

Der alte Schmäh

Prospekte mit Gewinnzusagen und Gratisreisen im Briefkasten sind mit Vorsicht zu genießen. In aller Regel handelt es sich dabei um leere Versprechungen, die Veranstalter haben es in erster Linie auf Ihre Geldbörse abgesehen.

Wer sich nicht mit einem Pickerl am Briefkasten dagegen wehrt, bleibt kaum vor den bunten, Prospekten und Flugblättern verschont, auf denen Gewinnzusagen und Einladungen zu Gratisbusreisen versprochen werden. Meist winken als Draufgabe auch noch Geschenke und die Verpflegung für den ganzen Tag ist ohnehin inbegriffen. Manche der Zusendungen sind sogar persönlich adressiert und mit offiziell aussehendem Siegel versehen. Tatsächlich entpuppen sich die vermeintlichen Geld- oder Sachgewinne in der Regel als leere Versprechungen und anstatt etwas vom angekündigten touristischen Highlight zu Gesicht zu bekommen, verbringt man den lieben langen Tag bei einer Werbeveranstaltung in einem drittklassigen Gasthof. „Der Schmäh funktioniert seit Jahren auf die immer gleiche Tour. Am Ende hat man weder etwas gewonnen noch gesehen, sondern sich auch noch zum Kauf eines völlig überbewerteten Produktes überreden lassen, das man eigentlich gar nicht benötigt“, konstatiert Reinhold Schranz vom Europäischen Verbraucherzentrum (EVZ) Österreich.

Unter Druck gesetzt

Der Jurist rät entschieden davon ab, sich für eine Werbefahrt anzumelden beziehungs-

weise überhaupt eine Teilnehmerkarte auszufüllen. Wer Letzteres tut, muss damit rechnen noch mehr dubiose Angebote zu erhalten. „Die Adressdaten werden gespeichert und eventuell an andere Firmen weiterverkauft. Die Gefahr ist groß, dass man in regelmäßigen Abständen mit Einladungen zu Werbefahrten beziehungsweise Gewinnzusagen belästigt wird“, weiß Schranz. Auch die Hoffnung vieler meist älterer Menschen, einen schönen Tag in angenehmer Gesellschaft verbringen zu können, ist höchst trügerisch. Sitzt man erst einmal im Bus, ist es mit Freundlichkeit und Zuvorkommenheit des Begleitpersonals schnell vorbei: Es wird solange Druck auf die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ausgeübt, bis Heizdecken oder Magnetmatten bestellt sind. In letzter Zeit haben dabei auch Produkte Hochkonjunktur, deren Präsentation nach der österreichischen Gewerbeordnung auf derartigen Veranstaltungen verboten ist, darunter Nahrungsergänzungsmittel, Arzneipräparate und Heilbehelfe sowie Uhren aus Edelmetall oder Gold- und Platinwaren.

Abkassieren unter Aufsicht

Alle beworbenen Produkte haben eines gemeinsam: Sie sind in der Regel viel teurer

als im normalen Handel. Um den Preis attraktiver erscheinen zu lassen, werden stets Fantasiepreise genannt, die dann mehrmals reduziert werden. Den Kunden wird so das Gefühl vermittelt, wahre Schnäppchen zu kaufen. Oft wird nach der Bestellung eine Anzahlung fällig. Wenn es ans Bezahlen geht, verstehen die Verkäufer keinen Spaß. Reinhold Schranz berichtet von Fällen, bei denen Reiseteilnehmer kein Bargeld eingesteckt hatten: „Diese bekamen nach der Reise zuhause Besuch von freundlichen Herren, die abkassieren wollten. In einem Fall wurde eine Dame sogar zum nächsten Bankomat chauffiert, damit sie das Geld unter Aufsicht abheben konnte.“

Das EVZ hilft beim Rücktritt

Erst zuhause dämmert vielen, dass sie über den Tisch gezogen wurden. In der Regel sind die eingekauften Produkte nicht nur nutzlos, sie sind auch nur einen Bruchteil des gezahlten Preises wert. Wer sich dann zum Rücktritt vom geschlossenen Vertrag entschließt sollte rasch handeln. Ab Vertragsabschluss gilt nämlich eine Rücktrittsfrist von 14 Tagen. Der Rücktritt ist kostenlos möglich, muss jedoch schriftlich und am besten per Einschreiben erklärt werden. Der Anbieter darf dabei keine Stornogebühren

abo-scheck



Ihre Rechte als Konsument

5., neu bearbeitete Auflage

Für Abonnenten zum Vorteilspreis von nur **20 €** statt ~~29,90 €~~ + Versand

Angebot gültig bis 26.8.2015

www.konsument.at/konsumentenrecht

Das Handbuch ist ein Leitfaden für den mündigen Verbraucher: In einer auch für Nicht-Juristen lesbaren Sprache werden rechtliche Grundlagen und die wesentliche Rechtsprechung anhand vieler Beispiele aus dem Verbraucheralltag erklärt. Musterbriefe und nützliche Adressen runden das Serviceangebot ab.

bestellungen

die zitrone



ING-DiBa

Nichts zu verschenken

Mit einem Schlag machte die Bank die Hoffnungen auf den „Vereinstausender“ zunichte.

Lange Gesichter gab es bei jenem Hobbyfußballverein, bei dem Herr Stifter aktiv ist. Allerdings steckte kein verlorenes Match dahinter, sondern Frust und Enttäuschung über das Agieren der ING-DiBa Direktbank. Die hatte vor einiger Zeit die Aktion „Vereinstausender“ ins Leben gerufen, bei der es darum ging, übers Internet Stimmen für den eigenen Verein zu sammeln und nebenbei Werbung für die Bank zu machen. Den Top Ten jeder Kategorie wurden als Belohnung je 1.000 Euro in Aussicht gestellt. Damit alles seine Ordnung hatte, gab es klare Regeln und diverse Online-Sicherheitsvorkehrungen wie Captchas, also wechselnde Zeichenfolgen, die nur manuell eingegeben werden können. Das ist eine gängige Methode, um zu verhindern, dass Roboter für eine automatisierte Stimmabgabe eingesetzt werden. Im Vorfeld vergewisserte man sich seitens des Fußballvereins schließlich noch, ob sich die einzelnen Mitglieder jeweils mehrere E-Mail-Adressen einrichten dürften, um sie für die Stimmabgabe zu verwenden. Dies wurde von einem Verantwortlichen der ING-DiBa bejaht, und wie Herr Stifter weiß, handhabten das viele der teilnehmenden Vereine in gleicher Weise. Fleißig gaben alle Beteiligten täglich ihre Stimmen ab und tippten die Captchas ab – 1.000 Euro für die Vereinskassa waren ein schöner Ansporn. Umso größer war die Überraschung, als nach Ablauf der Teilnahmefrist gleich 87 Vereinen – darunter auch die Hobbyfußballer – die Rote Karte präsentiert wurde. Disqualifikation aufgrund der Verwendung von Fake-E-Mail-Adressen und der Umgehung der technischen Sperren, hieß es in einem ansonsten nichtssagenden Schreiben. Nähere Details zum Ausschlussverfahren waren nicht zu erfragen, eine automatisch generierte E-Mail war die einzige Antwort, die zurückkam. Im Verein von Herrn Stifter ist man sich keiner Schuld bewusst. Man hat korrekt gespielt, viel Zeit investiert und fühlt sich nun unfair behandelt. Zurück bleibt der Eindruck, dass die Bank – ganz nach ihrem von Niki Lauda transportierten Werbeslogan – „nichts zu verschenken“ hat.



Foto: Everett Collection / Shutterstock.com

Werbefahrten

Bei den per Post zugestellten Gewinnzusagen handelt es sich in aller Regel um leere Versprechungen. Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) und das Europäische Verbraucherzentrum Österreich (EVZ) raten deshalb dringend:

- Nehmen Sie nicht an Werbeveranstaltungen teil und füllen Sie keine Teilnahme-/Anmeldekarten aus. Die Veranstalter haben es nur auf Ihre Geldbörse abgesehen.
- Zusendungen an Haushalte dürfen laut österreichischer Gewerbeordnung keine Geschenke oder Preise versprechen. Senden Sie Gewinnzusagen, die Sie im Briefkasten vorfinden, an Ihre Bezirksverwaltungsbehörde (BH, Magistrat) und ersuchen Sie die Behörde um Überprüfung der Veranstaltung.
- Falls Sie dennoch an einer Werbefahrt teilnehmen möchten, lohnt sich vor der Anmeldung unbedingt ein Blick auf die Homepage www.haendewegvonwerbefahrten.at. Auf dieser Seite veröffentlicht die Arbeiterkammer Niederösterreich Informationen zu unseriösen Anbietern.
- Wenn Sie an einer Werbefahrt teilnehmen: Unterschreiben Sie keinesfalls Verträge und leisten Sie keinerlei Zahlungen. Die auf der Werbefahrt verkauften bzw. beworbenen Produkte sind in der Regel deutlich teurer als im normalen Handel und von geringerer Qualität.

Foto: Everett Collection, creaPictures / Shutterstock.com

verrechnen. Teilnehmer von Werbefahrten, die sich mit dem Prozedere überfordert fühlen, finden beim EVZ Rat und Hilfe.

Das Geld ist weg

Oft genug denken die Veranstalter von Werbefahrten jedoch nicht einmal daran, irgendwelche Waren zu liefern, sie wollen lediglich die geleistete Anzahlung kassieren. Damit man den Unternehmen nicht auf die Schliche kommt, firmieren sie häufig unter Postfachadressen im Ausland und unter der angegebenen Telefonnummer hebt nie jemand ab. Dann beißen selbst die EVZ-Experten auf Granit. Laut Gesetz (§ 57 Gewerbeordnung) müssten die Veranstalter die Werbefahrt zwar bei der zuständigen Behörde (in Wien etwa beim Magistrat) anmelden und dabei auch eine ladungsfähige Anschrift angeben, tatsächlich werde dies, so Reinhold Schranz, so gut wie nicht eingehalten.



Dieser Artikel entstand im Rahmen der „Action 670702 – ECC-NET AT FPA“, für welche das Europäische Verbraucherzentrum Österreich Förderungen aus den Mitteln des Verbraucherprogramms der Europäischen Union (2014–2020) erhält.