



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

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

Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen (PBV)
vom 11. Dezember 1978 und Bundesgesetz gegen den
unlauteren Wettbewerb (UWG) vom 19. Dezember 1986

Preisbekanntgabe, Werbung sowie ausgewählte Aspekte des Lauterkeitsrechts **für den Onlinehandel mit Waren**

Informationsblatt vom 1. Juli 2018

Inhaltsverzeichnis

1. Rechtliche Grundlagen	3
2. Begriffe	3
3. Grundsätze	4
3.1 Vorvertragliche Preisinformation.....	4
3.2 Preisbekanntgabe für Online-Warenangebote	4
3.3 Zusätzliche Preisangabe in Fremdwährung	4
3.4 Versandkosten.....	4
3.5 Kostenlose Zahlungsmethode.....	5
3.6 Frei wählbare Zuschläge	5
3.7 Spezifizierungspflicht	5
3.8 Art und Weise der Preisbekanntgabe.....	6
3.9 Pflichten gemäss UWG	6
4. Grenzüberschreitender Onlinehandel	6
4.1 Anwendungsbereich des UWG und der PBV.....	6
4.2 Preisbekanntgabe für ausländische Online-Warenangebote.....	7
4.3 Verbot unrichtiger oder irreführender Angaben gemäss UWG	9
5. Beispiele Warenangebote und zusammenfassende Darstellungen der Bestellung ... 10	
5.1 Inländischer Onlinehandel – Warenangebot.....	10
5.2 Inländischer Onlinehandel – Zusammenfassende Darstellung der Bestellung.....	10
5.3 Grenzüberschreitender Onlinehandel – Variante 1 – Warenangebot	11
5.4 Grenzüberschreitender Onlinehandel – Variante 1 – Zusammenfassende Darstellung der Bestellung	11
5.5 Grenzüberschreitender Onlinehandel – Variante 2 – Warenangebot	12
5.6 Grenzüberschreitender Onlinehandel – Variante 2 – Zusammenfassende Darstellung der Bestellung	13
6. Werbung	14
6.1 Begriff.....	14
6.2 Preisbekanntgabe in der Werbung	14
6.3 Spezifizierung	15
7. Vergleichspreise	15
8. Vollzug, Strafbestimmungen	15

1. Rechtliche Grundlagen

Die Preisbekanntgabeverordnung (PBV; SR 942.211) stützt sich auf das Bundesgesetz vom 19. Dezember 1986 gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG; SR 241). Zweck der Preisbekanntgabeverordnung ist, dass Preise klar und miteinander vergleichbar sind und irreführende Preisangaben verhindert werden (Art. 1 PBV). Die Preisbekanntgabepflicht ist ein Instrument des lauterer Wettbewerbs und des Konsumentenschutzes.

In den Anwendungsbereich der PBV fallen:

- das Angebot von Waren zum Kauf an Konsumentinnen und Konsumenten (Art. 2 Abs. 1 lit. a PBV);
- kaufähnliche Rechtsgeschäfte mit Konsumentinnen und Konsumenten, bspw. Abzahlungsverträge und Leasingverträge (Art. 2 Abs. 1 lit. b PBV);
- die in Art. 10 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 (Art. 13 PBV).

Die PBV gilt auch für den Onlinehandel. Für den Onlinehandel mit Waren sind insbesondere folgende PBV-Bestimmungen relevant:

- Art. 3 (Angebot von Waren)
- Art. 4 (Grundsatz der Gesamtpreisangabe)
- Art. 5 und Art. 6 (Bekanntgabe des Grundpreises bei messbaren Waren)
- Art. 7 - 9 (Art und Weise der Preisbekanntgabe)
- Art. 13 ff. (Werbung und Spezifizierung)
- Art. 16 und 17 (Vergleichspreise und Preisreduktionen).

2. Begriffe

Konsumentinnen und **Konsumenten** sind Personen, die Waren oder Dienstleistungen für Zwecke kaufen, die nicht im Zusammenhang mit ihrer gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit stehen (Art. 2 Abs. 2 PBV).

Unter **Onlinehandel** (E-Commerce) wird die elektronische Abwicklung von Kaufvorgängen von Waren oder Dienstleistungen im Internet verstanden.

Ein **Onlineshop** ist ein virtuelles Geschäft, in dem über eine elektronische Plattform Waren oder Dienstleistungen zum Erwerb angeboten werden. Beim Erwerb von Waren erfolgt die Zustellung in der Regel über den Versandweg.

3. Grundsätze

3.1 Vorvertragliche Preisinformation

Ziel der PBV ist unter anderem, die Konsumentin und den Konsumenten vor Vertragsschluss mit allen wesentlichen Preisinformationen auszustatten. Auch im Onlinehandel müssen die Konsumentin und der Konsument von Beginn weg über die wesentlichen Vertragsinformationen verfügen, die mit dem Preis zusammenhängen. Die Aufklärung muss bereits beim Produkteangebot erfolgen. Die Informationen müssen klar und unmissverständlich sowie leicht sichtbar und gut lesbar bekanntgegeben werden.

Zu den wesentlichen Vertragsinformationen zählen insbesondere der Preis, der Umfang und der Inhalt sowie die Eigenschaften der angebotenen Ware. Die Versandkosten, die Verzollungskosten und die Zölle gehören ebenfalls dazu, sofern sie anfallen bzw. von den Konsumentinnen und Konsumenten bezahlt werden müssen.

3.2 Preisbekanntgabe für Online-Warenangebote

Beim Online-Angebot von Waren sind die **tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizer Franken (Detailpreise)** bekanntzugeben.

Es gilt der Grundsatz der Gesamtpreisbekanntgabe. Demzufolge müssen alle überwälzten öffentlichen Abgaben, Urheberrechtsvergütungen, vorgezogene Entsorgungsbeiträge sowie weitere **nicht frei wählbare Zuschläge** jeglicher Art im Detailpreis inbegriffen sein (Art. 4 Abs. 1 PBV). Bei messbaren Waren ist zusätzlich der Grundpreis bekanntzugeben (Art. 5 und 6 PBV).

3.3 Zusätzliche Preisangabe in Fremdwährung

Neben dem Preis in Schweizerfranken kann der Preis zusätzlich in einer oder mehreren Fremdwährung/en bekanntgegeben werden. Die Angabe der Preise (in CHF und Fremdwährung/en) muss jedoch eindeutig, leicht zuzuordnen und gut lesbar sein. Der Konsument oder die Konsumentin muss bei Angabe von Fremdwährung/en sodann die Wahl haben, in welcher Währung er oder sie bezahlen möchte.

3.4 Versandkosten

Die Versandkosten sind entweder in den Preis einzuschliessen oder separat bekanntzugeben. Werden die Versandkosten separat bekanntgegeben, sind sie auf derselben Seite wie die Warenangebote aufzuführen und zu beziffern. Möglich ist auch ein blosser Hinweis „[Versandkosten](#)“, der auf eine Seite mit den bezifferten Versandkosten führt. Der Link muss jedoch so gestaltet sein, dass die Kosten mit einem Klick sichtbar sind und kein unnötiges Scrollen oder Weiterklicken erforderlich ist.

3.5 Kostenlose Zahlungsmethode

Es muss mindestens eine **kostenlose Zahlungsmethode** vorhanden sein, welche in der Schweiz **handelsüblich** ist. Handelsüblich bedeutet, dass die überwiegende Mehrheit der potentiellen Kunden über das entsprechende Zahlungsmittel verfügt. Im Onlinehandel wird diese Vorgabe beispielsweise mit dem Angebot der in der Schweiz gängigen Kreditkarten erfüllt.

Neben der kostenlosen Zahlungsmethode können weitere Zahlungsmöglichkeiten angeboten werden. Sofern diese Zusatzkosten verursachen, sind die Zusatzkosten zu beziffern und bekanntzugeben.

3.6 Frei wählbare Zuschläge

Frei wählbare Zuschläge sind **separat** auszuweisen. Als frei wählbare Zuschläge gelten Leistungen, die für den Kauf der Ware weder obligatorisch noch unerlässlich sind. Die Konsumentin oder der Konsument hat bei diesen Leistungen die Wahl, sie anzunehmen.

Zuschläge für die Bezahlung mit einem bestimmten Zahlungsmittel sind dann als fakultative Zusatzkosten zu betrachten, wenn ein anderes kostenloses und in der Schweiz handelsübliches Zahlungsmittel vorhanden ist.

Mögliche frei wählbare Zuschläge sind bspw. zusätzliche Kosten für den Einsatz einer kostenintensiveren Zahlungsmethode, schnellere Versandmethoden, der Abschluss einer Transportversicherung oder Garantieverlängerung.

3.7 Spezifizierungspflicht

Aus der Preisbekanntgabe muss hervorgehen, auf welches Produkt und welche Verkaufseinheit sich der Preis bezieht (Art. 9 Abs. 1 PBV).

Beispiele:

Kinderzahnpaste „JUNIOR GEL“ 2 x 75 ml für CHF 7.20 (Grundpreis: CHF 4.80 / 100 ml)

Kaffeetasse „Milano“ 2tlg. für CHF 9.90
(Kaffeetasse 8x8x7 cm / Inhalt 17 cl + Unterteller Durchmesser 15 cm)

3.8 Art und Weise der Preisbekanntgabe

Die **Preisinformationen** und weitere Kosteninformationen respektive Hinweise zu Zusatzkosten wie Versandkosten sind im Onlineshop in **unmittelbarer Nähe zum angebotenen Produkt** zur Verfügung zu stellen.

Alle Preise und Zusatzkosten müssen **leicht sichtbar** und **gut lesbar** sein (Art. 8 Abs. 1 PBV). Schriftart, Schriftgrösse, Schriftfarbe, Layout und Webseitendarstellung sind so zu wählen, dass der Konsument und die Konsumentin die Angaben mühelos finden und lesen können.

3.9 Pflichten gemäss UWG

Wer Waren in einem Onlineshop Konsumentinnen und Konsumenten zum Kauf anbietet, muss kumulativ die nachfolgenden Vorgaben erfüllen (Art. 3 Abs. 1 lit. s UWG):

- Der Anbieter muss **klare und vollständige Angaben über seine Identität** machen und seine Kontaktadresse sowie eine gültige E-Mail-Adresse angeben (Impressum).
- Der Anbieter muss auf die einzelnen **technischen Schritte** hinweisen, die zu einem Vertragsabschluss führen: Für die Kundin oder den Kunden muss klar sein, mit welchem Mausklick die Zustimmung zum Vertrag definitiv erfolgt und eine Bestellung getätigt wird.
- Der Anbieter hat der Kundin oder dem Kunden angemessene **technische Mittel** zur Verfügung zu stellen, die es ermöglichen, vor Abgabe der Bestellung **Eingabebefehler** zu erkennen und entsprechend zu korrigieren.
- Mit Abgabe der Bestellung muss bei der Kundin oder dem Kunden unverzüglich eine **Bestätigung der Bestellung** auf elektronischem Wege eingehen (Bestätigungs-E-Mail).

Diese Vorgaben finden keine Anwendung auf die Sprachtelefonie und auf Verträge, die ausschliesslich durch den Austausch von elektronischer Post oder durch vergleichbare individuelle Kommunikation geschlossen werden (Art. 3 Abs. 2 UWG).

4. Grenzüberschreitender Onlinehandel

4.1 Anwendungsbereich des UWG und der PBV

Im Ausland ansässige Online-Anbieter, die in der Schweiz einen Sitz oder eine Niederlassung haben, unterstehen in jedem Fall dem UWG und der PBV.

Im Ausland ansässige Online-Anbieter von Waren ohne rechtliche oder wirtschaftliche Niederlassung in der Schweiz fallen dann in den Anwendungsbereich von UWG und PBV, wenn sie mit ihrem Internetauftritt eindeutig in der Schweiz ansässige Konsumentinnen und Konsumenten ansprechen

(z.B. mit einer «.ch»-Internetdomain oder mit einer Internetdomain «.de, .at, .fr, .it, .com» etc. mit spezieller Ausrichtung auf Schweizer Kundschaft).

4.2 Preisbekanntgabe für ausländische Online-Warenangebote

Fällt ein im Ausland ansässiger Online-Anbieter in den Anwendungsbereich des UWG und der PBV, sind die in Punkt 3 dargelegten **Grundsätze** zu beachten. Insbesondere ist der **tatsächlich zu bezahlenden Preis in Schweizerfranken** bekanntzugeben und der Konsument oder die Konsumentin muss in Schweizerfranken bezahlen können.

Ausserdem ist ein **Hinweis** auf **allfällige Drittkosten** anzubringen (z.B. ist bei Kreditkartentransaktion im Ausland auf mögliche zusätzliche Bankgebühren infolge Auslandstransaktion hinzuweisen). Sodann müssen im Ausland ansässige Online-Anbieter nachfolgende Punkte beachten.

Versandkosten

Die Versandkosten sind entweder in den Preis einzuschliessen oder separat bekanntzugeben.

Variante 1: Sind die Versandkosten im Preis eingeschlossen, dann sind keine weiteren Massnahmen nötig. Empfehlenswert ist ein allgemeiner Hinweis, dass die Versandkosten im Preis enthalten sind.

Variante 2: Sind die Versandkosten nicht im Preis inbegriffen und werden sie separat bekanntgegeben, dann ist auf diese Kosten **hinzuweisen** und sie sind zu **bezeichnen** (siehe Beispiele unter 5.5 und 5.6).

Mehrwertsteuer

Im Onlineshop ist der **Preis inklusive Schweizerische Mehrwertsteuer** anzugeben. Die beim Grenzübertritt der Ware erhobene Schweizer Mehrwertsteuer wird entweder vom Online-Anbieter entrichtet oder muss von der Kundin oder dem Kunden bei Empfang der Ware dem Spediteur bezahlt werden.

Per 1. Januar 2019 tritt aufgrund der Teilrevision des Mehrwertsteuergesetzes eine neue Regelung für im Versandhandel tätige ausländischen Unternehmen in Kraft. Weitere Informationen, ob ein ausländischer Versandhändler in der Schweiz steuerpflichtig ist und sich ins MWST-Register eintragen muss, sind auf der Webseite der Eidgenössischen Steuerverwaltung zu finden ([www.estv.admin.ch / Mehrwertsteuer / Fachinformationene MWST / Teilrevision MWSTG / Versandhandel](http://www.estv.admin.ch/Mehrwertsteuer/Fachinformationene/MWST/Teilrevision/MWSTG/Versandhandel)).

Variante 1: Wird die Schweizer Mehrwertsteuer vom Online-Anbieter entrichtet, dann sind diesbezüglich keine weiteren Massnahmen nötig. Empfehlenswert ist jedoch ein allgemeiner Hinweis, dass die Lieferung in die Schweiz keine weiteren Kosten wie bspw. die Schweizer Mehrwertsteuer verursacht (siehe Beispiele unter 5.3 und 5.4).

Variante 2: Muss die Schweizer Mehrwertsteuer von der Kundin oder dem Kunden bezahlt werden, dann ist sie **vor Abschluss** der Bestellung bei der zusammenfassenden Darstellung **wieder abzuziehen**. Dabei ist darauf **hinzuweisen**, dass die Kundin oder der Kunde die Schweizer Mehrwertsteuer bei Empfang der Ware direkt dem Spediteur bezahlen muss. Ausserdem ist die **Art und Weise der Mehrwertsteuerberechnung** auszuführen (siehe Beispiele unter 5.5 und 5.6).

Verzollungskosten

Verzollungskosten sind diejenigen Kosten, die der Spediteur für den administrativen Aufwand der Zollüberführung des Pakets erheben kann. Die Verzollungskosten werden entweder vom Online-Anbieter übernommen oder müssen von der Kundin oder dem Kunden bei Empfang der Ware dem Spediteur bezahlt werden.

Variante 1: Werden die Verzollungskosten vom Online-Anbieter übernommen, dann sind diesbezüglich keine weiteren Massnahmen nötig. Empfehlenswert ist aber ein allgemeiner Hinweis, dass die Lieferung in die Schweiz keine weiteren Kosten wie bspw. Verzollungskosten verursacht (siehe Beispiele unter 5.3 und 5.4).

Variante 2: Müssen die Verzollungskosten von der Kundin oder dem Kunden bei Empfang der Ware dem Spediteur bezahlt werden, ist auf die Verzollungskosten **hinzuweisen**. Die Verzollungskosten sind ausserdem zu **beziffern**, so dass der Konsument oder die Konsumentin den zu erwartenden Betrag abschätzen kann (siehe Beispiele unter 5.5 und 5.6).

Zölle

Beim Grenzübertritt der Ware erhobene Zölle werden entweder vom Online-Anbieter übernommen oder müssen vom Kunden bei Empfang der Ware dem Spediteur bezahlt werden.

Variante 1: Werden Zölle vom Online-Anbieter übernommen, sind diesbezüglich keine weiteren Massnahmen nötig. Empfehlenswert ist jedoch ein allgemeiner Hinweis auf der Webseite, dass die Lieferung in die Schweiz keine weiteren Kosten wie bspw. Zölle verursacht (siehe Beispiele unter 5.3 und 5.4).

Variante 2: Müssen Zölle von der Kundin oder dem Kunden bezahlt werden, dann ist auf die Zölle **hinzuweisen** und diese sind zu **beziffern**. Für die Bezifferung der Zölle kann auf den Gebührenrechner XTARES der Eidgenössischen Zollverwaltung (<http://xtares.admin.ch>) verwiesen werden (siehe Beispiele unter 5.5 und 5.6).

Art und Weise der Bekanntgabe (Hinweise, Bezifferungen, weitere Informationen)

Alle Hinweise bspw. auf Versandkosten, Schweizer Mehrwertsteuer, Verzollungskosten und Zölle sind direkt beim Preis und in unmittelbarer Nähe zur angebotenen Ware leicht sichtbar und gut lesbar bekanntzugeben.

Die entsprechenden Ausführungen und die Bezifferungen der Kosten können sodann auf einer separaten Seite aufgeführt werden. Sie müssen jedoch mit einem Klick auf den verlinkten Hinweis sichtbar sein, und es darf kein unnötiges Scrollen oder Weiterklicken erforderlich sein. Schliesslich sind die Ausführungen klar darzustellen und die wesentlichen Informationen müssen für die Konsumentin oder den Konsumenten leicht ersichtlich sein.

4.3 Verbot unrichtiger oder irreführender Angaben gemäss UWG

Unlauter handelt gemäss UWG unter anderem, wer über seine Firma (Unternehmensbezeichnung), seine Geschäftsbezeichnung, seine Waren, Werke oder Leistungen unrichtige oder irreführende Angaben macht oder in entsprechender Weise Dritte im Wettbewerb begünstigt (Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG).

Bei **im Ausland ansässigen Online-Anbietern** ohne rechtliche oder wirtschaftliche Niederlassung in der Schweiz, die mit ihrem Internetauftritt eindeutig in der Schweiz ansässige Konsumentinnen und Konsumenten ansprechen (z.B. mit einer «.ch»-Internetdomain oder mit einer Internetdomain «.de, .at, .fr, .it, .com» etc. mit spezieller Ausrichtung auf Schweizer Kundschaft), besteht insbesondere in den folgenden Bereichen die Gefahr der Irreführung:

- **Verwendung einer .ch-Domain:** Wird eine .ch-Domain verwendet, so kann bei der Durchschnittskonsumentin oder dem Durchschnittskonsumenten schnell der Eindruck entstehen, es handle sich um ein Unternehmen mit Sitz in der Schweiz oder um ein Angebot aus der Schweiz. Entsprechend wichtig ist eine klare Deklaration des Unternehmenssitzes, des Versandortes, allfälliger Versandkosten, Verzollungskosten und Zölle usw.
- **Unternehmensbezeichnungen:** Unternehmensbezeichnungen (Firmennamen oder nicht registrierte fiktive Bezeichnungen wie z.B. Veloshop Meier Schweiz) und Logos mit Bezug zur Schweiz (z.B. Verwendung eines .ch-Kürzels im Logo) können bei der Durchschnittskonsumentin oder dem Durchschnittskonsumenten ebenfalls den Eindruck erwecken, es handle sich um ein Unternehmen mit Sitz in der Schweiz oder um ein Angebot aus der Schweiz. Entsprechend ist auch hier Vorsicht geboten.
- **Inhalt der Webseite:** Insgesamt muss der Inhalt der Webseite so ausgestaltet sein, dass die Konsumentin oder der Konsument nicht dahingehend irreführt wird, man bestelle bei einem Unternehmen mit Sitz in der Schweiz oder es handle sich um ein Produkteversand aus der Schweiz. Entscheidend ist hierbei der Gesamteindruck der Webseite.


5. Beispiele Warenangebote und zusammenfassende Darstellungen der Bestellung

Die nachfolgenden Beispiele dienen zur Illustration. Die erwähnten Firmen, Spediteure, Kontaktangaben, Namen etc. sind frei erfunden.

Die Hinweise in den Beispielen sind mit den entsprechenden [Ausführungen](#) zu verlinken.


5.1 Inländischer Onlinehandel – Warenangebot

Beispiel für ein Warenangebot eines Onlinehändlers mit Versand innerhalb der Schweiz.



Hocker sella
CHF 44.50
exkl. [Versandkosten](#)

Spezifikation: Grösse 45x45x47 cm,
Material Gestell: Aluminium, Sitzfläche: Wolle

 **In den Warenkorb**


[Versandkosten:](#)

Die Versandkosten werden automatisch berechnet und im Warenkorb angezeigt. Sie betragen CHF 15.- bei einem Einkauf von weniger als CHF 100.-. Bei einem Einkauf über CHF 100.- gibt es keine Versandkosten.

5.2 Inländischer Onlinehandel – Zusammenfassende Darstellung der Bestellung

Beispiel einer zusammenfassenden Darstellung der Bestellung eines Onlinehändlers mit Versand innerhalb der Schweiz.

Bestellungsübersicht

	Hocker sella	CHF 44.50
	Grösse: 45x45x47 cm	
	Versandkosten	CHF 15.00
	Total	CHF 59.50

Ich akzeptiere die [allgemeine Geschäftsbedingungen](#).

KAUFEN

5.3 Grenzüberschreitender Onlinehandel – Variante 1 – Warenangebot

Beispiel für ein Warenangebot im grenzüberschreitenden Onlinehandel, bei dem die Mehrwertsteuer, die Verzollungskosten und allfällige Zölle vom Verkäufer übernommen werden (Punkt 4.2 Variante 1).



Tisch mensam
CHF 99.80
exkl. [Versandkosten](#)

Spezifikation: Länge 60 cm, Breite 50 cm, Höhe 33 cm, Glasplatte mit Metallgestell

Der Versand in die Schweiz erfolgt aus Deutschland. Beim Import in die Schweiz anfallende Kosten (MWST, Verzollungskosten, Zölle) werden vom Verkäufer übernommen. Sie sind im Preis inbegriffen. Bei Problemen wenden Sie sich an secoimport@secoshop.ch oder unter Tel. 0041 58 462 77 70.

 **In den Warenkorb**


Versandkosten:

Die Versandkosten werden automatisch berechnet und im Warenkorb angezeigt. Sie betragen CHF 20.- bei einem Einkauf von weniger als CHF 150.-. Bei einem Einkauf über CHF 150.- gibt es keine Versandkosten.

5.4 Grenzüberschreitender Onlinehandel – Variante 1 – Zusammenfassende Darstellung der Bestellung

Beispiel einer zusammenfassenden Darstellung der Bestellung im grenzüberschreitenden Onlinehandel, bei der die Schweizer Mehrwertsteuer, die Verzollungskosten und allfällige Zölle vom Verkäufer übernommen werden (Punkt 4.2 Variante 1).

Bestellungsübersicht



Tisch mensam **CHF 98.90**
Grösse: 60x50x33 cm

Versandkosten CHF 20.00

Total CHF 118.50

Ich akzeptiere die [allgemeine Geschäftsbedingungen](#).

KAUFEN

Der Versand in die Schweiz erfolgt aus Deutschland. Beim Import in die Schweiz anfallende Kosten (MWST, Verzollungskosten, Zölle) werden vom Verkäufer übernommen. Sie sind im Preis inbegriffen. Bei Problemen wenden Sie sich an secoimport@secoshop.ch oder unter Tel. 0041 58 462 77 70.

5.5 Grenzüberschreitender Onlinehandel – Variante 2 – Warenangebot

Beispiel für ein Warenangebot im grenzüberschreitenden Onlinehandel, bei dem die Mehrwertsteuer, die Verzollungskosten und allfällige Zölle von der Kundin oder dem Kunden bezahlt werden müssen (Punkt 4.2 Variante 2).



Lampe Illumina
CHF 107.70
exkl. [Versandkosten](#)
exkl. [Verzollungskosten](#)
exkl. [Zölle](#)

Spezifikation: Höhe 55 cm, Fussdurchmesser 15 cm, Durchmesser Lampenschirm 22 cm, Kabellänge 203 cm, exkl. Leuchtmittel E27 max. 60W

 **In den Warenkorb**

Versandkosten:

Die Versandkosten werden automatisch berechnet und im Warenkorb angezeigt. Sie betragen CHF 20.- bei einem Einkauf von weniger als CHF 150.-. Bei einem Einkauf über CHF 150.- fallen keine Versandkosten an.

Verzollungskosten:

Für den administrativen Aufwand der Verzollung hat die Kundin oder der Kunde dem Spediteur Verzollungskosten zu entrichten. Wir versenden unsere Waren mittels SecoPorto. Unter folgendem Link finden Sie ausserdem ein [Berechnungsbeispiel](#) der Verzollungskosten.

SecoPorto Verzollungskosten:

Der Basispreis beträgt CHF 13.50 (Versand aus D, F, I, AUT) resp. CHF 18.50 (Versand aus übrigen Ländern) plus 3% des Warenwerts. Im Zusammenhang mit der Verzollung können ausserdem weitere Kosten entstehen (bspw. Zuschlag für das Öffnen der Sendung). Weitere Informationen zu den Verzollungskosten von SecoPorto finden Sie unter <https://www.secoporto.ch/vezollung-und-einfuhrbestimmungen>.

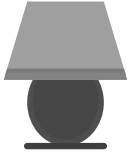
Zölle:

Je nach Produkt und Bestellmenge können beim Versand in die Schweiz Zölle anfallen. Für nähere Informationen wird auf den Rechner XTARES der Eidgenössischen Zollverwaltung verwiesen <http://xtares.admin.ch>.

5.6 Grenzüberschreitender Onlinehandel – Variante 2 – Zusammenfassende Darstellung der Bestellung

Beispiel einer zusammenfassenden Darstellung der Bestellung im grenzüberschreitenden Onlinehandel, bei der die Schweizer Mehrwertsteuer, die Verzollungskosten und allfällige Zölle von der Kundin oder dem Kunden bezahlt werden müssen (Punkt 4.2 Variante 2).

Bestellungsübersicht

	Lampe Illumina Höhe: 55 cm Fussdurchmesser: 15 cm	CHF 100.00 exkl. MWST exkl. Verzollungskosten exkl. Zölle
		Versandkosten CHF 20.00
		Total CHF 120.00

Ich akzeptiere die [allgemeine Geschäftsbedingungen](#).

Ich nehme zur Kenntnis, dass der Versand in die Schweiz aus Deutschland erfolgt. Die [Schweizer Mehrwertsteuer](#), die [Verzollungskosten](#) und [Zölle](#) sind in der Endsumme der Bestellung nicht inbegriffen und sind Dritten zu bezahlen. Sie gehen zu meinen Lasten.

KAUFEN

Schweizer Mehrwertsteuer:

Die Schweizer Mehrwertsteuer werden Sie bei Erhalt der Ware zusammen mit den Verzollungskosten und allfälligen Zöllen dem Spediteur bezahlen müssen. Die Schweizer Mehrwertsteuer wird gestützt auf den steuerbaren Warenwert berechnet. Der steuerbare Warenwert setzt sich zusammen aus den Warenkosten, den Versandkosten, den Verzollungskosten sowie allfälligen Zöllen. Unter folgendem Link finden Sie ein [Berechnungsbeispiel der Schweizer Mehrwertsteuer und der Verzollungskosten](#).

Berechnungsbeispiel der Schweizer Mehrwertsteuer und der Verzollungskosten:

Warenkosten exkl. MWST	CHF	100.00
+ Versandkosten	CHF	20.00
Total	CHF	120.00
+ Verzollungskosten SecoPorto (= CHF 13.50 + 3% von CHF 120.00)	CHF	17.10
+ Zölle	CHF	0.00
Steuerbarer Warenwert (= Total + Verzollungskosten + Zölle)	CHF	137.10
MWST (7.7% des steuerbaren Warenwerts)	CHF	10.55
Total Zusatzkosten (Verzollungskosten + Zölle + MWST)	CHF	27.65

6. Werbung

6.1 Begriff

Als Werbung im Sinne der PBV gilt jede Ankündigung mit Hilfe eines Werbemittels zum Zwecke der Absatzförderung der eigenen Waren oder Leistungen¹.

Werbung für Online-Angebote von Waren kann sowohl via die klassischen Werbekanäle (z.B. Printmedien), als auch via digitale Werbekanäle (z.B. E-Mails, Banner und Anzeigen auf der Webseite des Onlineshops oder auf Webseiten Dritter) veröffentlicht werden.

Beispiele:

Flyer, Kataloge, Werbeplakate, Inserate, Radio, TV, Teletext, Werbebanner, Internetfrontseiten, E-Mails usw.

6.2 Preisbekanntgabe in der Werbung

Werbung ohne Preisangaben fällt nicht unter die PBV. Werden in der Werbung jedoch Preise aufgeführt (z.B. «LCD-Fernseher für CHF 249.-») oder bezifferte Hinweise auf Preisrahmen oder Preisgrenzen gemacht (z.B. Ab-Preise wie «Sonnenbrillen ab CHF 40.-»), so sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise bekanntzugeben und die Angebote zu spezifizieren (Art. 13 und 14 PBV).

Können die beworbenen Warenangebote in einem Onlineshop gekauft werden, dessen Internetauftritt eindeutig in der Schweiz ansässige Konsumentinnen und Konsumenten ansprechen (z.B. mit einer «.ch»-Internetdomain oder mit einer Internetdomain «.de, .at, .fr, .it, .com» etc. mit spezieller

¹ Thomas Wyler, Werbung mit dem Preis als unlauterer Wettbewerb, Basel 1990, S. 9.

Ausrichtung auf Schweizer Kunden), versteht sich der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken. Ansonsten genügt die Preisbekanntgabe in der Fremdwährung. Zu berücksichtigen sind ausserdem die allgemeinen Ausführungen zur Preisbekanntgabe (Punkt 3). Sodann müssen die Bedingungen, an die das preislich beworbene Angebot gebunden ist, klar erkennbar sein.

6.3 Spezifizierung

Auch im Bereich der Werbung besteht eine Spezifizierungspflicht: In jedem Werbemittel sind die Angebote so zu umschreiben, dass die für die Kundschaft wesentlichen Informationen (Kriterien wie Marke, Typ, Sorte, Qualität und Eigenschaften) klar und gut lesbar sind (Art. 14 PBV). Zudem muss aus der Werbung hervorgehen, auf welche Ware und welche Verkaufseinheit sich der Preis bezieht.

Bei Werbung in digitaler Form (z.B. E-Mails, Banner oder Anzeigen auf der Webseite des Online-shops oder auf Webseiten Dritter) kann für die Spezifizierung des beworbenen Angebots auf eine Internetseite verwiesen werden. Voraussetzung ist aber, dass das spezifizierte Angebot mit einem einzigen Klick auf die Werbung sofort ersichtlich ist.

7. Vergleichspreise

- Gemäss Art. 16 sowie Art. 17 PBV darf ein Anbieter nur unter bestimmten Voraussetzungen neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis weitere Preise (z.B. „50.- statt vorher 70.-“) oder bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen (z.B. „-20%“ oder „sparen Sie 10.-“) nennen.
- **Unzulässig** sind insbesondere jegliche Vergleichspreise, die keine (unmittelbar vor oder nach dem Preisvergleich) vom Anbieter selber tatsächlich praktizierten Preise bzw. keine effektiven Marktpreise darstellen.
- **Unverbindliche Preisempfehlungen (UVP)** sind grundsätzlich **keine zulässigen Vergleichspreise** (Art. 16 Abs. 5 PBV).
- Weiterführende Informationen zu den Vergleichspreisen sind auf der SECO-Webseite in der Broschüre „PBV - Wegleitung für die Praxis“ unter Vergleichspreise und Preisreduktionen zu finden (www.seco.admin.ch / Werbe- und Geschäftsmethoden / Preisbekanntgabe).

8. Vollzug, Strafbestimmungen

Der Vollzug der PBV obliegt den Kantonen. Die zuständigen kantonalen Stellen überwachen die vorschriftsgemässe Anwendung der PBV und verzeigen Verstösse bei den zuständigen kantonalen Instanzen (Art. 22 PBV). Der Bund führt die Oberaufsicht. Sie wird durch das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO ausgeübt (Art. 23 PBV).

Widerhandlungen gegen die PBV werden mit Busse bis zu 20'000 Franken bestraft (Art. 24 UWG).

Impressum

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Ressort Recht

Holzikofenweg 36, 3003 Bern

Tel: 0041 58 462 77 70

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

www.seco.admin.ch > Werbe- und

Geschäftsmethoden > Preisbekanntgabe - 07.2018

Bilder: www.fotolia.com