

Schwarze Liste der als irreführend geltenden Geschäftspraktiken

1/ So tun, als ob ein Verhaltenskodex unterzeichnet wurde, obwohl dem nicht so ist.

Beispiel: Der Gewerbetreibende gibt auf seiner Internetseite an, einen Verhaltenskodex betreffend die Sicherheit von Online-Zahlungen unterzeichnet zu haben, obwohl er das nicht getan hat.

Ein Verhaltenskodex ist eine Sammlung von Rechten und Pflichten, denen sich Gewerbetreibende unterwerfen können, wenn sie dies möchten. Der Verhaltenskodex kann eine oder mehrere Branchen betreffen.

2/ Ein Gütezeichen, Qualitätskennzeichen oder ähnliches verwenden, obwohl der Gewerbetreibende dafür keine Genehmigung hat.

Beispiel: Der Gewerbetreibende benutzt den Blauen Engel (Umweltzeichen) ohne Genehmigung.

3/ Behaupten, ein Verhaltenskodex sei von einer öffentlichen oder anderen Stelle gebilligt worden, obwohl dies nicht der Fall ist.

Beispiel: Der Gewerbetreibende behauptet, der Verhaltenskodex seines Unternehmens sei von einem Ministerium gebilligt, obwohl dies nicht wahr ist.

4/ Behaupten, dass ein Gewerbetreibender (einschließlich seiner Geschäftspraktiken) oder ein von ihm angebotenes Produkt von einer öffentlichen oder privaten Stelle bestätigt, gebilligt oder genehmigt worden sei, obwohl dies nicht der Fall ist, oder eine solche Behauptung aufstellen, ohne dass den Bedingungen für die Bestätigung, Billigung oder Genehmigung entsprochen wird.

Beispiel: Der Gewerbetreibende behauptet, sein Produkt sei von einer Umweltschutzvereinigung bestätigt worden, obwohl dies nicht wahr ist.

5/ Der Gewerbetreibende bietet ein Produkt zu einem bestimmten Preis an, ohne die Gründe zu nennen, aus denen er nicht in der Lage sein könnte, diesen beizubehalten oder ein gleichwertiges Produkt zu dem genannten Preis für einen Zeitraum und in einer angemessenen Menge durch einen anderen Gewerbetreibenden bereitstellen zu lassen.

- 6/ Ein Produkt zu einem bestimmten Preis anbieten und es anschließend mit dem Ziel, ein anderes Produkt zu verkaufen, nicht vorlegen, eine Bestellung, die dieses Produkt betrifft, verweigern oder verweigern, es innerhalb einer vertretbaren Frist zu liefern, oder ein fehlerhaftes Exemplar vorlegen.
- 7/ Behaupten, ein Produkt sei nur eine sehr begrenzte Zeit oder nur eine sehr begrenzte Zeit zu bestimmten Bedingungen verfügbar, obwohl dies nicht wahr ist, um den Verbraucher zu einer sofortigen Entscheidung zu verleiten und ihm keine Bedenkzeit einzuräumen.
- 8/ Den Verbraucher nicht darüber in Kenntnis setzen, dass der Kundendienst in einer anderen Sprache verfügbar ist als der Sprache, die für den Vertragsabschluss verwendet wurde.
- 9/ Behaupten oder den Eindruck herbeiführen, ein Produkt könne rechtmäßig verkauft werden, obwohl dies nicht der Fall ist.

Beispiel: Drogen, geschützte exotische Tierarten, Waffen oder Medikamente ohne Genehmigung anbieten.

- 10/ Die dem Verbraucher gesetzlich zustehenden Rechte als Werbe- oder Sonderangebot darstellen.

Beispiel: Die 2-jährige Konformitätsgewährleistung eines Notebooks als vom Gewerbetreibenden angebotene fakultative Garantie darstellen, obwohl diese Garantie für Notebooks per Gesetz vorgesehen ist.

- 11/ In den Medien so tun, als handele es sich bei der Verkaufsförderung für das Produkt um richtigen unabhängigen redaktionellen Inhalt, obwohl der Gewerbetreibende diese selbst finanziert hat. Er muss deutlich angeben, dass es sich um Verkaufsförderung und nicht um einen unabhängigen Beitrag handelt.
- 12/ Eine sachlich falsche Behauptung über die Art und das Ausmaß der Gefahr für die persönliche Sicherheit des Verbrauchers oder seiner Familie für den Fall, dass er das Produkt nicht kauft, aufstellen.
- 13/ Für ein Produkt werben, das einem Produkt eines anderen Herstellers ähnlich ist, in einer Weise, die den Verbraucher absichtlich dazu verleitet, zu glauben, das Produkt sei von jenem Hersteller hergestellt worden, obwohl dies nicht der Fall ist.

14/ Ein Schneeballsystem zur Verkaufsförderung, bei dem der Verbraucher die Möglichkeit vor Augen hat, eine Vergütung zu erzielen, die hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher in ein solches System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen ist, einführen, betreiben oder fördern.

15/ Behaupten, man werde demnächst sein Geschäft aufgeben oder seine Geschäftsräume verlegen, obwohl dies nicht der Fall ist.

Beispiel: Die Ankündigung „Ausverkauf wegen Beendigung des Mietverhältnisses“ obwohl der Mietvertrag normal weiterläuft.

16/ Behaupten, ein Produkt erhöhe die Gewinnchancen bei einem Glücksspiel.

17/ Fälschlicherweise behaupten, ein Produkt könne Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen heilen.

Beispiel: Behaupten, ein Produkt könne Haare nachwachsen lassen; behaupten, ein Lebensmittel könne vor Magenkrebs schützen.

18/ Falsche Angaben über die Marktbedingungen oder die Möglichkeiten machen, ein Produkt zu finden, um den Verbraucher dazu zu bringen, dieses Produkt zu weniger günstigen Bedingungen als den üblichen Marktbedingungen zu kaufen.

19/ Behaupten, es werden Wettbewerbe organisiert und Preisausschreiben angeboten, ohne dass die beschriebenen Preise oder ein angemessenes Äquivalent vergeben werden.

20/ Ein Produkt als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ usw. beschreiben, obwohl der Verbraucher weitere Kosten als die Kosten zu tragen hat, die im Rahmen des Eingehens auf die Geschäftspraxis und für die Abholung oder Lieferung der Ware unvermeidbar sind.

Kosten im Rahmen des Eingehens auf die Geschäftspraxis sind die Kosten für die Briefmarke oder den Telefonanruf.

Der Gewerbetreibende darf auch keine Kosten für die Verpackung, die Bearbeitung der Bestellung oder Verwaltungskosten in Rechnung stellen. Er muss auch deutlich etwaige Kosten angeben, die der Verbraucher zahlen muss.

Beispiel für eine verbotene Geschäftspraxis: Der Gewerbetreibende bietet dem Verbraucher ein kostenloses Produkt oder ein Geschenk an, aber um es zu erhalten, muss der Verbraucher eine sehr teure Telefonnummer anrufen.

Beispiel für eine zulässige Geschäftspraxis: Der Gewerbetreibende verteilt Proben auf der Straße.

Der Gewerbetreibende darf den Begriff „**gratis**“ verwenden, wenn der Verbraucher andere Artikel kaufen muss („**1 gekauft = 1 gratis**“), aber die Qualität oder die Zusammenstellung der Artikel dürfen nicht verringert werden und der Preis der zahlungspflichtigen Artikel darf nicht so hoch sein, dass der Preis für den kostenlosen Artikel gedeckt ist.

Der kostenlose Artikel muss also wirklich kostenlos sein.

Beispiel für eine verbotene Geschäftspraxis: „Kostenlose Lieferung für Kunden, die mehr als 50 Euro für Lebensmittel ausgeben“ ist untersagt, wenn die Kunden, die für weniger als 50 Euro einkaufen, ebenfalls in den Genuss einer kostenlosen Lieferung gelangen.

Beispiel für eine zulässige Geschäftspraxis :

- › „+25 % gratis“ auf einer Shampooflasche ist zulässig, wenn die Flasche für den gleichen Preis 25 % mehr Shampoo enthält als sonst;
- › „2 Bücher gekauft = 1 gratis“ ist zulässig, wenn der Preis für 2 Bücher der gleiche ist wie für 3 Bücher.

21/ Werbeunterlagen eine Rechnung oder ein ähnliches Dokument mit einer Zahlungsaufforderung beifügen, die dem Verbraucher den Eindruck vermitteln, dass er das beworbene Produkt bereits bestellt hat, obwohl dies nicht der Fall ist.

22/ Der Gewerbetreibende behauptet, er sei kein Gewerbetreibender, oder tut so, als sei dies der Fall, oder tritt fälschlicherweise selbst als Verbraucher auf.

23/ So tun, als gebe es einen Kundendienst in einem anderen Mitgliedstaat als demjenigen, in dem das Produkt verkauft wird.

Schwarze Liste der als aggressiv geltenden Geschäftspraktiken

1/ Beim Verbraucher den Eindruck erwecken, er könne die Räumlichkeiten ohne Vertragsabschluss nicht verlassen.

Beispiel: Ein Verbraucher, der von einem Versprechen, er würde einen Preis gewinnen, in eine Hotelanlage gelockt wurde, wird dort mehrere Stunden lang belästigt, damit er einen Timesharing-Vertrag unterzeichnet.

2/ Den Verbraucher an seinem Wohnsitz aufsuchen, obwohl dieser solche Besuche ablehnt, oder die Aufforderung des Verbrauchers, seinen Wohnsitz zu verlassen bzw. nicht zurückzukehren, nicht beachten, es sei denn, es handelt sich bei diesen Besuchen um per Gesetz oder Verordnung vorgesehene Pflichten, um eine vertragliche Verpflichtung durchzusetzen.

Beispiel für eine zulässige Geschäftspraxis: Am Wohnsitz des Verbrauchers auftauchen, um die in Auftrag gegebenen Arbeiten durchzuführen oder die bestellte Ware zu liefern.

3/ Der Gewerbetreibende spricht den Verbraucher unerwünscht über Telefon, Fax, E-Mail, SMS, Drucksachen oder sonstige für den Fernabsatz geeignete Mittel an, es sei denn, es handelt sich dabei um per Gesetz oder Verordnung vorgesehene Pflichten, um eine vertragliche Verpflichtung durchzusetzen.

Der Verbraucher muss seine Genehmigung erteilt haben, bevor er auf einem dieser Wege kontaktiert wird, z. B. in einem Vertrag, in dem er dem Gewerbetreibenden erlaubt hat, ihn per E-Mail oder Telefon zu kontaktieren. Der Gewerbetreibende darf den Verbraucher nicht anrufen, um zu fragen, ob er ihn anrufen darf.

4/ Einen Verbraucher, der seine Versicherung zwecks Entschädigung in Anspruch nehmen möchte, auffordern, Dokumente vorzulegen, die nicht wichtig sind, um die Gültigkeit seines Anspruchs zu belegen, oder die Schreiben des Verbrauchers nicht beantworten, um ihn so von der Ausübung seines Entschädigungsanspruchs abzuhalten.

5/ In einer Werbung direkt Kinder auffordern, die beworbenen Produkte zu kaufen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene zu überreden, die beworbenen Produkte für sie zu kaufen.

6/ Die Zahlung einer Ware verlangen, die der Verbraucher nie bestellt hat, oder vom Verbraucher verlangen, die Ware zurückzusenden oder zu behalten.

Beispiel: Ein Verbraucher wird von einem Weinhändler angerufen. Der Verbraucher kauft nichts und erhält 8 Tage später eine Lieferung von 4 Kisten Wein.

7/ Den Verbraucher ausdrücklich darauf hinweisen, dass die finanzielle Situation oder der Lebensunterhalt des Gewerbetreibenden gefährdet sind, falls der Verbraucher das Produkt oder die Dienstleistung nicht erwirbt.

8/ Fälschlicherweise den Eindruck erwecken, der Verbraucher habe bereits einen Preis oder einen anderen Vorteil gewonnen, obwohl es in Wahrheit nichts zu gewinnen gibt oder der Preis bzw. der Vorteil nur erhalten werden kann, wenn der Verbraucher Geld zahlt oder die Kosten trägt.

Beispiele für untersagte Praktiken:

› Der Verbraucher wird darüber in Kenntnis gesetzt, dass er einen Preis gewonnen hat, muss aber eine sehr teure Telefonnummer anrufen, um ihn zu erhalten.

› Per Post wird eine Broschüre verteilt, die den Vermerk „Sie haben eine kostenlose CD gewonnen“ enthält. Am Seitenende steht hingegen der weitere Vermerk „Bestellen Sie unsere Auswahl von Shampoos, geben Sie Ihre Adresse an und Sie erhalten diesen Preis.“