



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)

Preisbekanntgabe für **Blumen und Pflanzen**

Informationsblatt vom 1. Dezember 2022

1. Zweck, Geltungsbereich und rechtliche Grundlagen

Die Preisbekanntgabeverordnung (PBV; SR 942.211) die sich auf das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG; SR 241) stützt, bezweckt, dass die Preise klar und miteinander vergleichbar sind und irreführende Preisangaben verhindert werden.

Die Preisbekanntgabe bildet ein Instrument zur Förderung eines lautereren Wettbewerbs.

Die PBV gilt für Waren und ausgewählte Dienstleistungen, die Konsumentinnen und Konsumenten zum Kauf angeboten werden. Ausserdem gilt die PBV für die Werbung mit Preisangaben oder Preisreduktionen für sämtliche Waren und Dienstleistungen, soweit sie sich an Konsumentinnen.

Für das Blumen- und Pflanzengewerbe sind folgende Artikel von besonderer Bedeutung:

- Art. 3 bis 6 PBV (Bekanntgabe Detailpreis und Grundpreis bei Waren)
- Art. 7 bis 9 PBV (Art und Weise der Preisbekanntgabe)
- Art. 13 bis 15 PBV (Werbung mit Preis)
- Art. 16 und 17 PBV (Vergleichspreise und Preisreduktionen).

2. Preisbekanntgabe für Waren

Beim Angebot von Waren an Konsumentinnen und Konsumenten ist der **tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken (Detailpreis)** bekanntzugeben. Überwälzte öffentliche Abgaben, Urheberrechtsvergütungen, vorgezogene Entsorgungsbeiträge sowie weitere nicht frei wählbare Zuschläge jeglicher Art, namentlich für Reservation, Service oder Bearbeitung, müssen im Preis inbegriffen sein.

Beispiel: Orchidee, Fr. 14.90

Bei **messbaren Waren** ist der **Grundpreis** (= Preis je l, kg, m, m², m³, usw., oder pro dezimales Vielfaches oder dezimaler Teil davon, z. B. 10 ml, 100 g, 0,1 m, usw.) bekanntzugeben. Messbare Waren sind solche, deren Detailpreis von der verkauften Menge abhängt.

Beispiel: Blähton für Hydrokultur, Fr. 11.50/kg

Für **messbare vorverpackte Waren** (Fertigpackungen) müssen der **Detailpreis** und der **Grundpreis** angegeben werden.

Beispiele: Kakteenerde, 4 l, Fr. 8.- (Fr. 2.-/l)
Spritzmittel gegen Blattläuse, 750 ml, Fr. 9.75 (Fr. 1.30/100 ml)

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 (und ihrer dezimalen Vielfachen und Teile), beim Verkauf in Packungen mit Nettogewicht 25, 125, 250 und 2500 g.

Beispiele: Düngerkegel für Geranien, 20 Stücke, Fr. 6.50
Saatgut Blumenwiese, 0,5 kg, Fr. 19.95

Detail- und Grundpreise müssen **stets** mit dem Angebot **bekanntgegeben werden** und müssen:

- **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 Preis bezieht (= **Spezifizierung**).

3. Hinweise zum stationären Handel

Zusätzlich zu den allgemeinen Anforderungen in Kapitel 2 gelten die folgenden Regeln speziell für den stationären Handel:

3.1 Preisanschrift im Geschäft

Im Laden ist der **Preis** (Detailpreis und/oder Grundpreis) **an der ausgestellten Ware oder unmittelbar daneben** mit Aufdruck, Etikette, Preisschild usw. bekanntzugeben.

Bei einer Vielzahl preisgleicher Waren oder aus technischen Gründen ist die Anschrift **am Regal** oder auf einem **Anschlag** bzw. einer **Preisliste** möglich, sofern sie leicht zugänglich und gut lesbar ist.

Die Konsumentin oder der Konsument muss sich ohne Rückfrage beim Verkaufspersonal über den Preis der angebotenen Blumen, Pflanzen und der anderen Waren orientieren können.

Bei der Preisanschrift von Blumen und Pflanzen im Geschäft sind namentlich folgende Arten der Preisanschrift zulässig:

- **Gefässe mit mehreren Blumensorten zu einem einheitlichen Preis:** Es genügt, wenn bei einer einzelnen Blume oder auf einem Preisschild der Preis je Stück bekanntgegeben wird.
Beispiel: Fr. 6.-/Stück
- **Gefässe mit mehreren Blumensorten zu unterschiedlichen Preisen:** Die verschiedenen Blumensorten sowie deren Preis je Stück können auf einem Preisschild aufgeführt werden.
Beispiel: Rose Fr. 8.- ; Lilie Fr. 7.- ; Calla Fr. 9.-
- **Blumen- und Pflanzschalen sowie fertige Blumensträuße:** Der Preis kann auf einem Preisschild angegeben werden. Das Preisschild kann in die Schale gesteckt, auf der Schale angebracht oder in unmittelbarer Nähe zur Ware platziert werden.
Beispiel: Blumenarrangement Pastell, Fr. 45.-

3.2 Preisanschrift im Schaufenster

In Schaufenstern müssen die Preise von aussen gut lesbar sein.

Wo der Verkaufsraum in das Schaufenster übergeht, müssen die Preisanschriften derjenigen Waren, die von aussen gut sichtbar sind, nach aussen gerichtet sein. In der Regel genügt eine normale Schriftgrösse.

4. Hinweise zum Onlinehandel

Zusätzlich zu den allgemeinen Anforderungen in Kapitel 2 gelten die folgenden Regeln speziell für den Onlinehandel:

4.1 Preisanschrift im Onlineshop

Im Onlineshop ist der Preis (Detailpreis und/oder Grundpreis) **in unmittelbarer Nähe zum angebotenen Produkt** bekanntzugeben.

Der tatsächlich zu bezahlende Preis ist **ab der Anzeige des Angebots stets bekanntzugeben** und nicht erst bei der Bestellübersicht am Schluss des Kaufvorgangs.

4.2 Spezifizierung im Onlineshop

Es muss **klar** sein, auf welches Produkt (Typ, Menge usw.) sich der Preis bezieht (= Spezifizierung). Die Spezifizierung muss **mit einem Klick** zugänglich sein. Einige Beispiele für Spezifizierungen werden nachfolgend aufgeführt, sie sind nicht abschliessend:

a) Spezifizierung bei Bekanntgabe eines Preises pro Blumenbouquet

Bei Bekanntgabe eines Preises pro Blumenbouquets **muss die Ware spezifiziert werden**. Es muss für die Konsumenten klar ersichtlich sein, was sie für den Preis erhalten. Am besten wird dies **mittels eines Bildes** gemacht, welches die Zusammensetzung des Bouquets wiedergibt und zudem dessen Grösse erkennen lässt. Gegebenenfalls kann zusätzlich eine **Grössenangabe in Zentimeter** hilfreich sein. Bei Strässen mit bloss einer Blumensorte, bspw. Rosensträssen, ist in der Regel die **Stückzahl der Blumen** anzugeben. Es ist nicht ausgeschlossen, dass es noch weitere Möglichkeiten zur korrekten Spezifizierung eines Blumenbouquets gibt. Voraussetzung ist aber, dass sich die Durchschnittskonsumenten anhand der Spezifizierung eine klare Vorstellung über die angebotene Ware machen können.

b) Spezifizierung bei Bekanntgabe eines von-bis-Preises

Bei von-bis-Preisen ist Transparenz besonders wichtig. Die Konsumenten müssen erfahren können, auf welches Blumenbouquet sich der Preis bezieht. Deshalb **muss mindestens das Minimalangebot und das Maximalangebot spezifiziert werden**, beispielsweise mit je einem hinreichend aussagekräftigen Bild (siehe Punkt a). Wenn immer möglich soll auch das mittlere Angebot spezifiziert werden und gegebenenfalls weitere Zwischenstufen innerhalb des von-bis-Preises. Es muss stets klar ersichtlich sein, welcher Preis zu welchem Bild (d.h. zu welcher Blumenbouquet-Grösse) gehört.

Bei einem Angebot mit von-bis-Preis ist stets **zuerst das Angebot zum Minimalpreis anzuzeigen**. Wird automatisch eine bestimmte Blumenbouquet-Grösse ohne Zutun der Konsumenten für den Warenkorb vorselektiert, hat dies ebenfalls das Angebot zum Minimalpreis zu sein. Will ein Konsument ein teureres Angebot, kann er dieses selber aktiv auswählen.

c) Spezifizierung bei Bekanntgabe eines Hauptpreises kombiniert mit untergeordnetem von-bis-Preis

Wird für ein Blumenbouquet als Hauptpreis nur ein Preis bekanntgegeben und erfolgt die Bekanntgabe eines zugehörigen von-bis-Preis in untergeordneter Weise, kann die Spezifizierung nach Punkt a erfolgen. Das heisst, **es muss nur das Blumenbouquet zum Hauptpreis spezifiziert werden**. Voraussetzung ist aber, dass das Augenmerk der Betrachter aufgrund der Seitengestaltung klar auf dem Hauptpreis liegt. Die Darstellung des von-bis-Preises muss in untergeordneter Weise erfolgen sowie mit dem Hinweis, dass Abweichungen vom Hauptpreis innerhalb des Rahmens des von-bis-Preises frei gewählt werden können und sich das Blumenbouquet entsprechend proportional vergrössert /verkleinert.

4.3 Versandkosten

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

Werden die Versandkosten separat bekanntgegeben, sind sie auf derselben Seite wie das Warenangebot (Einzelansicht des Angebots) sowie in unmittelbarer Nähe zum Warenpreis aufzuführen und zu beziffern.

Möglich ist auch ein verlinkter Hinweis auf die Versandkosten (z. B. «zuzüglich Versandkosten») in unmittelbarer Nähe zum Warenpreis, wenn die bezifferten Versandkosten mit einem Klick auf den Link sichtbar sind, ohne dass ein unnötiges Scrollen oder Weiterklicken erforderlich ist.

Die Seite mit den bezifferten Versandkosten muss auf der Hauptseite zudem einfach zu finden sein.

Vor Abschluss der Bestellung müssen die konkreten Versandkosten in der Bestellübersicht angezeigt werden und im Gesamtpreis inkludiert sein.

4.4 Pflichten gemäss UWG

Wer Konsumentinnen und Konsumenten Waren in einem Onlineshop zum Kauf anbietet, muss kumulativ die nachfolgenden Vorgaben erfüllen:

- 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 Mausclick 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 **Eingabefehler** zu erkennen und entsprechend zu korrigieren.

Weitere Informationen siehe Broschüre [«Onlinehandel mit Waren»](#).

5. Vergleichspreise

Nur unter bestimmten Voraussetzungen darf neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis ein Vergleichspreis (z. B. CHF 50.- statt CHF 100.-) oder eine Preisreduktion (z. B. 20% Rabatt, CHF 25.- Preisnachlass) bekanntgegeben werden.

Unzulässig sind insbesondere jegliche Vergleichspreise oder Preisreduktionen, die keine (unmittelbar vor oder nach dem Preisvergleich) vom Anbieter selber tatsächlich praktizierten Preise (bei Selbstvergleich oder Einführungspreis) bzw. keine effektiven Marktpreise (bei Konkurrenzvergleich) darstellen.

Weitere Informationen siehe Broschüre «[Preisbekanntgabeverordnung PBV - Wegleitung für die Praxis](#)».

6. Werbung

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

- Aus der Preisbekanntgabe muss deutlich hervorgehen, auf welche Ware und Verkaufseinheit (Anzahl, Gewicht, Volumen usw.) sich der Preis bezieht;
- Die Angebote sind so zu umschreiben, dass die für die Konsumenten wesentlichen Informationen (Kriterien wie Marke, Typ, Sorte, Qualität und Eigenschaften) klar und gut lesbar oder gut hörbar sind.

Weitere Informationen siehe Broschüre «[Preisbekanntgabeverordnung PBV - Wegleitung für die Praxis](#)».

7. 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.

Der Bund führt die Oberaufsicht. Sie wird durch das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO ausgeübt.

Widerhandlungen gegen die PBV werden mit Busse bis zu 20'000 Franken bestraft.

Impressum

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Ressort Recht

Holzikofenweg 36, 3003 Bern

Tel: 0041 58 462 77 70

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

www.seco.admin.ch > Werbe- und

Geschäftsmethoden > Preisbekanntgabe

12.2022