

**Verordnung
über die Bekanntgabe von Preisen
(Preisbekanntgabeverordnung, PBV)¹**

942.211

vom 11. Dezember 1978 (Stand am 1. Juli 2015)

Der Schweizerische Bundesrat,

gestützt auf die Artikel 16, 16a, 17 und 20 des Bundesgesetzes vom 19. Dezember 1986² gegen den unlauteren Wettbewerb, auf Artikel 12b des Fernmeldegesetzes vom 30. April 1997³ und auf Kapitel IV der Verordnung (EG) Nr. 1008/2008⁴ in der für die Schweiz gemäss Ziffer 1 des Anhangs zum Abkommen vom 21. Juni 1999⁵ zwischen der Schweizerischen Eidgenossenschaft und der Europäischen Gemeinschaft über den Luftverkehr (Luftverkehrsabkommen) jeweils verbindlichen Fassung,⁶
verordnet:

1. Kapitel: Zweck und Geltungsbereich

Art. 1 Zweck

Zweck dieser Verordnung ist, dass Preise klar und miteinander vergleichbar sind und irreführende Preisangaben verhindert werden.

Art. 2 Geltungsbereich

¹ Die Verordnung gilt für:

- a. das Angebot von Waren zum Kauf an Konsumentinnen und Konsumenten⁷
- b. Rechtsgeschäfte mit Konsumentinnen und Konsumenten mit wirtschaftlich gleichen oder ähnlichen Wirkungen wie der Kauf, beispielsweise Abzahlungsverträge, Mietkaufverträge, Leasingverträge und mit Kaufgeschäften verbundene Eintauschaktionen (kaufähnliche Rechtsgeschäfte);
- c. das Angebot der in Artikel 10 genannten Dienstleistungen;

AS 1978 2081

¹ Abkürzung gemäss Ziff. I der V vom 14. Dez. 1987, in Kraft seit 1. März 1988 (AS 1988 241).

² SR 241

³ SR 784.10

⁴ Verordnung (EG) Nr. 1008/2008 des Europäischen Parlaments und des Europäischen Rates vom 24. Sept. 2008 über gemeinsame Vorschriften für die Durchführung von Luftverkehrsdiensten (Neufassung).

⁵ SR 0.748.127.192.68

⁶ Fassung gemäss Ziff. I 6 der V vom 7. Dez. 2012 (Neue gesetzliche Grundlagen im Messwesen), in Kraft seit 1. Jan. 2013 (AS 2012 7065).

⁷ Ausdruck gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959). Diese Änderung wurde im ganzen Erlass berücksichtigt.

- d. die an Konsumentinnen und Konsumenten gerichtete Werbung für sämtliche Waren und Dienstleistungen.

² Konsumentinnen und Konsumenten sind Personen, die Waren oder Dienstleistungen für Zwecke kaufen, die nicht im Zusammenhang mit ihrer gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit stehen.⁸

2. Kapitel: Waren

1. Abschnitt: Bekanntgabe des Detailpreises

Art. 3 Bekanntgabepflicht

¹ Für Waren, die der Konsumentin oder dem Konsumenten zum Kauf angeboten werden, ist der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken (Detailpreis) bekanntzugeben.

² Die Bekanntgabepflicht gilt auch für kaufähnliche Rechtsgeschäfte.

³ Sie gilt nicht für Waren, die an Versteigerungen, Auktionen und ähnlichen Veranstaltungen verkauft werden.

Art. 4 Öffentliche Abgaben, Urheberrechtsvergütungen, vorgezogene Entsorgungsbeiträge, Vergünstigungen⁹

¹ Überwälzte öffentliche Abgaben, Urheberrechtsvergütungen, vorgezogene Entsorgungsbeiträge sowie weitere nicht frei wählbare Zuschläge jeglicher Art müssen im Detailpreis inbegriffen sein.¹⁰

^{1bis} Bei Änderung des Mehrwertsteuersatzes muss innert drei Monaten nach deren Inkrafttreten die Preisanschrift angepasst werden. Die Konsumentinnen und Konsumenten sind während dieser Frist mit einem gut sichtbaren Hinweis darüber in Kenntnis zu setzen, dass in der Preisanschrift die Steuersatzänderung noch nicht berücksichtigt ist.¹¹

² Vergünstigungen wie Rabatte, Rabattmarken oder Rückvergütungen, die erst nach dem Kauf realisiert werden können, sind gesondert bekanntzugeben und zu beziffern.

⁸ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 28. April 1999, in Kraft seit 1. Nov. 1999 (AS 1999 1637).

⁹ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

¹⁰ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

¹¹ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999, in Kraft seit 1. Nov. 1999 (AS 1999 1637).

2. Abschnitt: Bekanntgabe des Grundpreises

Art. 5 Bekanntgabepflicht

¹ Für messbare Waren, die der Konsumentin oder dem Konsumenten zum Kauf angeboten werden, ist der Grundpreis bekanntzugeben.

² Für vorverpackte Ware sind Detail- und Grundpreis bekanntzugeben.

³ Der Grundpreis muss nicht angegeben werden bei:

- a. Verkauf per Stück oder nach Stückzahl;
- b. Verkauf von 1, 2 oder 5 Liter, Kilogramm, Meter, Quadratmeter oder Kubikmeter und ihrer dezimalen Vielfachen und Teile;
- c.¹² Spirituosen in Behältern mit einem Nenninhalt von 35 und 70 cl;
- d. Fertigpackungen mit einem Nettogewicht oder einem Abtropfgewicht von 25, 125, 250 und 2500 g;
- e. Kombinationspackungen, Mehrteilpackungen und Geschenkpakungen;
- f. Lebensmittelkonserven, die aus einer Mischung von festen Produkten bestehen, sofern die Gewichte der Bestandteile angegeben werden;
- g.¹³ Waren in Fertigpackungen, deren Detailpreis nicht mehr als 2 Franken beträgt;
- h. Waren in Fertigpackungen, deren Grundpreis je Kilogramm oder Liter bei Lebensmitteln 150 Franken und bei den übrigen Waren 750 Franken übersteigt;
- i. gastgewerblichen Betrieben;
- j.¹⁴ Fertigpackungen von Arzneimitteln der Abgabekategorien A, B und C nach den Artikeln 23–25 der Arzneimittelverordnung vom 17. Oktober 2001¹⁵;

Art. 6 Messbare Waren und Grundpreis

¹ Messbare Waren sind solche, deren Detailpreis üblicherweise nach Volumen, Gewicht, Masse, Länge oder Fläche bestimmt wird.

² Als Grundpreis gilt der dem Detailpreis zugrundeliegende Preis je Liter, Kilogramm, Meter, Quadratmeter, Kubikmeter oder eines dezimalen Vielfachen oder eines dezimalen Teiles davon.

¹² Fassung gemäss Art. 39 Ziff. 2 der Mengenangabeverordnung vom 5. Sept. 2012, in Kraft seit 1. Jan. 2013 (AS 2012 5275).

¹³ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 14. Dez. 1987, in Kraft seit 1. März 1988 (AS 1988 241).

¹⁴ Eingefügt durch Art. 39 Ziff. 2 der Mengenangabeverordnung vom 5. Sept. 2012, in Kraft seit 1. Jan. 2013 (AS 2012 5275).

¹⁵ SR 812.212.21

³ Wird bei Lebensmittelkonserven in Anwendung von Artikel 16 der Mengenangabeverordnung vom 5. September 2012¹⁶ das Abtropfgewicht angegeben, so bezieht sich der Grundpreis auf das Abtropfgewicht.¹⁷

3. Abschnitt: Art und Weise der Bekanntgabe

Art. 7 Anschrift

¹ Detail- und Grundpreise müssen durch Anschrift an der Ware selbst oder unmittelbar daneben (Anschrift, Aufdruck, Etikette, Preisschild usw.) bekanntgegeben werden.

² Sie können in anderer leicht zugänglicher und gut lesbarer Form bekanntgegeben werden (Regalanschrift, Anschlag von Preislisten, Auflage von Katalogen usw.), wenn die Anschrift an der Ware selbst wegen der Vielzahl preisgleicher Waren oder aus technischen Gründen nicht zweckmässig ist.

³ Die Bekanntgabe nach Absatz 2 ist auch zulässig für Antiquitäten, Kunstgegenstände, Orientteppiche, Pelzwaren, Uhren, Schmuck und andere Gegenstände aus Edelmetallen, wenn der Preis 5000 Franken übersteigt.¹⁸

Art. 8 Sichtbarkeit und Lesbarkeit

¹ Detail- und Grundpreise müssen leicht sichtbar und gut lesbar sein. Sie sind in Zahlen bekanntzugeben.

² Insbesondere müssen in Schaufenstern die Detailpreise, bei Waren, die offen verkauft werden, die Grundpreise von aussen gut lesbar sein.

Art. 9 Spezifizierung

¹ Aus der Bekanntgabe muss hervorgehen, auf welches Produkt und welche Verkaufseinheit sich der Detailpreis bezieht.

² Die Menge ist nach dem Messgesetz vom 17. Juni 2011¹⁹ anzugeben.²⁰

³ Weitergehende Bestimmungen über die Spezifizierung in anderen Erlassen bleiben vorbehalten.

¹⁶ SR 941.204

¹⁷ Fassung gemäss Art. 39 Ziff. 2 der Mengenangabeverordnung vom 5. Sept. 2012, in Kraft seit 1. Jan. 2013 (AS 2012 5275).

¹⁸ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 14. Dez. 1987, in Kraft seit 1. März 1988 (AS 1988 241).

¹⁹ SR 941.20

²⁰ Fassung gemäss Ziff. I 6 der V vom 7. Dez. 2012 (Neue gesetzliche Grundlagen im Messwesen), in Kraft seit 1. Jan. 2013 (AS 2012 7065).

3. Kapitel: Dienstleistungen

Art. 10 Bekanntgabepflicht

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

- a. Coiffeurgewerbe;
- b. Garagegewerbe für Serviceleistungen;
- c. Gastgewerbe und Hotellerie;
- d.²¹ Kosmetische Institute und Körperpflege;
- e.²² Fitnessinstitute, Schwimmbäder, Eisbahnen und andere Sportanlagen;
- f. Taxigewerbe;
- g. Unterhaltungsgewerbe (Theater, Konzerte, Kinos, Dancings und dgl.), Museen, Ausstellungen, Messen sowie Sportveranstaltungen;
- h. Vermietung von Fahrzeugen, Apparaten und Geräten;
- i.²³ Wäschereien und Textilreinigungen (Hauptverfahren und Standardartikel);
- k. Parkieren und Einstellen von Autos;
- l. Fotobranche (standardisierte Leistungen in den Bereichen Entwickeln, Kopieren, Vergrössern);
- m.²⁴ Kurswesen;
- n.²⁵ Flug- und Pauschalreisen;
- o.²⁶ die mit der Buchung einer Reise zusammenhängenden und gesondert in Rechnung gestellten Leistungen (Buchung, Reservation, Vermittlung);
- p.²⁷ Fernmeldedienste nach dem Fernmeldegesetz vom 30. April 1997;
- q.²⁸ Dienstleistungen wie Informations-, Beratungs-, Vermarktungs- und Gebührenteilungsdienste, die über Fernmeldedienste erbracht oder angeboten wer-

²¹ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

²² Fassung gemäss Ziff. I der V vom 28. April 1999, in Kraft seit 1. Nov. 1999 (AS 1999 1637).

²³ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

²⁴ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999, in Kraft seit 1. Nov. 1999 (AS 1999 1637).

²⁵ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999 (AS 1999 1637). Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

²⁶ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999, in Kraft seit 1. Nov. 1999 (AS 1999 1637).

²⁷ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999 (AS 1999 1637). Fassung gemäss Ziff. II der V vom 4. Nov. 2009, in Kraft seit 1. Jan. 2010 (AS 2009 5821).

²⁸ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999 (AS 1999 1637). Fassung gemäss Ziff. II der V vom 4. Nov. 2009, in Kraft seit 1. Jan. 2010 (AS 2009 5821).

den, unabhängig davon, ob sie von einer Anbieterin von Fernmeldediensten verrechnet werden;

- r.²⁹ die Kontoeröffnung, -führung und -schliessung, den Zahlungsverkehr im Inland und grenzüberschreitend, Zahlungsmittel (Kreditkarten) sowie den Kauf und Verkauf ausländischer Währungen (Geldwechsel);
- s.³⁰ Teilzeitnutzungsrechte an Immobilien;
- t.³¹ Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Abgabe von Arzneimitteln und Medizinprodukten sowie Dienstleistungen von Tier- und Zahnärzten;
- u.³² Bestattungsinstitute;
- v.³³ Notariatsdienstleistungen.

² Überwälzte öffentliche Abgaben, Urheberrechtsvergütungen sowie weitere nicht frei wählbare Zuschläge jeglicher Art müssen im Preis enthalten sein. Kurtaxen dürfen separat bekannt gegeben werden.³⁴

³ Bei Änderung des Mehrwertsteuersatzes muss innert drei Monaten nach deren Inkrafttreten die Preisanschrift angepasst werden. Die Konsumentinnen und Konsumenten sind während dieser Frist mit einem gut sichtbaren Hinweis darüber in Kenntnis zu setzen, dass die Steuersatzänderung in der Preisanschrift noch nicht berücksichtigt ist.³⁵

Art. 11 Art und Weise der Bekanntgabe

¹ Preisanschlätze, Preislisten, Kataloge usw. müssen leicht zugänglich und gut lesbar sein.

lbis ...³⁶

² Aus der Bekanntgabe muss hervorgehen, auf welche Art und Einheit der Dienstleistung oder auf welche Verrechnungssätze sich der Preis bezieht.

³ In gastgewerblichen Betrieben muss aus der Bekanntgabe des Preises für Getränke hervorgehen, auf welche Menge sich der Preis bezieht. Die Mengenangabe ist nicht

²⁹ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999, in Kraft seit 1. Nov. 1999 (AS 1999 1637).

³⁰ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999, in Kraft seit 1. Nov. 1999 (AS 1999 1637).

³¹ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 21. Jan. 2004 (AS 2004 827). Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

³² Eingefügt durch Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

³³ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

³⁴ Fassung gemäss Ziff. II der V vom 5. Nov. 2014, in Kraft seit 1. Jan. 2015 (AS 2014 4161).

³⁵ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999, in Kraft seit 1. Nov. 1999 (AS 1999 1637).

³⁶ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999 (AS 1999 1637). Aufgehoben durch Ziff. I der V vom 21. Jan. 2004, mit Wirkung seit 1. Juni 2004 (AS 2004 827).

erforderlich bei Heissgetränken, Cocktails und mit Wasser angesetzten oder mit Eis vermischten Getränken.³⁷

⁴ In Betrieben, die gewerbsmässig Personen beherbergen, ist der Preis für Übernachtung mit oder ohne Frühstück, für Halb- oder Vollpension dem Gast mündlich oder schriftlich bekanntzugeben.³⁸

Art. 11a³⁹ Art und Weise der mündlichen Preisbekanntgabe bei Mehrwertdiensten

¹ Beträgt bei Dienstleistungen nach Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe q die Grundgebühr oder der Preis pro Minute mehr als zwei Franken, so sind die Konsumentinnen oder Konsumenten mündlich, vorgängig, klar und kostenlos über den Preis zu informieren. Die Information hat zumindest in der Sprache des Dienstangebots zu erfolgen.

² Es dürfen nur die Dienstleistungen in Rechnung gestellt werden, für welche diese Vorgaben eingehalten wurden.

³ Bei Anrufen auf Nummern des Festnetz- oder Mobiltelefoniedienstes dürfen bereits für die Dauer der Preisansage die Verbindungsgebühren belastet werden.

⁴ Fallen während der Verbindung fixe Gebühren an oder erfolgen Preisänderungen, so sind die Konsumentinnen und Konsumenten unmittelbar, bevor diese Gebühr oder Änderung zum Tragen kommt, und unabhängig von deren Höhe darüber zu informieren.

⁵ Die Gebühr beziehungsweise der Preis darf erst fünf Sekunden, nachdem die Information erfolgt ist, erhoben werden.

⁶ Übersteigen die fixen Gebühren zehn Franken oder der Preis pro Minute fünf Franken, so darf die Dienstleistung nur in Rechnung gestellt werden, wenn die Konsumentinnen und Konsumenten die Annahme des Angebots ausdrücklich bestätigt haben.

⁷ Nehmen die Konsumentinnen und Konsumenten einen Auskunftsdienst über die Verzeichnisse nach Artikel 31a der Verordnung vom 6. Oktober 1997⁴⁰ über die Adressierungselemente im Fernmeldebereich in Anspruch, so müssen sie unmittelbar vor dem Bezug eines verbundenen Dienstes und unabhängig von der Höhe des Preises über diesen informiert werden.

³⁷ Fassung gemäss Art. 39 Ziff. 2 der Mengenangabeverordnung vom 5. Sept. 2012, in Kraft seit 1. Jan. 2013 (AS 2012 5275).

³⁸ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

³⁹ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 21. Jan. 2004 (AS 2004 827). Fassung gemäss Ziff. II der V vom 5. Nov. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2015 (AS 2014 4161).

⁴⁰ SR 784.104

Art. 11a^{bis 41} Art und Weise der schriftlichen Preisbekanntgabe bei Mehrwertdiensten

¹ Die schriftliche Bekanntgabe der Preise für Dienstleistungen nach Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe q richtet sich nach Artikel 13a.

² Wird die Dienstleistung über eine Internet- oder Datenverbindung angeboten, so darf den Konsumentinnen oder Konsumenten die Leistung nur in Rechnung gestellt werden, wenn:

- a. ihnen der Preis gut sichtbar und deutlich lesbar auf der Schaltfläche zur Annahme des Angebots bekannt gegeben wird; oder
- b. in unmittelbarer Nähe der Schaltfläche zur Annahme des Angebots der Preis gut sichtbar und deutlich lesbar angegeben wird und auf dieser Schaltfläche entweder der Hinweis «zahlungspflichtig bestellen» oder eine entsprechende eindeutige Formulierung gut sichtbar und deutlich lesbar angebracht ist.

³ Wird die Dienstleistung über eine Internet- oder Datenverbindung angeboten und über die Rechnung einer Anbieterin von Fernmeldediensten oder über einen Anschluss mit Vorbezahlung abgerechnet, so darf den Konsumentinnen und Konsumenten die Leistung nur in Rechnung gestellt werden, wenn sie die Annahme des Angebots gegenüber ihrer Anbieterin von Fernmeldediensten ausdrücklich bestätigt haben.

Art. 11b⁴² Art und Weise der Preisbekanntgabe bei Mehrwertdiensten, die pro Einzelinformation abgerechnet werden

¹ Bei Dienstleistungen nach Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe q, die auf einer Anmeldung der Konsumentin oder des Konsumenten beruhen und eine Mehrzahl von Einzelinformationen (wie Text- und Bildmitteilungen, Audio- und Videosequenzen) auslösen können (sog. Push-Dienste), müssen der Konsumentin oder dem Konsumenten vor der Aktivierung des Dienstes kostenlos und unmissverständlich sowohl am Ort der Bekanntgabe als auch auf dem mobilen Endgerät bekanntgegeben werden:⁴³

- a. eine allfällige Grundgebühr;
- b. der Preis pro Einzelinformation;
- c. das Vorgehen zur Deaktivierung des Dienstes;
- d.⁴⁴ die maximale Anzahl der Einzelinformationen pro Minute.

⁴¹ Eingefügt durch Ziff. II der V vom 5. Nov. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2015 (AS 2014 4161).

⁴² Eingefügt durch Ziff. I der V vom 21. Jan. 2004, in Kraft seit 1. Juni 2004 (AS 2004 827).

⁴³ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

⁴⁴ Eingefügt durch Art. 107 der V vom 9. März 2007 über Fernmeldedienste, in Kraft seit 1. April 2007 (AS 2007 945).

² Gebühren dürfen erst erhoben werden, nachdem die Konsumentin oder der Konsument die Angaben nach Absatz 1 erhalten und die Annahme des Angebots ausdrücklich auf ihrem oder seinem mobilen Endgerät bestätigt hat.⁴⁵

³ Nach Annahme des Angebots nach Absatz 2 muss der Konsumentin oder dem Konsumenten bei jeder Einzelinformation das Vorgehen zur Deaktivierung des Dienstes kostenlos bekanntgegeben werden. Der Konsumentin oder dem Konsumenten kann die Möglichkeit geboten werden, kostenlos auf diese Benachrichtigung zu verzichten.⁴⁶

Art. 11^{c47} Art und Weise der Preisbekanntgabe von Flugreisen

¹ Wer den Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz Flugpreise in irgendeiner Form – auch im Internet – für Flugdienste ab einem Flughafen in der Schweiz oder der Europäischen Union anbietet, hat die anwendbaren Tarifbedingungen zu nennen.

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

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

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

⁴ Fakultative Zusatzkosten sind auf klare, transparente und eindeutige Art und Weise zu Beginn jedes Buchungsvorgangs mitzuteilen; die Annahme der fakultativen Zusatzkosten muss durch die Konsumentin oder den Konsumenten ausdrücklich bestätigt werden («Opt-in»).

Art. 12 Trinkgeld

¹ Das Trinkgeld muss im Preis inbegriffen oder deutlich als Trinkgeld bezeichnet und beziffert sein.

² Hinweise wie «Trinkgeld inbegriffen» oder entsprechende Formulierungen sind zulässig. Hinweise wie «Trinkgeld nicht inbegriffen» oder entsprechende Formulierungen ohne ziffernmässige Bezeichnung sind unzulässig.

⁴⁵ Eingefügt durch Art. 107 der V vom 9. März 2007 über Fernmeldedienste, in Kraft seit 1. April 2007 (AS 2007 945). Fassung gemäss Ziff. II der V vom 4. Nov. 2009, in Kraft seit 1. Jan. 2010 (AS 2009 5821).

⁴⁶ Eingefügt durch Ziff. II der V vom 4. Nov. 2009 (AS 2009 5821). Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

⁴⁷ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

³ Es ist unzulässig, Trinkgelder über den bekanntgegebenen Preis oder das ziffernmässig bekanntgegebene Mass hinaus zu verlangen.

4. Kapitel: Werbung

Art. 13 Preisbekanntgabe in der Werbung im Allgemeinen⁴⁸

¹ Werden in der Werbung Preise aufgeführt oder bezifferte Hinweise auf Preisrahmen oder Preisgrenzen gemacht, so sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise bekanntzugeben.

¹bis ...⁴⁹

² Hersteller, Importeure und Grossisten können Richtpreise bekanntgeben.⁵⁰

Art. 13a⁵¹ Preisbekanntgabe in der Werbung für Mehrwertdienste im Fernmeldebereich

¹ Werden in der Werbung die Telefonnummer oder sonstige Zeichen- oder Buchstabenfolgen einer entgeltlichen Dienstleistung nach Artikel 10 Absatz 1 Buchstabe q publiziert, so sind der Konsumentin oder dem Konsumenten die Grundgebühr und der Preis pro Minute bekanntzugeben.

² Kommt ein anderer Tarifablauf zur Anwendung, so muss die Taxierung unmissverständlich bekannt gegeben werden.

³ Die Preisinformationen müssen mindestens in der Schriftgrösse der beworbenen Nummer, gut sichtbar und deutlich lesbar in unmittelbarer Nähe der beworbenen Nummer angegeben werden.⁵²

⁴ ...⁵³

Art. 14 Spezifizierung

¹ Aus der Preisbekanntgabe muss deutlich hervorgehen, auf welche Ware und Verkaufseinheit oder auf welche Art, Einheit und Verrechnungssätze von Dienstleistungen sich der Preis bezieht.

⁴⁸ Fassung gemäss Ziff. II der V vom 4. Nov. 2009, in Kraft seit 1. Juli 2010 (AS 2009 5821).

⁴⁹ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 28. April 1999 (AS 1999 1637). Aufgehoben durch Ziff. II der V vom 4. Nov. 2009, mit Wirkung seit 1. Juli 2010 (AS 2009 5821).

⁵⁰ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 28. April 1999, in Kraft seit 1. Nov. 1999 (AS 1999 1637).

⁵¹ Eingefügt durch Ziff. II der V vom 4. Nov. 2009, in Kraft seit 1. Juli 2010 (AS 2009 5821).

⁵² Fassung gemäss Ziff. II der V vom 5. Nov. 2014, in Kraft seit 1. Juli 2015 (AS 2014 4161).

⁵³ Aufgehoben durch Ziff. II der V vom 5. Nov. 2014, mit Wirkung seit 1. Juli 2015 (AS 2014 4161).

² Die Waren und Dienstleistungen sind nach wesentlichen Kriterien wie Marke, Typ, Sorte, Qualität und Eigenschaften gut lesbar zu umschreiben.⁵⁴

³ Die Preisangabe muss sich auf die allenfalls abgebildete oder mit Worten bezeichnete Ware beziehen.

⁴ Weitergehende Bestimmungen über die Spezifizierung in anderen Erlassen bleiben vorbehalten.

Art. 15⁵⁵ Irreführende Preisbekanntgabe

Die Bestimmungen über die irreführende Preisbekanntgabe (Art. 16–18) gelten auch für die Werbung.

5. Kapitel: Irreführende Preisbekanntgabe

Art. 16⁵⁶ Bekanntgabe weiterer Preise

¹ Neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis darf der Anbieter einen Vergleichspreis bekanntgeben, wenn:

- a. er die Ware oder die Dienstleistung unmittelbar vorher tatsächlich zu diesem Preis angeboten hat (Selbstvergleich);
- b. er die Ware oder die Dienstleistung unmittelbar danach tatsächlich zu diesem Preis anbieten wird (Einführungspreis); oder
- c. andere Anbieter im zu berücksichtigenden Marktgebiet die überwiegende Menge gleicher Waren oder Dienstleistungen tatsächlich zu diesem Preis anbieten (Konkurrenzvergleich).

² Aus der Ankündigung muss beim Einführungspreis und Konkurrenzvergleich die Art des Preisvergleichs hervorgehen. Die Voraussetzungen für die Verwendung von Vergleichspreisen gemäss Absatz 1 sind vom Anbieter auf Verlangen glaubhaft zu machen.⁵⁷

³ Der Vergleichspreis nach Absatz 1 Buchstaben a und b darf während der Hälfte der Zeit bekanntgegeben werden, während der er gehandhabt wurde beziehungsweise gehandhabt werden wird, längstens jedoch während zwei Monaten.

⁴ Preise für schnell verderbliche Waren dürfen, wenn sie während eines halben Tages gehandhabt wurden, noch während des folgenden Tages als Vergleichspreis bekanntgegeben werden.

⁵⁴ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 4959).

⁵⁵ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 14. Dez. 1987, in Kraft seit 1. März 1988 (AS 1988 241).

⁵⁶ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 28. April 1999, in Kraft seit 1. Nov. 1999 (AS 1999 1637).

⁵⁷ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 12. Okt. 2011, in Kraft seit 1. April 2012 (AS 2011 49591).