Urteilskopf

112 IV 125

37. Auszug aus dem Urteil des Kassationshofes vom 11. Dezember 1986 i.S. Z. gegen Polizei- und Militärdepartement des Kantons Basel-Stadt (Nichtigkeitsbeschwerde)
Regeste (de):
Art. 20a ff. UWG; Art. 3 Abs. 1 der Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen.

Wer in Katalogen, Inseraten und/oder auf Plakaten die Kunden auffordert, über die Preise zu verhandeln bzw. nach dem Tagestiefstpreis zu fragen, und damit nachdrücklich die Bereitschaft bekundet, die angebotenen Waren unter gewissen Voraussetzungen zu Preisen zu verkaufen, die unter den bei den Waren angegebenen Preisen liegen, verstösst gegen Art. 3 Abs. 1 PBV, wonach für Waren, die dem Letztverbraucher zum Kauf angeboten werden, der tatsächlich zu bezahlende Preis bekanntzugeben ist (E. 2 und 4).

Regeste (fr):
Art. 20a ss LCD; art. 3 al. 1 de l'ordonnance sur l'indication des prix.

Celui qui, dans un catalogue, dans une annonce publicitaire ou par une affiche, invite la clientèle à se renseigner sur les prix, soit par exemple à demander le prix du jour le plus bas et qui donne ainsi d'une manière insistante l'impression qu'il est prêt, à certaines conditions, à vendre la marchandise offerte au-dessous du prix indiqué, viole l'art. 3 al. 1 de l'ordonnance sur l'indication des prix, selon lequel le prix à payer effectivement pour la marchandise offerte au consommateur doit être indiqué (consid. 2 et 4).

Regesto (it):
Art. 20a segg. LCSl; art. 3 cpv. 1 dell'ordinanza sull'indicazione dei prezzi.

Chi, in un catalogo, in un annuncio pubblicitario o per un cartellone, invita la clientela a negoziare i prezzi e a informarsi sul prezzo minimo del giorno, dando così chiaramente l'impressione d'essere disposto, a certe condizioni, a vendere la merce offerta a un prezzo inferiore a quello indicato, viola l'art. 3 cpv. 1 dell'ordinanza sull'indicazione dei prezzi, secondo il quale le merci offerte in vendita al consumatore devono essere contrassegnate con il prezzo da pagare effettivamente (consid. 2 e 4).

Sachverhalt ab Seite 125

BGE 112 IV 125 S. 125

A.- Im Jahre 1985 eröffnete das Discounthaus X. (TV, Hi-Fi, Video usw.) eine Filiale in Basel. Im Katalog wurden für die einzelnen angebotenen Waren zwar konkrete Preise angegeben, doch wurde im Katalog wie auch in Zeitungsinseraten und auf

BGE 112 IV 125 S. 126

Plakaten im Innern des Geschäftslokals mit folgenden Slogans auf die Möglichkeit des "Marktens" hingewiesen: - "Wär besser määrtet, kauft günschtiger i. - Mir hälfe Dir derby." - "Wär fröhlich isch, cha au no määrte."
- "Über 3 Mio Frangge Zusatzrabatt im letschte Joor."
- "Den Tagestiefstpreis verhandeln Sie mit uns."
- "Verlangen Sie im Laden den Tages-Tiefstpreis, es lohnt sich." usw.

B.- Der Polizeigerichtspräsident des Kantons Basel-Stadt sprach Z. den Direktor der Fa. X., am 24. Juni 1986 von der Anschuldigung der Widerhandlung gegen die V über die Bekanntgabe von Preisen frei. Der Appellationsgerichtsausschuss des Kantons Basel-Stadt hob am 8. September 1986 den Entscheid des Polizeigerichtspräsidenten in Gutheissung einer Beschwerde des Polizei- und Militärdepartements des Kantons Basel-Stadt (Abteilung Administrative Dienste) auf und wies die Sache zur Verurteilung von Z. wegen Widerhandlung gegen Art. 3 und 7 der V über die Bekanntgabe von Preisen an die Vorinstanz zurück.

C.- Z. führt eidgenössische Nichtigkeitsbeschwerde mit dem Antrag, das Urteil des Appellationsgerichtsausschusses vom 8. September 1986 sei aufzuheben und der Entscheid des Polizeigerichtspräsidenten vom 24. Juni 1986 sei zu bestätigen.

Erwägungen

Aus den Erwägungen:

2. Gemäss Art. 3 Abs. 1 der V über die Bekanntgabe von Preisen vom 11. Dezember 1978 (PBV; SR 942.211) ist für Waren, die dem Letztverbraucher zum Kauf angeboten werden, der tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken (Detailpreis) bekanntzugeben (siehe auch Art. 20a Abs. 1 UWG). Detail- und Grundpreise müssen durch Anschrift auf der Ware selbst oder unmittelbar daneben (Anschrift, Aufdruck, Etikette, Preisschild usw.) bekanntgegeben werden (Art. 7 Abs. 1 PBV). Aus der Bekanntgabe muss hervorgehen, auf welches Produkt und welche Verkaufseinheit sich der Detailpreis bezieht (Art. 9 Abs. 1 PBV). Werden in der Werbung Preise aufgeführt oder bezifferte Hinweise auf Preisrahmen oder Preisgrenzen gemacht, so sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise bekanntzugeben (Art. 13 Abs. 1 PBV) und muss aus der Preisbekanntgabe deutlich hervorgehen, auf welche Ware und Verkaufseinheit sich der Preis bezieht (Art. 14 Abs. 1 PBV).

Die Preisbekanntgabeverordnung regelt nicht ausdrücklich die Fälle, in denen gegenüber verschiedenen Kunden für die gleichen Waren unterschiedliche Preise gehandhabt werden. Wie in solchen Fällen die Preise anzuschreiben sind, ist vorliegend nicht zu entscheiden. Die Fa. X. gab im Katalog, in Zeitungsinseraten und auf Plakaten im Innern des Geschäftslokals mit verschiedenen Slogans nachdrücklich und unmissverständlich ihre Bereitschaft kund, die angebotenen Waren zu Preisen zu verkaufen, die in einem unbestimmten, erst noch auszuhandelnden Ausmass unter den angeschriebenen Preisen lagen, und sie forderte sämtliche Kunden auf, nach dem Tagestiefstpreis zu fragen bzw. über den Preis zu verhandeln, wozu sie ihre Hilfe anbot. Damit hatten die bei den Waren angegebenen Preise nach der zutreffenden Auffassung der Vorinstanz weitgehend nur noch die Funktion von Richtpreisen und waren sie daher nicht die tatsächlich zu bezahlenden Preise im Sinne von Art. 3 Abs. 1 PBV. Daran vermag entgegen der Auffassung des Beschwerdeführers nichts zu ändern, dass angeblich der "gewöhnliche" bzw. "durchschnittlich passive" Kunde von der ihm gebotenen Möglichkeit trotz der eindringlichen Aufforderung und der dazu angebotenen "Hilfe" der Fa. X. nicht Gebrauch machte. Das

Vorgehen des Beschwerdeführers, das geeignet war, Kunden in das Geschäftslokal zu locken, welche aufgrund der Slogans (”määrte”) auf vergleichsweise hohe Preisabschläge hofften, darin aber bei Rabatten von durchschnittlich 2-5% enttäuscht wurden, war keine den Versteigerungen oder Auktionen ähnliche Veranstaltung, bei der gemäss Art. 3 Abs. 3 PBV die Pflicht zur Angabe des tatsächlich zu zahlenden Preises entfällt. Unter die ähnlichen Veranstaltungen im Sinne dieser Bestimmung fallen gemäss der Wegleitung des BIGA vom 29. Juni 1979 zur Preisbekanntgabeverordnung ”Verkaufsveranstaltungen, bei denen die Preise und die Eigenschaften der Ware ausgerufen werden (Marktfahrer, Warendemonstranten usw.)”.

4. Der Beschwerdeführer macht geltend, die von der Fa. X. in der Werbung verwendeten Slogans (”Wär besser määrtet, kauft günschtiger i” usw.) stellten unbezifferte Hinweise auf mögliche Preisreduktionen dar, die nicht unter Art. 17 PBV fielen, welcher lediglich die bezifferten Hinweise auf Preisreduktion betreffe, und sie seien gemäss der bundesgerichtlichen Rechtsprechung zulässig. Der Einwand ist unbegründet. a) Der Kassationshof hatte in BGE 108 IV 129 ff., auf den sich der Beschwerdeführer beruft, ein Zeitungsinserat des Inhalts

”Riesen-Resten-Markt, Reduktionen bis 92%” als unzulässig erachtet, da in Fällen, in denen nicht ein einheitlicher Reduktionssatz gewährt wird, bei Angabe von Zahlen gemäss Art. 17 Abs. 2 1. Satz PBV die Pflicht zur Preisbekanntgabe und zur Spezifizierung besteht. Der Anbieter, der auf verschiedenen Waren unterschiedliche Reduktionssätze gewährt, in der Werbung jedoch nicht die verbilligten Waren spezifizieren und die herabgesetzten Preise angeben will, muss gemäss BGE 108 IV 129 ff. demnach auf die Angabe von Ziffern verzichten und sich auf einen unbezifferten Hinweis (z.B. ”teilweise erhebliche Preisreduktionen”) beschränken. In dem dem erwähnten Bundesgerichtsentscheid zugrunde liegenden Fall war dem Anbieter im Unterschied zum vorliegenden Fall nicht vorgeworfen worden, dass er es unterlassen habe, an den Waren selbst die tatsächlich zu bezahlenden, reduzierten Preise anzugeben, und stand daher die Frage der Preisanschrift gemäss Art. 3 PBV nicht zur Diskussion. b) Die grundlegende Pflicht, die tatsächlich zu zahlenden Preise durch Anschrift an der Ware selbst oder unmittelbar daneben oder in anderer, leicht zugänglicher und gut lesbarer Form bekanntzugeben (Art. 3 Abs. 1 und Art. 7 PBV), besteht auch dann, wenn in der Werbung mit oder ohne Ziffern auf Preisreduktionen hingewiesen wird. Aus der Zulässigkeit unbezifferter Hinweise auf Preisreduktionen in der Werbung gemäss BGE 108 IV 129 ff. kann nicht die Zulässigkeit von Hinweisen auf unbestimmte, erst noch auszuhandelnde Preisreduktionen und damit die Befreiung von der Preisanschriftspflicht gemäss Art. 3 Abs. 1 PBV abgeleitet werden. Der Beschwerdeführer stellt zu Unrecht die nach der Rechtsprechung unter dem Gesichtspunkt der Preisbekanntgabeverordnung zulässigen unbezifferten Hinweise auf Preisreduktionen den Hinweisen auf unbestimmte, erst noch auszuhandelnde Preisreduktionen gleich.