



# Der Kaffee ist noch das Beste

Beim Kaffeekränzchen abgezockt.

Besonders ältere Menschen sind für unseriöse Angebote auf Werbefahrten anfällig. Wie man sich schützt und was es besonders zu beachten gilt.

STEPHAN KLIEMSTEIN

**V**iele Kaffee-fahrten ver-sprechen gel-selige Ausflüge, Fahrten ins Grüne und ein kostenloses Mit-tagessen – und manchmal sogar Gewinne. „Wir fahren Sie in die schönsten Regionen des Landes und wünschen uns nur eines: Dass Sie einen wunderschönen Tag haben.“

Längst ist bekannt, dass es bei solchen Werbefahrten nicht immer seriös zugeht: Häufig handelt es sich bei den „gemütl-ichen“ und „entspannten“ Kurzreisen um stundenlange Verkaufsveranstaltungen, bei denen speziell geschulte Verkäufer in ent-legenen Gaststätten überbeuerte Produkte an den Mann und an die Frau bringen sol-len – manchmal unter Einsatz manipulati-ven oder gar erpresserischer Methoden.

Anfällig dafür sind vor allem Senioren, die oft ganz gezielt angesprochen oder kon-taktiert werden. So wurden in der Vergan-genheit immer wieder Fille bekannt, bei denen älteren Gästen gedroht wurde, dass man sie nicht nach Hause bringen wird, wenn sie nicht etwas kaufen. Aber auch oh-ne Nötigungsversuche sind viel dem psy-chologischen Druck, der während der Verkaufsveranstaltungen ausgeübt wird, nicht gewachsen. Und obwohl es keinen Kaufzwang gibt, funktioniert die Masche

un-seriöser Anbieter prächtig: Jedes Jahr setzt die Branche schätzungs-weise mehrere Hundert Millionen Euro um, indem für gewöhnliche Waren horrend Preise verlangt werden. Heizdecken, Ge-schirre oder Vitamin-Pillen kosten bei Wer-befahrten oft Tausende Euros. Nicht selten werden dabei nachweislich falsche oder ir-reführende Angaben gemacht. Was oft als Spitzenware angepriesen wird, ist in Wahr-heit qualitativ minderwertig. Zuverlässig überprüfbar lässt sich die Qualität der Pro-dukte meist erst im Nachhinein.

Viele Veranstalter locken im Vorfeld mit Geschenken, deren echter Wert verschwin-dend gering ist, weil es billige Massenware ist. Oder sie werben mit Gewinnverspre-chen, die sie dann nicht einhalten oder schieben die Verantwortung auf andere. Der Oberste Gerichtshof hat dazu bereits judi-

ziert, dass es unerheblich ist, ob die Ge-winnzusage vom Anbie-ter der Werbefahrt oder durch ein drittes Unternehmen gemacht wurde – zahl-len muss immer der Veranstalter.

Wer sich auf eine Werbe- oder Kaffee-fahrt eingelassen hat, sollte sich von den Verkäufern jedenfalls nicht unter Druck set-zen lassen. Würde ein überbeuertes Produkt gekauft, erweist sich die Rückabwicklung oft als schwierig und ungewiss. Im Zweifel sollte daher besser der Anwalt oder die Po-lizei kontaktiert werden. Hat man sich zum Kauf verlesen lassen, so kann man inner-halb von 14 Tagen davon zurücktreten.

Die Rücktrittsfrist beginnt in der Regel mit dem Erhalt der Ware oder mit Vertrags-abschluss. Wurde vom Veranstalter über das Bestehen des Rücktrittsrechts und die Bedingungen für die Ausübung nicht oder nicht vollständig aufgeklärt, verlängert sich

die Frist um zwölf Monate. Zur Ausübung des Rück-trittsrechts reicht eine formlose Erklärung, Grün-de müssen nicht genannt werden.

Das Problem: Schwind-liche Unternehmen verste-cken sich häufig hinter Postfachadressen und Fantasienamen. Für spä-tere Reklamationen sind sie meist nicht mehr er-reichbar und reagieren selbst auf Anwaltsschrei-ben nicht. Wie lässt sich also vorab überprüfen, ob es sich um einen seriösen Anbie-ter handelt? Werbefahrten müssen spätestens sechs Wo-chen vor der Veranstaltung bei der zuständigen Behörde angezei-gt werden. In dieser Anzeige sind unter anderem der Name der Firma, die An-schrift sowie Zeitpunkt und Ort der Ver-anstaltung, die Art der angebotenen Waren und der Text der geplanten Werbezusen-dung anzugeben. Wurde eine solche Mel-dung nicht erstattet, ist Vorsicht geboten. Überprüfen lässt sich das einfach, ein An-ruf bei der Behörde genügt.

Auch Werbezusendungen müssen die vor- genannten Kriterien erfüllen und zu-sätzlich Namen sowie Standort des Reise-veranstalters nennen. Anhand dieser In-formationen lässt sich mit einer Internete-recherche feststellen, ob es bereits nega-tive Bewertungen oder gar Warnungen gibt. Darüber hinaus dürfen die Zusendungen in der Regel nicht mit der Ankündigung von Geschenken oder Preisausschreiben ver-bunden werden, was ebenfalls ein Hinweis für zweifelhafter Praktiken sein kann. Und auch die angebotenen Waren selbst können ein Indiz für Abzocker sein: Laut Gewerbe-ordnung dürfen manche Produkte, darunter Nahrungsergänzungsmittel, Arzneimittel und Heilbehelfe, nicht auf Werbeveranstal-tungen beworben oder verkauft werden.

Stephan Kliemstein ist Rechtsanwalt in Salz-burg (König & Kliemstein Rechtsanwälte OG).

## Der Briefbote via Internet

Fallstricke elektronischer Postzustellung.

Wer sich um sein Postfach nicht kümmert, dem drohen erhebliche Probleme.

WOLFGANG ZARL

Das Internet hat zu einem erheblichen qualitativen Fortschritt in der Kommunikati-on zwischen Behörden und Bürgern beigetragen. Die Kommunikation auf elek-tronischem Weg soll künftig noch weiter ausgebaut werden.

Immer mehr Bürger nutzen die neuen Möglichkeiten besonders für behördliche Schriftstücke, die sonst als Rückschein-briefe (RSa oder Rsb) versendet werden. Grundsätzlich kann sich jeder Bürger für die E-Zustellung mit seiner Bürgerkarte oder seiner Hand- oder Signatur kostenfrei bei einem der in Österreich zugelassenen elektronischen Zustelldienste registrieren lassen. Er erhält damit ein gesichertes elektronisches Zustellpostfach, in das von verschiedenen Ämtern und Behörden

Bescheide, Gerichtsstücke, Rechnungen, Strafregisterbescheinigungen, Meldebe-stätigungen und dergleichen mehr ge-schickt werden können.

Ist ein behördliches Dokument im elektronischen Postfach eingegangen, ver-ständigt der Zustelldienst den Empfänger umgehend davon (wahlweise per E-Mail oder SMS) und urgirt erforderlichenfalls die elektronische Abholung zwei Tage später. Eine elektronisch zugestellte „Ein-schreibensendung“ (mit Zustellnachweis) muss im Allgemeinen zwei Wochen im Zustellpostfach zur Abholung bereitge-halten werden. Die Zustellung hat diesel-ben Rechtswirkungen wie eine postali-sche Zustellung. Wie auch bei der kon-ventionellen behördlichen Zustellung per

Post, kann bei vorübergehenden Abwe-senheiten, wie etwa Urlaub oder Kranken-hausaufenthalt, die elektronische Zustel-lung zeitweise ausgeschlossen werden.

Dazu ein jüngst judizierter Fall: Dr. H. hatte sich für die E-Zustellung bei einem Zustelldienst mit der E-Mail-Adresse sei-ner Ordination registrieren lassen. Kurze Zeit danach ging er aber in Pension und übergab seine Ordination mit allem Zube-hör an einen Nachfolger. Dr. H. war aber nachlässig, er meldete sich beim Zustel-lendienst mit seiner E-Mail-Adresse nicht ab. Dies blieb leider nicht ohne Folgen: In das Zustellpostfach von Dr. H. wurde elektro-nisch ein gerichtlicher Zahlungsbefehl zugestellt, die Verständigungen des Zu-stelldienstes per E-Mail erreichten ihn

nun nicht mehr. Dr. H. machte einen Zu-stellmangel geltend. Sein Antrag wurde in-wirklichem um sein Postfach, alle Ver-ständigungen des elektronischen Zustel-lendienstes und die durchgehende Betriebs-bereitschaft seiner EDV kümmern und sei-ne Daten gegebenenfalls aktualisieren. Sonst kann es für ihn, wie der Fall zeigt, ein unliebsames Erwachen geben.

Wer am behördlichen elektronischen Zustellverkehr teilnimmt, sollte sich des-halb wirklich um sein Postfach, alle Ver-ständigungen des elektronischen Zustel-lendienstes und die durchgehende Betriebs-bereitschaft seiner EDV kümmern und sei-ne Daten gegebenenfalls aktualisieren. Sonst kann es für ihn, wie der Fall zeigt, ein unliebsames Erwachen geben.

Wolfgang Zarl ist Rechtsanwalt in Salzburg.