



Staatssekretariat für Wirtschaft  
Secrétariat d'Etat à l'économie  
Segretariato di Stato dell'economia  
State Secretariat for Economic Affairs

## **Ergebnis des Vernehmlassungsverfahrens**

**zur  
Änderung der**

**Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen (PBV)**

Bern, 14. Juli 2003  
#385360.1 /RDFB/sut/bsu

Effingerstrasse 1, CH-3003 Bern  
Tel. 031 322 28 14, Fax 031 324 09 56  
[www.seco-admin.ch](http://www.seco-admin.ch), [guido.sutter@seco.admin.ch](mailto:guido.sutter@seco.admin.ch)

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement Département fédéral de l'économie Dipartimento federale dell'economia

## Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage	3
2	Allgemeiner Überblick	3
2.1	Vorbemerkung	3
2.2	Generelle Würdigung	3
3	Die Stellungnahmen im Einzelnen	6
3.1	Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen ( <i>Art. 10 Abs. 1 Bst. t VE-PBV</i> )	6
3.2	Verschärfung der Preisbekanntgabevorschriften für entgeltliche Mehrwertdienste ( <i>Art. 11a VE-PBV</i> )	8
3.2.1	Grundsätzlich	8
3.2.2	Kostenlose Preisansage ( <i>Abs. 1</i> )	9
3.2.3	Bestätigung der Verbindung durch ein besonderes Signal ( <i>Abs. 2</i> )	13
3.2.4	SMS-Dienste, Web- und PC-Dialer ( <i>Abs. 3</i> )	14
3.2.5	Informationspflicht der Fernmeldediensteanbieterinnen ( <i>Abs. 4</i> )	15
3.2.6	Identifizierung von Mehrwertdienste-Anbietern	16
3.2.7	Umsetzung der geänderten PBV-Bestimmungen betr. Mehrwertdienste	16
3.3	Verschärfung der Werbevorschriften für entgeltliche Mehrwertdienste ( <i>Art. 13 Abs. 1<sup>bis</sup> VE-PBV</i> )	17
4	Weitere Bemerkungen und Eingaben zur PBV	18
4.1	Unterstellung sämtlicher Dienstleistungen unter die obligatorische Preisbekanntgabe	18
4.2	Preisanschrift auf dem Produkt	18
4.3	Vorgezogene Recycling- bzw. Entsorgungsgebühr	19
4.4	Autoleasing	19
4.5	Beachtung der Preisbekanntgabevorschriften und Vollzug der PBV	20

# 1 Ausgangslage

Mit Schreiben vom 17. Januar 2003 hat das Eidg. Volkswirtschaftsdepartement die Kantone, politischen Parteien und interessierten Organisationen eingeladen, sich zum Vorentwurf für eine Änderung der PBV zu äussern.

Gegenstand der vorgesehenen Änderung bildeten:

- Die Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen unter die Preisbekanntgabepflicht
- Die Verschärfung der Transparenz und damit der Preisbekanntgabe-Vorschriften für sogenannte Mehrwertdienst-Nummern.

Nicht Gegenstand der in die Vernehmlassung geschickten Vorlage, aber im Vernehmlassungsverfahren postuliert und mit einer Petition vom 6. Februar 2003 untermauert, war die Thematik „Preisanschrift direkt auf dem Produkt“.

Die Vernehmlassungsfrist dauerte bis zum 17. April 2003, wobei in mehreren Fällen Fristerstreckungen gewährt worden sind. Der vorliegende Bericht berücksichtigt alle eingegangenen Stellungnahmen. Auf die Wiedergabe von Textvorschlägen wird verzichtet.

## 2 Allgemeiner Überblick

### 2.1 Vorbemerkung

Die Vernehmlassung wurde gegenüber 91 Behörden, politischen Parteien und interessierten Organisationen eröffnet. Eingegangen sind 61 Stellungnahmen (von sämtlichen Kantonen mit Ausnahme von SH, fünf Parteien sowie 31 interessierten Organisationen). Darin enthalten sind die Mitteilung einer Partei (SVP), auf eine Stellungnahme zu verzichten, sowie diejenige des Schweizerischen Arbeitgeberverbandes SAGV, der sich vollumfänglich der Vernehmlassung von *economiesuisse* anschliesst.

### 2.2 Generelle Würdigung

Die weit überwiegende Mehrheit der **Kantone** begrüsst die vorgeschlagenen PBV-Änderungen. Während die Verschärfung der Preisbekanntgabe-Vorschriften für Telekiosknummern einmütig befürwortet wird, sind die Meinungen bezüglich Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen geteilter. Einige Kantone (BL, BS, FR, VD) äussern insbesondere Bedenken zum System des Taxpunktwertes und des Taxpunktes. Sie würden ein Kostenvoranschlagssystem vorziehen.

Zwei Kantone (AI, GE) sind klar gegen die Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen unter die PBV in der unterbreiteten Form. Bei den Mehrwertdiensten geht die überwiegende Tendenz dahin, die Anforderungen an die mündliche Preisansage zu verschärfen und diese für sämtliche entgeltliche Mehrwertdienste vorzuschreiben. Vereinzelt wird vermerkt (AR), dass sämtliche Dienstleistungen der Preisbekanntgabepflicht unterstellt werden sollten.

Die **Parteien** stimmen dem Änderungsentwurf zu, wobei sich einzig die SP im Detail äussert. Sie unterstützt die beiden Änderungen ausdrücklich, ist aber gleichzeitig enttäuscht, dass die seit langem fällige Anpassung der PBV auf halbem Wege stecken bleibe. Insbesondere verlangt sie eine Unterstellung sämtlicher Dienstleistungen, eine Preisanschrift auf dem Produkt, den Einbezug der vorgezogenen Entsorgungsgebühren und des Autoleasings in die laufende PBV-Revision.

Die **Spitzenverbände der Wirtschaft** unterstützen die Vorlage, wobei der SGV Vorbehalte gegenüber der Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen anbringt. Die economiesuisse fordert bei den Mehrwertdiensten verhältnismässige und technisch praktikable Lösungen. Beide Organisationen stellen sich mit Nachdruck gegen allfällige Forderungen für eine zwingende Vorschrift, die Preise direkt auf dem Produkt anschreiben zu müssen.

Die **Konsumentenkreise** unterstützen die vorgeschlagenen Anpassungen vorbehaltlos. Bei der Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen werden insbesondere Wünsche betreffend die Art der Preisbekanntgabe geäussert. Für entgeltliche Mehrwertdienste wird eine generelle Gratispreisansage verlangt, unabhängig von einer Gebührengrenze. Die EKK erinnert ferner an ihre Empfehlung vom 2. Oktober 2001 betreffend die Preisanschrift auf dem Produkt und zeigt sich erstaunt, dass dieses Thema nicht Gegenstand der Vernehmlassungsvorlage ist. Auch die Konsumentenorganisationen (acsi, frc, kf, SKS und KVN) äussern sich in diesem Sinn und verweisen zudem auf die von ihnen eingereichte Petition „Preisanschrift? Auf jedes Produkt!“ vom Februar 2003, welche rund 44'000 Unterschriften umfasse. Sie verlangen zudem, dass die laufende PBV-Revision dazu benützt werde, um sämtliche Dienstleistungen der Preisbekanntgabepflicht zu unterstellen und auch die vorgezogenen Entsorgungsgebühren und das Autoleasing einzubeziehen. Der Einbezug der beiden letzten Punkte in die laufende PBV-Revision wird auch vom TCS gefordert, der im übrigen bei einer Aufschaltgebühr von mehr als fünf Franken (statt mehr als zehn Franken) eine besondere Bestätigung durch die anrufende Person wünscht.

Die **WEKO** erachtet es aus der Sicht des Kartellgesetzes als überaus wichtig, dass klargestellt wird, dass der einzelne Taxpunktwert durch den einzelnen Zahnarzt festzulegen ist und nicht durch eine kantonale Standesorganisation.

Der SAV lehnt aus der Optik der **Freiberuflichen** die Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen ab. In die gleiche Richtung gehen die Stellungnahmen der **Westschweizer Arbeitgeberverbände** FRSP und CP. Während die CP die Verschärfung der Preisbekanntgabe für entgeltliche Mehrwertdienste unterstützt, opponiert die FRSP auch gegen diese Änderung.

Aus den Kreisen des **Detailhandels** (Swiss Retail, Coop, Migros) werden die unterbreiteten Änderungen begrüsst. Andererseits stellen sich Swiss Retail und Coop gegen allfällige Forderungen einer zwingenden Preisanschrift auf dem Produkt.

Die beiden Stellungnahmen aus den Kreisen der **Werbegesellschaften und der Medien** (VSW und PR) äussern sich grundsätzlich positiv zur Änderung der Preisbekanntgabe für entgeltliche Mehrwertdienste. Sie bringen allerdings Änderungswünsche mit Blick auf die Werbung vor.

Die **Schweizerische Zahnärztegesellschaft** (SSO) bringt zwar verschiedene Vorbehalte gegenüber der vorgeschlagenen Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen unter die obligatorische Preisbekanntgabe an. Ihre Stellungnahme enthält aber auch eine konkrete Formulierung, wonach die Preisbekanntgabe in der Angabe des in der Regel verwendeten Taxpunktwertes anzuknüpfen hat.

Der **Verband zahntechnische Laboratorien der Schweiz** (VZLS) unterstützt die Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen. Er möchte darüber hinaus, dass die Kosten der zahntechnischen Labors in der Honorarrechnung des Zahnarztes separat ausgewiesen werden.

Die **TSP Projects Head Group** - eine Interessenvereinigung der wichtigsten **Fernmeldedienstanbieterinnen** der Schweiz - steht der Verschärfung der Preisbekanntgabevorschriften bezüglich entgeltliche Mehrwertdienste grundsätzlich positiv gegenüber. Sie beschränkt sich in ihrer Stellungnahme allerdings auf jene Punkte, wo sich die Mitglieder der Gruppe einig waren. Für die übrigen Punkte gebe jede Fernmeldedienstanbieterin ihre eigene Stellungnahme ab. Die Forderung der kostenlosen Tarifansage wird grundsätzlich unterstützt, wobei neben der Minutengebühr auch ein Schwellenwert für die Aufschaltgebühr zu definieren sei. Ebenfalls begrüsst wird die Bestätigung durch die anrufende Person ab definierten Schwellenwerten. Hier wird eine Anhebung der Minutengebühr auf Fr. 6.66 (=maximaler Tarif der sog. Industrie-Standardtarife) beantragt. Zudem wird gefordert, dass eine unverwechselbare persönliche Bestätigung erfolgen müsse. Für die „Datendienste“ müssten die Anforderungen präziser festgelegt werden.

Auch die **SICTA, der Verband der Schweizerischen Telekommunikationsbranche**, sowie die **Fernmeldedienstanbieterinnen**, die sich am Vernehmlassungsverfahren beteiligt haben, begrüssen die Stossrichtung der angestrebten Revision, auch wenn sie in verschiedener Hinsicht Detailwünsche anbringen. Im Vordergrund steht insbesondere die Forderung, die kostenlose

Preisansage erst vorzusehen, wenn auch die Aufschaltgebühr eine gewisse Schwelle überschreite. Auch eine Ausnahme für die Gebührenteilungsdienste (sog. 08xy-Nummern) wird als unabdingbar angesehen. Praktisch durchgehend wird eine Anhebung der Minutengebühr für die Bestätigung mit einem besonderen Signal gefordert.

### 3 Die Stellungnahmen im Einzelnen

#### 3.1 Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen (*Art. 10 Abs. 1 Bst. t VE-PBV*)

Die weit überwiegende Zahl der **Kantone** begrüsst die Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen in der unterbreiteten Form (Taxpunktwert in Verbindung mit Taxpunkt gemäss System SSO), auch wenn nicht ausser acht gelassen wird, dass damit kein abschliessendes Urteil über den Preis eines Zahnarztes ermöglicht wird. **AI und GE** erachten den unterbreiteten Vorschlag nicht als zweckmässig. **GE** zweifelt insbesondere daran, dass damit die Preistransparenz verbessert werden kann. Ferner wird eine Ungleichbehandlung mit anderen medizinischen Leistungserbringern, deren Honorare ebenfalls nicht durch die Krankenversicherung gedeckt sind, befürchtet. **GE** wünscht deshalb, dass die Unterstellung der Dienstleistungen Gegenstand einer Gesamtreflexion sein sollte. Der Akzent sollte auf eine bessere Verständlichkeit des Kostenvoranschlags gelegt werden (z.B. Preis, der auf einem Stundensatz und auf einem jeder ärztlichen Dienstleistung zugeordneten Preis beruht, wobei die 500 existierenden Dienstleistungspositionen auf 50 Grundtypen zu reduzieren seien). In ähnlicher Richtung gehen die Vorschläge von **BL, BS und VD**, die ebenfalls ein System basierend auf dem Kostenvoranschlag bevorzugen. Gemäss **FR** müsste der Voranschlag gratis sein. **ZH** möchte die Zahnärztinnen und Zahnärzte zusätzlich verpflichten, bei voraussichtlichen Behandlungskosten von mehr als 500 Franken einen schriftlichen Kostenvoranschlag mit Behandlungsbeschreibung zu erstellen. Vereinzelt wird darauf hingewiesen (**FR, JU, VD**), dass die auf dem Internet publizierten Taxpunkte der 500 Dienstleistungspositionen nicht jedermann zugänglich und nur für Eingeweihte verständlich sind. **FR** wünscht, dass die Zahnarztpraxen angehalten werden, den Taxpunktwert und die Taxpunkte für die wichtigsten Eingriffe anzuschlagen.

Von **Wirtschaftsseite** aus wird - wie auch von **ZH** - darauf hingewiesen, dass dem *secundo* Informationsblatt entscheidende Bedeutung zukommen werde (*economiesuisse*). Der **SGV** zweifelt - wie einzelne oben erwähnte Kantone - ob die Preistransparenz in der unterbreiteten Form in einsichtiger Art und Weise erfolgen kann.

Die **Konsumentenkreise** unterstützen die Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen vorbehaltlos. Die **EKK** bemerkt unter Verweis auf ihre Empfehlung vom 5. März 2002, dass der **VE** die Zahnärzte nicht verpflichte, den Preis und den Taxwertpunkt in der Zahnarztpraxis anzuschlagen, weshalb er entsprechend zu ergänzen sei. **Acsi, frc und kf** erachten es demgegen-

über für wichtig, dass die Taxpunktwerte nicht erst in der Praxis eingesehen werden können, sondern den Konsumentinnen und Konsumenten bereits vor einer Konsultation zur Verfügung stehen. Nach ihnen wäre eine zentrale, durch die SSO in gedruckter Form sowie auf dem Internet publizierte Liste die geeignetste Art der Preisbekanntgabe. Für die **KVN** wäre die Aufnahme des Kostenvoranschlags (evtl. mit einer Schwankungsbreite von +/- 5%) wünschenswert. Das **kf** legt Wert darauf, dass die Leistungen der Zahntechniker in gleichem Masse transparent dargestellt werden wie diejenigen der Zahnärzte.

Gemäss **WEKO** darf die Form, in der der Taxpunktwert publik gemacht wird, nicht einem wirklichen Wettbewerb unter den Leistungserbringern zuwiderlaufen. Dies wäre der Fall, wenn der Taxpunktwert einheitlich von einem kantonalen Verband für sämtliche kantonalen Zahnärzte herausgegeben würde. Es sei deshalb überaus wichtig, dass der Taxpunktwert von jedem einzelnen Zahnarzt entsprechend seiner Situation festgelegt werde. Das **seco** solle in seinem Informationsblatt dafür sorgen, dass der Tarif individuell von jedem Zahnarzt fixiert werde. Es sei auch angezeigt, dies im Begleitbericht zur Verordnungsrevision zu erwähnen.

Aus der Optik der **Freiberuflichen** lehnt der SAV die Unterstellung der Zahnärzte unter die Preisbekanntgabepflicht ab. Da der Endpreis von variablen Komponenten abhängt, könne er erst am Ende der Behandlung bestimmt werden. Der Kunde könne aus einem Preisvergleich nicht ableiten, ob die Behandlung bei diesem oder jenem Zahnarzt billiger sei, da sein individuelles Gesundheitsbild die Behandlung beeinflusse.

Ähnlich argumentiert der **Westschweizer Arbeitgeberverband FRSP**, der darüber hinaus an der Wirksamkeit der Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen zweifelt, das Fehlen einer gesetzlichen Grundlage behauptet und eine Ungleichbehandlung gegenüber anderen medizinischen und freien Berufen sieht. Auch für das CP hängt der Endpreis zu stark von den individuellen Eigentümlichkeiten des Patienten ab. Der Taxpunktwert würde deshalb nur den Anschein von Preistransparenz schaffen. Es wäre besser, das System des Kostenvoranschlags zu fördern, der in der Regel gratis sei.

Die **SSO** hält den Artikel 16 UWG als ungenügende gesetzliche Grundlage für die Unterstellung der zahnärztlichen Dienstleistungen unter die PBV. Diese Bestimmung verlange nämlich die Bekanntgabe des „tatsächlich zu bezahlenden Preises“, was bei den zahnärztlichen Dienstleistungen aber gerade nicht möglich sei. Der tatsächlich zu bezahlende Preis stehe erst am Ende der Behandlung fest. Im übrigen sei die Bekanntgabe des Taxpunktwertes in zweierlei Hinsicht problematisch. Zum einen sei es dem Zahnarzt heute freigestellt, seinen Taxpunktwert im einzelnen Fall den Bedürfnissen des Patienten entsprechend anzupassen. Zum anderen sei für den Endpreis nicht so sehr der Taxpunktwert ausschlaggebend als vielmehr die Wahl der Therapie sowie die individuellen Voraussetzungen beim Patienten. Die geforderte Angabe des Taxpunktwertes

könne zu einer Scheintransparenz führen. Der Taxpunktwert sei nur ein Parameter zur Ermittlung des Preises einer zahnärztlichen Dienstleistung. Eine einigermaßen gesicherte Angabe des voraussichtlichen Preises sei nur in Form einer Kostenschätzung auf Grund einer zahnärztlichen Untersuchung möglich. Darin würden sich die medizinischen Dienstleistungen grundsätzlich von den übrigen in der PBV genannten Dienstleistungen unterscheiden. Sofern man überhaupt eine Änderung der PBV bezüglich zahnärztlicher Dienstleistungen festschreiben wolle, müsse im Interesse der Rechtssicherheit die Art der Preisbekanntgabe, also die Angabe des Taxpunktwertes, in der Verordnung selbst verankert werden. Zudem müsse es bei der Umsetzung dem Zahnarzt möglich sein, seinen Taxpunktwert in einer Spanne anzugeben (z. B. Fr. 3.20 bis Fr. 3.80).

Die Eingabe einer nicht dem SSO angehörenden **Zahnärztin** spricht sich ebenfalls gegen die Unterstellung aus. Der Endbetrag einer Rechnung setze sich aus der Addition verschiedener Taxpunkte multipliziert mit einem Taxpunktwert zusammen. Für die einzelnen Taxpunkte bestehe eine Bandbreite, innerhalb welcher der Zahnarzt wählen könne. Der Taxpunktwert sei damit nur ein Parameter der Preisfestlegung. Die Bekanntgabe des Taxpunktwertes könne für den Konsumenten gar irreführend sein, da er einen tiefen Taxpunktwert mit einer tiefen Rechnung gleich setzen würde.

Der **VZLS** zeigt sich interessiert, das Defizit an Preisinformation und -transparenz zu reduzieren. Ein enormer Schritt in diese Richtung wäre die Verpflichtung der Zahnärzte, den Patienten zusammen mit ihrer Honorarnote auch die Rechnung des zahntechnischen Labors aushändigen zu müssen. Bei dieser Gelegenheit könnten die Patienten auch überprüfen, ob die Vorschriften des Heilmittelgesetzes (Medizinalprodukte) eingehalten worden seien.

## **3.2 Verschärfung der Preisbekanntgabevorschriften für entgeltliche Mehrwertdienste (Art. 11a VE-PBV)**

### **3.2.1 Grundsätzlich**

**Alle Kantone** wie auch die **Wirtschaftsverbände** und **Konsumentenkreise** begrüßen die verschärften Anforderungen an die Preisbekanntgabe für entgeltliche Mehrwertdienste. Einzig die FRSP opponiert gegen die Verschärfung der Preisbekanntgabebestimmungen für Mehrwertdienste. Die Verschärfung sei weder wünschenswert noch angemessen und verhältnismässig. Sie entlasse die Konsumenten in die Verantwortungslosigkeit. Die FRSP fordert schliesslich eine grössere Verantwortungsübernahme der Fernmeldedienstanbieterinnen, die ja auch Nutznießerinnen der Mehrwertdienste seien.

Die **TSP** als Interessenvereinigung der wichtigsten **Fernmeldediensteanbieterinnen** der Schweiz unterstützt die Ersetzung des geltenden Artikels 11 Absatz 1<sup>bis</sup> durch den neuen *Artikel 11a*, da die Begrenzung der Tarifansage auf die Erwachsenenunterhaltung und die Preisangabe für die ersten zehn Minuten nicht mehr praxistgerecht sei. Auch die **SICTA, der Verband der Schweizerischen Telekommunikationsbranche**, begrüsst die Stossrichtung der angestrebten Revision. Sie weist zudem darauf hin, dass mit verschiedenen ihrer Mitglieder ein Verhaltenskodex erarbeitet werde, um Missbräuchen von Mehrwertdiensten vorzubeugen. Darunter seien auch spezifische Regeln betreffend Preisansage, deren Bedingungen allerdings von jenen des PBV-Entwurfes abwichen. Die einzelnen **Fernmeldediensteanbieterinnen** begrüssen ebenfalls prinzipiell die Neuerungen, auch wenn sie zu den unterschiedlichen Anforderungen Detailwünsche anbringen. Auch die Mehrwertdiensteanbieter (sog. Content Provider) sind, soweit sie organisiert sind (via SICTA, Yellow Access), in den Grundzügen mit der Änderungsvorlage einverstanden.

### 3.2.2 Kostenlose Preisansage (Abs. 1)

- **Schwellenwerte für kostenlose Preisansage**

Mehrere **Kantone** wünschen eine generelle Preisansage für entgeltliche Mehrwertdienste (GE, NE, SZ, VD) oder zumindest eine (GR, SG), welche bereits bei einer Mehrwertdienstgebühr von mehr als einem Franken zu erfolgen hat. Auch die **Konsumentenorganisationen** acsi, frc und kf fordern in jedem Fall eine Preisansage und nicht erst bei einer Preisgrenze von zwei Franken. Nach **economiesuisse** müssen tiefe Aufschaltgebühren (wie bei Televote-Diensten) von einer Preisbekanntgabe durch Sprechtexte befreit werden.

Die **TSP** begrüsst die kostenlose Tarifansage für entgeltliche Mehrwertdienste. Allerdings sei es erforderlich, dass neben dem Schwellenwert für die Minutengebühr auch ein Schwellenwert für die Aufschaltgebühr definiert werde. Letzterer solle bei zwei Franken liegen, während für den Schwellenwert der Minutengebühr keine Einigung unter den Mitgliedern erzielt worden sei. Auch die **SICTA** spricht sich dafür aus, geringe Aufschaltgebühren, insbesondere solche unter zwei Franken, von der Preisansagepflicht zu befreien.

Die **Swisscom** erachtet es als problematisch, für die Aufschaltgebühr keinen Schwellenwert festzulegen. Aufschaltgebühren von 0.70 bis 0.90 Franken würden beim Dienst „Televote“ mittels einer 0901-Nummer eingesetzt. Dieser Dienst erlaube einer repräsentativen Anzahl von Fernsehzuschauern in einer sehr kurzen Zeitspanne an Meinungsumfragen teilzunehmen, indem unterschiedliche Nummern gewählt werden könnten. Müsste ein Sprechertext mit Preisansage vorgeschaltet werden, würden solche Zuschauerabstimmungen verunmöglicht, da technisch keine annähernd gleich grosse Anzahl Anrufe mehr abgewickelt werden könnte. Ähnliches gelte für den Weckdienst, der auf eine 0900-Plattform

habe migriert werden müssen. Aus diesen Gründen sei auch für die Aufschaltgebühr eine Limite einzuführen, unterhalb derer keine kostenlose Preisansage notwendig sei. Diese Schwelle sollte bei einer Aufschaltgebühr von zwei Franken festgesetzt werden. Als Schwellenwert für die Mehrwertdienstgebühr erachtet die Swisscom 4.23 Franken pro Minute als gerechtfertigt. Diese Franken 4.23 seien von der Individual Number Allocation (INA) Head Group als „On-line industry standard tariff“ festgelegt, den alle Fernmelde-dienstanbieterinnen anzubieten hätten.

**Orange** und **sunrise** erachten unter Verweis auf das Televoting eine Preisansagepflicht ab einer Aufschaltgebühr von zwei Franken als angemessen. Mit dem Schwellenwert der Mehrwertdienstgebühr von über zwei Franken sind sie einverstanden. Bezüglich der Kostenlosigkeit der Preisansage sei eine Differenzierung zwischen Anrufen vom Festnetz und von einem Mobilfunknetz zu machen. Die Mobilfunkgebühren (air fee), welche bei einem Anruf auf eine Mehrwertdienstnummer von einem Mobiltelefon aus anfallen würden, müssten belastet werden. Die Kostenlosigkeit müsse mithin vom Mehrwertdienstanbieter gewährleistet werden. Auch **SICTA** und **Swisscom** gehen davon aus, dass die kostenlose Tarifansage nicht Mobilfunkgebühren und Publifone betreffen.

Ebenfalls für **Colt** ist es unabdingbar, dass für die Mehrwertdienstgebühr ein Schwellenwert festgelegt wird. **Colt** erachtet wie **sunrise** und **Orange** einen Schwellenwert von über zwei Franken als angemessen. Sie weist ferner darauf hin, dass es zweckmässiger wäre, den Begriff „Grundgebühr“ statt „Aufschaltgebühr“ zu verwenden, da letzterer für die Inbetriebnahme eines Anschlusses verwendet werde. Der Schwelle für die Mehrwertdienstgebühr von zwei Franken stimmt sie zu.

**SmartPhone** und **Yellow Access** halten für die Aufschaltgebühr eine Schwelle von fünf Franken als vernünftig. Aus ähnlichen Gründen wie die Swisscom erachten sie für die Mehrwertdienstgebühr die Zwei-Franken-Grenze für eine Ansage als zu niedrig angesetzt. Während SmartPhone für Franken 4.23 als angemessenen Schwellenwert eintritt, sollte nach Yellow Access auch mit Blick auf die Zukunft diese Minutenhöchstgrenze bei Franken 6.66 angesiedelt werden.

Beide Unternehmen sprechen sich gegen die Kostenlosigkeit der Preisansage aus. Diese würde kleine und mittlere Unternehmen benachteiligen, da den Fernmeldedienstanbieterinnen nach dem gegenwärtig geltenden Zusammenschaltungsreglement mit der Herstellung der Verbindung sofort eine Aufschaltungsgebühr sowie eine zeitabhängige Gebühr berechnet würden; dies auch beim Zugang zum Mobilfunknetz. Die Gratistarifansage könnte, wenn die Dienstleistung nicht in Anspruch genommen würde, dazu führen, dass die Fernmeldedienstanbieterinnen Geld an die Quellnetzbetreiber entrichten müssten, oh-

ne entsprechende Einnahmen zu haben. Nach SmartPhone wäre es auf Grund des Kostendeckungsprinzips angezeigt, eine Gebühr des Typs „coût partagé“ zu erheben. Dies könnte der nationale Standardtarif sein. Ähnlich die Forderung von Yellow Access, die für die Preisansage eine geringfügige Setup-Charge von 20 Rappen oder des nationalen Tarifs (z. Zt. 11 Rappen) als angemessen erachtet.

- **Ansage „in der entsprechenden Sprache“**

**VD** regt an, dass die Preisansage in allen drei Amtssprachen erfolgt und nicht nur in der „entsprechenden Sprache“. **PR** erachtet die Pflicht, die Preisansage „in der entsprechenden Sprache“ machen zu müssen, als zu schwerfällig. Es sollte genügen, die in einer Region mehrheitlich gesprochene Sprache oder ein System der Sprachenwahl genügen zu lassen. Die Anforderungen an die Sprache der Preisansage würden nach **TSP** als in der Sprache des Dienstangebotes interpretiert. Auch für die **Fernmeldedienstanbieterinnen** (Swisscom, Orange, sunrise, SmartPhone, Colt) ist nur die Sprache des Dienstes ein praktikables Kriterium für einen Ansagetext.

- **Kostenwirksame Tarifänderungen**

Gemäss **KVN** sollte die anrufende Person in regelmässigen Abständen von drei Minuten über die bis dahin aufgelaufenen Kosten orientiert werden.

Für die **TSP** sind präzisere Angaben für die Ankündigung kostenwirksamer Änderungen nötig. Sie macht einen entsprechenden Textvorschlag. Ferner sei zu berücksichtigen, dass Tarifänderungen in Abhängigkeit der Nutzungsdauer und zu fixen Umschaltzeitpunkten erfolgen könnten.

**Swisscom** erachtet es als genügend, wenn sämtliche Gebührenänderungen während eines Anrufes zu Beginn des Anrufes detailliert und den gesamten Tarifablauf umfassend oder unmittelbar vor ihrer Wirksamkeit unmissverständlich angekündigt werden. **sunrise** erachtet es als technisch schwierig realisierbar, unmittelbar vor jeder Tarifänderung kostenlos auf diese hinzuweisen. Die Mitteilung der Tarifänderung solle zum Preis des unmittelbar vorhergehenden Anruftells erfolgen. **Colt** teilt diese Meinung.

**Sunrise** schlägt vor, dass sowohl am Anfang des Anrufes auf sämtliche kommenden Tarifänderungen aufmerksam gemacht wie auch vor jeder Tarifänderung auf die kostenwirksame Änderung hingewiesen werde.

**Yellow Access** und **SmartPhone** sprechen sich dagegen nur für eine umfassende Preisansage am Anfang der Verbindung aus. Nach SmartPhone dürfe die Preisansage nur zwei Tarifänderungen pro Minute und zwei Änderungen der Drop Charge umfassen.

- **Warteschlaufe**

**NW** findet, dass bei Einweisung in eine Warteschlaufe die Mehrwertdienstgebühr erst erhoben werden dürfe, wenn die Verbindung tatsächlich hergestellt ist. Die gleiche Forderung vertritt das **kf**.

- **Faxabrufdienste**

Die **economiesuisse** erwartet für so genannte Faxdienste eine technisch sachgerechtere Lösung. Nach **Swisscom** ist zu unterscheiden zwischen Faxdiensten und Faxabrufdiensten. Faxdienste (Übermittlung eines Faxes auf eine Mehrwertdienstfaxnummer) müssten über die Preisbekanntgabe gemäss Artikel 13 Absatz 1<sup>bis</sup> VE-PBV erfasst werden, da eine Preisansage nach technischem Wissensstand nicht möglich sei. Bei sog. Faxabrufdiensten werde hingegen per Telefon auf eine Mehrwertdienstnummer angerufen und über diese ein Fax abgerufen. Dabei werde bei gewissen Diensten die Faxübermittlung durch Offenhaltung der Leitung auf die Mehrwertdienstnummer gesteuert, ohne dass die Dauer der Faxübermittlung bekannt gegeben werde. Hier sei eine Preisansage technisch möglich. Für **sunrise** muss dem Kunden die Möglichkeit gegeben werden, den Anruf nach der erfolgten Preisansage abzubrechen. Die Preisansage habe innerhalb der ersten 20 Sekunden zu erfolgen. **SmartPhone** bestreitet die technischen Möglichkeiten für eine Preisansage bei Faxabrufdiensten, weshalb der entsprechende Passus zu streichen sei. **Yellow Access** befürwortet eine Regelung für die Werbung (*Art. 13 Abs. 1bis VE-PBV*), kann aber nicht erkennen, wie eine Tarifansage realisierbar sein sollte.

- **Ausnahmen von der Preisansage**

**Swisscom** wünscht, dass die sogenannten Gebührenteilungsdienste (084x) wie auch die über Kurznummern angebotenen Mehrwertdienste vom Geltungsbereich des Absatz 1 ausgeklammert werden. Bei den Gebührenteilungsdiensten sei die Gefahr der Übervorteilung der anrufenden Person grundsätzlich nicht gegeben. Bei den Gebühren, die mittels Gebührenteilungsnummern aufgeteilt würden, handle es sich um die ordentlichen Verbindungsgebühren, deren Preisobergrenze durch die Verordnung über Fernmeldedienste festgelegt würde. Dem Anliegen der Preisbekanntgabe werde mit der Pflicht, bei jeder schriftlichen und verbalen Bekanntgabe der Nummer den Tarif inkl. Mehrwertsteuer pro Minute bzw. Anruf deutlich und unmissverständlich bekannt zu geben, Genüge getan. Die Unterstellung der über Kurznummern angebotenen Mehrwertdienste würde gemäss **Swisscom** zu erheblichen Problemen führen, insbesondere im Bereich der Auskunftsdienste (111 bzw. 18xy), aber auch für Sicherheitsdienste (Rega, TCS) und Informationsdienste (z. B. 164 Sport). Bei all diesen Diensten würde eine Aufschaltgebühr verlangt, auch aus einem Kundenbedürfnis heraus, damit der Preis der Auskunft nicht mehr nur von der Dauer des Gesprächs abhängt.

Auch **sunrise** und **Yellow Access** beantragen die Ausklammerung der 08xy-Nummern von der Preisansage. Die **Migros** regt an, die Deklarationspflicht für die Nummern 0800 und 0848 (sog. Gebührenteilungsdienste) zu überprüfen. Die geltende Regelung gemäss Ziffer 3.5 des seco-Informationsblattes sei unverhältnismässig.

- **Zeitpunkt der Ansage**

**Sunrise** und **Colt** beantragen, dass die Preisansage bei jedem Tarifmodell innerhalb der ersten 20 Sekunden zu erfolgen habe. Zudem sei zwischen dem Ende der Ansage und dem Beginn der Kostenpflicht eine Spanne von mindestens drei Sekunden einzubauen, die dem Kunden ermögliche, den Anruf zu unterbrechen. Das selbe Vorgehen müsse auch für Faxabrufdienste gelten.

### 3.2.3 Bestätigung der Verbindung durch ein besonderes Signal (Abs. 2)

Zwei **Kantone** (BS, VD) erachten die Grenze, ab der der Kunde sein Einverständnis durch Drücken einer Taste geben muss, als zu hoch. Die im VE vorgeschlagene Grenze (Mehrwertdienstgebühr von fünf Franken) entspreche einem Stundenhonorar von 300 Franken, was kaum als sinnvolle Schutzgrenze genommen werden könne (BS). Auch nach **acsi** und **frc** sollte bei allen Mehrwertdienstverbindungen das Einverständnis per Signal gegeben werden. Für den **TCS** ist bereits bei einer Aufschaltgebühr von mehr als fünf Franken das Einverständnis der anrufenden Person durch die Betätigung eines besonderen Signals nötig. Die **Migros** empfiehlt ebenfalls eine tiefere Grenze für das Signal: fünf Franken bei der Aufschaltgebühr und zwei Franken bei der Mehrwertdienstgebühr.

**TSP** und **SICTA** unterstützen die Forderung nach einer besonderen Bestätigung durch die anrufende Person bei Erhebung einer Aufschaltgebühr und Mehrdienstgebühr von definierter Höhe. Allerdings wäre es nach ihnen wünschenswert, die Mehrwertdienstgebühr auf Franken 6.66 anzuheben, um nicht für den bereits definierten Bereich der sogenannten Industrie-Standardtarife mit maximalem Tarif von Franken 6.66 pro Minute das Verfahren der besonderen Bestätigung einführen zu müssen. Darüber hinaus sei eine unverwechselbare persönliche Bestätigung derjenigen Person erforderlich, welche die Abrechnung der Dienstleistung erhalte. Damit könne die Bestätigung bei Reklamationen auch als Beweis dienen.

Die **Fernmeldedienstanbieterinnen** (Swisscom, Orange, sunrise, SmartPhone, Yellow Access) sprechen sich aus den gleichen Gründen für einen Schwellenwert von Franken 6.66 aus. Colt wünscht aus den selben Gründen eine Anhebung auf sieben Franken. Der Begriff « besonderes Signal » sei zu präzisieren. Gemäss Swisscom müsse entscheidend sein, dass die anrufende Person ihren Willen ausdrücklich äussere und diese Willensäusserung auch nachgewiesen werden könne. Ferner sei daran zu erinnern, dass in den schweizerischen Haushalten immer noch ca. 31% Impulswahltelefone eingesetzt seien, welche keine Willensäusserung mittels Tasten-

druck ermöglichten. Auch Yellow Access weist auf diesen Umstand hin. **Colt** verlangt ein personalisierbares Signal. Zudem müsse nicht die Verbindung bestätigt werden, sondern die Dienstleistung.

Gemäss **Swisscom** ist darüber hinaus nicht nur bei der den Grenzbetrag übersteigenden Aufschaltgebühr ein Bestätigungssignal angezeigt, sondern auch bei zwischengeschalteten Fixgebühren (sog. Drop Charges). Auch **SmartPhone** macht auf das Problem der Drop Charges aufmerksam. Sie bezweifelt im übrigen, dass sämtliche Fernmeldeanbieterinnen über die technischen Mittel verfügen zur Bestätigung der Verbindung durch ein besonderes Signal. Sie fordert deshalb das Bakom auf, allen Providern ein Standard-Tonsignal zur Verfügung zu stellen, das eine Aufschaltgebühr oder eine Drop Charge von über zehn Franken oder eine Mehrwertdienstgebühr von mehr als Franken 6.66 anzeige.

**Yellow Access** fordert eine Anhebung des Schwellenwerts für die Aufschaltgebühr auf zwanzig Franken. Dies vor allem mit Blick auf das sog. „Micro Payment“, das eine günstige Kostenstruktur für die Abrechnung geringfügiger Leistungen beinhaltet.

#### **3.2.4 SMS-Dienste, Web- und PC-Dialer (Abs. 3)**

**VD** fordert, den Geltungsbereich von *Absatz 2* auch auf Datenverbindungen gemäss *Absatz 3* auszudehnen. Dieser Antrag wird auch von **acsi, frc und kf** gestellt. **Acsi** und **frc** erachten darüber hinaus die Angabe der Kosten in einer Schriftgrösse von mindestens 14 Punkten als das Minimum. Gemäss **PR** sei gerade diese Auflage für SMS und PC-Dialer technisch schwierig. Es sollte genügen, dass die Kosten gut les- und gut sichtbar kommuniziert würden. Auch die **economiesuisse** hält es für notwendig, für SMS-Dienste eine technisch sachgerechtere Lösungen zu finden.

Gemäss **acsi, frc und kf** werde mit *Absatz 3* das Problem der automatisch einwählbaren Webdialer nicht gelöst. Es sei notwendig, den Gebrauch von Dialern, welche die Adresse der üblichen Verbindung veränderten (sog. Parasiten-Dialer), zu verbieten. Auch für die **EKK** ist ein besserer Schutz bei der Verwendung von Dialern wichtig.

Die **TSP** unterstützt die Erweiterung der Anforderungen auf Datendienste, die sie jedoch lieber als „Nicht-Sprachdienste“ bezeichnen würde. Die Zusammenfassung verschiedenartiger Dienste erfordere jedoch eine präzisere Anordnung. So sei die Forderung einer Schriftgrösse von mindestens 14 Punkten für den Kostenhinweis bei SMS nicht realistisch, eine Meinung, die auch von **SICTA** und **Colt** geteilt wird. Im übrigen hätte hier - wie auch zu *Absatz 4* - keine konsolidierte Meinung erzielt werden können, weshalb auf die Stellungnahmen der betroffenen Fernmeldeanbieterinnen verwiesen werde.

**Swisscom** unterstützt prinzipiell die Bekämpfung der Missbräuche bei Datendiensten, erwartet aber - wie auch **Orange** - eine Differenzierung bezüglich SMS-Dienste. Diese seien technisch keine Datenverbindungen. Es gebe weder Aufschaltgebühren noch Minutentarife, sondern bloss eine Gebühr pro zugestellte SMS. Die Grösse eines allfälligen Kostenhinweises auf dem Handy-Display sei vom Mehrwertdiensteanbieter nicht beeinflussbar. Die SMS-Dienste seien deshalb aus *Absatz 3* herauszulösen und allenfalls in einem eigenen Absatz zu regeln. Dabei sei zwischen „Pull“- und „Push“-Diensten zu unterscheiden. Bei Pull-Diensten (der Kunde fragt eine Dienstleistung nach, die eine einmalige kostenpflichtige Antwort-SMS auslöst) genüge die Pflicht, gemeinsam mit der Zielnummer den Preis kommunizieren zu müssen (*Art. 13 Abs. 1<sup>bis</sup> VE-PBV*). Bei Push-Diensten (der Kunde erhält nach vorgängiger Registrierung in mehr oder weniger regelmässigen Abständen kostenpflichtige SMS) bestehe jedoch trotz der Vorinformation des Preises ein Missbrauchspotenzial: Der Kunde werde in hoher Frequenz mit SMS beliefert, ohne dass er über die Abmeldemöglichkeit informiert werde. Während die **Swisscom** den entsprechenden SMS-Diensteanbieter deshalb verpflichten möchte, den Kunden nach der Anmeldung umgehend über die Abmeldemöglichkeiten zu informieren, bestünde für **Orange** die Lösung darin, dem Kunden zusätzlich noch die klaren Preisinformationen zu liefern.

Auch die **sunrise** weist darauf hin, dass SMS-Dienste keine Datenverbindungen sind, weshalb eine eigenständige Regelung angezeigt sei. Die Preisanzeige sei in der gleichen Schriftgrösse anzuzeigen wie das zugestellte SMS. Hingegen sei die Festsetzung der Schriftgrösse für den Kostenhinweis bei Datenverbindungen weder praktikabel noch vertretbar und werde abgelehnt. Auch **Yellow Access** hält eine Schriftgrösse von 14 Punkten für SMS-Nachrichten als nicht realisierbar.

### 3.2.5 Informationspflicht der Fernmeldediensteanbieterinnen (*Abs. 4*)

**SZ** und **ZH** fänden es prüfenswert, die Fernmeldediensteanbieterinnen noch in stärkerem Masse in die Verantwortung für die Einhaltung der Bestimmungen einzubeziehen. Diese Ansicht vertritt auch die **FRSP**.

Die **SICTA** weist auf die bereits erwähnte Branchenvereinbarung hin, in der sich die sog. INA TSP (=Fernmeldediensteanbieterin, welche eine INA-Nummer eines Contentanbieters implementiert) verpflichten, diejenigen Inhaltsanbieter, mit denen sie in Bezug auf einen Mehrwertdienst in einem Vertragsverhältnis stehen, auf die spezifischen öffentlich-rechtlichen Vorschriften und die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinzuweisen. Sofern unter diesen Umständen eine Regelung in der PBV überhaupt noch nötig sei, wäre jedenfalls klarzustellen, dass es niemals Sache einer Fernmeldediensteanbieterin sein könne, die Verantwortung dafür zu übernehmen, dass ein Contentanbieter die entsprechenden Vorschriften der PBV auch umsetzt und einhält. Die Verantwortung für die „compliance“ liege ausschliesslich beim Mehrwertdiensteanbieter, die Kontrollfunktion ausschliesslich beim Staat.

**Colt** unterstützt die Informationspflicht unter der Annahme, dass eine allgemeine Verpflichtung zur Einhaltung der PBV im Vertrag mit der Inhaltanbieterin diese Forderung erfüllt.

**Swisscom** und **SmartPhone** wehren sich vehement gegen eine Verpflichtung der Fernmeldediensteanbieterinnen, die Betreiber von Mehrwertdiensten vertraglich auf die neuen Bestimmungen der PBV hinzuweisen. Sie sprechen einer solchen Verpflichtung in der PBV die formell-gesetzliche Grundlage ab. Es werde in unzulässiger Weise in die verfassungsrechtlich garantierte Wirtschaftsfreiheit (Vertragsfreiheit) der Fernmeldediensteanbieterinnen eingegriffen. SmartPhone schlägt einen Verweis auf die PBV in den allgemeinen Geschäftsbedingungen vor. Für die Swisscom ist es angesichts der Vielzahl potenziell involvierter Akteure ein Bedürfnis klar zu stellen, dass einzig der Mehrwertdiensteanbieter für die Preisbekanntgabe inkl. Sprechtexte verantwortlich sei.

**Sunrise** und **Yellow Access** beantragen ersatzlose Streichung von Absatz 4. Es sei Aufgabe des Bakom, die Mehrwertdiensteanbieter im Rahmen der Nummernzuteilung auf die damit verbundenen Pflichten hinzuweisen. Auch Orange weist auf diese Bakom-Pflicht hin. Sie möchte Absatz 4 durch eine Bestimmung ersetzt haben, welche klar die Mehrwertdiensteanbieter verpflichtet, die PBV-Bestimmungen einzuhalten.

### 3.2.6 Identifizierung von Mehrwertdienste-Anbietern

**BS** fragt sich, wieso Mehrwertdienste anonym angeboten werden können. Mehrere **Kantone** (BS, GE, LU, SZ, VD) verlangen, dass die Vollzugs- und Strafbehörden ungehindert Zugang haben müssten, um bei Tatverdacht die Identität des Mehrwertdienstbetreibers zu erfahren. Auch für **acsi**, **frc** und **kf** ist eine eindeutige Identifizierung der Anbieter von Mehrwertdiensten zu gewährleisten.

### 3.2.7 Umsetzung der geänderten PBV-Bestimmungen betr. Mehrwertdienste

Die **Swisscom** erwartet, dass das seco mindestens während einer Übergangsphase von ca. sechs Monaten nach Inkrafttreten der PBV-Revision eine Auskunfts- und Koordinationsstelle für Betreiber, Konsumentinnen und Konsumenten usw. einrichtet, da auf Grund der steigenden Verwendung von Mehrwertdiensten (insbesondere im Internet) eine hohe Anzahl von Fragen zu erwarten sei.

**Orange** erwartet, dass das seco das Informationsblatt vom 1. November 1999 über Preisbekanntgabe und Werbung für Fernmeldedienste und auf Fernmeldediensten aufbauenden Mehrwertdiensten aktualisiert, damit die Neuerungen für alle Diensteanbieter klar sind. Zudem wird

angeregt, dass das Bakom allen Inhabern von Mehrwertdienstnummern bei der Nummernzuteilung das Informationsblatt abgibt.

### 3.3 Verschärfung der Werbevorschriften für entgeltliche Mehrwertdienste (**Art. 13 Abs. 1<sup>bis</sup> VE-PBV**)

Die **Werbevorschriften in Artikel 13 Abs. 1<sup>bis</sup>** finden einhellige Unterstützung durch die **Kantone**. Einzig VD schlägt vor, die Bestimmung dahin gehend zu ändern, dass der Preis pro Minute oder jede andere Gebühr mindestens in gleich grosser Schrift angegeben werden muss wie das grösste in der Werbebotschaft verwendete Druckzeichen. Das gleiche fordern **acsi und frc**.

Aus den Kreisen der **Werbegesellschaften und der Medien** äussern sich **VSW** und **PR** zum zur Änderung vorgeschlagenen **Absatz 1<sup>bis</sup>**. Der VSW kritisiert die Forderung, dass die Schriftgrösse der Preisinformation für Mehrwertdienste derjenigen der Werbebotschaft entsprechen muss, als unklar und unpraktikabel. Er regt an, den Text so zu fassen, dass die Schriftgrösse der Preisinformation derjenigen der Mehrwertdienst-Nummer zu entsprechen habe. Die PR möchte eine Vorschrift, welche besagt, dass die Preisinformation klar identifizierbar sein müsse.

Die **TSP** begrüsst die Anforderungen bezüglich Werbung. Es gelte jedoch näher zu präzisieren, ob diese Anforderungen auch für Nicht-Sprachdienste gelten würden (Fax, SMS). In diesem Falle seien die Anforderungen gemäss der Dienste zu differenzieren. Die **SICTA** hält die Anforderung, dass die Preise in der gleichen Schriftgrösse bekannt zu geben seien wie die Werbebotschaft, für unrealistisch.

Die **Swisscom** möchte den Geltungsbereich dieser Bestimmung für Gebührenteilungsdienste und Kurznummern ausgeklammert haben. Ferner sei die Auflage, dass die Preisinformation in der gleichen Schriftgrösse sein müsse wie die Werbebotschaft, nicht praktikabel. Es sei bloss festzulegen, dass die Preisangabe in einer im Vergleich zur Werbebotschaft (Text oder Bild) gut lesbaren Schriftgrösse bekannt zu geben sei. Faxabrufdienste seien zudem zu verpflichten, neben dem Preis pro Minute auch die Dauer der Übermittlung des Faxabrufes anzugeben. In ähnliche Richtung geht die Stellungnahme der **sunrise**, die allerdings überhaupt auf eine Vorschrift bezüglich Schriftgrösse der Preisinformation verzichten möchte. **Orange** regt demgegenüber an, dass die Preisinformation in leicht lesbarer Grösse publiziert werden müsse. Für **SmartPhone** würde es genügen festzuschreiben, dass der Preis in einer Schriftgrösse von mindestens einem Drittel der Mehrwertdienstnummer publiziert werden muss.

**Yellow Access** möchte die Gebührenteilungsnummern (08xy) vom Anwendungsbereich der Bestimmung ausgenommen haben. Die Aufschriften zu den Preisinformationen sollten 4% der jeweiligen Werbefläche einnehmen und in der jeweiligen Amtssprache des Verbreitungsgebietes erfolgen.

**Colt** begrüsst prinzipiell die Anforderungen an die Werbung. Falls diese auch für Nicht-Sprachdienste gelten sollten, wäre eine Differenzierung nötig. Ausserdem sei zur Sicherstellung, dass immer der tatsächlich zu bezahlende Preis in der Werbung bekannt gegeben werde, eine verbindungsunabhängige Gebühr nicht zulässig (z. B. unterschiedliche Funkgebühren oder Verbindungsgebühren des Anschlussnetz-Anbieters).

## **4 Weitere Bemerkungen und Eingaben zur PBV**

### **4.1 Unterstellung sämtlicher Dienstleistungen unter die obligatorische Preisbekanntgabe**

Der **Kanton AR** hält unter Hinweis auf die Anwaltshonorare eine grundsätzliche Bereinigung der Unterstellung der Dienstleistungen unter die PBV für angezeigt. Die **SP** sowie die Konsumentenorganisationen **acsi, frc, kf und SKS** fordern eine solche Unterstellung nachgerade. Es sei unverständlich, dass zwar die Zahnarzttarife, nicht aber die Tierärzte oder Architekten unterstellt würden. **SP** und **SKS** bemängeln, dass der VE in keiner Weise auf die diesbezügliche Motion Sommaruga (02.3766. Preisbekanntgabe auch für Dienstleistungen) eingegangen sei. Es werden entsprechende Textvorschläge für eine Änderung des Artikels 2 Absatz 1 PBV vorgelegt.

### **4.2 Preisanschrift auf dem Produkt**

Die **SP** sowie die **Konsumentenorganisationen acsi, frc, kf, SKS und KVN** kritisieren, dass der VE die Wünsche der Konsumentinnen und Konsumenten missachte, indem er sich zum Problem der Preisanschrift auf dem Produkt nicht äussere. Dies obwohl dem seco am 6. Februar 2003 eine Petition „Preisanschrift? Auf jedes Produkt!“ mit 44'000 Unterschriften überreicht worden sei. Bei fast allen Grossverteilern suche man ein Preisetikett auf dem Produkt vergeblich. Die Preise seien nur noch am Gestell angeschrieben. Bereits im Herbst 2001 habe die Eidg. Kommission für Konsumentenfragen eine Anpassung der PBV empfohlen. Es wird ein Textvorschlag zur Änderung von Artikel 7 PBV unterbreitet, womit eine zwingende Anschrift des Preises auf dem Produkt vorgeschrieben würde.

**Economiesuisse, SGV, Swiss Retail und Coop** stellen sich mit Nachdruck gegen allfällige Forderungen, eine zwingende Preisanschrift auf dem Produkt einzuführen. Eine solche Neuerung würde für die einheimischen Betriebe einen unnötigen millionenschweren Kostenaufwand bedeuten. Die seit über zehn Jahren praktizierte Regalanschrift sei eurokompatibel und erfülle die Anforderungen der Transparenz und des Konsumentenschutzes. Eine Abkehr davon würde die Schweiz weiter isolieren und sie im internationalen Wettbewerb (Grenzlandtourismus) weiter zurückwerfen (Swiss Retail).

**Coop** stellt sich auf den Standpunkt, dass die Konsumentinnen und Konsumenten auch in Zukunft auf über 50% eines durchschnittlichen Wocheneinkaufs den Preis auf den Produkten selber vorfinden würden (so bei Gewichtsware wie Brot, Fleisch, Obst, Gemüse, Käse und verschiedenen Non-Food-Artikeln, bei denen Verwechslungen vorkommen könnten wie Textilien mit unterschiedlichen Grössen und Farben). Coop stellt sodann ein Pilotprojekt in Aussicht, das den Kundinnen und Kunden ermöglichen würde, an den Supercard-Terminals Preisetiketten auszudrucken, falls sie dies wünschten. Das System wäre analog der Waagen in der Früchte- und Gemüseselbstwahl konzipiert. Der Kunde bräuchte lediglich sein Produkt auf den Scanner an der Superbox zu richten, worauf auf dem Display automatisch die Produktbezeichnung und der aktuelle Preis angezeigt würden. Falls der Kunde eine ausgedruckte Preisetikette wünsche, könne er dies mittels einer Taste bestätigen. Auf der Selbstklebeetikette würden dann genaue Produktbezeichnung, Datum, Grundpreisberechnung, Abtropfgewicht, Normalpreis und Aktionspreis ausgedruckt. Die Anpassung sei Ende Jahr produktiv und werde dann in eine fünfmonatige Pilotphase geschickt.

#### **4.3 Vorgezogene Recycling- bzw. Entsorgungsgebühr**

Die **SP** sowie die **Konsumentenorganisationen acsi, frc, kf und SKS** weisen darauf hin, dass seit dem 1. Januar 2003 eine vorgezogene Entsorgungsgebühr (vRG) für Haushaltgeräte erhoben wird analog derjenigen, die seit 2002 für Geräte der Unterhaltungselektronik besteht. Beide werden auf Grund privater Vereinbarungen erhoben und sind noch nicht einheitlich und verbindlich geregelt. Es wird bemängelt, dass die Höhe dieser Entsorgungsgebühr bei den Händlern gar nicht, ungenügend oder intransparent deklariert sei. Dieses Manko dürfe nicht länger toleriert werden, weshalb die PBV (Art. 4 Abs. 1) dahin gehend zu ergänzen sei, dass die vorgezogene Recycling- oder Entsorgungsgebühr im Detailpreis enthalten sein müsse. Auch der **TCS** beantragt, dass die vorgezogenen Recycling- oder Entsorgungsgebühren in den Detailpreis einbezogen werden.

#### **4.4 Autoleasing**

Gemäss **SP, acsi, frc, kf, SKS und TCS** ist die PBV auch im Bereich der Autoleasingangebote anzupassen, um diese unter dem neuen Konsumkreditgesetz transparent zu halten. Insbesondere seien die Höhe der Akontozahlung, der voraussichtliche Restwert nach Ablauf der vereinbarten Laufzeit des Vertrages, der Hinweis, ob der Kunde das Fahrzeug zu diesem Preis erwerben könne oder nicht sowie der Betrag, von dem aus der Zinssatz berechnet worden sei, als Informationspflichten vorzuschreiben.

#### **4.5 Beachtung der Preisbekanntgabevorschriften und Vollzug der PBV**

Die **KVN** stellt einen Mangel bei der Beachtung der Preisanschriftbestimmungen fest, insbesondere in Schaufenstern, Coiffeurgeschäften, kosmetischen Instituten und Chemisch-Reinigungen. Die Vollzugsbehörden kämen ihrer Kontrollaufgabe unter Hinweis auf Personalmangel nicht nach.