

Presseinformation

Anhang zur Pressemitteilung der Wettbewerbszentrale vom 10.05.2011:

Weitere Beispiele von Einzelfällen aus einzelnen Branchen:

Energiewirtschaft:

- Ausgerechnet gegen einen Verein zur Förderung erneuerbarer Energien, der u. a. von zwei Bundesministerien unterstützt wird, musste die Wettbewerbszentrale gerichtlich vorgehen (LG Berlin, Urteil vom 15.02.2011, Az. 16 O 222/10, nicht rechtskräftig): Dieser hatte mit einem „**Gesamtkostenvergleich** Solar-Kombi-Heizung vs. Konventionelle Heizung“ **für regenerative Heizsysteme** geworben, wobei in irreführender Weise der Eindruck erweckt wurde, bei dem Gesamtkostenvergleich handle es sich um eine wissenschaftlich belastbare Prognose. Tatsächlich hatte der beklagte Verein aber die Vielfalt der Preis bildenden Faktoren außer Acht gelassen und stattdessen die Preisentwicklung der letzten 10 Jahre einfach linear fortgeschrieben.
- Unter dem Motto: „erstmal anlocken, erst später die ganze Wahrheit sagen“ hatten mehrere Stromanbieter Ende letzten Jahres im Vergleichsportale Verivox mit sehr günstigen Preisen geworben, obwohl ihnen die Anhebung der EEG-Umlage zum 1.1.2011 bereits seit 15.10.2010 bekannt war. Erst nach Vertragsschluss und noch vor Stromlieferung Anfang 2011 wurde den Kunden im Dezember 2010 die **Erhöhung der Strompreise** unter Berufung auf die EEG-Umlage mitgeteilt.
- Der Discounter Stromio hatte plakativ „**mit 12 Monaten Preisgarantie**“ geworben. Allerdings wurde dabei verschwiegen, dass man sich in den AGB etwaige Preisänderungen durch „Änderung bestehender Steuern oder Abgaben“ im Wege der Weiterberechnung an den Kunden vorbehält.
- Irreführend warb auch ein Gasversorger, der in der Werbung in einer Zeitung und einem Gaspreisrechner im Internet jeweils eine **Kostenersparnis von bis zu 300 Euro** beziffert hatte, die letztlich unzutreffend war. Der Versorger hatte nämlich u. a. einfach auf Tarife von Mitbewerbern Bezug genommen, die einen ganz anderen Jahresverbrauch als Berechnungsgrundlage hatten. Die wahre Ersparnis betrug nur 15,84 €.

Presseinformation

Lebensmittelindustrie/ - handel:

- Ein namhafter Discounter hatte für sein „**Regionales Angebot**“ geworben mit den Aussagen: „Für uns gilt: Kurze Wege – frische Ware“ und „**Kurze Lieferwege für die Umwelt** – Sicherung der regionalen Arbeitsplätze – regionale Backwaren für Ihren Geschmack“. Der nächstgelegene Backbetrieb eines der Hauptbrotlieferanten des Discounters war jedoch etwa 135 km von der werbenden Discountfiliale entfernt. Die Werbung wurde wegen Irreführung zurückgezogen.
- Abgemahnt wurde auch eine Molkerei, die unter der Marke „**Andechser**“ zahlreiche Milch- und Käseprodukte auf den Markt bringt. Die Gestaltung der Produkte erweckt bei den Verbrauchern den Eindruck, dass die Produkte mit Milch aus der Region um Andechs produziert werden. Ein Großteil der Produkte wurde jedoch in Österreich hergestellt.
- Gegenstand von Beanstandungen waren auch verschiedene **Lebensmittelprodukte**, die durch ihre Aufmachung suggerierten, **aus Griechenland, der Türkei oder Italien** zu kommen, tatsächlich jedoch in Deutschland hergestellt werden. Das abgemahnte Unternehmen hat sich verpflichtet, den Hinweis „hergestellt in Deutschland“ bzw. „made in Germany“ auf der Verpackung anzubringen.

Tourismus:

- Eingeschritten ist die Wettbewerbszentrale auch gegen eine Reihe von **Hotelketten**, darunter namhafte Anbieter wie Steigenberger, ACCOR und InterContinental, wegen rechtswidriger, die Kunden benachteiligender Stornierungsbedingungen.
- Ein Reiseveranstalter hatte mit „**Exklusiv-Angeboten**“ für Leser einer Zeitschrift geworben. Tatsächlich gab es die gleichen Exklusiv-Konditionen auch für das breite Publikum im Internet.
- Ein anderer Veranstalter versprach einen attraktiven „**Sofort-Rabatt**“. Tatsächlich sollte erst nachträglich eine Reiserückvergütung gewährt werden.