

Neue EU-Richtlinie gegen unlautere Geschäftspraktiken

EU-Verbraucher sollen künftig stärker vor aggressiven Geschäftspraktiken und irreführender Werbung geschützt werden. Der EU-Ministerrat brachte am 18.4.2005 ein Gesetzesvorhaben auf den Weg, das für einheitliche Regeln im Binnenmarkt sorgen soll. Das Europäische Parlament (EP) hatte dem Vorhaben bereits am 24.2.2005 zugestimmt. Damit haben die Verbraucher überall, insbesondere auch beim Einkauf auf einer Website aus einem anderen Mitgliedstaat, denselben Schutz gegen „harte“ Geschäftspraktiken und unseriöse Geschäftemacher.

„Dies bedeutet einen großen Schritt vorwärts für die Verbraucher und die Wettbewerbsfähigkeit der EU. Die Vorschrift stärkt den Schutz der Verbraucher in der gesamten Union und vereinfacht gleichzeitig das Regelungsumfeld für die Unternehmen“, so Markos Kyprianou, Kommissar für Gesundheit und Verbraucherschutz.

Die Mitgliedstaaten haben jetzt zwei Jahre Zeit, die Richtlinie in nationales Recht umzusetzen, d.h. ab 2007 sollen die neuen Regelungen EU-weit gelten. Möglich ist aber, während einer Übergangszeit von sechs Jahren die nationalen Vorschriften beizubehalten, wenn diese strenger als die EU-Vorgaben sind.

Der Anhang der Richtlinie enthält eine Liste mit Geschäftspraktiken, die in allen Mitgliedstaaten verboten werden müssen, u.a.

Irreführende Praktiken

Behauptung, zu den Unterzeichnern eines Verhaltenskodex zu gehören, wenn dies nicht der Fall ist;
Lockangebote (Anpreisung eines Produkts als Sonderangebot, ohne oder nur mit minimalem Lagerbestand).

Behauptung, ein Produkt könne legal verkauft werden, wenn dies nicht der Fall ist;
falsche Darstellung des Risikos für den Verbraucher oder seine Familie, sollte der Verbraucher das Produkt nicht kaufen;

Beschreibung des Produkts als „gratis“, „frei“, „kostenlos“ oder ähnliches, wenn der Verbraucher irgendwelche Kosten außer den unvermeidlichen Kosten im Zusammenhang mit der Reaktion auf ein Angebot, mit der Abholung oder dem Versand des Produkts tragen muss.

Aggressive Geschäftspraktiken

Herbeiführung des Eindrucks, der Verbraucher könne den Verkaufsraum nicht verlassen, ohne einen Kaufvertrag abgeschlossen zu haben;

persönliche Besuche in der Wohnung des Verbrauchers unter Nichtbeachtung der Aufforderung durch den Verbraucher, die Wohnung zu verlassen oder nicht wieder zu kommen;

Zahlungsaufforderung für Produkte, die der Händler geliefert hat, die der Verbraucher aber nicht angefordert hat (unbestellte Waren oder Dienstleistungen).