



Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Herr Andreas Maschemer / Frau Lea Steinmann
Holzikofenweg 36
3003 Bern
wp-sekretariat@seco.admin.ch

Bern, 2. September 2026 sgvs-pb/ap

Vernehmlassungsantwort: Änderung der Kraftfahrzeugverordnung (KFZV) und der Preisbekanntgabeverordnung (PBV)

Sehr geehrter Herr Maschemer, sehr geehrte Frau Steinmann

Mit Schreiben vom 13. Mai 2026 hat das Eidgenössische Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF die interessierten Kreise eingeladen, sich zur Änderung der Kraftfahrzeugverordnung (KFZV) und der Preisbekanntgabeverordnung (PBV) zu äussern.

Der Schweizerische Gewerbeverband sgvs unterstützt grundsätzlich das Ziel, im Automobilverkehr Rechtssicherheit zu gewährleisten und gegenüber den Konsumentinnen und Konsumenten die notwendige Preistransparenz sicherzustellen. Zusätzliche regulatorische Vorgaben müssen jedoch verhältnismässig sein, einen klaren Mehrwert schaffen und den administrativen Aufwand für Garagen, Händler, Leasinganbieter und weitere KMU möglichst gering halten. Doppelregulierungen und Informationspflichten ohne nachweisbaren zusätzlichen Nutzen sind zu vermeiden.

1. Änderung der Kraftfahrzeugverordnung (KFZV)

Mit der vorgeschlagenen Änderung sollen die bestehenden Bestimmungen über Mindestkündigungsfristen ausdrücklich auch auf Agenturverträge Anwendung finden. Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass Hersteller und Importeure ihre Vertriebssysteme zunehmend vom klassischen Händler- auf Agenturmodelle umstellen.

Der sgvs anerkennt das Anliegen, beim Wechsel des Vertriebsmodells Rechtssicherheit zu schaffen und zu verhindern, dass berechnigte Investitionen von Garagenbetrieben durch eine Änderung des Vertragsmodells ihren Schutz verlieren. Gleichzeitig unterscheiden sich Agenturmodelle hinsichtlich der vom einzelnen Betrieb getragenen finanziellen und wirtschaftlichen Risiken teilweise erheblich vom klassischen Händlermodell.

Ein Kündigungsschutz muss deshalb verhältnismässig zur tatsächlichen wirtschaftlichen Stellung des betroffenen Betriebs ausgestaltet sein. Trägt ein Agent weiterhin erhebliche Investitions- und Ge-

schäftsrisiken, ist ein entsprechender Schutz nachvollziehbar. Werden diese Risiken hingegen weitgehend vom Hersteller oder Importeur übernommen, ist eine undifferenzierte Gleichbehandlung mit dem klassischen Händlervertrag nicht sachgerecht.

Der sgV fordert deshalb, bei der Ausgestaltung der Mindestkündigungsfristen dem tatsächlich vom Agenten getragenen finanziellen und wirtschaftlichen Risiko sowie seinen spezifischen Investitionen angemessenen Rechnung zu tragen. Damit kann die notwendige Rechtssicherheit geschaffen werden, ohne Agenturmodelle unabhängig von ihrer konkreten Ausgestaltung zusätzlichen und unverhältnismässigen Einschränkungen zu unterwerfen.

2. Änderung der Preisbekanntgabeverordnung (PBV)

Mit der Änderung der PBV sollen bei Fahrzeugleasingangeboten zusätzliche Transparenzpflichten eingeführt werden. Insbesondere sollen Finanzierungsbeiträge von Unternehmen derselben Unternehmensgruppe oder von Vertriebspartnern offengelegt und quantifiziert werden, wenn diese zu einer Vergünstigung der Leasingkonditionen führen. Zusätzlich sollen mit Art. 13b E-PBV entsprechende Vorgaben für die Werbung eingeführt werden.

Der sgV unterstützt transparente und vergleichbare Leasingangebote. Für die Konsumentinnen und Konsumenten entscheidend sind insbesondere der effektiv zu bezahlende Preis, die Leasingrate, die Vertragsdauer, der effektive Jahreszins sowie weitere unvermeidbare Kosten. Zusätzliche Angaben sind hingegen nur dann gerechtfertigt, wenn sie einen klaren Informationsmehrwert schaffen.

Die vorgesehene quantitative Offenlegung von Finanzierungsbeiträgen erfüllt dieses Kriterium nicht. Die konkrete Preisbildung kann von zahlreichen Faktoren wie Restwerten, Herstelleraktionen, Händlerbeteiligungen, Service- und Versicherungspaketen oder gruppeninternen Finanzierungsbedingungen abhängen. Eine eindeutige Quantifizierung der einzelnen Vergünstigung kann deshalb mit erheblichem Aufwand verbunden sein und teilweise Informationen über interne Kalkulations- und Geschäftsmodelle voraussetzen.

Für die Konsumentinnen und Konsumenten ist letztlich entscheidend, zu welchen Konditionen sie das Fahrzeug tatsächlich leasen können. Eine Offenlegung interner Kalkulationsbestandteile verbessert die Vergleichbarkeit der effektiven Angebote nicht in einem Ausmass, das den damit verbundenen administrativen Aufwand rechtfertigen würde.

Der sgV lehnt deshalb eine Pflicht zur quantitativen Offenlegung von Finanzierungsbeiträgen ab. Soweit zur Umsetzung des parlamentarischen Auftrags eine zusätzliche Information über eine Vergünstigung erforderlich ist, soll eine qualitative Information genügen. Damit kann Transparenz geschaffen werden, ohne Unternehmen zur Offenlegung interner Kalkulationen zu verpflichten.

Kritisch beurteilt der sgV zudem den vorgesehenen Art. 13b E-PBV betreffend Werbung. Werbung erfüllt eine andere Funktion als ein konkretes Angebot beziehungsweise die vorvertragliche Information. Die für einen Vertragsentscheid relevanten Angaben müssen den Konsumentinnen und Konsumenten spätestens beim konkreten Angebot vollständig und transparent zur Verfügung stehen. Es besteht jedoch kein sachlicher Grund, dieselben oder zusätzliche Detailinformationen bereits in der Werbung vorzuschreiben.

Zusätzliche Pflichtangaben in der Werbung erhöhen den administrativen Aufwand und die regulatorische Komplexität, ohne einen entsprechenden zusätzlichen Nutzen für die Konsumentinnen und Konsumenten zu schaffen. Der sgV fordert deshalb, Art. 13b E-PBV zu streichen.

Schliesslich ist sicherzustellen, dass Garagen und andere Vermittler nicht für Informationen verantwortlich gemacht werden, die ausserhalb ihres Kenntnis- und Einflussbereichs liegen. Insbesondere dürfen ihnen keine Pflichten zur Ermittlung oder Quantifizierung von Finanzierungsbeiträgen auferlegt

werden, deren Berechnung ausschliesslich beim Hersteller, Importeur oder Finanzierungsunternehmen erfolgt.

Fazit

Der sgv anerkennt die mit der Vorlage angestrebten Ziele der Rechtssicherheit und Transparenz. Die Umsetzung muss jedoch verhältnismässig bleiben und sich auf Regelungen beschränken, die einen klaren Mehrwert schaffen.

Bei der KFZV fordert der sgv eine risikogerechte Ausgestaltung des Kündigungsschutzes, welche die tatsächlich getragenen finanziellen und wirtschaftlichen Risiken sowie die spezifischen Investitionen des Agenten berücksichtigt.

Bei der PBV lehnt der sgv die quantitative Offenlegung von Finanzierungsbeiträgen ab. Eine qualitative Information ist ausreichend. Zudem ist Art. 13b E-PBV zu streichen. Garagen beziehungsweise Vermittler dürfen nicht für Informationen verantwortlich gemacht werden, die ausserhalb ihres Kenntnis- und Einflussbereichs liegen.

Freundliche Grüsse

Schweizerischer Gewerbeverband sgv



Urs Furrer
Direktor



Philipp Bauer
Ressortleiter

Als grösste Dachorganisation der Schweizer Wirtschaft vertritt der Schweizerische Gewerbeverband sgv über 230 Verbände und über 600 000 KMU, was einem Anteil von 99.8 Prozent aller Unternehmen in unserem Land entspricht. Im Interesse der Schweizer KMU setzt sich der sgv für optimale wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen sowie für ein unternehmensfreundliches Umfeld ein.