



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

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

Preisbekanntgabeverordnung PBV

Wegleitung für die Praxis 2025

P B V

4 5 0

statt

!!!





45.10

Inhalt

2

Inhaltsverzeichnis

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

Seite PBV-Artikel

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

In der Wegleitung verwendete Abkürzungen und Begriffe

- **PBV:** Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen (Preisbekanntgabeverordnung; SR 942.211).
- **Konsumentinnen und Konsumenten:** Konsumentinnen und Konsumenten sind Personen, die Waren oder Dienstleistungen für Zwecke kaufen, die nicht im Zusammenhang mit ihrer gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit stehen.
- **Angebot zum Kauf:** Alle Rechtsgeschäfte mit wirtschaftlich gleichen oder ähnlichen Wirkungen wie der Kauf, z.B. Konsumkredit-, Mietkauf-, Leasingverträge, Eintauschaktionen verbunden mit einem Kauf.
- **Detailpreis:** Tatsächlich zu bezahlender Preis in Schweizer Franken.
- **Grundpreis:** Der dem Detailpreis zugrunde liegende Preis je l, kg, m, m², m³ oder eines dezimalen Vielfachen oder eines dezimalen Teiles davon.
- **Messbare Ware:** Messbare Ware ist Ware, deren Detailpreis üblicherweise nach Volumen, Gewicht, Masse, Länge oder Fläche bestimmt wird.
- **Fertigpackung:** Ware in einer Umschliessung beliebiger Art, die in Abwesenheit der Konsumentin oder des Konsumenten abgefüllt, abgemessen und verschlossen wird, wobei die Menge der darin enthaltenen Ware ohne Öffnen oder merkliche Änderung der Packung nicht verändert werden kann.
- **MWST:** Mehrwertsteuer.
- **VEG:** Vorgezogene Entsorgungsgebühr = staatlich festgelegte und im Voraus zu bezahlende Gebühr für die Entsorgung von Batterien und Glasflaschen.
- **VRB:** Vorgezogener Recyclingbeitrag = im Voraus zu bezahlende Entschädigung für die Entsorgung und das Recycling verschiedener Waren wie elektrische und elektronische Geräte, Aluminiumverpackungen, Konservendosen, PET-Flaschen, Leuchten und Leuchtmittel. Der VRB wird auf privatrechtlicher Basis im Auftrag der Branchen erhoben.
- **Abkürzungen für Schweizer Franken:** Fr., CHF.



Ziele, gesetzliche Grundlage und Geltungsbereich der PBV

Die PBV hat drei Ziele:

- Preisklarheit,
- Vergleichbarkeit der Preise,
- Verhinderung irreführender Preisangaben.

Auf welchem Gesetz basiert die PBV?

Die PBV stützt sich auf das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG, Art. 16–20 und Art. 24; SR 241).

Die PBV gilt für:

das Angebot von Waren zum Kauf an Konsumentinnen und Konsumenten

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

das Angebot bestimmter Dienstleistungen an Konsumentinnen und Konsumenten

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

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

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

Preisanschrift für Waren

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

Welcher Preis ist anzugeben?

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

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





Wo muss der Preis angegeben werden?

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

Ausnahmen

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

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





Wie muss der Preis angeschrieben werden?

Der tatsächlich zu bezahlende Preis muss stets mit dem Angebot bekanntgegeben werden und er muss:

- leicht sichtbar sein,
- gut lesbar sein,
- auf eine Art und Weise bekanntgegeben werden, dass klar ist, auf welches Produkt, auf wie viele Stücke, Liter, Meter usw. sich der Detailpreis bezieht.

Preisanschrift im Schaufenster

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





Was gilt für Konsumkredit-, Leasing- und Mietkaufgeschäfte?

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

Übersicht über die notwendigen Angaben für die verschiedenen Arten von kaufähnlichen Rechtsgeschäften

Art des Rechtsgeschäftes Was ist anzugeben?	Konsumkredit- / Mietkaufgeschäft	Autoleasing	Miete
Höhe der Monatsraten	■ z.B. Fr. 240.–	■ z.B. Fr. 250.–	■ z.B. Fr. 850.–
Laufzeit / Anzahl Raten	■ z.B. 48 Monate	■ z.B. 36 Monate	■ 1 Monat
Barzahlungspreis	■ z.B. Fr. 10 000.–	■ z.B. Fr. 20 000.–	
Preis, der im Rahmen des Kreditvertrags zu bezahlen ist (Gesamtkaufpreis)	■ z.B. Fr. 11 520.–		
Effektiver Jahreszins	■ z.B. 7,35%	■ z.B. 3,5%	
Fahrleistung in km/Jahr		■ z.B. 12 000 km	
Angabe Kautions		■ 10% des Barpreises	
Angabe, ob inkl. oder exkl. Vollkaskoversicherung		■ z.B. obligatorische Vollkasko nicht inbegriffen	

8

Beispiel einer korrekten Werbung für Konsumkredit zur Finanzierung von Waren

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

* Kredit: 36 Monate × Fr. 37.50
Bearbeitungskosten: Fr. 20.–
Gesamtkaufpreis: Fr. 1370.–
Effektiver Jahreszins: 9.4 %

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

SECO-Hi-Fi GmbH

Kredit*
37.50/Monat



Fr. 1199.–
Barzahlungspreis



Preisangabe für Dienstleistungen

Folgende Dienstleistungsbereiche fallen unter die PBV:

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



Welcher Preis ist anzugeben?

- Der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizer Franken, inkl. überwählter öffentlicher Abgaben (z.B. MWST), Urheberrechtsvergütungen sowie weiterer nicht frei wählbarer Zuschläge jeglicher Art (namentlich für Reservation, Service oder Bearbeitung), muss angegeben werden.
- Kurtaxen dürfen separat bekannt gegeben werden.

Auf welche Art muss der Preis angegeben werden?

Der tatsächlich zu bezahlende Preis muss stets mit dem Angebot bekanntgegeben werden und dies mittels:

- Preisanschlag,
- Preisliste,
- Preiskatalog.

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

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

Beispiel eines korrekt spezifizierten Angebots für Pauschalreisen

Venedig

1.1.–15.3. / 16.11.–31.12.

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

Unsere Leistungen

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

Optional

Annullierungskosten- und Reisezwischenfallversicherung: **Fr. 20.–**

Buchungsgebühren

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



Was muss aus der Preis- bekanntgabe hervorgehen?

- Die Art der Dienstleistung (umschreiben),
- Die Einheit (Anzahl Personen, Std., km, Stück, usw.) oder
- Verrechnungssätze (Stundenansatz, Kilometeransatz, Taxpunkt und -wert bei zahnärztlichen Dienstleistungen, Prozent- oder Promillesatz usw.).

Beispiel einer korrekten Preisanschrift in einer Textilreinigung (Auszug)

Textilpflege

Preisliste

Hemd (am Bügel)	3.90
Hemd (gefaltet)	5.90
Pulli	9.90
T-Shirt	6.50
Veston	14.50
Hose/Jeans	11.50
Jupe	11.50
Kleid	18.50
Regenmantel (ohne Imprägnierung)	19.50
Wollmantel	23.50
Jacke/Lumber (nicht wattiert)	16.50
Duvets (160/210)	50.00
Duvets (200/210)	60.00
Duvets (240/240)	70.00
Zuschlag Seide/Kaschmir	5.00
Zuschlag Falten	6.00
Zuschlag Imprägnierung	5.00



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

- Informations- und Beratungsdienste (z.B. Telefonbuch-, Wetter-, Kundendienste wie 18xy, 162, 163, 5920, 0900 usw.)
- Vermarktungsdienste (z.B. Beratung, Marketing wie 0901, 022, 2180 usw.)
- Unterhaltungsdienste (z.B. Horoskope, Spiele, Wettbewerbe wie 0901, 0906, 031, 043, 444, 666 usw.)

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

- ob sie von einer Fernmeldedienstanbieterin verrechnet werden;
- über welches technische Mittel (Festnetz- oder Mobiltelefonie, Fax, Internet, WAP [Wireless Application Protocol], DCB [Direct Carrier Billing], DOB [Direct Operator Billing] usw.) oder
- über welchen Nummernbereich (090x-, Kurz-, SMS- oder normale Teilnehmernummern wie 022, 043) sie angeboten werden.

Pflicht zur mündlichen Preisbekanntgabe

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

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

Ausdrückliche Bestätigung des Angebots ist absolut erforderlich, wenn

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

Pflicht zur schriftlichen Bekanntgabe

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

- eine allfällig erhobene Grundgebühr,
- den Preis pro Minute,
- einen allfällig anderen Tarifablauf.

Die Preisinformationen müssen gut sichtbar und deutlich lesbar in mindestens gleicher Schriftgrösse bekannt gegeben werden wie die beworbene Telefonnummer sowie in deren unmittelbarer Nähe.

Beispiel einer korrekten Ansage

«Für die nachfolgende Dienstleistung wird eine Grundgebühr von 3 Franken sowie ein Preis von 4 Franken 25 Rappen pro Minute erhoben»



Preisbekanntgabe für über Internet- oder Datenverbindungen angebotene Mehrwertdienste

- Der Preis ist gut sichtbar und deutlich lesbar auf der Schaltfläche zur Annahme des Angebots bekannt zu geben oder;
- der Preis ist gut sichtbar und deutlich lesbar in unmittelbarer Nähe der Schaltfläche anzugeben, auf welcher der Hinweis «zahlungspflichtig bestellen» oder eine entsprechende eindeutige Formulierung angebracht ist.
- Der über ein Mobiltelefon bezogene Mehrwertdienst kann dem Konsumenten von der Fernmeldedienstanbieterin nur in Rechnung gestellt werden, wenn der Konsument die Annahme des Angebots ihr gegenüber ausdrücklich bestätigt hat.

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

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

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

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

Beispiel einer Bestätigung gegenüber der Fernmeldedienstanbieterin

MOLTO MOBILE TEL

74% 09:29

MOLTO MOBILE TEL AG

EINKAUF BESTÄTIGEN

Ja, ich möchte das Spiel
sporty-crash abonnieren
für Fr. 3.50/Woche.

Das Abo verlängert sich auto-
matisch und der Betrag wird
Ihrer MOLTO MOBILE TEL SA
Rechnung belastet. Die Kündi-
gung ist jederzeit im Kunden-
center auf moltomobiletel.ch
möglich.

Fr. 3.50 pro Woche

KAUFEN

ABBRECHEN

[Mobile Payment](#) [Kundencenter](#) [AGB](#)



Debit- und Kreditkarten

Angebote für Debit- und Kreditkarten müssen folgende Informationen enthalten:

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

- Hauptleistungen, die mit dem Erwerb der Kreditkarte verbunden sind,
- Mögliche Drittkosten.

Die Abrechnung hat auszuweisen

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

Beispiel einer korrekten Kreditkartenabrechnung

Datum	Bezeichnung	Belastungen CHF
30.05.2025	Hotel King Paris, Frankreich 140 Euro Umrechnungsdatum: 07.05.2025 zu 0.96 + 1,5% Fremdwährungs-Bearbeitungsspesen:	136.40

Werbung

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

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

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

Werbung ohne Preisangaben fällt nicht unter die PBV.

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

Beispiel für Werbung ohne Preisangabe



Gesund –

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

Gesund – die Krankenkasse für die ganze Familie

**Enthält die Werbung jedoch Preise,
so gelten die folgenden Regeln:**

- Der **tatsächlich zu bezahlende Preis**, inkl. MWST, sonstiger Abgaben, Urheberrechtsvergütungen und nicht frei wählbarer Zuschläge jeglicher Art, muss angegeben werden.
- Die Pflicht zur Angabe des tatsächlich zu bezahlenden Preises gilt für **sämtliche Waren und Dienstleistungen** (z.B. Werbung mit Krankenkassen- oder Versicherungsprämien, für Transport- oder Speditionsdienstleistungen).
- Hersteller, Importeure und Grossisten dürfen ausnahmsweise **Richtpreise** bekanntgeben, obwohl es keine tatsächlich zu bezahlenden Preise sind. Sofern es sich um unverbindliche Preisempfehlungen handelt, muss darauf deutlich hingewiesen werden.
- Werbung mit einer **Telefonnummer für entgeltliche Dienstleistungen** muss stets die Grundgebühr, den Preis pro Minute oder einen allfälligen anderen Tarifablauf angeben.
- Es muss klar sein, auf welche Ware oder Dienstleistung sich der Preis bezieht. Bei Waren muss deutlich sein, auf welche Verkaufseinheit (Anzahl, Gewicht, Volumen usw.) oder bei Dienstleistungen auf welche Art, Einheit (Std., km, Stück usw.) und Verrechnungssätze (Std.-, km-Ansatz usw.) sich der Preis bezieht.
- Der aufgeführte Preis muss mit der allenfalls abgebildeten oder in Worten bezeichneten Ware übereinstimmen.

Spezifizierung

- Die Waren und Dienstleistungen sind **nach wesentlichen Kriterien** wie Marke, Typ, Sorte, Qualität und Eigenschaften zu umschreiben (=Spezifizierung).
- Die Spezifizierungsangaben müssen **gut lesbar** oder **gut hörbar** sein.



TOP-ANGEBOT

Duschgel SECO-BELLA

Fr. 5.90

Mit Aloe vera

Für trockene Haut

2 × 300 ml

- Die Spezifizierungsangaben sind **grundsätzlich im Werbemittel** bekanntzugeben.
- Die Spezifizierungsangaben können unter folgenden Voraussetzungen **auch auf einer Internetseite bekanntgegeben werden**:
 - Das Werbemittel muss eine gut lesbare oder gut hörbare Referenz (z.B. QR-Code, kurze und einfache URL etc.) auf die Internetseite enthalten, auf der alle Spezifizierungsangaben des Produkts aufgeführt sind;
 - Die Spezifizierungsangaben müssen via die Referenz auf der Internetseite unmittelbar zugänglich, leicht sichtbar und gut lesbar sein.
- **NB:** Die Möglichkeit, in der Werbung mittels einer Referenz auf eine Internetseite zu verweisen, besteht nur für Spezifizierungsangaben der PBV nicht aber für obligatorische Angaben, die auf anderen Erlassen beruhen (z.B. Energieeffizienzangaben gemäss EnEV, Leasingangaben gemäss UWG).
- Bei der **Werbung in visuell-elektronischen Medien** müssen ausserdem die Spezifizierungsangaben respektive die Referenz auf die digitale Quelle mit den Spezifizierungsangaben so lange eingeblendet werden, bis sie gut lesbar sind.
- Wenn die Werbung einen **Minimalpreis** angibt – z.B. «ab Fr. 59.–» – muss genau beschrieben werden, auf welches konkrete Angebot sich der Ab-Preis bezieht.

Beispiel einer korrekten Werbung für ein Waren- und Dienstleistungsangebot (mit Spezifizierung mittels Referenz auf eine Internetseite)

Der neue Pro T694

Fr. 120.–*

**Mit Abonnement
Molto-mobile Surf**

* Siehe Informationen unter www.moltomobile.ch/prot694




www.moltomobile.ch/prot694

Der neue Pro T694
für nur **Fr. 120.–**
mit Abonnement

Pro T694

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

➔



Beim Abschluss eines **Abonnements** Molto-Mobile Surf für mind. 24 Monate, Fr. 42.–/Monat (1 GB 4G inbegriffen), plus SIM-Karte: Fr. 40.–

Was gilt bei Vergleichspreisen und Preisreduktionen?

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

Es gibt drei Möglichkeiten für die Bekanntgabe von Vergleichspreisen:

Selbstvergleich

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

Einführungspreis

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

Konkurrenzvergleich

Vergleich des eigenen Preises mit demjenigen der Konkurrenz.

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

Bedingungen für einen Selbstvergleich (Möglichkeit 1)

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

Beispiel für einen Selbstvergleich (Möglichkeit 1)

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



Preishit
Cornalin du Valais
AOC 2011
Statt vorher 15.95
jetzt nur **9.95**

Darstellung dieses Beispiels für einen Selbstvergleich (Möglichkeit 1)

Wochen

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

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

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

Bedingungen für einen Selbstvergleich (Möglichkeit 2):

- Der Anbieter oder die Anbieterin muss den Vergleichspreis vorher selbst tatsächlich gehandelt haben, und zwar:
 - während mindestens 30 aufeinanderfolgenden Tagen,
 - für die gleiche Ware/Dienstleistung.
- Dieser Preis kann danach ohne zeitliche Begrenzung zum Vergleich herangezogen werden,
- für alle nachträglichen, aufeinanderfolgenden Preissenkungen.

Beispiel für einen Selbstvergleich (Möglichkeit 2)

Das Geschäft Nova hat vom 1. September bis 30. September, also während 30 Tagen, die Skier «AOX 2811» zum Preis von Fr. 599.- verkauft. Ab dem 1. Oktober reduziert das Geschäft den Preis der Skier auf Fr. 399.-. Die Preisangabe im Geschäft lautet wie folgt: „Nur Fr. 399.- statt Fr. 599.-“. Gleichzeitig erscheint folgendes Inserat: →



Preishit

Skier
AOX 2811

statt vorher
599.-

jetzt nur
399.-

Darstellung dieses Beispiels für einen Selbstvergleich (Möglichkeit 2)

Tage

10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110
Fr. 599.-			Fr. 399.- statt Fr. 599.-							
1.9 bis 30.9 (30 Tage)			ab 1.10 (zeitlich unbegrenzt)							

Das Geschäft Nova kann den Preis von Fr. 599.- als Vergleichspreis ohne zeitliche Begrenzung bekanntgeben, z.B. bis der Vorrat an Skiern «AOX 2811» aufgebraucht ist.

Es kann auch höhere Preisreduktionen gewähren (z.B. Fr. 239.- statt Fr. 599.-), aber es darf seinen Preis nicht erhöhen und gleichzeitig weiterhin den Preis von Fr. 599.- als Vergleichspreis angeben.

Bedingungen für einen Einführungspreis

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

Beispiel für einen Einführungspreis

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



FUTURE LCD-TV 2012
16:9
40" (102 cm)
Full HD (1920 × 1080)

Einführungspreis
20.3. bis 26.3.
Fr. 898.–
Inkl. VRB Fr. 12.–

statt Fr. 1248.–

Darstellung dieses Beispiels für einen Einführungspreis

Wochen

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

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

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

Bedingungen für einen Konkurrenzvergleich

Der von der Anbieterin bekannt gegebene Vergleichspreis muss:

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

Zu beachten: Für Konsumentinnen und Konsumenten bestimmte Katalog-, Richtpreise und dergleichen, die von Produzenten, Importeuren und Grossisten bekannt gegeben werden, dürfen nicht ohne Weiteres als Vergleichspreise dienen. Sie sind nur dann zulässig, wenn diese Katalog-, Richtpreise usw. echte Marktpreise darstellen, also die Bedingungen für einen Konkurrenzvergleich erfüllen. Andernfalls handelt es sich um künstlich überhöhte und damit unzulässige Richtpreise (sog. Mondpreise).

Beispiel für einen Konkurrenzvergleich

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

Der Vergleichspreis von Fr. 49.50 muss

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

Aufgrund dieser Marktlage lässt die Firma Rigoros folgendes Inserat erscheinen

PARFUM FREE Spray, 100 ml

Preis der Konkurrenz
Fr. 49.50

Unser Preis
Fr. 28.50



Bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen

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

Warum werden bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen wie Vergleichspreise beurteilt?

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

Grundsatz

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

Ausnahme

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

Beispiele für korrekt bezifferte Preisreduktionen

20% Rabatt

auf all unseren Tischen und Stühlen



Aktion

SECO-BELLA



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

Beispiele für zulässige Hinweise auf Preisreduktionen in der Werbung

- ☑ «20% Rabatt auf allen Damen-, Herren- und Kinderschuhen»
 «30% Ermässigung auf allen Polstergarnituren»
Erklärung: Bei Hinweis auf einen einheitlichen Reduktionssatz, der sich auf mehrere Produkte bezieht, ist keine weitere Spezifizierung von einzelnen Produkten nötig, sofern die Warengruppe klar als solche erkennbar ist. Ein Preis je Artikel muss nicht angegeben werden.
- ☑ «20% Rabatt für Damenkleid, Modell X, hellrot, 100% Baumwolle, Grösse 38–44; bisher CHF 200.–, jetzt nur noch CHF 160.–»
Erklärung: Bei Hinweis auf einen Reduktionssatz für einen einzelnen Artikel muss dieser spezifiziert und sein Preis bekannt gegeben werden.
- ☑ «Einführungsangebot: CHF 2.– Rabatt auf unserer neuen Produktlinie SECO-BELLA»
Erklärung: Bei Hinweis auf einen einheitlichen Reduktionsbetrag, der sich auf mehrere Produkte bezieht, ist keine weitere Spezifizierung von einzelnen Produkten nötig, sofern die Warengruppe klar als solche erkennbar ist. Ein Preis je Artikel muss nicht angegeben werden.
- ☑ «Günstiger als die Konkurrenz; bei uns Vollrahm UHT ½ Liter 1 CHF billiger; statt CHF 4.75 bei uns nur CHF 3.75»
Erklärung: Bei Hinweis auf einen Reduktionsbetrag eines einzelnen Artikels muss dieser spezifiziert und sein Preis bekannt gegeben werden.
- ☑ «Ausverkauf, bis 60% Rabatt auf verschiedene Parfums» plus Preisangabe und Beschreibung aller Parfums mit Rabatt
Erklärung: Dieser Hinweis ist gestattet, wenn im Prospekt oder Inserat der Preis aller Angebote mit Rabatt angegeben wird und alle Angebote spezifiziert werden.
- ☑ «30 bis 50% Rabatt auf die Sportkollektion, z.B. Trekkingjacke SECO-Sport, Modell Mountain 1000, 30% Rabatt, CHF 133.– statt CHF 190.–, Tourenschuh SECO-Sport, Modell North, 50% Rabatt, CHF 95.– statt CHF 190.–»
Erklärung: Im Prinzip sind ungenaue Preisreduktionen ohne Preisangabe und Spezifizierung nicht erlaubt. Die Angabe von Preisreduktionsrahmen wird aber zugelassen, wenn mindestens ein Beispiel für die unterste sowie auch für die oberste Preisgrenze angegeben wird und wenn die Spannweite zwischen den Reduktionsrahmen nicht zu gross ist (max. 50%).

Beispiele für unzulässige Hinweise auf Preisreduktionen in der Werbung

- ☒ «Bis 80% Rabatt» auf die Winterkollektion

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

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

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

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

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



Verantwortlichkeit, Sanktionen und Überwachung

Strafrechtliche Verantwortlichkeit

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

Sanktionen

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

Überwachung

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

Informationen zur PBV

Auskünfte zu Fragen der PBV geben

das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Ressort Recht

Holzikofenweg 36, 3003 Bern

Tel. 0041 (0)58 462 77 70 (Sekretariat)

E-Mail: pbv-oip@seco.admin.ch

die zuständigen kantonalen Stellen

Adressliste siehe www.seco.admin.ch > Werbe- und Geschäftsmethoden > Preisbekanntgabe > Vollzugs- und Auskunftsstellen

PBV-Informationsblätter des SECO

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

Die Informationsblätter können bezogen werden bei

- den kantonalen Vollzugsstellen
- dem SECO
- www.seco.admin.ch > Werbe- und Geschäftsmethoden > Preisbekanntgabe > Broschüren/Informationsblätter

Impressum

Herausgeber

Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Ressort Recht

Holzikofenweg 36, 3003 Bern

Tel. 0041 (0)58 462 77 70

www.seco.admin.ch

E-Mail: pbv-oip@seco.admin.ch

Vertrieb

Diese Broschüre kann gratis beim Bundesamt für Bauten und Logistik (BBL), 3003 Bern, bezogen werden.

(Artikel-Nummer 704.200.d)

www.bundespublikationen.admin.ch

Auflage: 2000 Ex.

Erscheinungsdatum: 2025



Schweizerische
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

