



Universität Zürich  
Rechtswissenschaftliches Institut

Fachgruppe Handels- und  
Wirtschaftsrecht

Rämistrasse 74  
CH-8001 Zürich  
www.hawi.uzh.ch

Zürich, 14. März 2011  
lic. iur. Fanny Paucker  
Lehrstuhl Prof. Dr. Andreas Heinemann

## **BUNDESGERICHT, URTEIL VOM 15. MÄRZ 2010, 6B\_942/2009<sup>1</sup> - WIDERHANDLUNG GEGEN DIE PREISBEKANNTGABEVERORDNUNG**

*Das Urteil konkretisiert die Anforderungen an Preisvergleiche und Spezifizierungspflichten in Werbeinseraten.*

### **I. Sachverhalt**

2007 wurde X vom Statthalteramt des Bezirkes Zürich wegen eines Verstosses gegen die Preisbekanntgabeverordnung (PBV) bestraft, da er in einem Zeitungsinserat die Preise von Mercedes und Audi den Preisen der Generalimporteure bzw. den Listenpreisen der Hersteller gegenüberstellte. Die Preise von X umfassten im Gegensatz zu denen der Generalimporteure keine **Serviceleistungen**. Sie enthielten aber wie die Preise der Generalimporteure Garantieleistungen. Zudem verletzte X in einem **weiteren Inserat** die **Spezifizierungspflicht**. In diesem Inserat pries er einen Alpha an, der 34% unter dem Normalpreis liege. Weder die Höhe dieses Normalpreises noch nähere Angaben zum Fahrzeug waren in diesem Inserat vorhanden. Es beinhaltete nur einen Internetlink mit Hinweis auf diese Angaben.

X erreichte mit seiner Einsprache am Bezirksgericht Zürich im Dezember 2008 einen Freispruch. Die Staatsanwaltschaft erhob mit Erfolg am Zürcher Obergericht Berufung. X reichte Beschwerde in Strafsachen am Bundesgericht ein.

---

<sup>1</sup> < [http://relevancy.bger.ch/php/aza/http/index.php?lang=de&type=highlight\\_simple\\_query&page=1&from\\_date=&to\\_date=&sort=relevance&insertion\\_date=&top\\_subcollection\\_aza=all&query\\_words=6B\\_942%2F2009&rank=1&azaclir=aza&highlight\\_docid=aza%3A%2F%2F15-03-2010-6B\\_942-2009&number\\_of\\_ranks=1](http://relevancy.bger.ch/php/aza/http/index.php?lang=de&type=highlight_simple_query&page=1&from_date=&to_date=&sort=relevance&insertion_date=&top_subcollection_aza=all&query_words=6B_942%2F2009&rank=1&azaclir=aza&highlight_docid=aza%3A%2F%2F15-03-2010-6B_942-2009&number_of_ranks=1)>, besucht am 7.3.2011.



## II. Erwägungen

X könnte **Art. 16 Abs. 1 lit. c PBV** i.V.m. **Art. 15 PBV** i.V.m. **Art. 17 UWG** und **Art. 24 Abs. 1 lit. b UWG** verletzt haben, da er seine Preise denen der Generalimporteure gegenüberstellte, obwohl seine Angebote **keine Serviceleistungen** enthielten.

### A. Objektiver Tatbestand

Gem. **Art. 16 Abs. 1 lit. c PBV** dürfen Preise nur mit Preisen der überwiegenden Menge **gleicher** Waren oder Dienstleistungen verglichen werden, was gem. **Art. 15 PBV** auch für die irreführende Preisbekanntgabe in der Werbung Geltung hat.

Die Preise von X umfassten Fahrzeuge mit Garantieleistungen, wohingegen jene der Generalimporteure **zusätzlich** Serviceleistungen mit nicht vernachlässigbarem Wert beinhalteten. X hat somit **ungleiche** Angebote in der Werbung gegenübergestellt, was dem **objektiven Tatbestand** gem. **Art. 16 Abs. 1 lit. c PBV** i.V.m. **Art. 15 PBV** entspricht.

### B. Subjektiver Tatbestand

X meinte, er hätte nicht wissen können, dass die Preise der Generalimporteure auch Serviceleistungen zum Inhalt hatten, da deren Preise nicht in einzelne Leistungen untergliedert waren. Darum hätte er ohne Vorsatz gehandelt.

Verstösst der Täter mit Vorsatz oder Eventualvorsatz gegen die Vorschriften der Preisbekanntgabe in der Werbung, wird er gem. **Art. 24 Abs. 1 lit. b UWG** mit Busse bestraft. **Art. 24 Abs. 1 lit. b UWG** verweist auf **Art. 17 UWG**, welcher die Vorschriften der **PBV** für anwendbar erklärt. Die Frage nach Vorsatz oder Eventualvorsatz ist eine **Sachverhaltsfrage**, welche das Bundesgericht nur bei **Willkürrüge** prüft.

Die Vorinstanz ging bei der Sachverhaltsfeststellung von Eventualvorsatz aus. Sie nahm an, dass X die Wegleitung des SECO zur PBV, nach welcher die Preise für Waren und Dienstleistungen genau zu umschreiben sind, kannte. Da X eine **Willkürrüge** bezüglich der Sachverhaltsfeststellung über das Kennensollen der Wegleitung **unterliess**, ist gem. **Art. 24 Abs. 1 lit. b UWG** i.V.m. **Art. 15** und **Art. 16 Abs. 1 lit. c PBV** von eventualvorsätzlichem Handeln auszugehen. X nahm trotz Bestehens der Wegleitung in Kauf, ungleiche Preise zu vergleichen.

### C. Rechtfertigungsgrund

X machte einen **Rechtfertigungsgrund** gem. **Art. 14 StGB** geltend, da sein Handeln im öffentlichen Interesse liege. Ein Preisvergleich fördere **den Wettbewerb**, welcher in **Art. 96 BV** geschützt sei. Die Generalimporteure dürften nicht den Preisvergleich



durch andere Wettbewerbsteilnehmer verhindern, indem sie die Preise ihrer Serviceleistungen nicht für sich gesondert von den Preisen der Garantieleistungen darlegten.

Dieser Argumentation ist jedoch angesichts des Konsumentenschutzes gem. **Art. 97 BV** zu widersprechen. **Die PBV** konkretisiert den Konsumentenschutz mit der Forderung nach transparenten Preisen. **Art. 96 BV** und **Art. 97 BV** dienen beide der **Funktionsfähigkeit der Marktwirtschaft**. Keiner dieser Artikel hat Vorrang. Zudem kann der Autowettbewerb mit anderen Mitteln als mit dem Konkurrenzpreisvergleich gefördert werden, womit **kein Rechtfertigungsgrund** gem. **Art. 14 StGB** greift.

#### *D. Verletzung der Spezifizierungspflicht im zweiten Inserat*

Gem. **Art. 14 Abs. 1 PBV** muss aus der Preisbekanntgabe hervorgehen, auf welche Ware sich diese bezieht. Bezifferte Hinweise auf Preisreduktionen werden gem. **Art. 17 Abs. 1 PBV**, wie die Bekanntgabe weiterer Preise, neben dem zu bezahlenden Preis beurteilt. Das Bundesgericht erachtet einen Hinweis in einem Inserat auf einen Katalog als **nicht** mit der **Spezifizierungspflicht** vereinbar, da beide **selbstständige** Werbemittel sind. Darum müssen alle Angaben vollständig in einem Inserat enthalten sein. Was für den Katalog gilt, kann für das Internet abgeleitet werden. Inserat und Internet sind zwei verschiedene Werbemittel. Das Inserat als selbstständiges Werbemittel muss mit der Spezifizierungspflicht gem. **Art. 14 PBV** vereinbar sein. Der Zusammenhang zwischen Preis, Reduktion und Produkt muss deutlich im Inserat ersichtlich sein.

Das Inserat des Alphas mit dem Hinweis, dass dieser 34% unter einem im Internet deklarierten Normpreis liege, erfüllt nicht die Anforderungen an ein Inserat als **selbstständiges Werbemittel** und verletzt die Spezifizierungspflicht gem. **Art. 14 PBV**.

### **III. Fazit**

Das Urteil steht für einen fairen und transparenten Preiswettbewerb in Inseraten. Das Medium des Internets wird mit einbezogen. Bis Mitte 2011 soll das EVD im Auftrag des Bundesrates einen Entwurf einer neuen PBV ausarbeiten. Bei Richtpreisen müssen die Hersteller deklarieren, dass es sich um unverbindliche Preisempfehlungen handelt. Zu der Spezifizierungspflicht wird das Gebot der Leserlichkeit hinzutreten<sup>2 3</sup>.

---

<sup>2</sup> Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD, Bericht über das Ergebnis des Vernehmlassungsverfahrens zur Änderung der Verordnung vom 11. Dezember 1978 über die Bekanntgabe von Preisen (PBV), <<http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/21567.pdf>>, S.14 u.15, besucht am 7.3.2011.

<sup>3</sup> EVD, Erläuterungen, Änderung PBV, Vernehmlassungsverfahren, 10.5.2010, <<http://www.seco.admin.ch/-themen/00645/00654/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t.lnp6I0NTU042I2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2-Yuq2Z6gpJCFeYJ9e2ym162epYbg2c.JjKbNoKSn6A-->>>, S. 3,8 u.12 besucht am 7.3.2011.