



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

**Preisbekanntgabe
und Werbung für
Reiseangebote**

**Verordnung vom
11. Dezember 1978
über die Bekanntgabe
von Preisen (PBV)**

**Informationsblatt
vom 1. Juni 2006**

1. Rechtliche Grundlagen und Zweck

Die PBV (SR 942.211) stützt sich auf das Bundesgesetz vom 19. Dezember 1986 gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG; SR 241). Sie bezweckt, dass die Preise für die Konsumentinnen und Konsumenten klar und miteinander vergleichbar sind. Die PBV soll irreführende Preisangaben verhindern (Art. 1). Die Preisbekanntgabepflicht ist ein Instrument zur Förderung und Erhaltung des lautereren Wettbewerbs.

Den kantonalen Stellen obliegt der Vollzug (Art. 22). Das Eidg. Volkswirtschaftsdepartement übt die Oberaufsicht aus; diese hat es an das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) delegiert (Art. 23).

2. Wo ist die PBV anwendbar?

Die PBV gilt für Waren und für die vom Bundesrat bezeichneten Dienstleistungen, die den Konsumentinnen und Konsumenten zum Kauf angeboten werden (Art. 2 Abs. 1 Bst. a und c). Die der Preisbekanntgabepflicht unterstellten Dienstleistungen sind in Artikel 10 aufgeführt. Darüber hinaus gilt die Verordnung auch für die an Konsumentinnen und Konsumenten gerichtete Werbung für sämtliche Waren und Dienstleistungen (Art. 2 Abs. 1 Bst. d).

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).

Für die Reisebranche sind die Bestimmungen von Artikel 10 Absatz 1 Buchstaben n (Pauschalreisen) und o (Buchungskosten), Absätze 2 und 3, Artikel 11 Absätze 1 und 2 sowie Artikel 13 bis 18 PBV massgebend. Im Überblick heisst das:

- Die obligatorische Preisbekanntgabe gilt für:
 - Pauschalreisen (*siehe Ziffer 4*)
 - Buchungskosten im Reisebüro (*siehe Ziffer 6*)
- Die Preisbekanntgabe in der Werbung gilt, unter der Voraussetzung, dass dort Preisangaben gemacht werden, für:
 - Alle Reisearten wie Flug-, Bahn- oder Schiffsreisen, Individual- oder Abenteuerreisen, Pauschalreisen inkl. Kreuzfahrten, Baukastenreisen, Direktreisen (*siehe Ziffer 5*)
 - Sonstige Angebote von touristischen Leistungen (*siehe Ziffer 5*)
- Die Bekanntgabe der Buchungsgebühr in der Werbung gilt für:
 - Reiseveranstalter/Touropoperators (*siehe Ziffer 7.1*)
 - Direktwerbung von Reisebüros und Touropoperators (*siehe Ziffer 7.2*)

3. Grundsatz der Gesamtpreisangabe

Den Konsumentinnen und Konsumenten ist der **tatsächlich zu bezahlende Preis** bekannt zu geben. Dieser versteht sich als der **Gesamtpreis einer Reise inklusive öffentliche Abgaben, Hafen- und Flughafentaxen, Sicherheitsgebühren, Einreise- und Ausreisetaxen, Treibstoffzuschläge und sonstige nicht individuell verursachte oder nicht frei wählbare Zuschläge**. Als individuell verursachte oder frei wählbare Zuschläge gelten u. a. die Annullierungskosten- und Reisezwischenfallversicherung, Visagebühren, mögliche Zuschläge bei Benützung eines teureren Vertriebskanals oder bei Bezahlung per Kreditkarte.

4. Pauschalreisen

4.1 Unterstellung unter die PBV

Für Pauschalreisen sind den Kunden vorvertragliche Informationen über den Preis, den darin enthaltenen Umfang und den Inhalt der angebotenen Dienstleistungen klar und unmissverständlich zugänglich zu machen (Art. 10 und 11 PBV).

Für den Begriff «Pauschalreise» ist das Bundesgesetz vom 18. Juni 1993 über Pauschalreisen (SR 944.3) massgebend.

Gemäss Artikel 1 Absatz 1 gilt als Pauschalreise die im Voraus festgelegte Verbindung von mindestens zwei der folgenden Dienstleistungen, wenn diese Verbindung zu einem Gesamtpreis angeboten wird und länger als 24 Stunden dauert oder eine Übernachtung einschliesst:

- a. Beförderung;
- b. Unterbringung;
- c. andere touristische Dienstleistungen, die nicht Nebenleistungen von Beförderung oder Unterbringung sind und einen beträchtlichen Teil der Gesamtleistung ausmachen.

4.2 Preisbekanntgabe und Spezifizierung

Für Pauschalreisen sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken bekannt zu geben. Der tatsächlich zu bezahlende Preis versteht sich als der Gesamtpreis einer Pauschalreise inklusive öffentliche Abgaben, Hafen- und Flughafentaxen, Einreise- und Ausreisetaxen, Sicherheitsgebühren, Treibstoffzuschläge und sonstige nicht individuell verursachte oder nicht frei wählbare Zuschläge (Art. 10 PBV).

Aus der Preisbekanntgabe muss hervorgehen, auf welche Art und Einheit der Dienstleistung (z. B. Anzahl, Zeiteinheit) oder auf welche Verrechnungssätze sich

der Preis bezieht (Art. 11 Abs. 2 PBV). Für die Spezifizierung sind folgende Angaben massgebend:

- **Bestimmungsort, Reiseroute;**
- **Dauer des Arrangements** (in Tagen oder Nächten, Wochen zu 7 Tagen oder Nächten);
- **Zeitliche Begrenzung des Angebots** (bestimmte Jahreszeiten, Wochen usw.; Reisedaten, wenn diese auf einzelne Daten oder Wochentage beschränkt sind);
- **Transportmittel:** ihre Merkmale und Klasse;
- **Mahlzeiten:** (mit oder ohne Frühstück, Halbpension, Vollpension);
- **Unterkunft:** die Lage, die Kategorie oder der Komfort und die Hauptmerkmale der Unterbringung (Angabe ob Einzel-, 2er-, 3er-Zimmer, Appartement, Bungalow usw.). Dies gilt sinngemäss auch für Schiffs- oder andere Reisen mit Unterkunft.
- **Hinweis auf individuell verursachte oder frei wählbare Zuschläge:** Als solche gelten u. a. die Annullierungskosten- und Reisezwischenfallversicherung, Visagebühren, allfällig erhobene Buchungsgebühr, möglicher Zuschlag bei Bezahlung per Kreditkarte.

Aus der Pflicht zur Angabe des Gesamtpreises ergibt sich auch für Pauschalreisen,

dass zumindest die Flughafen- und sonstigen Taxen eines Abflughafens im Gesamtpreis eingeschlossen sein müssen. Die Flughafen- und sonstigen Taxen der übrigen möglichen Abflugorte können in einer Aufzählung oder tabellarisch als Zu- oder Abschlag kundgetan werden.

Beispiel: Mykonos, Hotel Mykonos***, DZ, HP, sieben Tage/Nächte, mit Mykonos Air jeden Montag ab Zürich 1000 CHF (inkl. alle Zuschläge).

Abflüge ab Genf + CHF 150; ab Basel + CHF 50; ab Lugano - CHF 100 oder

Flugtag	Abflugtag	Zu-/Abschlag
Montag	Zürich	-----
Mittwoch	Genf	+ 150
Donnerstag	Basel	+ 50
Freitag	Lugano	- 100

4.3 Art und Weise der Preisbekanntgabe

Die Preise und die damit zusammenhängenden Leistungen sind in gut lesbarer Weise in Katalogen, Prospekten, Preislisten, Preisanschlägen usw., die leicht zugänglich sein müssen, bekannt zu geben. Die gleichen Grundsätze sind auch bei Internetauftritten zu berücksichtigen. In Reisebüros sowie an Messeständen sind die Preisinformationen an jenen Stellen aufzulegen,

anzubringen oder anzuschlagen, wo sich die Interessenten und Kunden normalerweise aufhalten.

Eine bloss mündliche Information genügt den Bestimmungen über die Preisbekanntgabe nicht.

Betreffend „Ab-Preise“ und „Eye-Catcher“ wird auf nachstehende Ziffer 5.3 verwiesen.

4.4 Reisekataloge von ausländischen Anbietern mit Angeboten in Fremdwährung

Die PBV schreibt für Pauschalreisen die Angabe des tatsächlich zu bezahlenden Preises in Schweizerfranken vor (Art. 10 Abs. 1). Um dem Grundsatz der Vergleichbarkeit der Preise gerecht zu werden, gilt für die Auflage von Reisekatalogen oder -prospekten ausländischer Anbieter mit Angeboten in Fremdwährung (z. B. in €, \$) Folgendes:

- Der Preisliste des Katalogs/Prospekts in Fremdwährung ist eine Preisumrechnungstabelle beizulegen.
- Die Preisumrechnungstabelle stellt in gut lesbarer Weise jedem in der Preisliste aufgeführten Preis in Fremdwährung den entsprechenden Betrag in Schweizer Franken gegenüber. Dies reicht vom billigsten bis zum teuersten

Angebot. Beispiel: 29 Euro = 44 CHF;
159 Euro = 239 CHF;
1399 Euro = 2099 CHF.

- Der in der Preisumrechnungstabelle verwendete Wechselkurs, der für die Gültigkeitsdauer des Katalogs und seiner Preisliste verbindlich sein muss, ist auf der Titelseite des Katalogs/Prospekts und der Preisliste anzubringen. Beispiel: 1 Euro = 1.50 CHF.
- Allfällige in der Werbung bekannt gegebene Preise in CHF für Angebote aus den entsprechenden Katalogen/Prospekten müssen mit denjenigen in der Preisumrechnungstabelle übereinstimmen.

5. Flug-, Individual und sonstige Reiseangebote in der Werbung

5.1 Grundsatz

Die Preisbekanntgabe in der Werbung gilt für alle Reiseangebote, seien es reine Flug-, Bahn- oder Schiffsreisen, Individual-, Baukasten- oder Pauschalreisen, Tages-, In-, Ausland- oder Rundreisen, für die mit einem Preis geworben wird, unabhängig von den möglichen Transport- bzw. Beförderungsmitteln. Werbung ohne Preisangaben fällt hingegen nicht unter die PBV. Werden in der Werbung jedoch Preise aufgeführt

(z.B. «Paris für Fr. x») oder bezifferte Hinweise auf Preisrahmen oder Preisgrenzen gemacht (Minimal- oder Maximalpreise wie «Berlin ab Fr. x»), so sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise bekannt zu geben und die Reiseangebote zu spezifizieren (Art. 13 und 14 PBV). Zu beachten sind die Vorschriften über die irreführende Preisbekanntgabe, die auch für die Werbung gelten (Art. 16 bis 18 PBV).

Der tatsächlich zu bezahlende Preis versteht sich als der Gesamtpreis einer Reise oder eines Angebots inklusive öffentliche Abgaben, Hafen- und Flughafentaxen, Ein- und Ausreisetaxen, Sicherheitsgebühren, Treibstoffzuschläge und sonstige nicht individuell verursachte oder nicht frei wählbare Zuschläge.

Soweit in der Schweiz beworbene Reiseangebote in der Schweiz gebucht werden können, versteht sich der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizer Franken. Dies gilt auch für Online-Angebote, die sich an Schweizer Kundschaft richten.

Das preislich beworbene Angebot muss zum angegebenen Preis über einen der möglichen Vertriebskanäle ohne weiteren Zuschlag erhältlich sein. Aus der Preiswerbung muss deshalb klar hervorgehen, wo oder über welchen Vertriebskanal das Reiseangebot zum angegebenen Preis erworben werden kann.

Inserate, Kataloge, Prospekte, Werbeplakate, Werbung auf Internet-Frontseiten (Homepages) oder in E-Mails sowie Werbebanner im Internet sind selbständige Werbemittel. Die Angebote müssen daher ausnahmslos in jedem einzelnen Werbemittel den Gesamtpreis angeben, spezifiziert und aus sich verständlich sein.

5.2 Spezifizierung

In der Werbung sind die Reiseangebote so zu umschreiben, dass die für den Kunden wesentlichen Informationen wie Bestimmungsort, Dauer des Arrangements, zeitliche Begrenzung des Angebots, Transportmittel, Mahlzeiten, Unterkunft (Mittelklasshotel; Doppelzimmer usw.) und Ausflüge klar ersichtlich sind. Bei Angeboten für Flugreisen muss klar ersichtlich dargestellt sein, ob sich der Preis auf einen Retourflug oder einen individuell buchbaren Einweg-Flug bezieht.

Mögliche individuell verursachte oder frei wählbare Zuschläge sind in gut lesbarer Weise zu kennzeichnen. Solche Zuschläge können u. a. die Annullierungskosten- und Reisezwischenfallversicherung, Visagebühren, eine allfällig erhobene Beratungsgebühr, Schlaf- bzw. Liegewagenzuschläge oder ein möglicher Zuschlag bei Bezahlung per Kreditkarte sein.

Beispiele:

- „Buchen Sie über das Internet Ihre Flugreise nach Rom für CHF 99; Internetadresse www...“
- „Flugreise nach Rom für CHF 99 bei Internetbuchung (bei Buchung über unser Callcenter 0844 11 Rp./Min.; bei Buchung am Schalter unserer Fluggesellschaft zusätzlich CHF 30.– ; im Reisebüro je nach dort gültiger Buchungsgebühr)“.
- „Mit dem Nachtzug nach Berlin für CHF 120. Erhältlich an jedem Bahnschalter. Zuschläge für Ergänzungsleistungen wie Ruhesitz, Schlafwagen usw.“

Da die Abflughäfen in der Schweiz unterschiedliche Flughafentaxen kennen, muss aus der Werbung ersichtlich sein, auf welchen Flughafen sich der Preis mit den eingeschlossenen Flughafentaxen bezieht. Falls die Werbung auch ab anderen nationalen Flughäfen gelten soll, kann mit der Angabe des entsprechenden Zuschlages darauf verwiesen werden.

Beispiel:

- „Barcelona für 139 CHF ab Genf. Angebot mit Zuschlag von max. 40 CHF auch ab Zürich, Basel, Bern und Lugano möglich.“

5.3 „Ab-Preise“ und „Eye-Catcher“

Bei sogenannten «Ab-Preisen» ist das zum «Ab-Preis» erhältliche Angebot genau zu umschreiben, und zwar gleich genau wie alle andern Preis-Angebote ohne «ab». Der „Ab-Preis“ ist in der Regel nur der tiefst mögliche Preis für eine Reise, der an bestimmte Bedingungen gebunden ist wie beschränkte Anzahl Sitzplätze zu diesem Preis, eingeschränkte Flugdaten und -zeiten, Frühbuchung, Einfachflug usw.. Nach PBV sind „Ab-Preise“ nur zulässig, wenn klar erkennbar ist, unter welchen Spezialkonditionen der „Ab-Preis“ zur Anwendung kommt. Die zum „Ab-Preis“ gehörenden Leistungen müssen ohne weiteren Suchaufwand ersichtlich sein. Dies kann dadurch geschehen, dass die mit dem „Ab-Preis“ verknüpften Bedingungen (insbesondere Flugdaten) und die in ihm eingeschlossenen Leistungen direkt aus dem „Eye-catcher“ oder aber zumindest aus einer auf der gleichen Seite befindlichen Preistabelle ersichtlich sind. Bei Eye-Catchern in Werbebannern, auf Internet-Frontseiten (Homepages) oder in E-Mails müssen die Bedingungen im gleichen Fenster erscheinen wie der Eye-Catcher.

Dies gilt für jede preislich angebotene Reise oder touristische Dienstleistung.

5.4 Werbemittel

Die vorstehenden Grundsätze gelten unabhängig davon, über welche Werbemittel Reisen preislich angeboten werden. Dies können Kataloge, Inserate, Prospekte, Flugblätter, Werbeplakate, Radio, Teletext, TV, Telefon, E-Mail oder Internet sein.

6. Beratungs- und Servicegebühren im Reisebüro (Art. 10 Abs. 1 Bst. o)

Die Beratungs-, Service-, Buchungs-, Dossiergebühr oder Auftragspauschale ist der Preis für die Kosten, die für die Beratung oder Buchung einer Reise im Reisebüro anfallen (Vermittlung, Beratung, Reservationen usw.). Sie wird individuell nach Reisebüro oder Buchungsstelle erhoben.

Die Reisebüros oder Buchungsstellen legen eine Preisliste für die Dienstleistungen auf, die sie gesondert in Rechnung stellen. Diese Preisinformation muss für die Kundschaft leicht zugänglich und gut lesbar sein (s. auch Ziffer 4.3 «Art und Weise der Preisbekanntgabe»). Die gleichen Bedingungen hinsichtlich der Transparenz gelten auch bei Internetauftritten.

7. Beratungs- und Servicegebühren in der Werbung (Art. 13 PBV)

7.1 Reiseveranstalter / Touroperators

In der Preiswerbung von Reiseveranstaltern/Touroperators, die ihre Reisen auch über Wiederverkäufer anbieten, muss in den entsprechenden Werbemitteln (Kataloge, Prospekte, Inserate, TV, Teletext, Internet usw.) darauf hingewiesen werden, dass bei der Buchung im Reisebüro eine allfällige Gebühr in Rechnung gestellt wird (z.B. „allfällige Dossiergebühr bei Buchung in Ihrem Reisebüro“, «zusätzliche Beratungsgebühr möglich» usw.).

7.2 Direktwerbung von Reisebüros und / oder Touroperators

Reisebüros und/oder Touroperators, die ihre Leistungen ausschliesslich und direkt den Konsumenten anbieten, müssen in ihrer Werbung den tatsächlich zu bezahlenden Reisepreis publizieren, d.h. entweder Endpreis inklusive konkrete Beratungs- oder Servicegebühr und anderer Zuschläge, oder nur den Reisepreis, wenn auf die Erhebung einer entsprechenden Gebühr verzichtet wird.