



Erläuterungen zur Änderung der Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen (PBV)

Vernehmlassungsverfahren

10. Mai 2010

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage	3
2	Kommentar zu den einzelnen Bestimmungen	4
	Ingress	4
	Art. 4 Abs. 1 und Art. 10 Abs. 2 Urheberrechtsvergütungen	4
	Art. 10 Abs. 1 Bst. d, i, n, t, u und v Unterstellung weiterer Dienstleistungen.....	5
	Art. 11 Abs. 4 Preisangaben in der Hotellerie.....	6
	Art. 11b Abs. 1 Push-Dienste	7
	Art. 11c Art und Weise der Preisbekanntgabe von Flugreisen	7
	Art. 13 Abs. 2 und 18 Abs. 2 Richtpreisproblematik	8
	Art. 14 Abs. 3 ^{bis} Lesbarkeit und Sichtbarkeit.....	8
	Art. 16 und 17 Preisvergleiche und -reduktionen.....	9
	Art. 23 Abs. 2 Stärkung des Vollzugs	9
3	Konsequenzen der Unterstellung unter die PBV	9
4	Verhältnis zum europäischen Recht	10
5	Auswirkungen	11
5.1	Auswirkungen auf den Bund.....	11
5.2	Auswirkungen auf Kantone und Gemeinden	11
5.3	Auswirkungen auf die Volkswirtschaft	11

1 Ausgangslage

Für sämtliche Waren, die Konsumentinnen und Konsumenten zum Kauf angeboten werden, ist der tatsächlich zu bezahlende Preis von Gesetzes wegen bekannt zu geben (Art. 16 Abs. 1 des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, UWG, SR 241). Die der Preisbekanntgabepflicht unterliegenden Dienstleistungen werden demgegenüber vom Bundesrat bestimmt. Sie sind in Artikel 10 der Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen (Preisbekanntgabeverordnung, PBV, SR 942.211) aufgeführt.

Am 12. Dezember 2008 hatte der Bundesrat vom Ergebnis der Vernehmlassung zu einer Änderung des UWG Kenntnis genommen und das weitere Vorgehen bestimmt. In diesem Zusammenhang hatte er entschieden, auf eine generelle Unterstellung der Dienstleistungen unter die Preisbekanntgabepflicht, wie das im Vernehmlassungsentwurf vom Juni 2008 vorgesehen war, zu verzichten. Stattdessen sollte am geltenden System festgehalten werden, wobei er in Aussicht stellte zu prüfen, ob der Katalog der unterstellten Dienstleistungen zu erweitern sei. Am 2. September 2009 verabschiedete der Bundesrat die Botschaft zu einer Änderung des UWG zuhanden des Parlaments (BBI 2009 6151).

Auf Grund von Beschwerden aus der Öffentlichkeit und eigener Beobachtungen des EVD besteht bei verschiedenen Dienstleistungen ein Transparenzdefizit, das mit der Unterstellung unter die Preisbekanntgabepflicht behoben werden soll. Dies gilt für die Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Abgabe von Arzneimitteln und Medizinprodukten, für die Dienstleistungen der Notare und Veterinäre, der Schönheits-, Schlankheits- und Bestattungsinstitute sowie für Flugreisen, für die es auf Grund des Luftverkehrsabkommens mit der EU spezifische, auch von der Schweiz zu beachtende Vorschriften gibt.

Darüberhinaus haben sich in der Praxis einzelne Regeln der PBV als zu starr erwiesen. Sie können gelockert werden, ohne dass dadurch die Gefahr der Irreführung von Konsumentinnen und Konsumenten erhöht wird. Die Regeln über die Bekanntgabe von Listen- und Richtpreisen schliesslich sind nicht mehr kongruent mit der aktuellen Kartellrechtsgesetzgebung und bedürfen deshalb einer Anpassung.

Die vorliegende Änderung der PBV will die umschriebenen Mängel beheben. Es ist vorgesehen, die Änderung zusammen mit dem revidierten UWG in der ersten Hälfte 2011 in Kraft zu setzen.

2 Kommentar zu den einzelnen Bestimmungen

Ingress

Im Ingress wird neu auch das Luftverkehrsabkommen zwischen der Schweiz und der EG¹ sowie die darauf beruhende Verordnung 1008/2008² aufgeführt. Diese enthält die verbindlichen Vorgaben betreffend die Preisbekanntgabe von Flugreisen. Die neugefasste Verordnung gilt für die Schweiz seit dem 29. April 2010.

Art. 4 Abs. 1 und Art. 10 Abs. 2 Urheberrechtsvergütungen

Nach geltendem Recht sind überwälzte öffentlichen Abgaben im Kaufpreis einer Ware oder Dienstleistung einzuschliessen (Art. 4 Abs. 1 und 10 Abs. 2 PBV). Dies gilt auch für überwälzte vorgezogene Entsorgungsbeiträge, die beim Kauf von elektrischen und elektronischen Geräten, Autos usw. erhoben werden. Da die PBV von der Bekanntgabe des tatsächlich zu bezahlenden Preises ausgeht, sind auch sonstige Zuschläge, über deren Bezahlung der Konsument oder die Konsumentin nicht frei wählen kann und die auf ihn oder sie überwälzt werden, im Gesamtpreis einzuschliessen. Im Sinne einer Klarstellung werden Artikel 4 Absatz 1 und Artikel 10 Absatz 2 dahin gehend ergänzt, dass nicht frei wählbare Zuschläge beim Kauf eines Produkts im Kaufpreis einzuschliessen sind.

Das Urheberrechtsgesetz³ unterstellt die ausschliesslichen Nutzungsrechte in gewissen Bereichen dem Zwang der kollektiven Verwertung⁴ und reduziert es in anderen Bereichen zudem auf einen Vergütungsanspruch⁵. Beide Massnahmen haben zur Folge, dass eine Entschädigung für die entsprechenden Nutzungen nur von den konzessionierten Verwertungsgesellschaften und gestützt auf staatlich kontrollierte Tarife⁶ geltend gemacht werden kann. Diese tariflich festgesetzten Urheberrechtsvergütungen werden auf den Preis der Waren oder Dienstleistungen überwälzt, die der Werknutzer als Hersteller von Tonträgern, als Konzertveranstalter oder als Ka-

¹ Abkommen vom 21. Juni 1999 zwischen der Schweizerischen Eidgenossenschaft und der Europäischen Gemeinschaft über den Luftverkehr, SR **0.748.127.192.68**

² Verordnung (EG) Nr. 1008/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. September 2008 über gemeinsame Vorschriften für die Durchführung von Luftverkehrsdiensten in der Gemeinschaft, ABl. L 293 vom 31.10.2008. Die Verordnung ist seit dem 29. April 2010, dem Datum des Inkrafttretens des Beschlusses Nr. 1/2010 des Gemischten Luftverkehrsausschusses vom 7. April 2010 im Luftverkehrsabkommen Schweiz-EU genannt.

³ Bundesgesetz über das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte, URG, SR **231.1**

⁴ Das gilt gemäss Art. 22 URG insbesondere für die Verbreitung von Radio- und Fernsehsendungen über Kabelnetze.

⁵ Das betrifft gemäss Art. 19 und 20 URG namentlich die Werkverwendung zum Eigengebrauch.

⁶ Die Verwertungsgesellschaften sind verpflichtet, für die von ihnen geforderten Vergütungen Tarife aufzustellen und diese Tarife werden von der Eidg. Schiedskommission für die Verwertung von Urheberrechten und verwandten Schutzrechten auf ihre Angemessenheit überprüft (Art. 46 Abs. 1 und 59 Abs. 1 URG).

belnetzbetreiber den Konsumenten anbietet. In der Praxis kommt es vor, dass die Urheberrechtsgebühren nicht im Gesamtpreis des Angebots eingeschlossen sind, sondern separat ausgewiesen werden. Da es sich dabei zwar um staatlich genehmigte Vergütungen, aber nicht um öffentliche Abgaben im eigentlichen Sinn handelt, sind die Urheberrechtsvergütungen in Artikel 4 Absatz 1 und Artikel 10 Absatz 2 neu aufzuführen. Damit wird klargestellt, dass sie wie die öffentlichen Abgaben im Detailpreis und im Gesamtpreis der Dienstleistung eingeschlossen sein müssen. Im Bereich der so genannten Leerträgervergütung für das Kopieren von Werken zum Eigengebrauch⁷ bleibt es den Anbietern von Speichergeräten überlassen, ob sie ihren Kunden die im Gesamtpreis enthaltene Urheberrechtsvergütung noch separat zur Kenntnis bringen wollen (z. B. Fr. 300 für Speichergerät xy inkl. Fr. 2.25 Urheberrechtsvergütungen).

Art. 10 Abs. 1 Bst. d, i, n, t, u und v Unterstellung weiterer Dienstleistungen

Der Entwurf sieht vor, neu die Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Abgabe von Arzneimitteln und Medizinprodukten, Dienstleistungen von Notaren, Veterinären und Bestattungsinstituten der Preisbekanntgabepflicht zu unterstellen. Das Gleiche gilt für Flugreisen.

Bst. d nennt neu neben den Kosmetikinstituten die Körperpflege (anstelle der Fusspflege). Es ist eine Verdeutlichung in dem Sinne, dass klar gestellt ist, dass die Ganzkörperpflege einschliesslich Schlankheitsmethoden, Massage, Wellness, Fuss-, Hand- und Fingernagelpflege unter die PBV fallen.

Bst. i enthält eine rein redaktionelle Änderung, indem die "chemischen Reinigungsbetriebe" in "Textilpflege" umbenannt werden.

Bst. n führt neu neben den Pauschalreisen auch die Flugreisen auf. Die Unterstellung der Flugreisen ergibt sich aus dem Luftverkehrsabkommen bzw. aus der dort genannten Verordnung (EG) Nr. 1008/2008⁸. Diese schreibt in Artikel 23 Preisinformationspflichten für Flugreisen vor. Was die Preisbekanntgabe für Flugreisen im Einzelnen umfasst, wird in Artikel 11c ausgeführt.

Bst. t und *u* führen für einzelne Dienstleistungen neu die obligatorische Preisbekanntgabe ein. Im Einzelnen geht es um folgende:

- Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Abgabe von Arzneimitteln und Medizinprodukten durch Abgabestellen, Akustiker, Apotheken und Drogerien usw. Hier liegt das Charakteristische darin, dass das Warenangebot (Medizin-

⁷ Art. 19 Abs. 3 URG

⁸ Siehe FN 2.

produkte, Hörgeräte, Arzneimittel) bereits heute der Preisbekanntgabepflicht untersteht. Die mit dem Warenverkauf verknüpfte Dienstleistung ist im Katalog der unterstellten Dienstleistungen in Artikel 10 hingegen nicht ausdrücklich aufgeführt. Es dient der Rechtssicherheit, wenn hier Klarheit geschaffen wird, so dass auch für die Leistungserbringung die Preise offen gelegt werden müssen.

- Notare und Veterinäre stehen seit längerem im Fokus. Angestrebt wird eine Unterstellung unter die Preisbekanntgabepflicht, wie sie für die Zahnärzte seit 2004 der Fall ist. Anwälte sind auf Grund des Anwaltsgesetzes einer Preisinformationspflicht unterworfen⁹; die Ärzte unterstehen dem TARMED. Mit der Unterstellung der Notare und Veterinäre werden somit ähnliche Informationspflichten für vergleichbare Berufsgruppen geschaffen.

Bst. v unterstellt neu die Bestattungsinstitute der obligatorischen Preisbekanntgabe. Diese unterliegen bisher keiner speziellen Preisbekanntgabepflicht. Sie erbringen zumeist eine Palette von Dienstleistungen, verknüpft mit der Lieferung von Waren. Über diese Angebote besteht keine hinreichende Preistransparenz.

Die Art und Weise der Bekanntgabe der neu unterstellten Dienstleistungen richtet sich, mit Ausnahme der Flugreisen, nach Artikel 11 Absätze 1 und 2 PBV. Danach können die tatsächlich zu bezahlenden Preise (inkl. Mehrwertsteuer und sonstige Abgaben und Zuschläge) in Preisanschlägen, Preislisten, Katalogen usw. bekannt gemacht werden. Entscheidend ist, dass die den Konsumentinnen und Konsumenten zur Verfügung gestellten Preisinformationen leicht zugänglich und gut lesbar sind. Aus der Preisbekanntgabe muss hervorgehen, auf welche Art und Einheit der Dienstleistung oder auf welche Verrechnungssätze sich der Preis bezieht. Allenfalls kann es angezeigt sein, für eine bestimmte Branche ein Merkblatt zu erarbeiten, das die branchenspezifischen Besonderheiten festhält und die Preisbekanntgabe für diese Branche konkretisiert. Solche Merkblätter werden in der Regel nach Anhörung des betroffenen Branchenverbands, der Konsumentenorganisationen und der kantonalen Vollzugsstelle verfasst. Die bestehenden Branchenbroschüren sind auf der Webseite des SECO publiziert:

<http://www.seco.admin.ch/themen/00645/00654/01453/index.html?lang=de>

Art. 11 Abs. 4 Preisangaben in der Hotellerie

In Absatz 4 wird die Vorschrift, dass in Betrieben, welche gewerbsmässig Personen beherbergen, der Preis u. a. in den Gästezimmern anzuschlagen ist, gestrichen. Die stärkere Ausrichtung der Hotellerie auf Flexibilität bei den Preisen und auf Angebot und Nachfrage führt dazu, dass in den Gästezimmern der maximal mögliche Preis bekannt gegeben wird. Dieser gibt dem Kunden kaum die gewünschte Information.

⁹ Art. 12 Bst. i des Bundesgesetzes über die Freizügigkeit der Anwältinnen und Anwälte, SR 935.61

Vielmehr will er in der Regel bei der Buchung oder bei der Ankunft Informationen über den tatsächlich zu bezahlenden Preis zur Verfügung haben.

Art. 11b Abs. 1 Push-Dienste

Artikel 11b Absatz 1 Einleitungssatz PBV wurde im Rahmen der letzten Revision der Fernmeldedienstverordnung¹⁰ angepasst. Neu war, dass die in Absatz 1 geforderten Informationen auch auf dem mobilen Endgerät bekannt gegeben werden müssen, auf dem die Konsumentinnen und Konsumenten den Push-Dienst empfangen und über welches abgerechnet wird. Um zu verdeutlichen, dass diese Informationen nicht nur auf dem mobilen Endgerät, auf dem die Konsumentinnen und Konsumenten den Push-Dienst empfangen und über welches abgerechnet wird, sondern auch am Ort des Angebots (z. B. im Internet) bereit gestellt werden müssen, wird die Bestimmung geringfügig redaktionell ergänzt.

Art. 11c Art und Weise der Preisbekanntgabe von Flugreisen

Bis jetzt unterstehen Flugreisen nur der PBV, wenn für sie mit Preisen geworben wird (Art. 13 ff. PBV). In diesem Zusammenhang ist im SECO-Informationsblatt vom 1. Juni 2006 betreffend Preisbekanntgabe und Werbung für Reiseangebote¹¹ der Grundsatz der Gesamtpreisangabe statuiert. Dieser besagt, dass den Konsumentinnen und Konsumenten der Gesamtpreis eines Flugangebots inklusive öffentliche Abgaben, Flughafentaxen, Ein- und Ausreisetaxen, Sicherheitsgebühren, Treibstoffzuschläge und sonstige nicht individuell verursachte oder nicht frei wählbare Zuschläge kommuniziert werden muss.

Mit der Unterstellung der Flugreisen unter die Preisbekanntgabepflicht (Art. 10 Abs. 1 Bst. n Entwurf) wird dieser Grundsatz der Gesamtpreisangabe generell eingeführt. Das heisst, dass er nicht nur in der Werbung beachtet werden muss, sondern auch bei der Buchung, u. a. im Internet.

Artikel 11c legt ausdrücklich fest, dass der Gesamtpreis neben dem Flugpreis sämtliche Steuern, Gebühren, Zuschläge und Entgelte, die unvermeidbar und zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vorhersehbar sind, einzuschliessen hat. Dieser Preis muss zusammen mit den anwendbaren Tarifbedingungen überall genannt werden, wo Flüge angeboten werden, also auch im Internet. Im Übrigen ist der Gesamtpreis stets auszuweisen (Abs. 2). In der Praxis bedeutet dies, dass der Gesamtpreis bei der Buchung eines Fluges auf dem Internet von Anfang an genannt sein muss und nicht erst nach der Vornahme sämtlicher Buchungsschritte übermittelt werden darf. Kann ein Flug nur mit Kreditkarte bezahlt werden, so gilt ein allenfalls dafür erhobener Zuschlag als nicht frei wählbar. Er ist im Gesamtpreis einzuschliessen.

¹⁰ Änderung vom 4. November 2009, AS **2009** 5821, 5825

¹¹ <http://www.seco.admin.ch/themen/00645/00654/01453/index.html?lang=de>

Neu ist auch der in Absatz 4 festgehaltene Grundsatz: Fakultative Zusatzkosten sind klar und deutlich zu Beginn jedes Buchungsvorgangs mitzuteilen und bedürfen des ausdrücklichen Einverständnisses des Kunden. Damit wird die Regel des "Opt-in" festgelegt. Eine voreingestellte Annullierungsversicherung, aus der sich der Kunde mit einem "Opt-out" ausklinken muss, ist nicht mehr zulässig.

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

Nach geltender PBV dürfen Hersteller, Importeure oder Grossisten Konsumentinnen und Konsumenten nur dann einen Katalog- oder Richtpreis mitteilen, wenn dieser mehrheitlich als Marktpreis praktiziert wird. Ein Marktpreis liegt vor, wenn die betreffenden Preise im zu berücksichtigenden Marktgebiet für die überwiegende Menge dieser Ware oder Dienstleistung tatsächlich gehandelt werden (Art. 18 Abs. 2 PBV). Somit setzt die PBV etwas voraus, was sich nach der kartellrechtlichen Gesetzgebung als unzulässig erweisen könnte. Die in Frage stehenden PBV-Bestimmungen sollen deshalb den Vorgaben des Kartellgesetzes¹² angeglichen werden.

Hersteller, Importeure und Grossisten dürfen auch gemäss vorliegendem Revisionsentwurf weiterhin Richtpreise bekannt geben. Sie müssen aber klar darauf hinweisen, dass es sich um ihren unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis handelt. Die Mitteilung von empfohlenen Publikumspreisen kann nämlich unter Umständen zu unzulässigen Wettbewerbsbeschränkungen führen, welche nach der hierfür massgeblichen kartellrechtlichen Gesetzgebung zu beurteilen sind. Artikel 18 Absatz 2 PBV bringt den Vorbehalt der Bestimmungen des Kartellgesetzes zum Ausdruck.

Art. 14 Abs. 3^{bis} Lesbarkeit und Sichtbarkeit

Eine stete Streitfrage ist die Lesbarkeit von Spezifizierungsangaben im Zusammenhang mit Preiswerbung. Nach PBV muss aus der Preisbekanntgabe deutlich hervorgehen, auf welche Ware und Verkaufseinheit oder auf welche Art, Einheit und Verrechnungssätze von Dienstleistungen sich der Preis bezieht (Art. 14 Abs. 1 PBV). Die Waren sind zudem nach Marke, Typ, Sorte, Qualität und Eigenschaften genauer zu umschreiben (Art. 14 Abs. 2 PBV). Da diese Umschreibungen sehr oft dem Gebot der Leserlichkeit nicht standhalten, wird der Grundsatz der leichten Sichtbarkeit und guten Lesbarkeit in der Verordnung festgeschrieben. Es versteht sich, dass die Spezifizierungsangaben je nach Werbemittel (Inserat, Plakat, TV- oder Kino) für einen bestimmten Betrachtungsabstand konzipiert sein müssen. Die gute Lesbarkeit der Spezifizierungsangaben muss in allen Medien bezogen auf diesen Betrachtungsabstand gewährleistet sein.

¹² Bundesgesetz vom 6. Oktober 1995 über Kartelle und andere Wettbewerbsbeschränkungen, SR 251

Art. 16 und 17 Preisvergleiche und -reduktionen

Nach geltendem Recht darf der eigene, unmittelbar vor der Preissenkung praktizierte Preis während maximal zwei Monaten als Vergleichsgrösse herangezogen werden. Diese seit Ende 1999 in Kraft stehende Regelung hat sich in der Praxis als zu starr erwiesen. Sie trägt insbesondere der Räumung von Saisonwaren zu wenig Rechnung, die zum Ziel hat, dem neuen Sortiment Platz zu machen. Aus diesem Grund wird auf die vor 1999 geltende Regelung zurückgegriffen, die erlaubt, Saisonware wie Bekleidung, Schuhe und Sportartikel während maximal vier Monaten mit dem unmittelbar vorher gehandhabten Preis zu vergleichen. Diese Lösung trägt den tatsächlichen Marktverhältnissen besser Rechnung und verhindert, dass gesetzliche Vorgabe und wirtschaftliche Realität zu stark auseinander driften.

Bei bezifferten Hinweisen auf Preisreduktionen und dergleichen gilt die Pflicht zur Preisbekanntgabe sowie zur Spezifizierung. Anhand eines Beispiels bedeutet dies Folgendes: Die Werbung "30 Franken billiger" ist nur PBV-konform, wenn der Preis des Produkts, für das die Verbilligung gilt, angegeben und das Angebot nach Marke, Typ, Sorte, Qualität usw. spezifiziert ist. Eine Ausnahme besteht für Hinweise auf mehrere Produkte, verschiedene Produkte, Produktgruppen oder Sortimente, soweit für sie der gleiche Reduktionssatz gilt. Ein Slogan wie "20% auf allen Stühlen" ist damit konform, da ein einheitlicher Reduktionssatz für eine Produktgruppe gewährt wird. Eine Täuschung des Konsumenten ist ausgeschlossen, da er weiss, welche Reduktion ihn, unabhängig vom Preis des Produkts, erwartet. In der Praxis hat sich diese Ausnahmeregelung als zu rigide erwiesen. Sie trägt der Tatsache, dass täglich Gutscheine, Rabatte und dergleichen anzutreffen sind, die mit einem Reduktionsbetrag werben, zu wenig Rechnung. Der Änderungsentwurf sieht deshalb vor, für Hinweise auf einen einheitlichen Reduktionsbetrag die gleiche Ausnahme gelten zu lassen wie für einheitliche Reduktionssätze (z. B. 100 Franken auf allen Möbelstücken).

Art. 23 Abs. 2 Stärkung des Vollzugs

Der Vollzug der PBV ist den Kantonen übertragen. Um einen besseren Überblick über die von den Kantonen ergriffenen Vollzugsmassnahmen zu erhalten, wird neu eine jährliche Meldepflicht über die Art und die Anzahl der durchgeführten Kontrollen und der verzeigten Verstösse zuhanden der Vollzugsaufsicht (Eidg. Volkswirtschaftsdepartement) eingeführt. Dabei geht es nicht um die Mitteilung, welche natürlichen Personen verwarnt oder bestraft worden sind. Vielmehr interessiert es die Aufsichtsbehörde, welche Branchen kontrolliert worden sind, wie viele Verstösse festgestellt worden sind und welche Massnahmen dagegen ergriffen worden sind (Verwarnung, Verzeigung).

3 Konsequenzen der Unterstellung unter die PBV

Widerhandlungen gegen die PBV werden nach den Bestimmungen des Bundesgesetzes vom 19. Dezember 1986 gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) bestraft (Art. 21 PBV in Verbindung mit Art. 24 UWG). Die Strafandrohung beträgt Busse bis 20'000 Franken (Art. 24 UWG). Verantwortlich für die vorschriftsgemässe Bekannt-

gabe der Preise und für konforme Werbung sind die Leiter von Geschäften aller Art (Art. 20 PBV).

Der Vollzug obliegt den zuständigen kantonalen Stellen. Sie überwachen die vorschriftsgemässe Durchführung der PBV und verzeigen Verstösse den zuständigen Instanzen (Art. 22 PBV). Die Oberaufsicht wird durch das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement ausgeübt (Art. 23 PBV).

4 Verhältnis zum europäischen Recht

Während im Bereich der Preisbekanntgabepflicht für Waren zwischen der EU und der Schweiz weitgehende Analogie festzustellen ist¹³, gibt es Unterschiede bei der Preisbekanntgabe für Dienstleistungen. In der EU ist die Preisdeklaration punktuell geregelt für Konsumkredite¹⁴, Fernabsatz von Finanzdienstleistungen¹⁵, grenzüberschreitende Überweisungen¹⁶, Pauschalreisen¹⁷, im Fernabsatz¹⁸ beim sog. Time Sharing¹⁹ sowie bei den Flugreisen²⁰. Diese Richtlinien verlangen - genauso wie die Verordnung 1008/2008 - die Angabe des tatsächlich vom Konsumenten zu bezahlenden Preises in der vorvertraglichen Phase, oftmals auch noch als notwendigen Inhalt im Vertrag selbst. Deutschland kennt eine Preisbekanntgabepflicht für sämtliche

¹³ Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 1998 über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse, ABl. L 80 vom 18.3.1998, S. 27.

¹⁴ Richtlinie 98/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Februar 1998 zur Änderung der Richtlinie 87/102/EWG zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über den Verbraucherkredit, ABl. L 101 vom 1.4.1998, S. 17.

¹⁵ Richtlinie 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. September 2002 über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher und zur Änderung der Richtlinie 90/619/EWG des Rates und der Richtlinien 97/7/EG und 98/27/EG, ABl. L 271 vom 9.10.2002, S. 16.

¹⁶ Richtlinie 97/5/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. Januar 1997 über grenzüberschreitende Überweisungen, ABl. L 43 vom 14.2.1997, S. 25; diese Richtlinie wird per 30.10.2008 aufgehoben und abgelöst durch die Richtlinie 2007/64/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. November 2007 über Zahlungsdienste im Binnenmarkt, zur Änderung der Richtlinien 97/7/EG, 2002/65/EG, 2005/60/EG und 2006/48/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 97/5/EG, ABl. L 319 vom 5.12.2007, S. 1. Artikel 37 dieser Richtlinie enthält vorvertragliche Informationspflichten bezüglich aller Entgelte, die der Zahlungsdienstnutzer an den Zahlungsdienstleister zu entrichten hat, und gegebenenfalls ihre Aufschlüsselung.

¹⁷ Richtlinie 90/314/EWG des Rates vom 13. Juni 1990 über Pauschalreisen, ABl. L 158 vom 23.6.1990, S. 59.

¹⁸ Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz, ABl. L 144 vom 4.6.1997, S. 19.

¹⁹ Richtlinie 94/47/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Oktober 1994 zum Schutz der Erwerber im Hinblick auf bestimmte Aspekte von Verträgen über den Erwerb von Teilzeitnutzungsrechten an Immobilien, ABl. L 280 vom 29.10.1994, S. 83.

²⁰ Siehe vorne FN 2.

Waren und Leistungen²¹. Auch Österreich sieht eine Preisbekanntgabepflicht für Leistungen, die Konsumenten angeboten werden, vor²².

Die PBV enthält zudem Regelungen für die Preisbekanntgabe in der Werbung (Art. 13 f.) und zur Vergleichbarkeit von Preisen (Art. 16 ff.). In der EU verbietet die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken²³ die Irreführung der Konsumenten über den Preis. Irreführende Preise im Mitbewerberverhältnis sowie Vergleichspreise fallen unter den Geltungsbereich der Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung²⁴.

5 Auswirkungen

5.1 Auswirkungen auf den Bund

Ob die Umsetzung der geänderten Verordnung einen personellen Mehrbedarf erfordert, kann erst im Zeitpunkt der definitiven Verabschiedung der Vorlage beurteilt werden und wird dem Bundesrat entsprechend zur Kenntnis gebracht werden.

5.2 Auswirkungen auf Kantone und Gemeinden

Die kantonalen Vollzugsaufgaben im Bereich der PBV nehmen um die neu zu unterstellenden Dienstleistungen zu. Hingegen dürfte die Meldepflicht der Vollzugstätigkeit im Sinne einer jährlichen Berichterstattung zuhanden der Aufsichtsbehörde nur eine beschränkte Mehrbelastung darstellen.

5.3 Auswirkungen auf die Volkswirtschaft

Die Unterstellung weiterer Dienstleistungen unter die Preisbekanntgabepflicht stärkt die Markt- und Preistransparenz zugunsten der Konsumentinnen und Konsumenten. Markt- und Preistransparenz sind zwei wesentliche Parameter, damit die Konsumentinnen und Konsumenten die ihnen in einer Marktwirtschaft zukommende Steuerungsfunktion wahrnehmen können. Sie sind wesentliche Entscheidungshilfen bei der Kaufwahl von Waren und Dienstleistungen. Eine Verbesserung der Information der Konsumentinnen und Konsumenten steigert ihr Vertrauen in den Markt, was ein we-

²¹ § 1 und 5 der Preisangabeverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 18. Oktober 2002 (BGBl. I S. 4197).

²² § 1 Bundesgesetz über die Auszeichnung von Preisen (BGBl. 146/1992).

²³ Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken), ABl. Nr. L 149 vom 11.06.2005, S. 22 ff.

²⁴ Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung, ABl. L 376/21 vom 27.12.2006

sentlicher Antriebsfaktor der wirtschaftlichen Entwicklung ist. Nach geltendem Recht unterstehen nur die in der Preisbekanntgabeverordnung aufgeführten Dienstleistungen der Preisbekanntgabepflicht, was für die neu zu unterstellenden Branchen gerade nicht der Fall ist.

Mit der Unterstellung unter die Preisbekanntgabepflicht ist eine gewisse administrative Belastung verbunden, da die Preise in einer geeigneten Form bekannt gegeben werden müssen. Diese Belastung gilt für alle bereits unterstellten Kreise, seien sie Anbieter von Waren oder unterstellten Dienstleistungen. Dabei ist in Betracht zu ziehen, dass das Internet zumindest für einzelne Dienstleistungserbringer eine Plattform bietet, auf der die Preise relativ einfach kommuniziert werden können. Dies gilt für die Hotellerie gleichermassen wie für Flugreisen.

Die PBV-Änderung bringt der Wirtschaft aber auch Erleichterungen. Einerseits dem Detailhandel, indem die Frist für den Gebrauch von Rabatten für Saisonwaren wie Bekleidung, Schuhe und Sportartikel ausgeweitet wird. Ein Preisvergleich "Jetzt - Vorher" darf während vier Monaten bekannt gegeben werden (aktuell nur während zwei Monaten). Dies erlaubt, die Konsumentinnen und Konsumenten während einer längeren Zeitperiode über preislich herabgesetzte Waren der abgelaufenen Saison mittels Preisvergleichen zu informieren. Andererseits wird die Werbung mit Preisreduktionen flexibler, da auch der Hinweis auf einen Reduktionsbetrag (z. B. 100 Franken billiger) einfacher verwendet werden kann als heute.

Die Kantone sind bereits heute für die Anwendung der PBV zuständig und die entsprechenden Gewerbepolizeinstellen haben in diesem Bereich einschlägige Erfahrung. Insoweit können die neuen Vollzugsaufgaben bestehenden Institutionen übertragen werden.