

Die Seite der Schweizerischen Lauterkeitskommission | La page de la Commission Suisse pour la Loyauté



«gratis»

Entscheid der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLKE) vom 23. März 2022 (I. Kammer)

ICC-Kodex 10 (Gebrauch von «gratis/kostenlos»),

Der Begriff «gratis» sollte in der kommerziellen Kommunikation nur verwendet werden, wenn die einzige Verpflichtung in der Zahlung von Versandkosten besteht, die nicht über die dem Anbieter schätzungsweise entstandenen Kosten hinausgehen. Wird ein Mindermengenzuschlag berechnet, aber in der Werbung darauf nicht hingewiesen, liegt in einer Aussage wie «Nur 6.90 Fr. – Gratis mit A-Post» eine unlautere Werbung vor (E. 4).¹

Auf einem Facebook-Inserat wurde eine Werbung mit der Aussage «Nur 6.90 Fr. – Gratis mit A-Post» geschaltet. Der Beschwerdeführer rügte diese Werbung, da kein Hinweis auf einen Mindermengenzuschlag gemacht worden sei. Die Beschwerdegegnerin bestreitet nicht, dass dieser Hinweis gefehlt habe, stellt sich jedoch auf den Standpunkt, dass dies eine gängige Werbepaxis bei kleinen Produktpreisen sei.

Die I. Kammer der SLK heisst die Beschwerde teilweise gut. Der Beschwerdegegnerin wird empfohlen, in ihrer kommerziellen Kommunikation Klarheit über die für den Besteller entstehenden Kosten zu schaffen und insbesondere den Begriff «gratis» nicht zu verwenden, wenn ein Mindermengenzuschlag geleistet werden muss. Im Übrigen wird die Beschwerde abgewiesen.

Erwägungen der I. Kammer:

1. Der Beschwerdeführer macht geltend, dass die im beanstandeten Facebook-Inserat gemachte Aussage «Nur 6.90 Fr. – Gratis mit A-Post» falsch sei, da bei einem Bestellwert von weniger als Fr. 14.95 ein Mindermengenzuschlag von Fr. 4.90 aufgerechnet werde. Der Mindermengenzuschlag werde lediglich im sogenannten Hilfebereich des Händlers erwähnt, nicht aber in der Werbung. Der Artikel könne nur für den angegebenen Preis erworben werden, wenn man davon mindestens drei Verkaufseinheiten bestelle. Der Be-

Code ICC 10 (utilisation de «gratuit»). Dans la communication commerciale, le terme «gratuit» doit uniquement être utilisé lorsque l'unique obligation est le paiement de frais d'expédition pour un montant n'excédant pas les coûts estimés encourus par l'offrant, auteur de la communication. Si un supplément pour petites quantités est facturé, mais que la publicité n'en fait pas mention, une affirmation telle que «Seulement CHF 6,90 – gratuit en courrier A» constitue une publicité déloyale (consid. 4).²

schwerdeführer macht überdies eine Verletzung der Firmengebrauchspflicht geltend.

2. Die Beschwerdegegnerin führt aus, dass keine Verletzung der Firmengebrauchspflicht vorliege, da das Impressum auf der deutlich verlinkten Webseite einfach auffindbar sei. In Bezug auf den Mindermengenzuschlag räumt die Beschwerdegegnerin ein, dass dieser in der Werbung nicht erwähnt werde. Dies sei jedoch eine gängige Werbepaxis, da der Mindermengenzuschlag bei einem durchschnittlichen Warenkorbwert von über Fr. 40.– nur für die Minderheit der Bestellungen relevant sei. Ebenso sei es gängig, dass der Mindermengenzuschlag erst beim Checkoutvorgang ausgewiesen werde. Es sei gerechtfertigt, die Beschreibung «Gratis mit A-Post» zu erwähnen, da das Produkt für den angegebenen Preis mit kostenlosem Versand erhältlich sei, entweder unter Inkaufnahme des Mindermengenzuschlags oder durch den zusätzlichen Kauf von gleichen oder anderen Artikeln.

3. Die Lauterkeitskommission vermag keine Verletzung der Firmengebrauchspflicht zu erkennen. Es liegt weder ein Verstoss gegen Art. 326^{ter} StGB noch gegen den Grundsatz Nr. B.10 der Lauterkeitskommission vor. Für den Durchschnitts-

Mitgeteilt von **MISCHA SENN**, Prof. Dr. iur., Fachexperte und
Vizepräsident der SLK.

1 Die Leitsätze und die Sachverhaltsdarstellung sind nicht Bestandteil des offiziellen Entscheides; sie stammen vom Berichterstatter.
2 Les principes généraux et l'exposé des faits ne font pas partie de l'arrêt officiel, mais proviennent du rapporteur.

adressaten ist die vollständige und unveränderte, im Handelsregister eingetragene Firma der Beschwerdegegnerin auf deren Webseite leicht und schnell auffindbar. Durch die direkte Verlinkung vom Facebook-Inserat auf die Webseite und aufgrund der Tatsache, dass ein Vertragsabschluss erst auf der Webseite der Beschwerdegegnerin erfolgt, ist keine Angabe der Firma im Facebook-Inserat erforderlich. Diesbezüglich ist die Beschwerde abzuweisen.

4.

Im Übrigen ist die Beschwerde jedoch gutzuheissen. Für den Durchschnittsadressaten wird durch das beanstandete Inserat mit der Aussage «Nur 6.90 Fr. – Gratis mit A-Post» der falsche Eindruck erweckt, das Produkt sei für den angegebenen Betrag und ohne Versandkosten erhältlich. Gemäss Art. 10 ICC-Kodex (Richtlinien der Internationalen Handelskammer zur Praxis der Werbe- und Marketingkommunikation) ist bei der Verwendung von Begriffen wie «gra-

tis» oder «kostenlos» besondere Vorsicht geboten. «Gratis» sollte in der kommerziellen Kommunikation nur verwendet werden, wenn das Angebot tatsächlich keine Verpflichtung beinhaltet oder wenn die einzige Verpflichtung in der Zahlung von Versandkosten besteht, die nicht über die dem Anbieter schätzungsweise entstandenen Kosten hinausgehen; oder wenn in Verbindung mit dem Kauf eines anderen Produktes der Preis eben dieses Produktes nicht erhöht wurde, um die Kosten oder einen Teil der Kosten für das Angebot abzudecken. Vorliegend ist der Mindermengenzuschlag eine Verpflichtung, die der Besteller übernehmen muss, damit er das Produkt zu den Konditionen gemäss beanstandetem Inserat erhält. Durch den Begriff «Gratis» und aufgrund des fehlenden Hinweises auf einen Mindermengenzuschlag in der beanstandeten kommerziellen Kommunikation, führt dieselbe die Durchschnittsadressaten in Bezug auf die mit einer Bestellung entstehenden Kostenpflichten in die Irre.