



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Preisbekanntgabeverordnung PBV

Preisbekanntgabe für Motorfahrzeuge



Inhaltsverzeichnis

In der Broschüre verwendete Abkürzungen und Begriffe	3
Ziele und Geltungsbereich der PBV	4
Grundsätze der Preisanschrift von Waren	5
Grundsätze der Preisbekanntgabe von Dienstleistungen	6
Grundsätze der Preisbekanntgabe in der Werbung	7
Vergleichspreise und Preisreduktionen	9
Motorfahrzeughandel: Am Ort des Angebots	11
Motorfahrzeughandel: in der Werbung	13
Pneuhandel	18
Garagengewerbe	20
Waschanlagen	22
Parkhäuser	23
Gesetzliche Grundlagen	24
Überwachung, Verantwortlichkeit und Sanktionen	25
Informationen und Publikationen	26

Zielgruppe dieser Broschüre

- Alle Anbieter von Produkten und Dienstleistungen im Zusammenhang mit Motorfahrzeugen (Autos, Motorräder, Motorfahrräder, Mobil homes, Pneus usw.)
- Deren Branchenverbände
- Fachleute aus Marketing und Werbung
- Fachschulen
- Kantonale Vollzugsstellen

In der Broschüre verwendete Abkürzungen und Begriffe

- **PBV:** Verordnung vom 11. Dezember 1978 über die Bekanntgabe von Preisen (Preisbekanntgabe-Verordnung; SR 942.211).
- **Angebot zum Kauf:** Alle Rechtsgeschäfte mit wirtschaftlich gleichen oder ähnlichen Wirkungen wie der Kauf, z.B. Konsumkreditverträge, Mietkaufverträge, Leasing, Eintauschaktionen, die mit einem Kauf verbunden sind.
- **Detailpreis:** Tatsächlich zu bezahlender Preis in Schweizerfranken, inklusiv alle öffentlichen Abgaben wie die MWST, vorgezogene Entsorgungsgebühren und -beiträge sowie alle weiteren nicht frei wählbaren Zuschläge jeglicher Art.
- **Grundpreis:** Der dem Detailpreis zugrundeliegende Preis je Liter, Kilogramm, Meter, Quadratmeter, Kubikmeter oder eines dezimalen Vielfachen oder eines dezimalen Teiles davon.
- **Konsumentinnen/Konsumenten:** Personen, die Waren oder Dienstleistungen für Zwecke kaufen, die nicht im Zusammenhang mit ihrer gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit stehen.
- **Messbare Waren:** Waren, deren Detailpreis üblicherweise nach Volumen, Gewicht, Masse, Länge oder Fläche bestimmt wird (z. B. Benzin, Gas, Öl).
- **Motorfahrzeuge:** Ein Motorfahrzeug ist jedes Fahrzeug mit eigenem Antrieb, durch den es auf dem Erdboden unabhängig von Schienen fortbewegt wird.¹
- **MWST:** Mehrwertsteuer.
- **Nutzfahrzeuge:** Fahrzeuge, die für eine gewerbliche oder berufliche Tätigkeit bestimmt sind, z.B. Lieferwagen, Lastwagen, Traktoren usw.
- **Personenwagen:** Leichte Motorwagen zum Personentransport mit höchstens neun Sitzplätzen einschliesslich Führer oder Führerin (bis 3,50 t).
- **Richtpreise:** Preisempfehlungen von Herstellern, Importeuren und Grossisten zu Handen der Konsumentinnen und Konsumenten.
- **VEB:** Vorgezogene Entsorgungsbeiträge; privatrechtlich vereinbarte und zum Voraus zu bezahlende Beiträge für die Entsorgung verschiedener Waren wie elektrische und elektronische Geräte, Altreifen usw.
- **VEG:** Vorgezogene Entsorgungsgebühr; staatlich festgelegte und zum Voraus zu bezahlende Gebühr für die Entsorgung von Batterien und Glas.
- **Abkürzungen für Schweizerfranken:** Fr., CHF, SFr., Sfr.

Alle in dieser Broschüre verwendeten Preisbeispiele sind fiktiver Art.

¹ Art. 7 Abs. 1 Strassenverkehrsgesetz (SVG; SR 741.01)

Ziele und Geltungsbereich der PBV

Die PBV verfolgt drei Ziele:

- Preisklarheit
- Vergleichbarkeit der Preise
- Verhinderung irreführender Preisangaben

Die PBV gilt für:

- das Angebot von Waren zum Kauf an Konsumentinnen und Konsumenten;
- die in der PBV aufgeführten Dienstleistungen, die Konsumentinnen und Konsumenten angeboten werden;
- Werbung mit Preisangaben für sämtliche Waren und Dienstleistungen, soweit sie sich an Konsumentinnen und Konsumenten richtet.

Die PBV gilt nur für **Angebote an Konsumentinnen und Konsumenten**. Daraus ergibt sich, dass **Angebote an Gewerbetreibende**, z. B. für Nutzfahrzeuge, nicht in den Geltungsbereich der PBV fallen.

Hinweis: Die Vorschriften über die Energieetikette gelten für alle neuen Personenwagen, auch für Angebote an Gewerbetreibende.



Grundsätze der Preisanschrift von Waren

Wer muss die Preise anschreiben?

Motorfahrzeuganbieter, Tankstellen-Shop-Betreiber, Pneuhändler, Garagenbetreiber, Kraftstoffanbieter usw. sind verpflichtet, die Preise vorschriftsgemäss anzuschreiben.

Für welche Waren muss der Preis bekanntgegeben werden?

Für Motorfahrzeuge, Pneus, Treibstoff, Zubehör wie Dachbehälter, Felgen, Fahrradhalter usw.

Welcher Preis ist anzugeben?

Es ist der tatsächlich zu bezahlende Preis (Detailpreis) in Schweizerfranken anzugeben. Alle überwälzten öffentlichen Abgaben (z. B. MWST, Mineralölsteuer usw.), Urheberrechtsvergütungen, vorgezogene Entsorgungsbeiträge und -gebühren sowie weitere nicht frei wählbare Zuschläge (z. B. Ablieferungspauschale, allfällige CO₂-Sanktion bei Neuwagen² usw.) müssen im Detailpreis inbegriffen sein.

Bei messbaren Waren ist immer der Grundpreis anzugeben: Preis je Kilo, l, m³ (z. B. unverbleites Benzin: Fr. 1.80/l; Erdgas: Fr. 1.725/kg).

Wo müssen die Preise angegeben sein?

Detail- und Grundpreise müssen durch Anschrift an der Ware selbst oder unmittelbar daneben (Anschrift, Aufdruck, Etikette, Preisschild usw.) bekanntgegeben werden.

Wie müssen die Preise angeschrieben werden?

Die Preise müssen klar und gut lesbar sein. Die Preise sind in Zahlen bekanntzugeben. Es muss klar und unmissverständlich sein, auf welches Produkt und welche Verkaufseinheit sich der Detailpreis bezieht.

In Schaufenstern, Showrooms, an Ausstellungen usw. müssen die Preise von aussen gut lesbar sein. Die Preise müssen dem Produkt eindeutig zugeordnet werden können.



² Verordnung vom 30. November 2012 über die Reduktion der CO₂-Emissionen (CO₂-Verordnung; SR 641.711)

Grundsätze der Preisbekanntgabe von Dienstleistungen

Wer muss die Preise bekanntgeben?

Das Garagengewerbe für Serviceleistungen, die Vermieterinnen und Vermieter von Fahrzeugen, Waschanlagenbetreiberinnen und -betreiber, Leasing- und Finanzierungsgesellschaften, Parking- und Parkhausbetreiberinnen usw. sind verpflichtet, die Preise vorschriftsgemäss bekanntzugeben.

Art und Weise der Bekanntgabe

Die Preise können durch Preisanschläge, Preislisten, Kataloge usw. bekanntgegeben werden. Die Angaben müssen leicht zugänglich und gut lesbar sein.

Sie sind an Orten anzubringen, wo sich die Konsumentinnen und Konsumenten in der Regel aufhalten.

Welcher Preis ist anzugeben?

Es ist der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken anzugeben. In diesem Preis müssen sämtliche überwälzten öffentlichen Abgaben, Urheberrechtsvergütungen sowie weitere nicht frei wählbare Zuschläge enthalten sein.

Die Preise müssen ungehindert eingesehen werden können.

Es muss klar sein, auf welche Art und Einheit der Dienstleistung oder auf welche Verrechnungssätze (Stundenansatz, Kilometeransatz, Grundtaxen usw.) sich der Preis bezieht.



Grundsätze der Preisbekanntgabe in der Werbung

Als Werbung im Sinne der PBV gilt jede Ankündigung mit Hilfe eines Werbemittels zum Zwecke der Absatzförderung der eigenen Waren oder Leistungen.³

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

Werbung ohne Preise:

Werbung ohne Preisangaben fällt nicht unter die PBV. Im Unterschied zum Verkaufsort und zum Schaufenster, wo alle Angebote mit dem Preis anzuschreiben sind, müssen in der Werbung keine Preise angegeben werden.

Werbung mit Preisen oder Preisreduktionshinweisen:

Wird mit einem Preis oder einem bezifferten Hinweis auf Preisrahmen, Preisgrenzen oder Preisreduktionen geworben, so ist der tatsächlich zu bezahlende Preis anzugeben.

Dies gilt für sämtliche Waren und Dienstleistungen, also auch für Dienstleistungen, die in der PBV nicht explizit aufgeführt sind.

Spezifizierung

- Aus der Preisbekanntgabe muss deutlich hervorgehen, auf welche Ware und Verkaufseinheit oder auf welche Art, Einheit und Verrechnungssätze von Dienstleistungen sich der Preis bezieht.
- Die Waren oder Dienstleistungen sind nach wesentlichen Kriterien wie Marke, Typ, Sorte, Qualität und Eigenschaften zu umschreiben.
- Diese Spezifizierungsangaben müssen gut lesbar sein.
- Die Schriftgrösse der Spezifizierungsangaben richtet sich nach Typ und Format des Werbemittels.
- Bei der Werbung in visuell-elektronischen Medien müssen die Spezifizierungsangaben so lange eingeblendet werden, dass sie gut lesbar sind.
- Die Preisangabe muss sich auf die abgebildete oder mit Worten umschriebene Ware oder Dienstleistung beziehen.
- Bei Werbung in elektronischer Form wie auf Internet-Frontseiten oder -werbebannern, E-Mails, Smartphones usw. kann für die Spezifizierung des Angebots auf eine Internetseite verwiesen werden, wenn mit einem einzigen Klick das spezifizierte Angebot sofort ersichtlich ist.

³ Thomas Wyler, *Werbung mit dem Preis als unlauterer Wettbewerb*, Basel 1990, S. 9

Die Richtpreise in der Werbung

Obwohl Richtpreise keine tatsächlich zu bezahlenden Preise sind, dürfen Hersteller, Importeure und Grossisten solche den Konsumentinnen und Konsumenten bekanntgeben.

Sofern es sich um unverbindlich empfohlene Preise handelt, muss darauf deutlich hingewiesen werden.

Vorbehalten bleibt die Gesetzgebung des Bundes über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen.⁴



**Sondermodell
Rapido Bella Premium**
Fr. 25'500.-

1,6 VVT, 6.5 l/100 km, 150 g CO₂/km, Energieeffizienzklasse E mit manuellem Schaltgetriebe (Durchschnitt aller verkauften Neuwagen: 148 g CO₂/km), Alufelgen 17", Metallicfarbe, Dachspoiler, Teillederinterieur in Schwarz/Grau, Bluetooth®-Freisprecheinrichtung), unverbindliche Preisempfehlung.

⁴ Bundesgesetz vom 6. Oktober 1995 über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen (Kartellgesetz, KG); SR 251

Vergleichspreise und Preisreduktionen

Die nachstehenden Ausführungen gelten für Waren- und Dienstleistungsangebote am Verkaufsort und in der Werbung.

Neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis darf der Anbieter in folgenden Fällen und unter den nachgenannten Bedingungen einen Vergleichspreis bekanntgeben:

Der Selbstvergleich

Vergleich des eigenen, aktuell gültigen Preises mit dem eigenen, **unmittelbar vorher** gültigen Preis. **Zum Beispiel:** «Aktion! Vorher Fr. 350.–, jetzt nur noch Fr. 225.–».

Halbierungsregel: Der Vergleichspreis darf nur während der Hälfte der Zeit bekanntgegeben werden, während der er praktiziert wurde, längstens während zwei Monaten.

Einführungspreis

Vergleich des eigenen, aktuell gültigen Preises mit dem eigenen, **unmittelbar nachher** gültigen Preis. **Zum Beispiel:** «Einführungsangebot, Fr. 250.– statt Fr. 340.–».

Halbierungsregel: Der Vergleichspreis darf nur während der Hälfte der Zeit bekanntgegeben werden, während der er später praktiziert werden wird, längstens während zwei Monaten.

Konkurrenzvergleich

Vergleich des eigenen Preises mit dem Preis der Konkurrenten.

Zum Beispiel: «Mein Preis für den Roller ABC: Fr. 1565.– statt Fr. 1685.– bei der Konkurrenz».

Voraussetzung: Der Konkurrenzpreis muss tatsächlich von anderen Anbietern im zu berücksichtigenden Marktgebiet für die überwiegende Menge gleicher Waren oder Dienstleistungen aktuell gehandhabt sein. Eine Nennung der Konkurrenten, mit denen man sich vergleicht, ist möglich, aber nicht vorausgesetzt.

Vergleich mit Richtpreisen

Der Richtpreis kann als Vergleichspreis verwendet werden, wenn die Voraussetzungen des Konkurrenzvergleichs gegeben sind.

Dieser Preis muss ein tatsächlich gehandhabter Marktpreis sein, welcher von anderen Anbietern im zu berücksichtigenden Marktgebiet für die überwiegende Menge gleicher Waren oder Dienstleistungen tatsächlich gehandhabt wird.

Sind die Richtpreise oder Katalogpreise von Herstellern, Importeuren oder Grossisten überhöht, indem sie über den im Markt gehandhabten Preisen liegen, dürfen sie nicht als Vergleichspreise verwendet werden.

Art des Preisvergleichs

Aus der Ankündigung muss beim Einführungspreis und Konkurrenzvergleich die Art des Preisvergleichs hervorgehen. Wird die Art des Preisvergleichs nicht genannt, handelt es sich um einen Selbstvergleich.

Pflicht des Anbieters

Die Voraussetzungen für die Verwendung von Vergleichspreisen sind vom Anbieter auf Verlangen glaubhaft zu machen.

Preisreduktionen

Bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen, Zugaben, Eintausch- und Rücknahme-Angebote sowie auf Geschenke und dergleichen (z. B. «25% Rabatt», «Fr. 3000.– billiger» usw.) werden wie Vergleichspreise beurteilt. Daraus folgt, dass die speziellen Bedingungen für Selbstvergleiche, Einführungspreise und Konkurrenzvergleiche beachtet werden müssen (z. B. tatsächlich gehandhabter Referenzpreis, Dauerbeschränkung usw.).

Für solche Hinweise gilt ausserdem die Pflicht zur Preisbekanntgabe und Spezifizierung (z. B. 25% Rabatt auf Ware XY, Beschreibung der Ware, Fr. 75.– anstatt 100.–). Ausgenommen sind Hinweise auf mehrere Produkte, verschiedene Produkte, Produktgruppen oder Sortimente, soweit für sie **der gleiche Reduktionssatz oder Reduktionsbetrag gilt** (z. B. «25% Rabatt auf dem Produktsortiment Z» oder «1000 Franken weniger auf allen Hybrid-Modellen»).

Hinweis: Die Regeln über die Vergleichspreise und Preisreduktionen gelten auch für Hersteller, Importeure und Grossisten.

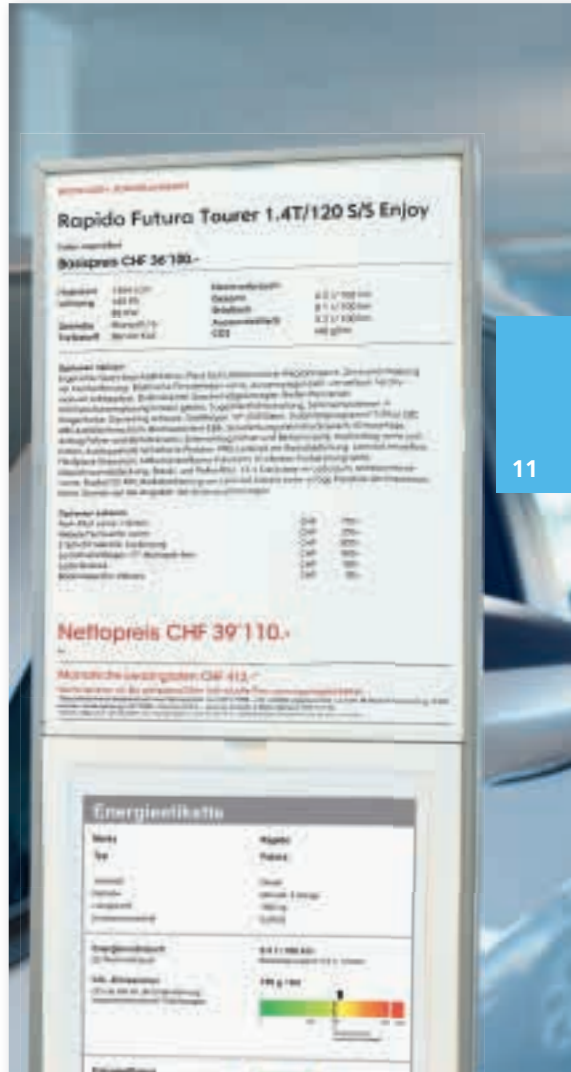
Motorfahrzeughandel: Am Ort des Angebots

Preisbekanntgabe von Motorfahrzeugen am Ort des Angebots

- Es sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise (inkl. MWST, Ablieferungspauschale sofern obligatorisch, allfällige CO₂-Sanktion bei Neuwagen usw.) in Schweizerfranken bekannt zu geben.
- Die Motorfahrzeuge müssen detailliert und gut lesbar umschrieben sein.
- Die im Preis eingeschlossenen Servicepakete und Garantieleistungen müssen klar ausgewiesen sein.
- Bei Occasionen sind zusätzlich Baujahr, erste Inverkehrsetzung und Kilometerstand bekannt zu geben. Die Garantiebeschreibung präzisiert Dauer und Art oder den Verweis auf ein Drittdokument.
- Alle Angaben und Informationen müssen gut sichtbar und lesbar am ausgestellten Fahrzeug oder in seiner Nähe angebracht werden.

Die Energieetikette für neue Personenwagen am Ort des Angebots

- Neue Personenwagen müssen zudem mit der Energieetikette⁵ des jeweiligen Kalenderjahres (siehe Abbildung) ausgestattet sein. Die Etikette kann mit Hilfe der Typen- genehmigungsnummer unter www.energieetikette.ch erzeugt werden.

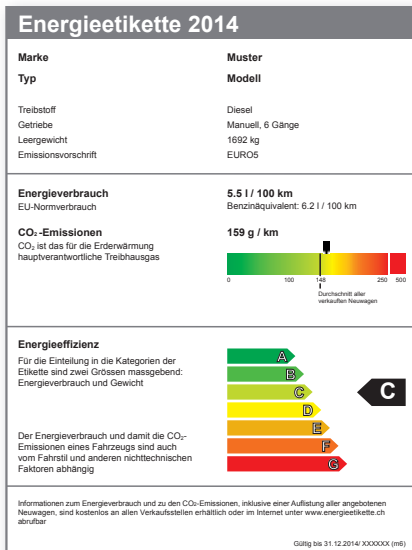


⁵ Siehe Ziff. 2.1 Anhang 3.6 der Energieverordnung (EnV; SR 730.01)

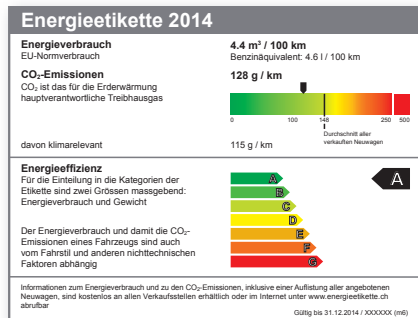
- Die Energieetikette muss gut sichtbar und lesbar am ausgestellten Personenwagen oder in dessen unmittelbarer Nähe angebracht werden.
- Die Energieetikette gibt Auskunft über Marke, Typ, Treibstoff, Getriebeart und Gangzahl, Leergewicht und Emissionsvorschrift. Sie informiert über Energieverbrauch, CO₂-Emissionen und die Energieeffizienz (Effizienz-Kategorie von A bis G) und über die Gültigkeitsdauer der Energieetikette und die Typengenehmigungsnummer.

- Die Etiketten für Diesel, Elektrofahrzeuge, Plug-in-Hybride, Gasfahrzeuge usw. enthalten weitere Informationen wie z. B. das Benzinäquivalent oder die CO₂-Emissionen bei der Stromproduktion.
- Die Energieetikette existiert auch in einer vereinfachten Variante (siehe Abbildung), die sich z. B. für die Darstellung auf einem Display eignet. Beim Verwenden der vereinfachten Variante ist besonders darauf zu achten, dass die Angaben aus dem oberen Teil der vollständigen Etikette (Marke, Typ, Treibstoff, Getriebe, Leergewicht und Emissionsvorschrift) im weiteren Text enthalten sind.
- Für ein Occasionsfahrzeug ab dem Modelljahr 2000 kann (auf freiwilliger Basis) unter www.energieetikette.ch mit Hilfe der Typengenehmigungsnummer ebenfalls eine Energieetikette erzeugt werden. Sie basiert auf dem aktuell gültigen Bewertungssystem für Neufahrzeuge.

Beispiel einer Grundvariante: Energieetikette für Dieselfahrzeuge



Beispiel einer vereinfachten Darstellung: Etikettenversion für Gasfahrzeuge



Motorfahrzeughandel: in der Werbung

PBV-Vorschriften zur Spezifizierung

- Der Grundsatz der **Spezifizierung** schreibt vor, dass die Fahrzeuge nach wesentlichen Kriterien gut lesbar umschrieben werden müssen. Im Zusammenhang mit einer Motorfahrzeugwerbung sind zumindest Marke, Modell, Typ/Ausführung sowie Hubraum wesentliche Kriterien.
- Die Preisangabe muss sich auf die abgebildete oder mit Worten umschriebene Ware beziehen.
- Wenn mit **«ab-Preisen»** geworben wird, müssen sowohl das Grundmodell, auf welches sich der «ab-Preis» bezieht, wie auch das abgebildete Modell spezifiziert werden. Das abgebildete Modell muss auch mit dem Preis ausgezeichnet sein.

Beispiel einer korrekten Preiswerbung mit «ab-Preis»

Rapido Futura ab CHF 12 900.–

Abgebildetes Modell:

Rapido Futura Sport,
1.4 VVT, 6,1 l/100 km,
140 g CO₂/km, Energie-
effizienz-Kategorie D,
CHF 23 500.–

Rapido Futura Soft,
1.2 VVT, 5,5 l/100 km,
130 g CO₂/km, Energie-
effizienz-Kategorie B,
CHF 12 900.–

**Durchschnitt aller in
der Schweiz verkauften
Neuwagen:** 148 g CO₂/km
(unverbindliche
Preiseempfehlung)



Die Energieetikette in der Werbung

- Aus der Energieverordnung und der ergänzenden, jährlich aktualisierten Departementsverordnung⁶ ergeben sich folgende Informationspflichten:
 - **Energieverbrauch:** «x l / 100 km», bzw. «x m³ / 100 km», bzw. «x kWh / 100 km», zusätzlich bei nicht benzinbetriebenen Fahrzeugen: «Benzinäquivalent: x l / 100 km».
 - **CO₂-Emissionen:** «x g CO₂ / km».⁷
 - **Energieeffizienzklasse A-G:** «Energieeffizienz-Kategorie x».
 - **Zusätzlicher Hinweis zu den CO₂-Emissionen:** «Durchschnitt aller verkauften Neuwagen y g / km».⁸
- Diese Informationen sind immer dann anzubringen, wenn in der Werbung ein Personentyp eindeutig identifizierbar ist. Sobald für ein Modell ein Preis genannt wird, ist dies der Fall.
- Für Werbung in Druckerzeugnissen und in Listen müssen diese Angaben mindestens in der Schriftgrösse des Fliesstextes erfolgen. Weist ein Werbemittel keinen Fliesstext auf, so sind die Angaben gut lesbar aufzuführen.
- Bei der Werbung in visuell-elektronischen Medien müssen die Informationen so lange eingeblendet werden, dass sie gut lesbar sind.

⁶ Verordnung des UVEK vom 5. Juli 2011 über Angaben auf der Energieetikette von neuen Personenkraftwagen (VEE-PW; SR 730.011.1)

⁷ Bei Autos mit Alternativantrieb (Elektroautos, Plug-in-Hybride, E85-Fahrzeuge, Erdgasfahrzeuge) sind weitere Angaben erforderlich: z. B. bei Elektroautos: CO₂-Ausstoss der Stromproduktion oder bei Fahrzeugen mit biogenem Treibstoffanteil: Angabe des klimarelevanten, bzw. des fossilen CO₂-Anteils

⁸ Werte gemäss VEE-PW, Art. 4 Vergleichswert

Werbung mit Leasing-Angebot

- Leasing-Angebote unterstehen der Preisbekanntgabepflicht, weil sie Rechtsgeschäfte mit wirtschaftlich gleicher oder ähnlicher Wirkung wie ein Kauf sind.
- Zur **Spezifizierung** des Leasing-Angebots müssen die folgenden Angaben gemacht werden:
 - Rate pro Monat
 - Laufzeit oder Anzahl Raten
 - Barzahlungspreis
 - Effektiver Jahreszins
 - Fahrleistung in km/Jahr
 - Angabe Kautions
 - Angabe, ob inkl. oder exkl. Vollkaskoversicherung
- Die Finanzierungsgesellschaft ist eindeutig zu bezeichnen.⁹
- Es ist darauf hinzuweisen, dass keine Leasingvergabe erfolgt, wenn sie zur Überschuldung der Konsumentin oder des Konsumenten führt.¹⁰

Beispiel einer korrekten Werbung für Auto-Leasing



**Leasen Sie
Ihr neues RAPIDO
Diesel-Hybrid**

Rapido 1.3 VVT-i Hybrid
3,6 l/100 km, Benzinäquivalent
4 l/100 km, 95g CO₂/km (Durchschnitt
aller verkauften Neuwagen: 148g CO₂/km)

Energieeffizienz-Kategorie A
Zu nur 3.5% effektivem Jahreszins

Barzahlungspreis CHF 28'500.-, monatliche Leasinggebühr CHF 405.-, Laufzeit 36 Monate, max. Fahrleistung 12'000 km/Jahr. Vollkasko nicht inbegriffen. Die Kautions beträgt 10% des Barzahlungspreises und wird nach Vertragsablauf zurückerstattet. Eine Leasingvergabe wird nicht gewährt, falls sie zur Überschuldung der Konsumentin oder des Konsumenten führt. Unverbindliche Preisempfehlung. RapidoLeasing AG.

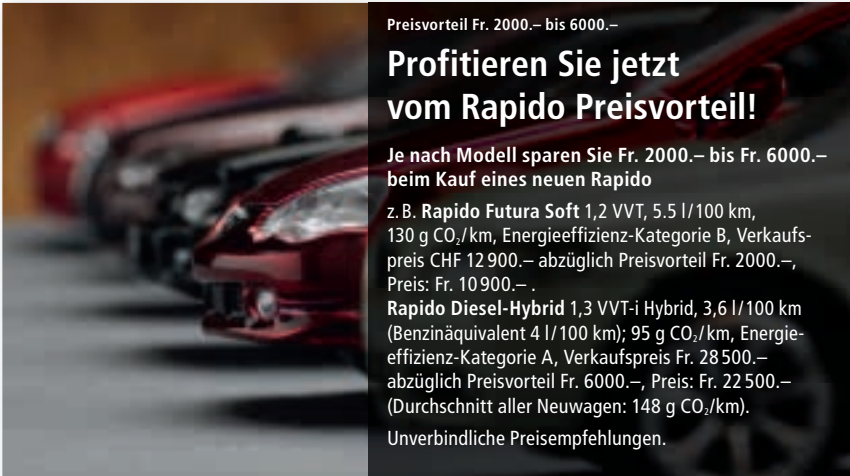
⁹ Bundesgesetz vom 19. Dezember 1986 gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG; SR 241), Art. 3 Abs. 1 Bst. I

¹⁰ Art. 3 Abs. 1 Bst. n UWG

Werbung mit Rabatten und Preisreduktionen

- Bloss verbale Hinweise wie «Hoher Preisvorteil», «Sagenhafte Eintauschangebote», «Euro-Bonus» usw. fallen nicht unter die PBV, solange sie nicht mit bezifferten Hinweisen auf Preisreduktionen kombiniert sind. Sie müssen sich aber am Irreführungsverbot im UWG messen lassen.
- Bei Hinweisen auf Preisreduktionen sind grundsätzlich die Preise anzugeben und die Angebote zu spezifizieren.
- Bei Werbung mit **einheitlichen Reduktionssätzen (%) oder Reduktionsbeiträgen (CHF)** auf mehreren Produkten, verschiedenen Produkten, Produktgruppen oder Sortimenten müssen die einzelnen Produkte nicht mit dem Preis ausgezeichnet und spezifiziert sein.
- **«10% Eintauschaktion auf allen XY und YZ-Wagen».**
- **«Frühlingsrabatt: 15% auf dem ganzen Fahrzeug-Sortiment».**
- **«3000 Franken Rabatt beim Kauf eines Fahrzeugs der Modellreihe ABC».**
- Ungenaue Preisreduktionshinweise wie **«bis zu-Rabatte»** sind unzulässig. Ein Preisreduktionsrahmen (z. B. 30 bis 50% Rabatt oder Fr. 2000.– bis 6000.– Preisvorteil) darf benutzt werden, wenn mindestens zwei Beispiele von Fahrzeugen, welche zum reduzierten Preis erhältlich sind, mit Preisen ausgezeichnet und spezifiziert sind. Das heisst, dass ein Beispiel mit dem kleinsten Rabatt sowie ein Beispiel mit dem grössten Rabatt aufgeführt sein müssen. Die speziellen Bedingungen für Selbstvergleiche, Einführungspreise und Konkurrenzvergleiche (z. B. zeitliche Einschränkung, tatsächlich gehandhabter Referenzpreis usw., siehe Seite 9) müssen ausserdem beachtet werden.

Beispiel eines korrekten Rabattes mit Preisreduktionsrahmen

An advertisement for the Rapido car price advantage. The left side features a close-up, blurred image of a red car's front end. The right side contains text in white on a dark background. At the top, it says 'Preisvorteil Fr. 2000.– bis 6000.–'. Below that is the headline 'Profitieren Sie jetzt vom Rapido Preisvorteil!'. The main text reads: 'Je nach Modell sparen Sie Fr. 2000.– bis Fr. 6000.– beim Kauf eines neuen Rapido'. Two examples are provided: 'z. B. Rapido Futura Soft 1,2 VVT, 5.5 l/100 km, 130 g CO₂/km, Energieeffizienz-Kategorie B, Verkaufspreis CHF 12 900.– abzüglich Preisvorteil Fr. 2000.–, Preis: Fr. 10 900.–' and 'Rapido Diesel-Hybrid 1,3 VVT-i Hybrid, 3,6 l/100 km (Benzinäquivalent 4 l/100 km); 95 g CO₂/km, Energieeffizienz-Kategorie A, Verkaufspreis Fr. 28 500.– abzüglich Preisvorteil Fr. 6000.–, Preis: Fr. 22 500.– (Durchschnitt aller Neuwagen: 148 g CO₂/km)'. At the bottom, it states 'Unverbindliche Preisempfehlungen.'

Werbung mit Konkurrenzvergleich

Nur identische Produkte dürfen preislich miteinander verglichen werden.

Wenn der zum Vergleich herangezogene Preis der Konkurrenz für einen bestimmten Fahrzeugtyp zusätzliche Dienstleistungen (wie z. B. Gratis-Service für Pflege und Wartung bis 100 000 km oder 8 Jahre, Garantie bis 100 000 km oder 3 Jahre) umfasst, die im eigenen Angebot nicht enthalten sind, muss darauf klar hingewiesen werden. Jegliche Irreführung muss ausgeschlossen sein.

Werbung und Vergleich mit Richtpreisen

In der Werbung dürfen Hersteller, Importeure und Grossisten **Richtpreise** bekanntgeben, obwohl Richtpreise keine tatsächlich zu zahlenden Preise sind. Sofern es sich um unverbindlich empfohlene Preise handelt, muss deutlich darauf hingewiesen werden.

Richtpreise oder Katalogpreise von Herstellern, Importeuren und Grossisten dürfen nur als Vergleichspreise benutzt werden, wenn es sich um effektive Marktpreise handelt, das heisst, dass sie von anderen Anbietern im zu berücksichtigenden Marktgebiet für die überwiegende Menge gleicher Waren oder Dienstleistungen tatsächlich gehandhabt werden.

Pneuhandel

Am Ort des Angebots

Am Ort des Angebots ist der tatsächlich zu bezahlende Preis der Pneus in Schweizerfranken bekanntzugeben. Die Grundsätze dazu finden sich vorne im Kapitel «Grundsätze der Preisanschrift von Waren».

In der Werbung

- Wird in der Werbung mit Preisen geworben, so ist die Angabe des tatsächlich zu bezahlenden Preises zwingend.
- Es gilt der Grundsatz der **Spezifizierung**: Gut lesbare Umschreibung der Pneus nach wesentlichen Kriterien wie z. B. Marke, Typ, Eigenschaften usw. Wesentliche Kriterien bei Personenwagenreifen sind:
 - Marke
 - Dimension (z. B. 185/70 R 14 88 H)
 - 185: Breite
 - 70: Verhältnis Höhe / Breite
 - R: Radialreifen
 - 14: Felgendurchmesser
 - 88: Tragfähigkeitsindex
 - H: Geschwindigkeitsindex
 - Typ: z. B. TL, normal
 - Eigenschaften: Winter (M+S), Sommer, Ganzjahresreifen
- Hersteller, Importeure und Grossisten dürfen Konsumentinnen und Konsumenten Preise oder **Richtpreise** bekanntgeben oder für Konsumentinnen und Konsumenten bestimmte Preislisten, Kataloge und dergleichen zur Verfügung stellen. Sofern es sich um unverbindlich empfohlene Preise handelt, muss darauf deutlich hingewiesen werden.

Preisvergleiche

Die Grundsätze über die Verwendung von Vergleichspreisen und Hinweise auf Preisreduktionen finden sich vorne in den Kapiteln «Grundsätze der Preisbekanntgabe in der Werbung» und «Vergleichspreise und Preisreduktionen».

Zur Erinnerung: Richtpreise oder Katalogpreise von Herstellern, Importeuren und Grossisten dürfen nur als Vergleichspreise benutzt werden, wenn es sich um effektive Marktpreise handelt, das heisst, nur wenn sie von anderen Anbietern im zu berücksichtigenden Marktgebiet für die überwiegende Menge gleicher Waren tatsächlich gehandelt werden.

Folgende Angaben – in der Werbung und im Verkauf – sind unzulässig, wenn sie sich direkt oder indirekt auf **Richtpreise von Herstellern oder Importeuren** von Personenwagenpneus beziehen, welche keine Marktpreise sind:

- Listenpreis Fr. 140.–, unser Preis Fr. 100.–
- 30% Rabatt
- 30% auf Listenpreisen bzw. Richtpreisen
- bis 30% Rabatt
- 4 für 3
- Sie sparen Fr. 40.– pro Pneu



Garagengewerbe

Für welche Serviceleistungen sind die Preise anzugeben?

- **Wartungsarbeiten gemäss Serviceheft** z. B. Prüfung von Kupplung und Bremspedal sowie Feststellbremse; Prüfung des Reifendrucks und der Profiltiefe; Prüfung des Ladezustands der Batterie; Kontrolle der Keilriemen und der Flüssigkeitsstände wie Bremsflüssigkeit, Kühflüssigkeit sowie Scheibenreinigungsanlage und Servolenkung; Ölwechsel usw.

Hinweis: Die Preisbekanntgabe-Pflicht der Garage beschränkt sich auf die Wartungsdienste für die von ihr vertretenen Marken.

- **Abgaswartung**¹¹ z. B. Kontrolle des Luftfilters, des Gemischaufbereitungssystems, der Zündung, der Leerlaufdrehzahl, Messung der CO-, CO₂- und HC-Konzentration usw.

- **Räder / Reifen**

- Rad-Wechsel
- Auswuchten der Räder
- Reifen-Wechsel
- Einlagerung der Räder/Reifen

- **Reinigung**

- Karosserie
- Innenraum
- Motor- und Motorraum
- Unterboden

- **Vorbereitung für die amtliche Motorfahrzeugkontrolle**, z. B. Reinigung des Fahrzeugs, Beleuchtungskontrolle, Prüfung der Scheinwerfer-Einstellung, Kontrolle der gleichmässigen Wirkung der Bremsen, Sicherheitskontrolle von Lenkung, Aufhängung und Unterboden usw.

- **Winter- oder Sommercheck**

- **Abschlepp- und Pannendienst**
- **Ölwechsel (inkl. Ölfilter)**
- **Batterieservice und Beleuchtungskontrolle**

¹¹ Gemäss Verordnung über die technischen Anforderungen an Strassenfahrzeuge (VTS; SR 741.41)

Art und Weise der Bekanntgabe

- Der tatsächlich zu bezahlende Preis muss in Schweizerfranken bekanntgegeben werden.
- Aus der Preisbekanntgabe muss hervorgehen, um welche Leistungen es sich handelt. Beispielsweise ist es nicht erlaubt, Minimalpreise anzugeben oder unbestimmte Angaben zu machen (z. B. «ab Fr. 12.–» oder «Fr. 25.– bis Fr. 50.–»).
- Es können Pauschalpreise angegeben werden.

Rad-Wechsel Fr. 35.–

Reifen-Wechsel
(inkl. Auswuchten) Fr. 80.–

Abgaswartung
Benzinmotor Endrohrmessung: Fr. 100.–
Dieselmotor: Fr. 150.–

Reinigung Innenraum
kleine Fahrzeuge Fr. 30.–
mittlere Fahrzeuge Fr. 45.–
grosse Fahrzeuge Fr. 50.–

- Andererseits können auch Verrechnungssätze (z. B. Std.-Ansätze, Stückkosten) bekannt gegeben werden. Diese Möglichkeit lässt die PBV für alle Dienstleistungen gelten, bei welchen eine genaue Kostenvorhersage schwierig ist.

Kosten nach Arbeitsaufwand
pro Stunde Fr. 145.–

Wo und in welcher Form sind die Preise bekanntzugeben?

- Die Preise für Dienstleistungen im Garagen-gewerbe sollen für die Konsumentinnen oder Konsumenten leicht zugänglich sein und gut lesbar mittels Preisanschlägen oder auf Preislisten angegeben werden.
- Die Preisinformationen sind an Stellen anzu-bringen oder aufzulegen, wo die Konsumentinnen und Konsumenten sich normalerweise aufhalten.
- Die Preisinformationen müssen für Konsumentinnen und Konsumenten verfügbar sein, ohne dass diese danach fragen müssen.
- Eine zusätzliche Preisbekanntgabe auf einer Webseite ist wünschenswert. Sie entbindet aber nicht von der Preisanschrift am Ort des Angebots.
- Eine bloss mündliche Information genügt den Bestimmungen über die Preisbekanntgabe nicht.

Waschanlagen



Self-Car-Wash

Hochdruckwäsche:
• Fr. 1.– für 2 Min.

Schaumbürste:
• Fr. 1.– für 2 Min.

Klarspülen:
• Fr. 1.– für 2 Min.

Heisswachs:
• Fr. 1.– für 2 Min.

Glanzspülen:
• Fr. 1.– für 2 Min.

Waschanlagen sind dem Garagengewerbe zuzuordnen.

Die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken müssen bekanntgegeben werden.

Aus der Preisbekanntgabe muss hervorgehen, auf welche Art und Einheit der Dienstleistung oder auf welche Verrechnungssätze sich der Preis bezieht.

In der Regel bieten **automatische Waschanlagen** (Portalwaschanlagen oder Waschstrassen) verschiedene Waschprogramme zu unterschiedlichen Preisen an. Es muss klar sein, welche Waschprogramme im Preis inbegriffen sind, z. B. «Waschprogramme mit Hauptwaschgang, Felgenreinigung und Trocknung: Fr. 9.–»; «Waschprogramme mit Vorreinigung, Hauptwaschgang, Felgenreinigung, Wachs, Trocknung und Unterbodenwäsche: Fr. 17.–».

In **Selbstbedienungswaschanlagen** ist die Benutzungsdauer anzugeben, auf die sich der Preis bezieht, z. B. «Staubsauger: Fr. 1.– für 5 Min.»; «Hochdruck: Fr. 1.– für 2 Min.».

Parkhäuser

Für das Parkieren und das Einstellen von Motorfahrzeugen ist der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken bekanntzugeben.

Die Preise sind am Eingang oder an der Parkhauskasse anzubringen.

Eine zusätzliche Preisbekanntgabe auf dem Internet dient der Vergleichbarkeit der Preise.

Empfehlung: Es ist wünschenswert, einen Hinweis anzubringen, innerhalb welcher Dauer das Parkhaus kostenfrei verlassen werden kann.

Beispiel einer Preisliste für Parkhäuser



The image shows a blue parking ticket machine with a price list attached to its right side. The price list is titled "Stundentarif" and includes a table of parking rates. Below the table, there is a note in German: "Das Parkhaus kann innerhalb 15 Min. kostenfrei verlassen werden. Bei Verlust des Tickets ist eine Gebühr von 20 Franken zu entrichten." The table lists parking durations in hours and the corresponding cost in Swiss Francs.

Bis zu ... Stunden	Franken
½	1.00
1	2.00
1½	3.00
2	4.00
3	5.00
4	6.50
5	8.00
6	9.00
7	10.00
8	11.00
9	12.00
10	13.00
11	14.00
12	15.00
13	16.00
14	17.00
15	18.00
16	19.00
17	20.00
18	21.00
19	22.00

Gesetzliche Grundlagen

- Bundesgesetz vom 19. Dezember 1986 gegen den unlauteren Wettbewerb (**UWG**; SR 241)
<http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19860391/index.html>
- Verordnung vom 11. Dezember 1987 über die Bekanntgabe von Preisen (**PBV**; SR 942.211)
<http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19780313/index.html>
- Bundesgesetz vom 30. März 1911 betreffend die Ergänzung des Schweizerischen Zivilgesetzbuches (Fünfter Teil: Obligationenrecht, **OR**) allgemeiner Teil; Miete 253–274; Kauf 184–215)
<http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19110009/index.html>
- Bundesgesetz vom 23. März 2001 über den Konsumkredit (**KKG**; SR 221.214.1)
<http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20010555/index.html>
- Anhang 3.6 der Energieverordnung vom 7. Dezember 1998 (**EnV**; SR 730.01)
<http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19983391/index.html>
- Verordnung vom 30. November 2012 über die Reduktion der CO₂-Emissionen von Personewagen (**CO₂**-Verordnung; SR 641.711)
<http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20120090/index.html>
- Verordnung des UVEK vom 5. Juli 2011 über Angaben auf der Energieetikette von neuen Personewagen (**VEE-PW**; SR 730.011.1)
<http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20110111/index.html>
- Verordnung über die technischen Anforderungen an Strassenfahrzeuge (**VTS**; SR 741.41)
<http://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19950165/index.html>

Überwachung, Verantwortlichkeit und Sanktionen

Preisbekanntgabeverordnung

Überwachung

- Die **Kantone** überwachen die vorschriftsgemässe Durchführung der Preisbekanntgabeverordnung und verzeigen Verstösse bei den zuständigen Instanzen.
- Dem **Staatssekretariat für Wirtschaft SECO** obliegt die Oberaufsicht über den kantonalen Vollzug. Das SECO erlässt Weisungen und Kreisschreiben gegenüber den kantonalen Vollzugsstellen. Es ist befugt, Informationen und Unterlagen einzuverlangen und Verstösse bei den zuständigen kantonalen Amtsstellen zu verzeigen. Es kann mit den betroffenen Branchen und interessierten Organisationen Gespräche über die Preisbekanntgabe führen.

Strafrechtliche Verantwortlichkeit

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

Sanktionen

Als Strafe für Verstösse gegen die PBV droht eine Busse bis zu CHF 20000.–.

Energieetikette für Personenwagen

Überwachung

- Für die Vollzugskontrolle von Anhang 3.6 der Energieverordnung (Energieetikette Personenwagen) ist das **Bundesamt für Energie BFE** zuständig.
- Eine vom Bundesamt für Energie beauftragte **Kontrollstelle** führt jährlich zahlreiche Stichproben beim Neuwagenhandel durch. Regelmässig werden die Preislisten und eine Auswahl Werbeschriften und neu auch elektronische Werbemittel ausgewertet.

Sanktionen

- Als Strafe für Zuwiderhandlung gegen die Energieverordnung droht eine Busse bis zu CHF 40 000.–.

Informationen und Publikationen

Auskünfte zu Fragen der Preisbekanntgabeverordnung geben:

- **das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO**
Ressort Recht
Holzikofenweg 36
3003 Bern
Telefon 031 322 77 70 (Sekretariat)
E-Mail: pbv-ojp@seco.admin.ch
www.seco.admin.ch/Themen/Spezialthemen/Preisbekanntgabe
- **die zuständigen kantonalen Stellen**
Adressliste siehe www.seco.admin.ch/Themen/Spezialthemen/Preisbekanntgabe/Zuständigkeiten/Auskünfte

Auskünfte zu Fragen der Energieetikette für Personenwagen geben:

- **das Bundesamt für Energie BFE**
Mühlestrasse 4
3063 Ittigen
Postadresse: Bundesamt für Energie
3003 Bern
Telefon 031 322 56 11
E-Mail: contact@bfe.admin.ch,
www.bfe.admin.ch/energieetikette
- **EnergieSchweiz**
www.energieschweiz.ch
Infoline: 0848 444 444

Informationsblätter des SECO

Das SECO erarbeitet in Zusammenarbeit mit Branchenverbänden und Konsumentenorganisationen Informationsblätter für die Umsetzung und den Vollzug der Preisbekanntgabeverordnung.

Die Informationsblätter können gratis bezogen werden:

- bei den kantonalen Vollzugsstellen
- beim SECO
- und über www.seco.admin.ch/Themen/Spezialthemen/Preisbekanntgabe/Onlineshop

Impressum

Herausgeber/Vertrieb:

Eidgenössisches Departement für Wirtschaft,
Bildung und Forschung WBF
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Ressort Recht
Holzikofenweg 36
3003 Bern

Auflage:

12 000 Ex.

Erscheinungsdatum:

Januar 2014

Vertrieb:

Die Broschüre kann über die Webseite des
SECO www.seco.admin.ch gratis abgerufen
oder bestellt werden.

**Diese Informationsbroschüre ersetzt
die bisherigen Informationsblätter:**

- vom 10. Mai 1987 für das Garagengewerbe
- vom 1. April 1991 für Autoleasingangebote
- vom 1. Oktober 1997 für Personenwagenreifen



Schweizerische
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

3

