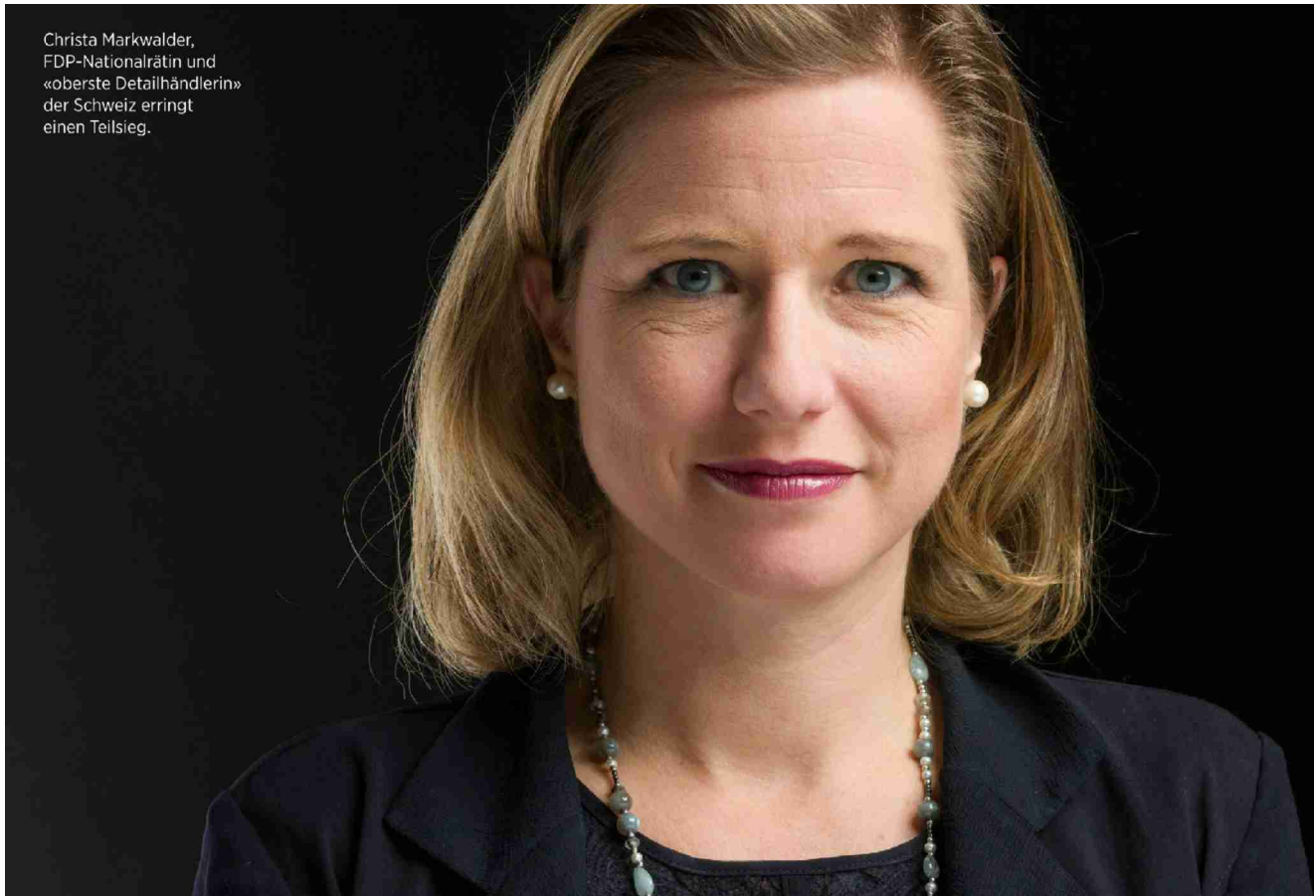




Christa Markwalder,
FDP-Nationalrätin und
«oberste Detailhändlerin»
der Schweiz erringt
einen Teilsieg.



Nationalrat will einfachere Regeln für Rabattaktionen

Viele **Detailhändler** deklarieren Rabatte falsch. Die Bussen schrecken kaum ab. Jetzt wird liberalisiert.



ANDREAS VALDA

Bis zu 50 Prozent Rabatt». Das grossformatige Logo, weiss auf rotem Grund, scheint das Programm des Einrichtungshauses Conforama zu sein. Ob in Läden oder online: Überall sticht es ins Auge. Doch seit letzter Woche hat die Werbung einen Beigeschmack erhalten. Conforama wurde wegen Falschdeklaration von Rabattpreisen im Kanton Waadt zu einer Busse von 5000 Franken und einer Wiedergutmachungszahlung von 1,5 Millionen Franken verurteilt.

Was genau die Detailhändlerin falsch machte, ist derzeit unbekannt. Die Urteilsbegründung steht aus. Die Parteien können es später anfechten. Doch das Verdikt hat für viel Aufsehen gesorgt wegen dieser 1,5-Millionen-Zahlung zugunsten des Kantons. Das ist weit mehr als die Maximalbusse von 20 000 Franken, die das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb bei Verstössen vorsieht.

Doch fast niemand bemerkte, dass das Parlament am Dienstag einen Entscheid von einiger Tragweite gefällt hat: Es will die Aktionsregeln liberalisieren. Der Entscheid geht auf eine Motion der Berner FDP-Nationalrätin Christa Markwalder zurück. Sie ist in ihrer Rolle als Verbandspräsidentin auch Cheflobbyistin der Swiss Retail Federation, welche die schweizerischen Detailhändler vertritt.

Das Votum im Nationalrat war eindeutig. 139 zu 42 dafür. Nur die SP-Fraktion war dagegen. So kann erwartet werden, dass der Vorstoss auch den Ständerat passiert. Danach hat der Bundesrat die Pflicht, die Regeln zu vereinfachen.

Rabatte ohne zeitliche Beschränkung

Es geht um zwei Punkte: erstens, die Normalpreisregel vereinfachen. Und zweitens die Rabattpreisdauer abzuschaffen. Bisher galt: Ein Produkt darf nur im Rabatt angeboten werden, wenn es vorher tatsächlich zum Normalpreis angeboten wurde. Und die Rabattdauer darf nur die Hälfte der Zeit sein, zu der das Produkt zum Normalpreis in der Auslage war – und maximal zwei Monate lang. Ein Beispiel: Wenn ein Möbel 500 Franken kostet und sechs Monate lang im Angebot war, darf es längstens nicht drei, sondern nur zwei Monate zu einem Rabattpreis verkauft werden. Danach gilt wieder ein Normalpreis.

Diese Beschränkung kombiniert mit der Halbierungsregel ärgerte die Detailhändler. Denn im Voraus weiss man als Anbieter nie, wie gut ein rabattiertes Produkt läuft. Verkauft es sich zu 20 Prozent Rabatt nicht, so gewährt man später einen Rabatt von

30 oder 50 Prozent. Doch dann passiert es nicht selten, dass die vorgeschriebene Rabattdauer abgelaufen ist und eine Händlerin wieder einen Normalpreis verlangen muss.

Hinzu kommt, dass sie die Preisabschläge entfernen und die Etikette neu anschreiben muss. «Diese Umetikettierung ist ein riesiger Aufwand für die Firmen und Mitarbeitenden», kritisiert Dagmar Jenni, Verbandschefin von Swiss Retail Federation.

Neu soll nun gelten: Vier Wochen in der Auslage zum Normalpreis genügt, um dann frei zum Rabattverkauf in unbeschränkter Dauer zu sein. Wenn der Preis sich erneut ändert, muss das Produkt nicht umetikettiert werden, sondern die bisherigen Preisänderungen bleiben sichtbar.

Die Konsumentenschützerinnen wurden mit dem Vorstoss auf dem linken Fuss erwischt. Die Stiftung für Konsumentenschutz kommentierte ihn nicht. Die Westschweizer Schwesterorganisation Fédération romande des consommateurs (FRC) zeigte sich zwar ablehnend. FRC-Direktorin Sophie Michaud Gigon, zugleich Waadtländer Nationalrätin, stimmte dagegen. Aber sie konnte ihre Ratsfraktion, die Grünen, nicht von einem Nein überzeugen.

Michaud hatte einzig Wirtschaftsminister Guy Parmelin auf ihrer Seite. Er lehnt die Änderung ab und sagte am Dienstag, die bisherigen Regeln hätten sich bewährt. Vor allem betonte er, dass sich die Kantone gegen eine Liberalisierung ausgesprochen hätten und die heutigen schweizerischen Aktionsregeln auch in der EU Standard seien.

Wie weiter bei Conforama?

Derweil gelobt Conforama Besserung. Es sagt aber, man könne «absolut nicht nachvollziehen», wie das Gericht es zu einer Zahlung von 1,5 Millionen Franken verurteilt habe. «Die Beanstandungen – durchgestrichene Preise – betrafen weniger als hundert Produkte.» Es sei «völlig unmöglich, dass diese wenigen Produkte für Conforama einen Gewinn von 1,5 Millionen generiert hätten», erklärt ein Sprecher. Ihre Anwälte wollten keine weiteren Angaben machen. Das Gericht sagte, man werde das Urteil innert vier Wochen verschicken. Der obsiegende Waadtländer Staatsanwalt schweigt dazu.

Michauds Verband FRC war es, der den Conforama-Fall 2018 ins Rollen gebracht hatte. Er liess die Rabattpraxis untersuchen und sah viele Tricksereien, darunter solche von Möbeln, die zu oft und zu lange im Sonderangebot lagen. Also zeigte er Conforama an. Der zuständige Staatsanwalt ging vier Jahre später in die Auslagen und fand in seinen Stichproben ähnliche Missstände. So kam es zum Verdikt,



das jetzt in aller Munde ist.

«Die heutige Rabattpreis-Regelung hat keine abschreckende Wirkung», kritisiert Nationalrätin Michaud. «Man kann die lächerlich tiefen Bussen einpreisen und die Falschdeklaration zum Geschäftsmodell erheben.» Dies wirft sie auch Conforama vor. Einer Modernisierung der Regeln verschliesst sich Michaud aber nicht. Sie sagt jedoch, dass neue Regeln den unlauteren Wettbewerb unterbinden und die Täuschung der Käuferinnen verhindern müssen. Laut Michaud Gigon dürfte die vom Lausanner Gericht verfügte Kompensationszahlung erstmals eine abschreckende Wirkung zeigen. Das Seco und Swiss Retail Federation wollten den Fall nicht beurteilen.



Aktionen gehören zum Geschäftsmodell.

Häufige Verstösse gegen Aktionsregeln

► **2018: Fall Ochsner Sport** Der Anbieter bezahlte bloss 4000 Franken Busse. Die Westschweizer Konsumentenschutzvereinigung FRC hatte die Verstösse zur Anzeige gebracht.

► **2020: Fall Fust und M-Electronics** Bussen von 4000 beziehungsweise 3000 Franken. Der FRC hatte die Verstösse zur Anzeige gebracht.

► **2021: Onlinehändler** Lipo, Livi-que, Möbel Pfister, XXXLutz, Decathlon, Vedia, Dell, Brack und Coop Bau + Hobby hatten die Rabattpreise nicht korrekt angewendet (Quelle «Saldo»). Der Preis jedes zweiten, kontrollierten Rabattprodukts (von 644) war nicht legal deklariert. Der Befund stammt aus einer Kontrolle des Staatssekretariats für Wirtschaft. Nur einige wurden gebüsst («20 Minuten»).