

HÄRTING ●●●

Wettbewerbsrecht für E-Commerce

**Verbraucherschutz, Preisbekanntgabe und
Wettbewerbsrecht**

Olivia Boccali, Juristin MLaw



Inhaltsverzeichnis

1. Konsumentenschutz

- Konsumentenvertrag

2. Wettbewerbsrecht

- Informationspflichten von Webshop-Betreibern
- AGB-Kontrolle
- Lex Booking
- Geodiskriminierungsverbot

3. Preisbekanntgabe

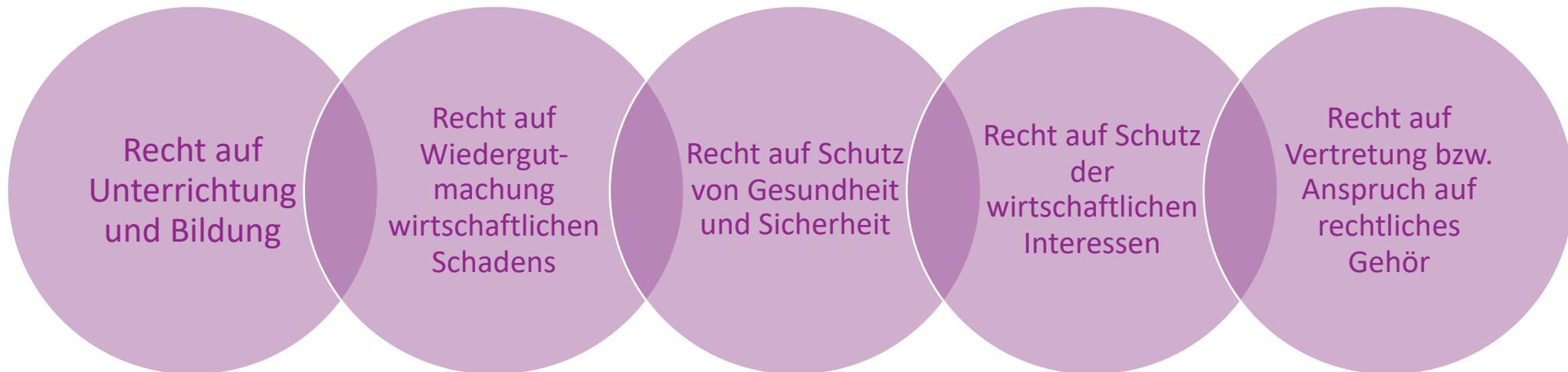
- Anwendungsbereich
- Preisangaben für Waren und Dienstleistungen
- Preisangaben bei Werbung
- Vergleichspreise und Preisreduktionen

1

Konsumentenschutz

Schutz des schwächeren Konsumenten

- **Wenig ausgeprägtes Konsumentenschutzrecht**
- **Konsumentenschutzgesetz KIG**
 - **Deklarationspflicht bei Waren und Dienstleistungen**
- **UWG als Auffangbehälter**
- **5 fundamentale Konsumentenrechte:**



Schutzmöglichkeiten im Allgemeinen

- Etablierte Schranken für AGB
- Widerrufsrecht bei Haustürgeschäften
- UWG
- Preisbekanntgabeverordnung
- Pauschalreisegesetz
- Konsumkreditgesetz
- Produkthaftungsgesetz

→ (Vor)vertragliche Informationspflichten

→ Formvorschriften

→ Widerrufsrechte

→ Partiiell zwingende Normen

Der Konsumentenvertrag

- **Persönlicher Geltungsbereich**
 - Natürliche Personen, wobei «Konsument» nicht definiert
- **Sachlicher Geltungsbereich**
 - Konsumentenvertrag, wobei UWG keine Definition enthält
 - Positive Definition nach OR: Es liegt ein Konsumentenvertrag vor, wenn die Leistung des Anbieters dem persönlichen oder familiären Gebrauch des Konsumenten dient
 - Erfasst sind nur Geschäfte des «üblichen Verbrauchs», d.h. den üblichen Konsum nicht übersteigen
- **Bezieht sich auf alle Business to Customer (B2C)-Leistungen**
 - Angebot der anderen Partei erfolgt im Rahmen ihrer beruflichen oder gewerblichen Tätigkeit

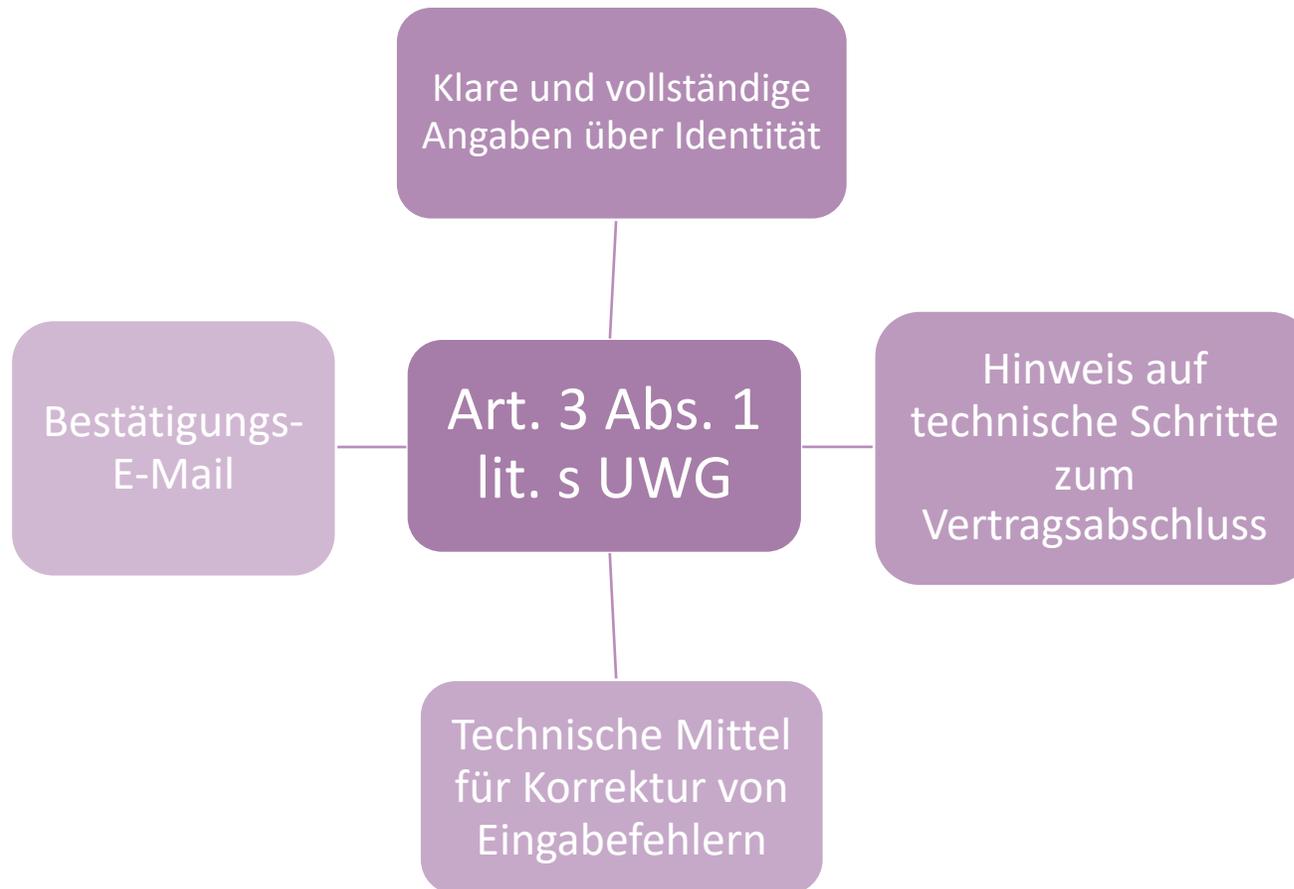
2

Wettbewerbsrecht

Ein E-Commerce Recht?

- **Mehrere Gesetzesvorschläge für ein Gesetz zum elektronischen Geschäftsverkehr scheitern**
 - Vergleich EU: Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr
- **Einführung von vier Vorschriften für elektronischen Geschäftsverkehr**
 - Art. 3 Abs. 1 lit. s UWG
- **E-Commerce Recht geprägt von Querschnitt-Gesetzen**
 - Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
 - Preisbekanntgabeverordnung (PBV)
 - Obligationenrecht (OR; Kaufrecht)
 - Kartellgesetz (KG)
 - Immaterialgüterrechtsgesetze
 - Datenschutzgesetz (DSG)

Wettbewerbsrecht im Onlinehandel



Gem. Art. 3 Abs. 2 UWG keine Anwendung für Verträge, die

- **sprachtelefonisch,**
- **per Post,**
- **durch jegliche individuelle Kommunikation abgeschlossen werden.**

Zusätzliche Informationspflichten aus dem Kaufrecht

- **Beschreibung der wesentlichen Eigenschaften der angebotenen Produkte oder Dienstleistungen**
- **Preis sowie allfällige zusätzlich anfallende Kosten und Gebühren (z.B. Versandkosten)**
- **Zahlungsbedingungen**
- **Gültigkeitsdauer des Angebotes**
- **Lieferfristen**
- **Gewährleistung/Garantie und Kundendienst**
- **Hinweis auf allfällige Rückgabemöglichkeit oder ein allfälliges Widerrufsrecht**

AGB-Übernahme

- **AGB müssen in den Bestellvorgang integriert werden**
 - Gut sichtbarer [Link](#) genügt
 - Aktivieren einer Check-Box ist zu empfehlen
 - Gute Lesbarkeit auf allen devices
- **Globalübernahme**
 - Ungewöhnlichkeitsregel
 - Deutliche Kennzeichnung von ungewöhnlichen Klauseln



AGB-Kontrolle

- **Zulässigkeit der Inhaltskontrolle?**
- **Prüfung zwingenden Rechts**
 - **Schranken der Haftungsfreizeichnung**
 - **Pauschalierter Schadenersatz**
 - **Einseitige Änderungsrechte**
 - **Automatische Vertragsverlängerung**
 - **Gerichtsstandklauseln**
- **«UWG 8-Kontrolle»**

AGB-Kontrolle, Art. 8 UWG

- **Anwendbar im B2C-Bereich**
- **Klauseln, die in ihrer Gesamtschau nachteilig sind**
- **Unlautere AGB-Klauseln sind nichtig**

Art. 8²⁴ Verwendung missbräuchlicher Geschäftsbedingungen

Unlauter handelt insbesondere, wer allgemeine Geschäftsbedingungen verwendet, die in Treu und Glauben verletzender Weise zum Nachteil der Konsumentinnen und Konsumenten ein erhebliches und ungerechtfertigtes Missverhältnis zwischen den vertraglichen Rechten und den vertraglichen Pflichten vorsehen.

Lex Booking, Art. 8a UWG

- **Anwendbar auf Beherbergungsbetriebe (Ferienwohnungen, Jugendherbergen etc.)**
 - **Auswirkungsprinzip**
- **Verbot von Preisbindungsklauseln**
- **Verbot von Verfügbarkeits- und Konditionsparitätsklauseln**
- **Rechtsfolge der Nichtigkeit**

Art. 8a²⁵ Verwendung von Paritätsklauseln gegenüber Beherbergungsbetrieben

Unlauter handelt insbesondere, wer als Betreiber einer Online-Plattform zur Buchung von Beherbergungsdienstleistungen allgemeine Geschäftsbedingungen verwendet, welche die Preis- und Angebotssetzung von Beherbergungsbetrieben durch Paritätsklauseln, namentlich bezüglich Preis, Verfügbarkeit oder Konditionen, direkt oder indirekt einschränken.

Geodiskriminierungsverbot, Art. 3a UWG

¹ Unlauter handelt insbesondere, wer im Fernhandel ohne sachliche Rechtfertigung einen Kunden in der Schweiz aufgrund seiner Nationalität, seines Wohnsitzes, des Ortes seiner Niederlassung, des Sitzes seines Zahlungsdienstleisters oder des Ausgabeorts seines Zahlungsmittels:

- a. beim Preis oder bei den Zahlungsbedingungen diskriminiert;
- b. ihm den Zugang zu einem Online-Portal blockiert beziehungsweise beschränkt; oder
- c. ihn ohne sein Einverständnis zu einer anderen als der ursprünglich aufgesuchten Version des Online-Portals weiterleitet

² Diese Bestimmung findet keine Anwendung auf nichtwirtschaftliche Dienstleistungen von allgemeinem Interesse; Dienstleistungen im Finanzbereich; Dienstleistungen der elektronischen Kommunikation; Dienstleistungen des öffentlichen Verkehrs; Dienstleistungen von Leiharbeitsagenturen; Gesundheitsdienstleistungen; Glücksspiele, die einen geldwerten Einsatz verlangen, einschliesslich Lotterien, Glücksspiele in Spielbanken und Wetten; private Sicherheitsdienste; soziale Dienstleistungen aller Art; Dienstleistungen, die mit der Ausübung hoheitlicher Gewalt verbunden sind; Tätigkeiten von Notaren sowie von Gerichtsvollziehern, die durch staatliche Stellen bestellt werden; audiovisuelle Dienste.

Räumlicher und sachlicher Anwendungsbereich, Art. 3a UWG

- **Extraterritoriale Anwendung und Marktauswirkungsprinzip**
- **Kunden in der Schweiz → B2B und B2C Bereich**
- **Insbesondere gegen ausländische Anbieter**
- **Drei Diskriminierungsverbote**
 - **Beim Preis bzw. Zahlungsbedingungen**
 - **Beim Zugang zu Online-Portalen**
 - **Bei der Weiterleitung zu einem Online-Portal ohne Einwilligung**
- **Mangel der sachlichen Rechtfertigung**
- **Shop-like-a-local-Prinzip**

Rechtsfolge & Durchsetzung, Art. 3a UWG

- **Kein Lieferzwang, evt. Abholung im Ausland**
- **Lauterkeitsrechtliche Ansprüche nach Art. 9 UWG**
- **Keine strafrechtliche Sanktionierbarkeit**
- **Durchsetzbarkeit von zivilrechtlichen Ansprüchen**
 - **Anwendbarkeit von LugÜ begünstigt Durchsetzungsperspektiven**
 - **I.d.R. Zuständigkeit von Schweizer Gerichten und Anwendbarkeit von Schweizer Recht**
- **Wahrung kollektiver Interessen mittels Verbands- und Bundesklagen**

3

Preisbekanntgabe

Wesentliche Vorgaben

- **UWG (SR 241) → Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb**
- **PBV (SR 942.211) → Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen**
- **Grundsätze zur Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation der Schweizerischen Lauterkeitskommission**
- **Nützliche Merkblätter, Checklisten und Leitfaden vom Staatssekretariat für Wirtschaft SECO**

Rechtliche Grundlage im UWG

Art. 16 Pflicht zur Preisbekanntgabe

¹ Für Waren, die dem Konsumenten zum Kauf angeboten werden, ist der tatsächlich zu bezahlende Preis bekannt zu geben, soweit der Bundesrat keine Ausnahmen vorsieht. Ausnahmen sind insbesondere aus technischen oder Sicherheitsgründen zulässig. Dieselbe Pflicht besteht für die vom Bundesrat bezeichneten Dienstleistungen

² Der Bundesrat regelt die Bekanntgabe von Preisen und Trinkgeldern.

³ ...⁴⁰

Art. 16a⁴¹ Grundpreisbekanntgabe für messbare Waren und Dienstleistungen

¹ Für messbare Waren und Dienstleistungen, die dem Konsumenten zum Kauf angeboten werden, sind Menge und Preis anzugeben und deren Vergleichbarkeit durch Grundpreisbekanntgabe zu gewährleisten.

² Der Bundesrat kann Vorschriften erlassen, deren Einhaltung von der Pflicht zur Grundpreisbekanntgabe befreit.

Rechtliche Grundlage im UWG

Art. 17 Preisbekanntgabe in der Werbung

Werden Preise oder Preisreduktionen in der Werbung angezeigt, so richtet sich deren Bekanntgabe nach den vom Bundesrat zu erlassenden Bestimmungen.

Art. 18 Irreführende Preisbekanntgabe

Es ist unzulässig, in irreführender Weise:

- a. Preise bekannt zu geben;
- b. auf Preisreduktionen hinzuweisen oder
- c. neben dem tatsächlich zu bezahlenden Preis weitere Preise aufzuführen.

Wann ist Schweizer Recht zu beachten?

- **Auswirkungsprinzip des UWG**

- Angebot richtet sich (auch) an Konsumenten mit Wohnsitz in der Schweiz

- **PBV Anwendbarkeit**

Art. 2 Geltungsbereich

¹ Die Verordnung gilt für:

Art von Medium irrelevant

- a. das **Angebot von Waren zum Kauf** an Konsumentinnen und Konsumenten⁶
- 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;
- 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.⁷

B2B-Verkehr → allg. UWG- Grundsätze

Konsequenzen bei Nichteinhaltung von Vorschriften

• Sanktionen gemäss UWG

Art. 24 Verletzung der Pflicht zur Preisbekanntgabe an Konsumenten

¹ Wer vorsätzlich:

- a.⁵¹ die Pflicht zur Preisbekanntgabe (Art. 16) oder zur Grundpreisbekanntgabe (Art. 16a) verletzt;
- b. den Vorschriften über die Preisbekanntgabe in der Werbung (Art. 17) zuwiderhandelt;
- c. in irreführender Weise Preise bekannt gibt (Art. 18);
- d. die Auskunftspflicht im Zusammenhang mit der Preisbekanntgabe (Art. 19) verletzt;
- e.⁵² den Ausführungsvorschriften des Bundesrates über die Preisbekanntgabe oder die Grundpreisbekanntgabe (Art. 16, 16a und 20) zuwiderhandelt,

wird mit Busse bis zu 20 000 Franken bestraft.⁵³

² Handelt der Täter fahrlässig, so ist die Strafe Busse.

Konsequenzen bei Nichteinhaltung von Vorschriften

- **Zusätzlich zu Art. 24 UWG : Widerruf und Sperrung von Domain-Namen und Telefonnummern (Art. 26a UWG)**
- **Untersuchungen durch SECO**
- **Anzeige bei der Schweizerischen Lauterkeitskommission**
- **Verlust von Vertrauen und bestimmten Gütesiegel**

Preisangabe für Waren, Art. 3 und 4 PBV

- **Angabe von tatsächlich zu bezahlender Preis in Schweizer Franken, inkl. überwählter öffentlicher Abgaben → Detailpreis**
 - MWST, Bier- und Tabaksteuer, Benzinabgaben usw.
 - Urheberrechtsvergütungen
 - vorgezogener Entsorgungsbeiträge
 - Weitere nicht frei wählbarer Zuschläge jeglicher Art (namentlich für Reservation, Service oder Bearbeitung)
- **Versandkosten dürfen separat bekanntgegeben werden**
- **Bekanntgabepflicht auch bei kaufähnlichen Rechtsgeschäften (Leasing-, Konsumkredit-, Mietvertrag)**
- **Ausnahme: Versteigerungen, Auktionen und ähnlichen Veranstaltungen**

Preisangabe für Waren, Art. 5 PBV

- Für messbare Waren ist der Grundpreis anzugeben → Preis je kg, l, etc.
 - Ausnahme bei Verkauf per Stück oder gängige Gewichte/Volumen/Masse etc.
- Für messbare vorverpackte Waren (Fertigpackungen) → Angabe von Detail- und Grundpreis (z.B. Birchermüesli 300 g Fr. 4.50, 100 g Fr. 1.50).

Nicht messbare Waren	Angabe des Detailpreises (Art. 3 Abs. 1 PBV)
Messbare Waren	Angabe des Grundpreises (Art. 5 Abs. 1 PBV)
Messbare verpackte Waren	Angabe des Detail- und Grundpreises (Art. 5 Abs. 2 PBV)

Art und Weise der Bekanntgabe Art. 7ff. PBV

- **Preisanschrift muss am Produkt selbst oder unmittelbar daneben platziert werden**
 - **Bereits bei der Warenanpreisung, also ausserhalb des eigentlichen Bestellprozesses**
- **Preise in Zahlen bekannt geben**
- **Der tatsächlich zu bezahlende Preis muss leicht sichtbar und gut lesbar sein**
- **Klarheit, auf welches Produkt sich der Preis bezieht → Spezifizierungspflicht**
 - **Umschreibung der Merkmale des Produkts (z.B. Marke, Typ, Sorte, Qualität und Eigenschaften), mit einem Klick ersichtlich**

Preisangabe für Dienstleistungen, Art. 10 PBV

- Angabe von tatsächlich zu bezahlender Preis
- Inkl. überwählter öffentlicher Abgaben
- Kurtaxen dürfen separat bekanntgegeben werden

- a. Coiffeurgewerbe;
- b. Garagegewerbe für Serviceleistungen;
- c. Gastgewerbe und Hotellerie;
- d.²⁴ Kosmetische Institute und Körperpflege;
- e.²⁵ 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.²⁶ Wäschereien und Textilreinigungen (Hauptverfahren und Standardartikel);
- k. Parkieren und Einstellen von Autos;
- l. Fotobranche (standardisierte Leistungen in den Bereichen Entwickeln, Kopieren, Vergrössern);
- m.²⁷ Kurswesen;
- n.²⁸ Flug- und Pauschalreisen;
- o.²⁹ die mit der Buchung einer Reise zusammenhängenden und gesondert in Rechnung gestellten Leistungen (Buchung, Reservation, Vermittlung);
- p.³⁰ Fernmeldedienste nach dem Fernmeldegesetz vom 30. April 1997;
- q.³¹ Dienstleistungen wie Informations-, Beratungs-, Vermarktungs- und Gebührenteilungsdienste, die über Fernmeldedienste erbracht oder angeboten werden, unabhängig davon, ob sie von einer Anbieterin von Fernmeldediensten verrechnet werden;
- r.³² die Kontoeröffnung, -führung und -schliessung, den Zahlungsverkehr im Inland und grenzüberschreitend, Zahlungsmittel (Kreditkarten) sowie den Kauf und Verkauf ausländischer Währungen (Geldwechsel);
- s.³³ Teilzeitnutzungsrechte an Immobilien;
- t.³⁴ Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Abgabe von Arzneimitteln und Medizinprodukten sowie Dienstleistungen von Tier- und Zahnärzten;
- u.³⁵ Bestattungsinstitute;
- v.³⁶ Notariatsdienstleistungen.

Art und Weise der Bekanntgabe Art. 11 PBV

- **Tatsächlich zu bezahlende Preis muss stets mit dem Angebot bekanntgegeben werden**
 - Preisanschlag, Preislisten, Kataloge usw. müssen leicht zugänglich und gut lesbar sein
 - leicht zugänglich
 - gut lesbar sowie klar und unmissverständlich
- **Aus der Bekanntgabe muss hervorgehen**
 - Art der Dienstleistung
 - Einheit oder Verrechnungssätze, auf welcher sich der Preis bezieht

Preisangaben bei Werbung, Art. 13 ff. PBV

- **Unterscheidung zwischen Angebot und Werbung**
 - Gezieltes Angebot eines bestimmten Produktes → Preisangabe
 - Werbung, in welcher allg. die Marke oder das Unternehmen beworben wird → keine Preisangabe
 - Bewerbung von ganzen Produktgruppen und Sortimenten → Keine Preisangabe
- **Im Online-Handel**
 - Wird ein Produkt präsentiert mit unmittelbarer Bestellmöglichkeit → Angebot
 - Werbebanner mit Produktpräsentation und einer Verlinkung zu Produktdetailseite → Angebot
- **Sobald in Werbung ein Preis angegeben wird oder Hinweise auf Preisrahmen oder -reduktionen erfolgen → Preisangabe**

Bedingungen für Selbstvergleich

- **Anbieter muss Vergleichspreis unmittelbar vorher selber tatsächlich gehandelt haben**
 - Zweimal länger als der neue Vergleichspreis dauert
 - Für die gleiche Ware / Dienstleistung
 - Vergleichspreis von maximal 2 Monaten
 - Nach 2 Monaten keine doppelten Preisangaben mehr erlaubt

Bedingungen für Einführungspreis

- Anbieter muss Vergleichspreis unmittelbar danach selber tatsächlich handhaben
 - Zweimal länger als der Preisvergleich gedauert hat
 - Für die gleiche Ware / Dienstleistung
 - Einführungspreis von maximal 2 Monaten

Bedingungen für Konkurrenzvergleich

- **Der Vergleichspreis der Konkurrenz muss**
 - Für die überwiegende Menge des gleichen Produkts / der gleichen Dienstleistung
 - Im zu berücksichtigenden Marktgebiet
 - Von anderen Anbietern tatsächlich gehandhabt werden
- **Beim Vergleichspreis muss es sich um echte Marktpreise handeln**

Preisreduktionen

- **Preisreduktionen werden als Selbstvergleich behandelt**
 - Zweimal länger als der Vergleichspreis dauert
 - Für die gleiche Ware / Dienstleistung
 - Vergleichspreis von maximal 2 Monaten
- **Bei bezifferten Hinweisen auf Preisreduktionen gilt die Pflicht zur Preisbekanntgabe sowie zur Spezifizierung**
- **Bei Hinweis auf einheitlichen Reduktionssatz für mehrere Produkte ist keine weitere Spezifizierung notwendig**

**Danke für Ihre
Aufmerksamkeit**

HÄRTING ●●●

Olivia Boccali
Juristin
boccali@haerting.ch

HÄRTING Rechtsanwälte AG | www.haerting.ch
Landis + Gyr-Strasse 1, 6300 Zug | Tel. +41 41 710 28 50

HÄRTING Team

Schweiz



Nicole Beranek Zanon
Partnerin | Notarin | Exec. MBA HSG



Olivia Boccali
Juristin



Dominic Grunder
Student



Rebecca Huber
Substitutin



Jana Jovic
Student



Kristin Jung
Studentin



Anastasia Käslin
Studentin



Calestan Kenen Andrew
Student



Andri Lehmann
Substitut



Prof. Dr. iur. Mischa Senn
Of-Counsel | Schwerpunkt Kultur- und
Kommunikationsrecht