die **politischen Parteien** haben die Vorlage positiv aufgenommen. **Grüne** und **SP** begrüssen die Verbesserung der Preistransparenz, bedauern jedoch, dass der Bundesrat nicht alle Dienstleistungen der Preisbekanntgabepflicht unterstellt. Die **CSP** hält fest, dass die vorgeschlagenen Änderungen eine Antwort auf die Forderungen vieler Konsumenten darstellen, dass sie die Kontrolle in neuen Bereichen verbessern und dass sie somit in die Richtung eines besseren Schutzes der Konsumenten gehen. Die **FDP** unterstützt die Vorlage, da sie eine Stärkung der Transparenz und des Wettbewerbs bezweckt. Es sei jedoch darauf zu achten, dass die administrative Belastung für die Unternehmen in der Schweiz möglichst gering ausfällt. So müsse die PBV auch diesem Erfordernis Rechnung tragen.

2.2.3 Dachverbände der Wirtschaft

KV Schweiz, SBV und **SGB** unterstützen grundsätzlich die Revisionsvorlage. Der **SBV** begrüsst insbesondere die Unterstellung der Tierärzte und Notare unter die PBV. Der **SGB** hält fest, dass die Ausgaben für Dienstleistungen einen laufend wachsenden Anteil des Budgets der

Konsumenten ausmachen, und dass letztere daher unbedingt über transparente Informationen in diesem Bereich verfügen müssen. Allerdings weist er darauf hin, dass der Grundsatz in gewissen Fällen pragmatisch anzuwenden sei, insbesondere, wenn der Preis einer Dienstleistung nur unverbindlich geschätzt werden könne.

economiesuisse stimmt der Vorlage zu, da sie beabsichtigt, zu starre Regelungen zu lockern und die PBV praxisnaher zu gestalten. Der Verband befürwortet auch die Unterstellung neuer Dienstleistungen unter die PBV, falls sich dies als nötig erweist; in diesem Rahmen weist er darauf hin, dass die administrative und finanzielle Belastung für die Unternehmen möglichst gering gehalten werden sollte und fordert den Verzicht auf Einschränkungen, die weiter gehen als die EU-Regelungen. Schliesslich ist er der Ansicht, dass die vorgeschlagenen Änderungen ihre Ziele leider nur bedingt erreichen, insbesondere bei den Werbevorschriften.

Der **SGV** findet, dass die PBV dringend überarbeitet werden müsse, damit sie in der Praxis umsetzbar und für die Wirtschaftsakteure und die Konsumenten verständlich bleibe. Seiner Meinung nach genügt die Vorlage diesen Anforderungen nicht und sollte daher unter Einbezug der betroffenen Kreise überarbeitet werden.

2.2.4 Konsumentenorganisationen

Acsi, kf, SKS und **TCS** sprechen sich für die Vorlage aus, da ihrer Meinung nach die geplanten Änderungen die Preistransparenz für die Konsumentinnen und Konsumenten verbessern. **Acsi** und **SKS** würden allerdings einen Systemwechsel bevorzugen, mit dem die Dienstleistungen generell der Preisbekanntgabepflicht unterstellt würden.

2.2.5 Übrige interessierte Kreise

Die meisten Teilnehmenden, die sich zur Gesamtvorlage geäußert haben, stimmen ihr grundsätzlich zu.

FER, HEV und **AGVS** finden, dass die geplanten Änderungen die Preistransparenz für die Konsumenten und den Wettbewerb zwischen den Marktteilnehmern verbessern.

EKK, Swiss Retail Federation und **Veledes** sprechen sich ausdrücklich für die Ausweitung der Liste der der PBV unterstellten Dienstleistungen aus. Die **EKK** würde allerdings einen Systemwechsel bevorzugen, mit dem die Dienstleistungen generell der Preisbekanntgabepflicht unterstellt würden.

Der **VTS** sieht sich von der Revision nicht wesentlich betroffen. Er begrüßt die geplante rein redaktionelle Änderung in Art. 10 Abs. 1 Bst. i und hat keine Einwände anzubringen.

Das **KMU-Forum** findet, dass ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den Kosten, die den KMU durch die der Unterstellung neuer Dienstleistungen unter die PBV erwachsen (administrative Belastung), und dem Nutzen für die verschiedenen Betroffenen beibehalten werden muss. Es wünscht daher, dass die Ausweitung von Art. 10 einem erwiesenen Schutzbedarf entspricht. Wenn dies der Fall ist, fordert es die Erarbeitung von Informationsblättern durch das SECO vor dem Inkrafttreten der Änderungen.

Das **Centre Patronal** begrüßt die durch die Vorlage angestrebten Lockerungen; hingegen lehnt es die Vorlage ab, da sie neue Dienstleister der Preisbekanntgabepflicht unterstellen will. Es hält die Unterstellung der Berufe, deren Tätigkeit auf der Grundlage eines Auftrags erfolgt, für unangebracht. Zudem würden kostspielige Anpassungsmassnahmen verursacht, die in keinem Verhältnis zum wirklichen Interesse für die Konsumenten ständen.

Die **FPV** findet, dass die Unterstellung gewisser Dienstleistungen unter eine so strikte Verordnung wie die PBV mit grosser Zurückhaltung erfolgen müsse und hält die Unterstellung der freien Berufe unter diese Verordnung für problematisch. Sie ist der Ansicht, dass der Bund einen seiner Lieblingsfehler begehe, denjenigen der Überregulierung. Daher ist sie mit Ausnahme der Körperpflege und der Textilpflege gegen die Ausweitung der Liste der Dienstleistungen in der Änderungsvorlage; den anderen vorgeschlagenen Änderungen stimmt sie jedoch zu und begrüßt die Bestimmungen, welche die Anwendung der PBV geschmeidiger machen.

Die Stadt Lausanne ist der Ansicht, dass es sich bei der heutigen PBV weitgehend um einen Papiertiger handle, da die meisten Bestimmungen nicht anwendbar seien. Sie findet, dass die vorgeschlagenen Änderungen keine ausreichende Lockerung darstellen und die Situation nicht verbessern. Sie begrüsst die Ausweitung der Liste der der PBV unterstellten Dienstleistungen, beurteilt jedoch die Bestimmungen zu den Vergleichspreisen als ohne wirkliche Auswirkungen auf den Schutz der Konsumenten im Alltag.

Manche Vernehmlasser/-innen haben sich nicht zur Gesamtvorlage geäußert, sondern zu einigen besonderen Bestimmungen. So haben die **Notariatskreise**³ ihre deutliche Ablehnung der Unterstellung ihrer Branche unter die Preisbekanntgabepflicht kundgetan. Die **Werbebranche**⁴ lehnt ihrerseits die Bestimmungen klar ab, die strengere Vorschriften für die Spezifizierungsangaben bei der Werbung vorsehen.

3 Die Stellungnahmen im Einzelnen

3.1 Ingress

Ingress

in Ausführung von Kapitel IV der Verordnung (EG) Nr. 1008/2008 in der nach Ziffer 1 des Anhangs zum Abkommen vom 21. Juni 1999 zwischen der Schweizerischen Eidgenossenschaft und der Europäischen Gemeinschaft über den Luftverkehr (Luftverkehrsabkommen) jeweils verbindlichen Fassung

Sämtliche Teilnehmenden stimmen der Änderung des Ingresses ausdrücklich oder stillschweigend zu.

3.2 Urheberrechtsvergütungen und Zuschläge jeglicher Art (Art. 4 Abs. 1 und Art. 10 Abs. 2 PBV-E)

Art. 4 Sachüberschrift und Abs. 1

Öffentliche Abgaben, Urheberrechtsvergütungen, vorgezogene Entsorgungsbeiträge, Vergünstigungen

¹ Überwälzte öffentliche Abgaben, *Zuschläge jeglicher Art, Urheberrechtsvergütungen* sowie vorgezogene Entsorgungsbeiträge müssen im Detailpreis inbegriffen sein.

Art. 10 Abs. 2

² Überwälzte öffentliche Abgaben, *Zuschläge jeglicher Art sowie Urheberrechtsvergütungen* müssen im Preis enthalten sein.

Sämtliche **Kantone**, die **politischen Parteien**, die **Dachverbände der Wirtschaft**, die **Konsumentenorganisationen** und die überwiegende Mehrheit der **übrigen interessierten Kreise** sprechen sich für diese Ergänzungen aus.

GR weist darauf hin, dass die neue Regelung mehr Rechtssicherheit schaffen wird.

Grüne, **acsi** und **SKS** unterstützen diesen Änderungsvorschlag ausdrücklich; sie verlangen zudem, dass die Urheberrechtsvergütungen einerseits im Preis enthalten sind und andererseits auch separat ausgewiesen werden müssen.

economiesuisse vertritt die Ansicht, dass nur die «nicht frei wählbaren» Zuschläge im Preis inbegriffen sein müssen und fordert, dass dies in den betreffenden Artikeln ergänzt wird.

³ BNV, SNV, Notariatskammer BS

⁴ ASW, AWS, BSW, IGEM, Schweizer Medien, Publisuisse, script, SDV Marketing, SW, SWA

hotelleriesuisse unterstützt diese Ergänzung, die auch der gängigen Praxis entspreche. Der Verband fordert jedoch, die nicht frei wählbaren Zuschläge separat ausweisen zu können, da sonst der Preis der eigentlichen Dienstleistung verfälscht werde.

Asut, Orange und Swisscom erachten die Ergänzung von «Zuschläge jeglicher Art» als wenig zweckmässig und zu offen formuliert, was bei der Rechtsanwendung zu Unsicherheiten führen könne. Aus dem Wortlaut gehe insbesondere nicht hervor, dass einzig die nicht frei wählbaren Zuschläge vom Detailpreis miterfasst werden müssen. Diese Ergänzung erscheine zudem grundsätzlich unnötig, da es neben den explizit erwähnten öffentlichen Abgaben, Urheberrechtsgebühren und vorgezogenen Entsorgungsbeiträgen gar keine anderen Zuschläge gebe, die ebenfalls noch berücksichtigt werden müssten. **Asut** findet weiter, dass der Begleitbericht zur Änderung der PBV in dem Sinne angepasst werden sollte, dass alle Anbieter von Dienstleistungen oder Waren über die Preisangabe hinaus auch die Zusammensetzung der Preise erläutern können müssen. Die drei Vernehmlasser/-innen stellen den Antrag, die «Zuschläge jeglicher Art» zu streichen.

SENS und **SLRS** haben sich spezifisch zu den vorgezogenen Entsorgungsbeiträgen geäußert; ihre Bemerkungen sind in Ziffer 3.18 aufgeführt.

3.3 Körperpflege (Art. 10 Abs. 1 Bst. d PBV-E)

Art. 10 Abs. 1 Bst. d

¹ Für Dienstleistungen in den folgenden Bereichen sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken bekanntzugeben:

d. Kosmetische Institute und *Körperpflege*;

Praktisch alle Teilnehmenden stimmen der Änderung von Buchstabe d ausdrücklich oder stillschweigend zu.

TI ist nicht gegen die Änderung, findet jedoch, dass jede neue Unterstellung einer Dienstleistung unter die PBV von einer finanziellen Unterstützung durch den Bund begleitet sein sollte.

Das **KMU-Forum** wünscht eine Überprüfung, ob die Unterstellung dieser Dienstleistung unter die PBV einem erwiesenen Schutzbedarf entspricht⁵.

SO schlägt die Streichung von Buchstabe d vor, da es sich bei diesen Dienstleistungen nicht um den täglichen Grundbedarf handle und das Nutzen-/Kosten-Verhältnis der Kontrollen der Vorschriften der PBV in diesem Bereich nicht vertretbar sei.

3.4 Textilreinigungen (Art. 10 Abs. 1 Bst. i PBV-E)

Art. 10 Abs. 1 Bst. i

¹ Für Dienstleistungen in den folgenden Bereichen sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken bekanntzugeben:

i. Wäschereien und *Textilreinigungen* (Hauptverfahren und Standardartikel);

Alle Teilnehmenden stimmen der geplanten redaktionellen Änderung zu.

⁵ Siehe auch Ziff. 2.2.5

3.5 Flugreisen (Art. 10 Abs. 1 Bst. n PBV-E)

Art. 10 Abs. 1 Bst. n

¹ Für Dienstleistungen in den folgenden Bereichen sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken bekanntzugeben:

n. *Flug- und Pauschalreisen*;

Sämtliche Teilnehmenden, d.h. die **Kantone**⁶, die **politischen Parteien**, die **Dachverbände der Wirtschaft** sowie die **übrigen interessierten Kreise**⁷ stimmen dieser Regelung zu.

AR begrüsst die Unterstellung der Flugreisen unter die PBV; damit werde der Grundsatz der Gesamtpreisangabe generell eingeführt, was zu mehr Transparenz zwischen den einzelnen Angeboten führe.

Das **Centre Patronal** ist gegen die Änderung, da es diese Pflicht für zu einschränkend und unverhältnismässig hält. Es weist darauf hin, dass der Kunde in der Praxis beim Vergleich der verschiedenen Angebote die Preiselemente erfasst und dass er auf jeden Fall den Gesamtbetrag vor dem Kauf und der definitiven Reservation kennt. Auch die **FPV** spricht sich gegen die Änderung aus. Ihrer Meinung nach macht die Vielfalt der Leistungen eine vorgängige Angabe des Gesamtpreises heikel; zudem bestehe in diesem Bereich kein erhöhter Sicherheitsbedarf.

3.6 Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Abgabe von Arzneimitteln und Medizinprodukten (Art. 10 Abs. 1 Bst. t PBV-E)

Art. 10 Abs. 1 Bst. t

¹ Für Dienstleistungen in den folgenden Bereichen sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken bekanntzugeben:

t. *Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Abgabe von Arzneimitteln und Medizinprodukten*;

Die überwiegende Mehrheit der **Kantone**⁸, der **politischen Parteien**, der **Dachverbände der Wirtschaft**, der **Konsumentenorganisationen** sowie der **übrigen interessierten Kreise**⁹ stimmen dieser Änderung ausdrücklich oder stillschweigend zu.

SG ist gegen diese neue Bestimmung, da der Kanton bezweifelt, dass sie wirklich im Interesse der Konsumenten liegt und da er in der Praxis grosse Umsetzungsprobleme erwartet.

Das **Centre Patronal** ist gegen die Änderung, da es bezweifelt, dass in diesem Bereich ein wirkliches Schutzbedürfnis der Konsumenten vorliegt. Es weist darauf hin, dass letztere sich vor der Bezahlung nach dem Preis dieser Leistungen erkundigen können und dass die ausgestellten Rechnungen die Kosten ausweisen.

pharmaSuisse verlangt, dass die Ärzte die Preise ihrer Leistungen im Zusammenhang mit der Abgabe von Arzneimitteln und Medizinprodukten ebenfalls bekannt zu geben haben. Diese gehörten zur Grundkonsultation gemäss Tarmed¹⁰ und müssten dem Publikum bekannt gegeben werden. Der Verband beantragt, dass generell die wichtigsten ärztlichen Grundleistungen des Tarmed dem Publikum bekannt zu geben sind.

⁶ TI ist nicht gegen die Änderung, findet jedoch, dass jede neue Unterstellung einer Dienstleistung unter die PBV von einer finanziellen Unterstützung durch den Bund begleitet sein sollte.

⁷ Mit Ausnahme von FPV und Centre Patronal; KMU-Forum siehe Ziff. 2.2.5 und 3.3.

⁸ SG ist dagegen; TI: siehe Anmerkung 6.

⁹ Nur das Centre Patronal und die FPV lehnen die Änderung ab; KMU-Forum: siehe Ziff. 2.2.5 und 3.3

¹⁰ Siehe Tarmed, Tarifposition 00.0010 (<http://onb.tarmedsuisse.ch>)

3.7 Notare (Art. 10 Abs. 1 Bst. u PBV-E)

Art. 10 Abs. 1 Bst. u

¹ Für Dienstleistungen in den folgenden Bereichen sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken bekanntzugeben:

u. *Notariatsdienstleistungen*;

Die Mehrheit der **Kantone**¹¹, der **politischen Parteien**, der **Dachverbände der Wirtschaft** und der **Konsumentenorganisationen** sowie mehrere Vertreter der **übrigen interessierten Kreise** stimmen der Unterstellung der Notariatsdienstleistungen unter die PBV ausdrücklich oder stillschweigend zu.

FR betont, dass das kantonale Recht von Fribourg in die gleiche Richtung zielt wie diese Änderung und einen ausführlichen Tarif der von den öffentlichen Beamten erhobenen Gebühren enthält.

Der **HEV** weist darauf hin, dass diese Änderung für eine bessere Transparenz für die Konsumenten sorgt, insbesondere in den Kantonen mit freiberuflichem Notariat (System bei dem der Notar seine Aufgabe freiberuflich, unter Aufsicht des Staates, ausübt).

LU ist nicht gegen die Änderung, fragt sich jedoch, ob die Unterstellung der Notare unter die PBV notwendig ist, da die Notariatsgebühren in einer kantonalen Verordnung zwingend geregelt sind.

economiesuisse und **SGB** stimmen dieser Regelung ebenfalls zu, weisen jedoch darauf hin, dass es nicht immer einfach ist, die Preise im Voraus festzulegen, ohne die Komplexität des Falls zu kennen, umso mehr, als auch im Laufe eines Verfahrens Schwierigkeiten entstehen können. Der SGB schlägt vor, den Grundsatz einer unverzüglichen Information seitens des Leistungserbringers einzuführen, wenn die Preise eine Änderung erfahren. **economiesuisse** ist der Ansicht, dass man sich auf die Angabe eines Stundentarifs beschränken sollte, wie dies bei den Anwälten der Fall ist, denn in diesem Umfeld seien die Bestimmungen der PBV zur Art und Weise der Bekanntgabe¹² zu streng und in der Praxis nicht umsetzbar.

GR, SO, VD, Centre Patronal, KMU-Forum, FPV sowie die **Notariatskreise**¹³ sprechen sich kategorisch gegen diese neue Unterstellung aus. Verschiedene Argumente wurden vorgebracht: Die Preistransparenz in diesem Bereich sei ausreichend, da die Notariatsgebühren in den kantonalen Gesetzessammlungen festgehalten seien, die für jedermann zugänglich seien¹⁴. Zudem läge die Organisation des Notariats ausschliesslich in der Kompetenz der Kantone, die Unterstellung dieser Dienste unter die PBV greife in die kantonale Souveränität ein. Ferner bestünde kein Wettbewerb zwischen den Notaren, weshalb das UWG (und damit die PBV) keine ausreichende Rechtsgrundlage bilde¹⁵. Schliesslich sei es manchmal schlicht nicht möglich, den Preis gewisser Notariatsdienstleistungen im Voraus anzugeben; dabei sei insbesondere den Leistungen Rechnung zu tragen, die nicht oder nur teilweise aus standardisierten Handlungen bestehen und deren Preis anhand des angefallenen Arbeitsaufwandes berechnet wird¹⁶. Der **SNV** weist darauf hin, dass die Notare im Rahmen ihrer Informationspflicht angehalten sind, die Klientschaft über die Gebühren im Zusammenhang mit ihrem Einsatz zu informieren¹⁷. Wenn, wie im Begleitbericht erwähnt, die Anwälte bereits einer Preisinformationspflicht unterworfen sind und daher nicht mehr der PBV unterstellt zu werden brauchen, sollte dieselbe Regel auch für die Notare gelten. Die **FPV** hebt hervor, dass der Begleitbericht die Unterstellung der Notare unter

¹¹ Nur GR, SO und VD sind dagegen; TI: siehe Anmerkung 6.

¹² Siehe Art. 11 Abs. 1 und 2.

¹³ BNV, SNV, Notariatskammer BS

¹⁴ GR, SO, Centre patronal, BNV, Notariatskammer BS, SNV

¹⁵ SO, BNV, Notariatskammer BS, SNV

¹⁶ VD, Centre Patronal, BNV, FPV, SNV, Notariatskammer BS

¹⁷ Siehe zum Beispiel Art. 53 des Notariatsgesetzes des Kantons Bern (NG, BSG 169.11)

die PBV durch den Vergleich mit den Anwälten rechtfertige, die der im BGFA¹⁸ vorgesehenen Informationspflicht unterliegen. Allerdings gehe diese Informationspflicht deutlich weniger weit als die in der PBV¹⁹ vorgesehenen Pflichten. Es gebe keinen Grund, die Notare strenger zu behandeln als die Anwälte, denn beide Berufe seien bei der Preisbekanntgabe mit denselben Schwierigkeiten konfrontiert.

3.8 Tierärzte (Art. 10 Abs. 1 Bst. t PBV-E)

Art. 10 Abs. 1 Bst. t

¹ Für Dienstleistungen in den folgenden Bereichen sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken bekanntzugeben:

t. *Dienstleistungen von Tierärzten (...)*

Eine **grosse Mehrheit der Vernehmlasser/-innen** sprechen sich für die Unterstellung der Dienstleistungen von Tierärztinnen und Tierärzte unter die PBV aus; insbesondere sämtliche **Kantone**²⁰, alle **politischen Parteien**, drei **Dachverbände der Wirtschaft**²¹ und ein grosser Teil der Vertreter der **übrigen interessierten Kreise** sind dafür oder zumindest nicht dagegen.

ZG begrüsst zwar diese neue Bestimmung, weist jedoch darauf hin, dass sich nur Standarduntersuchungen und Behandlungen (Röntgen, Ultraschall, Impfungen, Kastrationen usw.) mit einem bestimmten Preis versehen lassen und damit vergleichbar werden. Wie auch der **SGB** und **economiesuisse** ist **ZG** der Ansicht, dass bei individuellen Behandlungen nach Unfällen und bei komplexen Krankheiten es in der Regel nicht möglich sei, den Preis im Voraus festzulegen, ohne den allgemeinen Gesundheitszustand des Tieres und die Wünsche seines Halters zu kennen. Zudem könne sich ein Eingriff schlussendlich als heikler herausstellen als zunächst diagnostiziert wurde, oder aufgrund von unvorhersehbaren Gründen könnten Komplikationen auftreten. **ZG** findet, dass in solchen Fällen die Preise, die sich nach dem Aufwand richten, mit dem Tierhalter bzw. der Tierhalterin individuell zu vereinbaren sind. Der **SGB** schlägt vor, den Grundsatz der unverzüglichen Information durch den Leistungserbringer einzuführen, wenn die Preise eine Änderung erfahren; **economiesuisse** ist dagegen der Ansicht, man solle sich wie bei den Anwälten auf die Angabe eines Stundentarifs beschränken.

Die **GST** ist sich bewusst, dass im Bereich der Kleintiermedizin die Konsumenten bis zur Rechnungsstellung oftmals im Unklaren darüber gelassen werden, wie teuer eine Behandlung ist. Sie möchte daher ein Informationssystem einführen, das sowohl den Anforderungen der PBV als auch denjenigen der Wettbewerbskommission entspricht. Allerdings sei bei einigen Leistungen eine genaue Abschätzung der Preise im Voraus sehr schwer. Daher befürwortet die GST eine Preisbekanntgabepflicht, die sich auf Standardbehandlungen beschränkt. Der Umfang dieser Pflicht könnte beispielsweise in einer Verordnung auf Stufe Departement geregelt werden.

Die oben aufgeführten Bedenken führen **VD**, das **Centre Patronal** sowie die **FPV** dazu, die Unterstellung der Tierärzte unter die PBV abzulehnen.

¹⁸ Bundesgesetz vom 23. Juni 2000 über die Freizügigkeit der Anwältinnen und Anwälte (BGFA; SR 935.61)

¹⁹ Art. 12 Bst. i BGFA: «Sie [die Anwälte] klären ihre Klientschaft bei Übernahme des Mandats über die Grundsätze ihrer Rechnungsstellung auf und informieren sie periodisch oder auf Verlangen über die Höhe des geschuldeten Honorars».

²⁰ Mit Ausnahme von VD; TI: siehe Anmerkung 6.

²¹ KV Schweiz, SBV, SGB

3.9 Bestattungsinstitute (Art. 10 Abs. 1 Bst. v PBV-E)

Art. 10 Abs. 1 Bst. v

¹ Für Dienstleistungen in den folgenden Bereichen sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken bekanntzugeben:

v. *Bestattungsinstitute*.

Die überwiegende Mehrheit der Teilnehmenden, d.h. alle **Kantone**²², die **politischen Parteien**, die **Dachverbände der Wirtschaft**, die **Konsumentenorganisationen** sowie die **übrigen interessierten Kreise**²³ stimmen der Ergänzung der Bestattungsinstitute in der Liste von Art. 10 ausdrücklich oder stillschweigend zu.

Nur das **Centre Patronal** und die **FPV** sind dagegen.

3.10 Preisangaben in der Hotellerie (Art. 11 Abs. 4 PBV-E)

Art. 11 Abs. 4

⁴ In Betrieben, die gewerbsmässig Personen beherbergen, ist der Preis für Übernachtung mit oder ohne Frühstück, für Halb- oder Vollpension dem Gast *schriftlich bekanntzugeben*.

Die überwiegende Mehrheit der Teilnehmenden stimmen der Änderung von Art. 11 Abs. 4 zu. Der Vorschlag wird von einer grossen Mehrheit der **Kantone**²⁴, allen **politischen Parteien**, den **Dachverbänden der Wirtschaft**, den **Konsumentenorganisationen** sowie von den **übrigen interessierten Kreisen**²⁵ gutgeheissen.

AR, GR, hotelleriesuisse und **HEV** begrüssen den Verzicht auf die Preisangabe in den Gästezimmern, was eine willkommene Anpassung der heutigen Praxis bedeutet, die administrative Belastung reduziert und der Hotellerie eine grössere Flexibilität bei der Preisgestaltung und die schnellere Reaktion auf Schwankungen von Angebot und Nachfrage ermöglicht (Grundsatz des «*Revenue Management*»).

VS und **ZH** sind der Ansicht, dass die Möglichkeit der mündlichen Preisbekanntgabe beibehalten werden sollte. Bei einer Reservation im Voraus lässt sich die Anforderung der schriftlichen Kommunikation zwar durchaus rechtfertigen, im Fall einer unangekündigten Ankunft oder einer kurzfristig telefonisch vereinbarten Reservation scheint sie aber unangemessen. **GastroSuisse** findet ebenfalls, die Möglichkeit der mündlichen Mitteilung müsse beibehalten werden, da die Pflicht, die Preise schriftlich anzugeben, zu einer unnötigen Bürokratie und zu zeitlichen Verzögerungen beim Check-in an der Rezeption führen könnte. Dagegen stimmt **GastroSuisse** ausdrücklich dem Verzicht auf die Preisangabe in den Hotelzimmern zu.

BL unterstreicht, dass das Ziel dieser Bestimmung darin besteht, dass die Hotel-Kundschaft Kenntnis des tatsächlich zu bezahlenden Preises hat, bevor sie die Gegenleistung in Anspruch nimmt und das Zimmer bewohnt; gleichzeitig solle die korrekte Bekanntgabe der Zimmerpreise durch die zuständige Behörde auch kontrolliert werden können. **BL** ist der Ansicht, dass die vorgeschlagene Formulierung diese Zwecke nicht erfüllt. Laut dem Kanton ist der Verzicht auf die mündliche Preisangabe wichtig und sorgt für die Verfügbarkeit eines Beweismittels; dagegen sei die Möglichkeit, dem Kunden den Preis erst am Ende seines Aufenthaltes schriftlich bekannt zu geben, auszuschliessen. Der Ausdruck «*zur Kenntnis zu bringen*» sei gegenüber «*bekanntzugeben*» zu bevorzugen, da der zweite Ausdruck bedeute, dass es genügt, wenn der Betrieb den Preis bekannt gibt (durch E-Mail, Werbung, Preisliste in der Empfangshalle usw.),

²² TI: siehe Anmerkung 6

²³ Mit Ausnahme der FPV und des Centre Patronal; KMU-Forum: siehe Ziff. 2.2.5 und 3.3

²⁴ BL, VS und ZH sind teilweise dagegen; BS lehnt die Änderung ab.

²⁵ Nur Gastrosuisse ist teilweise dagegen.

während der erste Ausdruck den Hotelbetrieb dazu bringe, bei der Übermittlung des Preises mehr Verantwortung zu übernehmen. Der Betrieb kann durch eine Rückbestätigung oder Unterschrift des Gastes belegen, dass Letzterer Kenntnis des Preises erhalten hat; zudem kann die Vollzugsbehörde die Einhaltung dieser Bestimmung so leichter überprüfen. Schliesslich findet **BL**, die Preisangabe in den Hotelzimmern müsse beibehalten werden, da sie einer in vielen Ländern verbreiteten Praxis entspreche, die von den ausländischen Touristen geschätzt werde²⁶.

BS lehnt die vorgeschlagene Änderung von Art. 11 Abs. 4 ab und zieht die bisherige Fassung vor, die transparenter und kundenfreundlicher sei. In erster Linie findet der Kanton, die Preisangabe im Hotelzimmer entspräche einer in vielen Ländern geltenden Praxis, die der Konsumentin und dem Konsumenten einen Vergleichswert biete. Zudem seien die Voraussetzungen, denen die *schriftliche* Bekanntgabe genügen muss, zu wenig klar. Schliesslich dürften sich sowohl die Kontrolle der Einhaltung dieser neuen Regelung als auch die Ahndung von Verstössen in der Praxis als sehr schwierig erweisen.

3.11 Push-Dienste (Art. 11b Abs. 1 Einleitungssatz PBV-E)

Art. 11b Abs. 1 Einleitungssatz

¹ Bei Dienstleistungen nach Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe q, die auf einer Anmeldung des Konsumenten beruhen und eine Mehrzahl von Einzelinformationen (wie Text- und Bildmitteilungen, Audio- und Videosequenzen) auslösen können (sog. Push-Dienste), müssen dem Konsumenten vor der Aktivierung des Dienstes kostenlos und unmissverständlich *am Ort der Bekanntgabe und* auf dem mobilen Endgerät bekanntgegeben werden:

Sämtliche Teilnehmende stimmen der geplanten Änderung von Art. 11b zu.

Grüne, SP, Acsi, SKS und Orange begrüssen die mit dieser Änderung erreichte Verbesserung des Konsumentenschutzes.

AG findet, die Formulierung «*am Ort der Bekanntgabe*» sei unklar und müsse präzisiert werden; der Kanton schlägt vor, sie durch «*auf der Angebotsplattform*» zu ersetzen.

Asut, Orange und Swisscom haben sich ausserdem zum neuen Absatz 3 von Art. 11b geäussert, der seit dem 1. Juli 2010 in Kraft ist. Ihre Argumente sind unter Ziffer 3.18 aufgeführt.

²⁶ Der Textvorschlag von BL zu dieser Bestimmung findet sich hinten unter Ziff. 3.18

3.12 Art und Weise der Preisbekanntgabe von Flugreisen (Art. 11c PBV-E)

Art. 11c (neu) Art und Weise der Preisbekanntgabe von Flugreisen

¹ *Wer den Konsumenten Flugreisen anbietet, hat die anwendbaren Tarifbedingungen zu nennen.*

² *Der tatsächlich zu bezahlende Preis ist stets auszuweisen. Er muss den anwendbaren Flugpreis sowie alle anwendbaren Steuern, Gebühren, Zuschläge und Entgelte, die unvermeidbar und zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vorhersehbar sind, einschliessen.*

³ *Neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis ist mindestens der eigentliche Flugpreis auszuweisen, sowie, falls diese dazu gerechnet werden:*

- a. *die Steuern;*
- b. *die Flughafengebühren und*
- c. *die sonstigen Gebühren, Zuschläge und Entgelte, wie etwa diejenigen, die mit der Sicherheit oder dem Kraftstoff in Zusammenhang stehen.*

⁴ *Fakultative Zusatzkosten sind auf klare, transparente und eindeutige Art und Weise am Beginn jedes Buchungsvorgangs mitzuteilen; der Konsument bestätigt die Annahme der fakultativen Zusatzkosten ausdrücklich («Opt-in»).*

Die **überwiegende Mehrheit** der Teilnehmenden sprechen sich für die neue Bestimmung zur Art und Weise der Preisbekanntgabe von Flugreisen aus. Alle Kantone stimmen ihr zu, ebenso die politischen Parteien, die Dachverbände der Wirtschaft, die Konsumentenorganisationen sowie sämtliche Vertreter der übrigen interessierten Kreise²⁷.

Der **TCS** hebt hervor, dass der neue Artikel eine Verbesserung und eine Vereinfachung für die Internetnutzer bedeutet. Das **kf** betrachtet die in dieser Bestimmung enthaltenen Grundsätze als eine wichtige Vorgabe und unterstützt sie.

Mehrere Vernehmlasser/-innen weisen auf die Problematik der mit der Nutzung von Kreditkarten verbundenen Gebühren hin. **BL** möchte, dass ein Kommentar oder ein Merkblatt des SECO ausdrücklich erwähnt, dass die mit der Nutzung von Kreditkarten verbundenen Gebühren zu den «sonstigen Gebühren» im Sinne von Abs. 3 Bst. c gehören und daher im Preis enthalten sein müssen. Die **EKK** würde die folgende Anforderung begrüßen: Wenn die Bezahlung ausschliesslich mit der **Kreditkarte** möglich ist und diese Zahlungsart Mehrkosten mit sich bringt, dann ist der erhobene Zuschlag im Gesamtpreis einzuschliessen. **acsi**, **Grüne** und **SKS** sind ebenfalls der Ansicht, dass die «sonstigen Gebühren» die Kreditkartengebühren enthalten. Die drei Vernehmlasser/-innen führen das Beispiel der Firma Easyjet an, die für ihre äusserst günstigen Flugtarife wirbt. Der angegebene Preis (z.B. CHF 50.-) gilt allerdings nur, wenn man mit einer Visa Electron Karte bezahlt, die in der Schweiz kaum verbreitet ist und zu der nur wenige Konsumenten in der Schweiz Zugang haben. Als Alternative kann auch die Debitkarte von Visa verwendet werden; dabei fallen allerdings zusätzliche Gebühren von CHF 10.50 an. Wie die Visa Electron Karte ist aber auch diese Karte in der Schweiz nicht sehr verbreitet. Somit bleiben die gängigen Kreditkarten, deren Nutzung Gebühren von CHF 20.50 mit sich bringt, womit der Ticketpreis auf CHF 70.50 steigt. Die Schlussfolgerung der Vernehmlasser/-innen ist, dass diese beiden hypothetischen Zahlungsvarianten ein Mittel sind, um die Bestimmung der PBV zu umgehen, laut der der tatsächlich zu bezahlende Preis angegeben werden muss. Daher sollte Art. 11c so umformuliert werden, dass in einem solchen Fall der Preis von CHF 70.50 in der Werbung anzugeben ist.

²⁷ Nur das Centre Patronal ist dagegen.

SP, Grüne, acsi und **SKS** unterstützen auch ausdrücklich Absatz 4 von Art. 11c; es kommt nämlich oft vor, dass die Konsumenten ungewollt vorprogrammierte Dienstleistungen bestellen, die sie gar nicht brauchen. Zudem entspricht in diesen Fällen der ursprünglich in der Werbung angegebene Preis nicht dem tatsächlich zu bezahlenden Preis. Nur das «*Opt-in*»-Prinzip gewährleistet, dass der abgeschlossene Vertrag auf gegenseitigen, übereinstimmenden Willensäusserungen basiert. Diese Vernehmlasser/-innen finden weiter, dass der Grundsatz des «*Opt-in*» nicht nur für die Flugreisen, sondern für alle online angebotenen Dienstleistungen gelten sollte (z.B. Verkauf von Eintrittskarten für Sportanlässe oder Konzerte).

economiesuisse unterstützt ausdrücklich die Tatsache, dass die revidierte PBV im Bereich der Flugreisen analoge Bestimmungen enthält wie die europäische Verordnung. Wie die **Swiss** hält der Verband es jedoch für problematisch, dass dieser Artikel in wesentlichen Punkten vom Wortlaut der europäischen Verordnung abweicht. So ist der sachliche Anwendungsbereich weniger präzise formuliert und der örtliche Anwendungsbereich wird nicht definiert. Dies könnte erhebliche Wettbewerbsverzerrungen zur Folge haben²⁸. **Swiss** und **economiesuisse** sind ferner der Ansicht, dass der Vollzug dieses Artikels dem Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) anvertraut werden sollte; die vorgebrachten Argumente sind unter Ziffer 3.18 aufgeführt.

3.13 Richtpreisproblematik (Art. 13 Abs. 2 und 18 Abs. 2 PBV-E)

Art. 13 Abs. 2

² Hersteller, Importeure und Grossisten können Richtpreise bekannt geben, *wenn deutlich darauf hingewiesen wird, dass es sich um ihren unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis handelt.*

Art. 18 Abs. 2

² Hersteller, Importeure und Grossisten dürfen Konsumenten Preise oder Richtpreise bekannt geben oder für Konsumenten bestimmte Preislisten, Preiskataloge und dergleichen zur Verfügung stellen, *sofern sie deutlich darauf hinweisen, dass es sich um ihren unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis handelt. Vorbehalten bleibt die Gesetzgebung des Bundes über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen.*

Die **grosse Mehrheit** der Teilnehmenden sind klar für diese Änderung oder zumindest nicht dagegen. Mit Ausnahme von AG stimmen ihr **alle Kantone** zu, ebenso die **CSP**, die **FDP**, mehrere **Dachverbände der Wirtschaft**²⁹, der **TCS** und Vertreter der **übrigen interessierten Kreise**³⁰.

Der **AGVS** weist darauf hin, dass diese Änderung den seit acht Jahren geltenden kartellrechtlichen Bestimmungen im Autogewerbe entspricht.

AG, Grüne, SP, EKK, acsi, kf, und **SKS** sind generell gegen die Angabe von Richtpreisen, da diese zu einer Angleichung der Preise führen und dem Wettbewerb schaden könnten; zudem seien sie für Konsumentinnen und Konsumenten nicht hilfreich, da ungenau und unverbindlich.

SGV, ASMAS, Agora und **Veledes** erläutern, dass Richtpreise einerseits nicht zwingende Indikatoren sind, die die Preisfestlegung ermöglichen (was vor allem für die kleinsten Geschäfte wichtig ist), und dass sie andererseits nötig für die Produzenten sind, die Produktwerbung betreiben. Sie weisen darauf hin, dass ein Richtpreis von Natur aus nicht zwingend ist; der Detailhändler sei sich durchaus bewusst, dass er von der Empfehlung des Produzenten abweichen könne und der potenzielle Käufer wisse seinerseits, dass die vom Produzenten in der Werbung erwähnten Preise Grössenordnungen darstellen und die zu bezahlenden Preise von einem Geschäft zum anderen variieren können. Die vier Vernehmlasser/-innen vermuten, dass

²⁸ Die Textvorschläge von **economiesuisse** und **Swiss** zu dieser Bestimmung sind unter Ziff. 3.18 zu finden.

²⁹ KV Schweiz, SBV, SGB

³⁰ Unter anderen Coop, FER, Fust, Migros, Swiss Retail Federation, AGVS

es bei dieser Änderung darum geht, die Richtpreise auf indirekte Weise zu verbieten und schlagen daher vor, diesen Zusatz ersatzlos zu streichen, und eventuell die Formulierung «empfohlene» Richtpreise zu verwenden.

Der **RVS** lehnt diese Änderung klar ab und möchte zum ursprünglichen Wortlaut zurückkehren, der fordert, dass die angegebenen Preise im zu berücksichtigenden Marktgebiet für die überwiegende Menge tatsächlich gehandhabt werden. Damit würde vermieden, dass die Konsumenten durch die Angabe überhöhter Richtpreise («Kalkulationsbasen») in die Irre geführt werden.

economiesuisse, asut, Orange und **Swisscom** finden, dass die vorgeschlagenen Ergänzungen zu weit gehen. Indem den Produzenten, Importeuren und Grossisten *de facto* verboten werde, in ihrer Werbung den Konsumenten gegenüber zwingende Preise anzugeben, verstosse die Revisionsvorlage gegen das Kartellgesetz, das bei Preisbindungen zweiter Hand lediglich eine widerlegbare Vermutung der Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs enthält und eine fallweise Überprüfung der Zulässigkeit der Angabe von Richtpreisen vorsieht. Eine solche Einschränkung der Wirtschaftsfreiheit erfordere eine klare gesetzliche Grundlage, die in diesem Fall nicht gegeben sei³¹.

3.14 Lesbarkeit und Sichtbarkeit (Art. 14 Abs. 3bis PBV-E)

Art. 14 Abs. 3^{bis} (neu)

3bis Die Spezifizierungsangaben nach diesem Artikel müssen leicht sichtbar und gut lesbar auf einem neutralen Hintergrund sein.

Diese Bestimmung wird von den Teilnehmenden **unterschiedlich aufgenommen**.

Mit zwei Ausnahmen³² stimmen ihr alle **Kantone** ausdrücklich oder stillschweigend zu, ebenso die **CSP**, die **FDP**, mehrere **Dachverbände der Wirtschaft**³³, das **kf**, der **TCS** und Vertreter der **übrigen interessierten Kreise**.

Für **Coop** und **Fust** ist diese Forderung an sich eine Selbstverständlichkeit. Allerdings sei bei der Umsetzung eine gewisse Flexibilität gefragt.

BS und **GR** unterstützen die Anforderung der guten Lesbarkeit und leichten Sichtbarkeit der Angaben, finden jedoch, der Ausdruck «neutraler Hintergrund» sollte gestrichen werden, da er kaum zu definieren sei und die Gestaltungsfreiheit der Anbieter zu sehr einschränke; diese Ansicht vertritt auch der **SLV**, der zudem die gute Lesbarkeit als wesentlich und ausreichend erachtet, da die Sichtbarkeit implizit darin enthalten sei.

Das **KMU-Forum** wünscht, dass die «Wegleitung für die Praxis» des SECO anhand von konkreten Beispielen detaillierter erläutere, was unter «leicht sichtbar und gut lesbar auf einem neutralen Hintergrund» zu verstehen sei. Diese Begriffe seien relativ vage, könnten unterschiedlich ausgelegt und müssten weiter erläutert werden, um die Rechtssicherheit für die betroffenen Unternehmen und Dienstleister zu verbessern.

Grüne, acsi und **SKS** finden, dass die geplante Änderung zwar konsumentenfreundlich gemeint sei, möchten jedoch strengere Vorschriften, da die Dienstleister und Werber ihre eigene Vorstellung davon hätten, was «leicht sichtbar» und «gut lesbar» sei.

SGV, economiesuisse, hotelleriesuisse, die **Werbebranche**³⁴, **SFF, Migros, asut, Swisscom** und **Orange** sind klar gegen diese Änderung. Ihrer Ansicht nach sind die Werbebestimmungen der PBV bereits zu ausführlich und komplex. Die vorgeschlagene Änderung («leicht sichtbar und

³¹ Der Textvorschlag von economiesuisse, asut, Orange und Swisscom findet sich hinten unter Ziff. 3.18.

³² BS, GR

³³ KV Schweiz, SBV und SGB

³⁴ ASW, AWS, BSW, IGEM, Schweizer Medien, Publisuisse, script, SDV Marketing, SW, SWA

gut lesbar») gehe jedoch noch weiter als die aktuellen Regelungen und sei in der Praxis nicht umsetzbar. Auf Plakaten, in Inseraten oder TV-Spots bräuchten die Spezifizierungsangaben sogar in kleiner Schrift oft mehrere Textzeilen. Diese Informationen könnten auch mit dem besten Willen nicht leicht sichtbar und gut lesbar kommuniziert werden. Ferner gehe die PBV von der irrtümlichen Vorstellung aus, die Werbung müsse Angaben von gleicher Ausführlichkeit bieten wie der *Point of Sale (POS)*. Die Werbung bedeute an sich keinen Antrag (siehe Art. 7 Abs 2 OR); im POS werde der Kaufentscheid getroffen und daher sei auch dort das Angebot detailliert zu beschreiben. Zudem seien die neuen Kriterien der Lesbarkeit und Sichtbarkeit nicht präzise genug, was zu Unsicherheiten beim Vollzug des Rechts führen und das Risiko einer Strafverfolgung erhöhen würde und damit gegen den Grundsatz *keine Strafe ohne Recht* verstosse. So schlagen diese Vernehmlasser/-innen vor, diese Änderung zu streichen und wünschen eine gründliche Überarbeitung der Werbebestimmungen unter dem Beizug von Experten der Werbe- und Medienwirtschaft sowie der Konsumentenorganisationen, um sie mehr auf die Praxis auszurichten.

3.15 Vergleichspreise für Saisonwaren (Art. 16 Abs. 3 PBV-E)

Art. 16 Abs. 3

³ Der Vergleichspreis nach Absatz 1 Buchstaben a und b darf während der Hälfte der Zeit bekannt gegeben werden, während der er gehandhabt wurde beziehungsweise gehandhabt werden wird, längstens jedoch während zwei Monaten. *Der Selbstvergleich für Saisonware wie Bekleidung, Schuhe, Sportartikel darf längstens während vier Monaten praktiziert werden, wenn der höhere Preis unmittelbar vorher während mindestens zweier Monate tatsächlich gehandhabt wurde.*

Die **Mehrheit** der Teilnehmenden, die sich zu dieser Bestimmung geäußert haben, stehen ihr positiv gegenüber. Mit zwei Ausnahmen³⁵ stimmen ihr alle **Kantone** zu, ebenso die **CSP**, die **FDP**, mehrere **Dachverbände der Wirtschaft**³⁶ und Vertreter der **übrigen interessierten Kreise**.

BL begrüsst diese Ergänzung zwar grundsätzlich, fragt sich aber, ob die Aufzählung abschliessend ist oder ob z.B. auch Gartenmöbel eingeschlossen sind; **Fust** möchte der Liste der Saisonwaren die Klimageräte, Grillgeräte und Luftbefeuchter hinzufügen; **GastroSuisse** schlägt vor, auf diese Ergänzung zu verzichten, da die Unterscheidung zwischen Saisonwaren und anderen Waren unklar sei, dafür jedoch den bestehenden Artikel anzupassen und für alle Produkte eine Maximaldauer von vier Monaten vorzusehen. Die **FER** fordert, dass der Vergleichspreis angegeben werden darf, bis das Produkt ausverkauft ist, unter der Bedingung, dass der Normalpreis während mindestens zweier Monate tatsächlich gehandhabt wurde.

AG lehnt diese Änderung ab, da er befürchtet, dass die Verkäufer diese Waren während der Zwischensaison zu einem bestimmten Preis anbieten, um anschliessend Vergleichspreise angeben zu können; **VD** ist dagegen, da die heutige Regelung inzwischen bei den Händlern bekannt sei und eine erneute Änderung Unsicherheiten hervorrufen würde. Beide Kantone sind zudem der Ansicht, der Ausdruck «Saisonwaren» sei vage und die Unterscheidung zu den «normalen» Waren unklar, was den Vollzug massgeblich verkompliziere. **Grüne, acsi, kf** und **SKS** finden die vorgesehene Dauer von vier Monaten für die Saisonwaren zu lang, da diese ja ohnehin nur während kurzer Zeit aktuell seien. Ausserdem sei es kaum realistisch, dass überprüft werden kann, ob der Preis der Ware vorher während zwei Monaten tatsächlich so gehandhabt wurde. **economiesuisse** nimmt Bezug auf die Stellungnahme der **Swiss Retail Federation**, die wie die **FER** eine einfacher umsetzbare Lösung wünscht. Sie bedauert ausserdem, dass in der vergangenen Saison herabgesetzte Produkte in der folgenden Saison neu etikettiert werden müssen, was Unkosten verursacht und für die Konsumenten nicht

³⁵ AG, VD

³⁶ KV Schweiz, SGV, SBV und SGB

transparent ist. So fordert sie, dass der Selbstvergleich bei Saisonware drei Wochen nachdem die Ware unmittelbar vorher zum höheren Preis tatsächlich gehandelt wurde, zeitlich uneingeschränkt praktiziert werden darf. **Lausanne** findet, dass die Konsumenten in diesem Bereich zu wenig gegen Missbräuche geschützt sind.

3.16 Preisreduktionen (Art. 17 Abs. 2 PBV-E)

Art. 17 Abs. 2

² Für solche Hinweise gilt die Pflicht zur Preisbekanntgabe sowie zur Spezifizierung im Sinne dieser Verordnung. Ausgenommen sind Hinweise auf mehrere Produkte, verschiedene Produkte, Produktgruppen oder Sortimente, sowie für sie der gleiche Reduktionssatz *oder -betrag* gilt.

Die **überwiegende Mehrheit der Teilnehmenden** sind klar für die in Art. 17 Abs. 2 der Vorlage vorgesehene Lockerung³⁷ oder zumindest nicht dagegen.

Die **Werbebranche** und die **Swiss Retail Federation** befürworten diese Änderung und möchten, dass sie noch weiter geht. Ihre Argumente sind unter Ziffer 3.18 aufgeführt.

Der **asut** begrüsst ausdrücklich diese Änderung, mit der die sachlich nicht zu rechtfertigende Einschränkung auf den Reduktionssatz aufgehoben werde.

ZH ist gegen diese Änderung, in der Befürchtung, dass sie zu einer Zunahme von Werbeaktionen führen dürfte, mit denen Konsumentinnen und Konsumenten durch Ankündigung von Preissenkungen ohne Angabe des Detailpreises angelockt würden, was nicht im Sinne der Preistransparenz sei. **Lausanne** ist der Ansicht, diese Änderung sei ungenügend, obwohl dadurch den Bedürfnissen der Händler besser Rechnung getragen werde.

3.17 Stärkung des Vollzugs (Art. 23 Abs. 2 PBV-E)

Art. 23 Abs. 2 zweiter Satz (neu)

² Die zuständigen kantonalen Stellen melden dem Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartement einmal jährlich die Art und die Anzahl der durchgeführten Kontrollen und der verzeigten Verstösse, aufgeschlüsselt nach Branchen.

Mit Ausnahme von sechs Kantonen³⁸ lehnen die meisten **Kantone** (sowie **Lausanne**) diese neue Bestimmung klar ab³⁹ oder äussern Vorbehalte oder Änderungsvorschläge⁴⁰.

BL und **BS** sind der Ansicht, dass die jährliche Berichterstattung eine bessere Übersicht und einen einheitlicheren Vollzug der PBV ermöglichen wird. **NE** weist darauf hin, dass dieser Jahresbericht ermöglichen wird, die Intensität der Umsetzung der PBV festzustellen und dass er auch der gängigen Praxis im Lebensmittelbereich entspricht. **AG** würde einen qualitativen Bericht (zur Kontrolltätigkeit und zu den festgestellten Verstössen) gegenüber einem quantitativen Bericht vorziehen; **AI** schlägt einen Bericht vor, in dem die kontrollierten Branchen, die festgestellten Verstösse und die angeordneten Massnahmen aufgeführt sind. Mehrere Kantone⁴¹ wünschen, dass das SECO den Kantonen eine Berichtsvorlage zur Verfügung stellt und präzise Richtlinien zu den Kontrollen vorsieht. **TI** findet, dass eine finanzielle Unterstützung gewährt werden müsse, um die durch diesen Bericht verursachten Kosten auszugleichen.

Dem Jahresbericht wird vor allem vorgeworfen, dass er zu einer Erhöhung des Arbeitsaufwands

³⁷ Insbesondere: die meisten Kantone, die Dachverbände der Wirtschaft sowie die im Verkauf tätigen Teilnehmenden.

³⁸ BL, BS, FR, GE, JU und NE

³⁹ AR, BE, GL, GR, OW, SG, SO, TG, UR, VD, ZG, ZH

⁴⁰ AG, AI, NW, SH, TI

⁴¹ AI, BL, BS, SH

und der administrativen Kosten führe⁴². Mehrere Kantone erklären, dass der Vollzug an die Gemeinden delegiert wurde und die Erhebung der Daten daher äusserst kompliziert wäre⁴³; andere bezweifeln den Nutzen dieses Berichts⁴⁴ und/oder weisen darauf hin, dass keine Informationen über Mängel beim Vollzug der PBV vorliegen⁴⁵.

Die **Swiss Retail Federation** lehnt diese Massnahme ab, da sie befürchtet, die Regelung würde zu einem «Wettrennen» zwischen den kantonalen Behörden führen, zahlenmässig die meisten Verwarnungen und Verzeigungen zu melden, indem man sich auf Lappalien stürzt, statt sich den wirklichen Problemen zuzuwenden. Das **KMU-Forum** nimmt die Ansicht von **SO** auf, laut der weitere Indikatoren vorgesehen werden sollten, um den in den letzten Jahren durch die Kantone entwickelten modernen Vollzugskonzepten besser Rechnung zu tragen.

Breite Unterstützung oder zumindest keinen Widerstand findet der Jahresbericht hingegen bei den **politischen Parteien**, den **Dachverbänden der Wirtschaft**, den **Konsumentenorganisationen** sowie bei den **übrigen interessierten Kreisen**⁴⁶.

Diese Vernehmlasser/-innen finden, dass die geplante Massnahme zur Verbesserung des Vollzugs der PBV beitragen wird, indem sie für einen besseren Überblick und eine effizientere Koordination sorgt. **Grüne**, **acsi** und **SKS** halten die Massnahme für einen Schritt in die richtige Richtung, bezweifeln jedoch, dass sie ausreicht, um der PBV das nötige Gewicht zu verleihen.

Mehrere Teilnehmende beurteilen nämlich den Vollzug der PBV durch die Kantone als unzureichend⁴⁷. Die Kontrollen auf dem Gebiet der PBV würden von den Kantonen vernachlässigt und nur lückenhaft und beschränkt durchgeführt, da es ihnen an finanziellen Ressourcen und Personal dafür fehle. Ausserdem würden die Kontrolltätigkeiten je nach Kanton willkürlich verschiedenen Stellen zugewiesen (Marktaufsicht, Verwaltungspolizei, Arbeitsinspektorat, Gewerbe-polizei usw.)⁴⁸. Gewisse Dienstleister würden die Ineffizienz des Vollzugs auf Kosten der seriösen Händler ausnutzen⁴⁹. Der Vollzug der PBV müsse daher einheitlicher werden und das SECO müsse seine Oberaufsicht strikter wahrnehmen, indem es die Kontrolltätigkeiten besser koordiniert und den Kantonen klare Instruktionen gibt⁵⁰.

⁴² AI, AR, BE, GL, GR, NW, OW, SG, SH, SO, TG, TI, UR, VD, ZG, ZH

⁴³ BE, SG, TG

⁴⁴ AR, GR, OW, SG, SO, VD, ZG, ZH

⁴⁵ OW, UR

⁴⁶ Mit Ausnahme des KMU-Forums, der Swiss Retail Federation und von Lausanne

⁴⁷ Grüne, ASMAS, acsi, kf, SKS, TCS

⁴⁸ Grüne, acsi, SKS

⁴⁹ ASMAS, Swiss Retail Federation

⁵⁰ Grüne, acsi, SKS, Coop, Fust, Swiss Retail Federation

3.18 Weitere Vorschläge

Mehrere Teilnehmende schlagen Ergänzungen zum unterbreiteten Entwurf oder konkrete Textformulierungen vor.

Art. 3	<i>Bekanntgabepflicht</i>
--------	---------------------------

Abs. 1

SP, acsi und **SKS** stellen fest, dass die Konsumenten immer häufiger mit internationalen Waren konfrontiert sind (z.B. Kleider und Schuhe von grossen Verkaufsketten), deren Etiketten **Preise in Schweizerfranken und in Euro** enthalten. Die Konsumenten wissen in diesem Fall nicht, ob sie den in der Regel höheren Preis in Schweizer Franken zahlen müssen oder ob sie auch in der günstigeren Euro-Währung zahlen können. In der Regel akzeptieren die Geschäfte nur Zahlungen in Schweizer Franken. Die drei Teilnehmenden fordern daher, dass Art. 3 Abs. 1 wie folgt geändert wird: *«Für Waren, die dem Konsumenten zum Kauf angeboten werden, ist der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken (Detailpreis) bekanntzugeben. Wenn der Preis in Euro oder in einer anderen Fremdwährung angegeben ist, steht es dem Konsumenten frei, in dieser Währung zu zahlen».*

Art. 4	<i>Öffentliche Abgaben, vorgezogene Entsorgungsbeiträge, Vergünstigungen</i>
--------	--

Abs. 1

SENS und **SLRS** machen auf ein Problem aufmerksam im Zusammenhang mit der Pflicht, dass **vorgezogene Entsorgungsbeiträge im Detailpreis inbegriffen** sein müssen. Die beiden Stiftungen erklären, dass sie im Auftrag der Privatwirtschaft ein Rücknahmesystem für Geräte mit elektrischen und elektronischen Komponenten betreiben, dem eine Verordnung des Bundesrates zu Grunde liegt⁵¹. Die Händler, Hersteller und Importeure, die auf freiwilliger Basis an der Finanzierung dieses Wiederverwertungssystems teilnehmen, erheben daher eine vorgezogene Entsorgungsgebühr (VEG), die im Verkaufspreis der Geräte inbegriffen ist. Leider würden einige «Trittbrettfahrer» die Beteiligung an diesem System verweigern und so seinen nicht obligatorischen Charakter ausnutzen. Die beiden Teilnehmenden wünschen daher, dass die PBV die Pflicht vorsieht, dass Dienstleister, die die VEG auf den Verkaufspreis überwälzen, diese auch separat ausweisen müssen. So würden die Konsumenten über die erbrachte Zusatzleistung informiert und könnten zudem zwischen Produkten, bei denen die VEG enthalten ist und Produkten von Dienstleistern, die nicht am System teilnehmen, unterscheiden.

Der **TCS** hält fest, das Angebot von Elektrofahrzeugen gewinne zunehmend an Bedeutung und es sei für die Konsumenten daher immer wichtiger, die **Strompreise** zu kennen. Er bedauert jedoch, dass zahlreiche Gesellschaften des Elektrizitätsmarktes die PBV oft nicht beachten und ihre Preise ohne MWST angeben.

Art. 6	<i>Messbare Waren und Grundpreis</i>
--------	--------------------------------------

Abs. 3 (Preis der Lebensmittelkonserven)

AG weist darauf hin, dass der Verweis auf die Deklarationsverordnung in Art. 6 Abs. 3 PBV einen Fehler enthält: beim betreffenden Artikel handelt es sich um Art. 17 Abs. 1 Bst. a und nicht um Art. 18.

⁵¹ Verordnung über die Rückgabe, die Rücknahme und die Entsorgung elektrischer und elektronischer Geräte (VREG; SR 814.620)

Art. 7 Anschrift

Das **KMU-Forum** und **pharmaSuisse** machen auf ein Problem im Zusammenhang mit der **Preisangabe** bei nicht frei zugänglichen **Arzneimitteln** aufmerksam. Das Informationsblatt des SECO zu diesem Thema sieht vor, dass die Preise der nicht frei zugänglichen Arzneimittel an der Ware selbst anzubringen sind. Allerdings werden die Preise von Arzneimitteln relativ oft angepasst. So müssen bei jeder vom Bund angeordneten oder aus der Pharmaindustrie hervorgehenden Änderung oder bei Anpassungen der MWST-Sätze diese Arzneimittel neu etikettiert werden, was wesentliche Kosten mit sich bringt und als unverhältnismässig betrachtet wird. Die beiden Teilnehmenden schlagen daher vor, dass der Preis nicht mehr im Voraus auf jeder Verpackung angebracht werden muss, sondern dass er auch bei der Übergabe an den Kunden noch angegeben werden kann, z.B. auf der Kaufquittung, auf der Posologieetikette oder auf der Krankenversicherungsabrechnung.

Art. 7 und 11 Art und Weise der Bekanntgabe

Die **FER** wünscht, dass ein neuer eigener Artikel die **Bekanntgabe der Preise im Internet** behandelt, insbesondere damit die Konsumenten alle Kaufbedingungen kennen, bevor sie die Zahlung validieren.

Art. 8 Sichtbarkeit und Lesbarkeit

Gemäss Art. 8 müssen die Preise leicht sichtbar und gut lesbar sein. **Grüne**, **acsi** und **SKS** haben auf grosse Mängel bei der Angabe des Grundpreises hingewiesen. Der Grundpreis könne zum Teil kaum entziffert werden, sei vertikal statt horizontal angebracht und sei – bei der Preisangabe am Regal – bei höher oder tief ausgestellten Waren nicht mehr erkennbar. So schlagen die Teilnehmenden vor, einen dritten Absatz mit dem folgenden Wortlaut zu ergänzen: «Insbesondere müssen bei Preisangaben an Regalen und Etiketten die Grundpreise gut lesbar sein».

Art. 10 Bekanntgabepflicht [für Dienstleistungen]

Grüne, **SP**, **acsi** und **SKS** möchten die Liste der unterstellten Dienstleistungen in Art. 10 ausweiten und die **Anlagefonds** sowie die Leistungen der **Anwälte** darin aufnehmen.

Bst. s

economiesuisse leitet die Stellungnahme von **Hapimag** weiter, laut der **Teilzeitnutzungsrechte an Immobilien** nicht der PBV unterstellt werden sollten. So seien diese nicht als «Dienstleistungen» zu betrachten, sondern die Wohnraumüberlassung stehe im Vordergrund (analog der Miete).

Art. 11 Art und Weise der Bekanntgabe

Abs. 3 (Bekanntgabe des Preises für Getränke in gastgewerblichen Betrieben)

GastroSuisse schlägt eine Änderung von **Art. 11 Abs. 3 PBV** vor, damit auch die Getränke explizit aufgeführt werden, für die keine Mengenangabe gemacht werden muss, d.h. die Mischungen mehrerer Fertiggetränke, mit Wasser aufgesetzte oder mit Eis vermischte Getränke wie zum Beispiel Mixdrinks sowie Heissgetränke wie zum Beispiel Kaffee oder Tee.

Abs. 4 (Preisbekanntgabe in der Hotellerie)

BL schlägt für Art. 11 Abs. 4 folgende Formulierung vor: «In Betrieben, die gewerbsmässig Personen beherbergen, ist der Preis für die Übernachtung mit oder ohne Frühstück, für Halb- oder Vollpension dem Gast bis spätestens zum Zeitpunkt seiner Ankunft schriftlich zur Kenntnis zu bringen (alternativ: bekannt zu geben) und in den Gästezimmern anzuschlagen».

Art. 11b Art und Weise der Preisbekanntgabe bei Mehrwertdiensten, die pro Einzelinformation abgerechnet werden

Abs. 3

Asut, Orange und Swisscom weisen darauf hin, dass sie bei der Anhörung zur Änderung der Fernmeldeverordnungen, die vom 8. April bis 5. Juni 2009 stattgefunden hat⁵², keine Gelegenheit hatten, sich zu Art. 11b Abs. 3 PBV (**Information zur Deaktivierung des Push-Dienstes**) zu äussern. Während der Versand dieser Information mit jedem SMS möglich, wenn auch technisch schwierig sei, sei es dagegen äusserst kompliziert, den Kunden die Möglichkeit zu bieten, auf diese Benachrichtigung zu verzichten. So würde dies die Schaffung zweier Kundendatenbanken erfordern (eine für Kunden, die die Information wünschen und eine für diejenigen, die darauf verzichten). Die drei Teilnehmenden schlagen daher vor, Absatz 3 wie folgt umzuformulieren: «Nach Annahme des Angebots nach Absatz 2 muss dem Konsumenten bei jeder Einzelinformation das Vorgehen zur Deaktivierung des Dienstes kostenlos bekannt gegeben werden. Dem Konsumenten kann angeboten werden, kostenlos auf diese Benachrichtigung zu verzichten. ~~Ihm muss die Möglichkeit geboten werden, kostenlos auf die Benachrichtigung zu verzichten.~~

Art. 11c (neu) Art und Weise der Preisbekanntgabe von Flugreisen

economiesuisse und **Swiss** schlagen vor, Art. 11c Abs. 1 wie folgt umzuformulieren: «Wer den Konsumenten in der Schweiz in einer beliebigen Form, einschliesslich über Internet, Flugpreise für Flugdienste ab einem Flughafen in der Schweiz oder in der Europäischen Union anbietet, hat die anwendbaren Tarifbedingungen zu nennen».

Art. 13 Abs. 2 und 18 Abs. 2 Richtpreisproblematik

economiesuisse, asut, Orange und Swisscom schlagen die folgende Formulierung vor:

Art. 13 Abs. 2: „Hersteller, Importeure und Grossisten können Richtpreise bekannt geben., ~~wenn deutlich darauf hingewiesen wird, dass es sich um ihren unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis handelt~~“ Vorbehalten bleibt die Gesetzgebung des Bundes über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen“.

Art. 18 Abs. 2: „Hersteller, Importeure und Grossisten dürfen Konsumenten Preise oder Richtpreise bekannt geben oder für Konsumenten bestimmte Preislisten, Preiskataloge und dergleichen zur Verfügung stellen, ~~sofern sie deutlich darauf hinweisen, dass es sich um ihren unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis handelt~~. Vorbehalten bleibt die Gesetzgebung des Bundes über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen.

⁵² Siehe <http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/03153/index.html?lang=de>

Art. 14	Spezifizierung
---------	----------------

Abs. 2

BL regt an, dass es zulässig sein sollte, in der Werbung auf einen Internet-Link zu verweisen, falls darüber die spezifizierenden PBV-konformen Angaben leicht (mit 1-3 Klicks) erhältlich sind.

5. Kapitel	Irreführende Preisbekanntgabe
------------	-------------------------------

GastroSuisse ist der Meinung, der Titel von Kapitel 5, also «Irreführende Preisbekanntgabe» entspreche nicht dem Inhalt der Artikel 16 bis 19, die Anforderungen für die Angabe von Vergleichspreisen, Preisreduktionen usw. enthalten. Laut diesem Verband bezweckt die gesamte Verordnung und nicht nur diese wenigen Artikel, irreführende Preise zu verhindern.

Art. 16	Bekanntgabe weiterer Preise
---------	-----------------------------

Abs. 2 (Art des Preisvergleichs)

Die **Swiss Retail Federation** weist darauf hin, dass gemäss Art. 16 Abs. 2 PBV aus der Ankündigung die Art des Preisvergleichs hervorgehen muss. Die Wegleitung für die Praxis des SECO zur PBV besagt ihrerseits, dass aus dem blossen Durchstreichen eines Preises nicht genügend klar wird, welche Preise verglichen werden. Es wird eine Ergänzung gefordert, wie «vorher-aktuell», «neu-alt» usw. Laut Swiss Retail Federation ist diese Regelung praxisfern und benötigt unnötigen Aufwand. So fordert der Verband, dass beim Selbstvergleich das blosses Durchstreichen und Anbringen des Vergleichspreises genügen soll. Heutzutage gehe der Kunde selbstredend bei einem solchen Vorgehen davon aus, dass ein neu angebrachter Preis einen Selbstvergleich darstellt. Daher schlägt der Verband die folgende Änderung von Absatz 2 vor: «Die Voraussetzungen für die Verwendung von Vergleichspreisen sind vom Anbieter auf Verlangen glaubhaft zu machen. Aus der Ankündigung muss die Art des Preisvergleichs beim Einführungspreis oder Konkurrenzvergleich hervorgehen».

Abs. 3 (Dauer der Bekanntgabe des Vergleichspreises)

AG findet, die Überprüfung der Einhaltung von Art. 16 sei äusserst aufwändig und schwierig. Mit der Einführung einer **zwingenden Deklaration der Dauer**, in welcher der Vergleichspreis gehandhabt wurde beziehungsweise gehandhabt werden wird, würde der Vollzug stark vereinfacht. Daher schlägt dieser Kanton vor, Absatz 3 zu ändern und die Pflicht zu ergänzen, den Zeitraum zu deklarieren, in welchem die Ware zum Vergleichspreis angeboten wurde.

Art. 17	Hinweise auf Preisreduktionen
---------	-------------------------------

Abs. 2

Die **Werbebranche**⁵³ versteht nicht, weshalb ein Hinweis wie «**Aktion: 30% bis 70%** auf den Möbeln» als irreführend betrachtet wird. So verbieten die komplizierten und unklaren Bestimmungen zur Angabe irreführender Preise diese Art von Hinweisen und fordern die Angabe der Preise sowie detaillierte Spezifizierungsangaben. Laut diesen Teilnehmenden würde zur Vermeidung von Täuschungen die Garantie genügen, dass die erwähnten Produkte oder Produktgattungen auch wirklich zu den angegebenen Reduktionssätzen angeboten und verkauft werden.

Für die **Swiss Retail Federation** ist auch nicht nachvollziehbar, weshalb die in Art. 17 Abs. 2 vorgesehene Ausnahme für einfache Reduktionssätze oder -beträge nicht auch für Hinweise wie «Rabatt von 10-50%» gelten sollte. Eine Täuschung der Konsumenten sei in diesem Fall ebenso

⁵³ ASW, AWS, BSW, IGEM, Schweizer Medien, Publisuisse, script, SDV Marketing; SW, SWA

ausgeschlossen, denn er wisse, dass sich die Reduktion in diesem Rahmen bewegen wird. So beantragt die Swiss Retail Federation folgende Formulierung: *«Für solche Hinweise gilt die Pflicht zur Preisbekanntgabe sowie zur Spezifizierung im Sinne dieser Verordnung. Ausgenommen sind Hinweise auf mehrere Produkte, verschiedene Produkte, Produktgruppen oder Sortimente, soweit für diese der gleiche Reduktionssatz oder -betrag bzw. eine Reduktionssatzbandbreite oder -betragsbandbreite gelten».*

Art. 22	Vollzug
---------	---------

BL empfiehlt, dass der Vollzug der PBV im Bereich der **Radio- und Fernsehwerbung** dem SECO übertragen wird, um die Zuständigkeit für diese in der ganzen Schweiz ausgestrahlten Programme klar zu regeln. So zeige die Praxis, dass es ein einzelner Kanton oft nicht wagt, gegen PBV-Verstösse in diesem Bereich vorzugehen, obwohl solche immer wieder festgestellt werden können. BL schlägt daher vor, Art. 22 durch einen neuen Absatz (3) mit dem folgenden Wortlaut zu ergänzen: *«Das Staatssekretariat für Wirtschaft, SECO, überwacht die Einhaltung der Bestimmungen dieser Verordnung bei der Radio- und Fernsehwerbung auf dem Gebiet der Schweiz. Das Verfahren richtet sich nach Bundesrecht».* Alternativ fordert BL die folgende Formulierung: *«Das SECO unterstützt die Kantone mittels klarer Weisungen im entsprechenden Vollzug.»*

Die **Swiss Retail Federation** wünscht einen Systemwechsel beim Vollzug der PBV. Sie regt an, dass die Vollzugsbehörden sich auf das Problem der **«Mondpreise»** konzentrieren, bei denen die Konsumenten durch die Angabe eines überhöhten und nie gehandhabten Vergleichspreises getäuscht werden. Die anderen Fälle könnten beispielsweise nur auf eine konkrete Klage hin untersucht werden.

Art. 23	Oberaufsicht durch den Bund
---------	-----------------------------

Abs. 1

Swiss und **economiesuisse** sind der Ansicht, dass **der Vollzug** von Artikel 11c zur Art und Weise der Preisbekanntgabe von **Flugreisen** dem Bundesamt für Zivilluftfahrt (BAZL) übertragen werden sollte. So weisen sie darauf hin, dass das europäische Reglement von den Staaten verlangt, dass sie wirksame, angemessene und abschreckende Sanktionen bei Verstössen gegen die Tarifbestimmungen verhängen, was bei der vorgesehenen Busse bei Verstössen gegen die PBV nicht der Fall sei. Daher sollten Verstösse gegen Art. 11c Abs. 1 PBV nicht nur gestützt auf Art. 24 UWG sanktioniert werden, sondern auch auf der Grundlage von Art. 91 ff des Luftfahrtgesetzes⁵⁴. So schlagen sie vor, Art. 23 Abs. 1 PBV wie folgt neu zu formulieren: *Der Bund führt die Oberaufsicht. Sie wird durch das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement ausgeübt. Verstösse gegen Art. 11c dieser Verordnung ahndet das Bundesamt für Zivilluftfahrt gestützt auf Art. 24 UWG und Art. 91 ff LFG.*

⁵⁴ Bundesgesetz vom 21. Dezember 1948 über die Luftfahrt (LFG; SR 748.0)

4 Anhänge

Vernehmlassungsverfahren: Verzeichnis der eingegangenen Stellungnahmen

Procédure de consultation: Liste des réponses reçues

Procedura di consultazione: Lista dei pareri ricevuti

1. Kantone - Cantons - Cantoni

1. - 26.	AG, AI, AR, BE, BL, BS, FR, GE, GL, GR, JU, LU, NE, NW, OW, SG, SH, SO, SZ, TG, TI, UR, VD, VS, ZG, ZH
-------------	--

2. Politische Parteien - Parti politiques - Partiti politici

27.	Christlich-soziale Partei Parti chrétien-social Partito cristiano sociale Partida cristian-sociala	CSP PCS PCS PCS
28.	Die Liberalen Les Libéraux-Radicaux I Liberali Ils Liberals	FDP PLR PLR PLD
29.	Grüne Partei der Schweiz Parti écologiste suisse Partito ecologista svizzero Partida ecologica svizra	Grüne Les Verts I Verdi La Verda
30.	Schweiz Sozialdemokratische Partei der Schweiz Parti socialiste suisse Partito socialista svizzero Partida socialdemocrata da la Svizra	SP PS PS PS

3. Gesamtschweizerische Dachverbände der Gemeinden, Städte und Berggebiete -

Associations faîtières des communes, des villes et des régions de montagne qui œuvrent au niveau national - Associazioni mantello nazionali dei Comuni, delle città e delle regioni di montagna

31.	Schweizerischer Städteverband Union des Villes Suisses Unione delle Città Svizzere	hat explizit auf eine Stellung- nahme verzichtet	SSV UVS UCS
-----	--	--	-------------------

4. Gesamtschweizerische Dachverbände der Wirtschaft - Associations faîtières de l'économie qui oeuvrent au niveau national - Associazioni mantello nazionali dell'economia

32.	Verband der Schweizer Unternehmen Fédération des entreprises suisses Federazione delle imprese svizzere	economie- suisse
33.	Kaufmännischer Verband Schweiz Société suisse des employés de commerce Società svizzera degli impiegati di commercio	KV Schweiz SEC Suisse SIC Svizzera
34.	Schweizerischer Arbeitgeberverband Union patronale suisse Unione svizzera degli imprenditori	hat explizit auf eine Stellung- nahme verzichtet SAGV UPS UPS
35.	Schweizerischer Bauernverband Union suisse des paysans Unione svizzera dei contadini	SBV USP USC
36.	Schweizerischer Gewerkschaftsbund Union syndicale suisse Unione sindacale svizzera	SGB USS USS
37.	Schweizerischer Gewerbeverband Union suisse des arts et métiers Unione svizzera delle arti e mestieri	SGV USAM USAM

5. Konsumentenorganisationen - Organisations de consommateurs - Organizzazioni di consumatori

38.	Associazione Consumatrici Svizzera Italiana	acsi
39.	Konsumentenforum	kf
40.	Stiftung für Konsumentenschutz	SKS
41.	Touring Club Schweiz Touring Cub Suisse Touring Club Svizzero	TCS

6. Übrige interessierte Kreise - Autres personnes intéressées - Altre persone interessate

42.	Association des groupements et organisations romands de l'agriculture	Agora
43.	Autogewerbe-Verband Schweiz Union professionnelle suisse de l'automobile Unione professionale svizzera dell'automobile	AGVS UPSA UPSA
44.	Verband Schweizer Sportfachhandel Association suisse des Magasins d'Articles de Sport	ASMAS

45.	Schweizerischer Verband der Telekommunikation Association suisse des télécommunications	asut
46.	Geschäftsstelle ASW	ASW
47.	Aussenwerbung Schweiz	AWS
48.	Basellandschaftlicher Notariatsverband	BNV
49.	Verband der Werbe- und Kommunikationsagenturen der Schweiz Association Suisse des Agences en Publicité et Communication	BSW
50.	Centre patronal	Centre Patronal
51.	Coop	Coop
52.	Eidgenössische Kommission für Konsumentenfragen Commission fédérale de la consommation Commissione federale del consumo	EKK CFC CFC
53.	Fédération des entreprises romandes	FER
54.	Fédération patronale Vaudoise	FPV
55.	Dip. Ing. Fust AG	Fust
56.	GastroSuisse	GastroSuisse
57.	Gesellschaft Schweizerischer Tierärztinnen und Tierärzte Société des Vétérinaires Suisses	GST SVS
58.	Hauseigentümerverband Schweiz	HEV
59.	Unternehmerverband der Schweizer Hotellerie Association des entrepreneurs de l'hôtellerie suisse	hotelleriesuisse
60.	Interessengemeinschaft elektronische Medien	IGEM
61.	KMU-Forum Forum PME Forum PMI	KMU-Forum Forum PME Forum PMI
62.	Municipalité de Lausanne	Lausanne
63.	Migros-Genossenschafts-Bund Fédération des coopératives Migros Federazione delle cooperative Migros	Migros
64.	Notariatskammer Basel-Stadt	Notariatskammer BS
65.	Orange Communications SA	Orange
66.	Schweizerischer Apothekerverband Société Suisse des Pharmaciens	pharmaSuisse
67.	Publicité Romande	Publicité Romande
68.	Publisuisse	Publisuisse
69.	Reifen-Verband der Schweiz Association suisse du pneu Associazione svizzera del pneumatico	RVS ASP ASP
70.	Schweizer Medien	Schweizer Medien

	Médias Suisses Media Svizzeri	Médias Suisses Media Svizzeri
71.	Schweizer Texterinnen- und Texterverband Association suisse des rédactrices et rédacteurs publicitaires Associazione svizzera dei copywriter	script
72.	Schweizerischer Drogistenverband Association suisse des droguistes	SDV ASD
73.	Schweizer Direktmarketing Verband Association suisse de marketing direct	SDV Marketing ASMD
74.	Stiftung Entsorgung Schweiz	SENS
75.	Schweizer Fleischfachverband Union Professionnelle Suisse de la Viande Unione Professionale Svizzera della Carne	SFF UPSV UPSC
76.	Stiftung Licht Recycling Schweiz Fondation Suisse pour le recyclage des sources lumineuses et lumineuses Fondazione Svizzera per il riciclaggio dei dispositivi d'illuminazione e delle lampade	SLRS
77.	Schweizerischer Leasingverband Association Suisse des Sociétés de Leasing	SLV ASSL
78.	Schweizerischer Notarenverband Fédération Suisse des Notaires Federazione Svizzera dei Notai	SNV FSN FSN
79.	Schweizer Werbung Publicité Suisse Pubblicità Svizzera	SW Pub. Suisse Pub. Svizzera
80.	Schweizer Werbe-Auftraggeberverband Association Suisse des Annonceurs	SWA ASA
81.	Swiss International Air Lines AG	Swiss
82.	Vereinigung von Mittel- und Grossbetrieben des schweizerischen Detailhandels Association des moyennes et grandes entreprises du commerce suisse de détail	Swiss Retail Federation
83.	Swisscom	Swisscom
84.	Schweizer Verband der Lebensmittel-Detaillisten Association suisse des détaillants en alimentation Associazione svizzera dei dettaglianti in alimentari	Veledes
85.	Verband Textilpflege Schweiz Association suisse des entreprises d'entretien des textiles	VTS ASET