Verbraucherzentrale Südtirol
Centro Tutela Consumatori Utenti
Die Stimme der VerbraucherInnen
La voce dei consumatori

Verbraucherzentrale Südtirol

Zwölfmalgreiner Straße 2
39100 Bozen
Tel. 0471 975597
info@verbraucherzentrale.it

Rücktritt bei mangelnder Information und nicht eindeutiger Personalisierung möglich

Do, 30.11.2017 - 12:14

Antitrust verhängt Strafe gegen Zucchetti Poltrone & Divani

Während des Teleshoppings hatte Herr Mario einen Sessel gesehen, der ihm gefiel. Nachdem er die eingeblendete Nummer kontaktiert hatte, wurde der Hausbesuch eines Vertreters vereinbart. Beim Besuch des Vertreters verpflichtete sich Herr Mario zum Kauf des Sessels und leistete eine Anzahlung in Höhe von 300 Euro. Den von ihm bevorzugten Bezug sowie dessen Farbe hatte er aussuchen können. Kurze Zeit später jedoch, nachdem er sich seiner Wahl nicht mehr sicher war, entschied sich H. Mario zum Rücktritt vom Kaufvertrag, und zwar innerhalb der gesetzlich festgelegten Frist von 14 Tagen.

Das Unternehmen akzeptierte den Rücktritt jedoch nicht, mit dem Argument, die Bestellung beziehe sich auf „personalisierte Produkte“, die aufgrund ihrer Beschaffenheit vom Rücktrittsrecht bei Fernverkäufen ausgeschlossen sind. Herr Mario hat sich daher an die Verbraucherzentrale gewandt, die ihrerseits die GDL AG (welche die Produkte der Marke Zucchetti vertreibt) kontaktierte und darauf bestand, dass H. Mario sein Recht auf Rücktritt vom Kaufvertrag anerkannt wird. Infolge unseres Eingreifens hat das Unternehmen den Rücktritt akzeptiert, wollte aber die 300 Euro Anzahlung nicht zurückerstatten. Daraufhin wurde der Sachverhalt der Wettbewerbsbehörde (AGCM) übermittelt, da wir nun den Verdacht auf unlautere Handelspraktik hegten.

Die Wettbewerbsbehörde hat sich jetzt zu dem Fall geäußert und dabei zwei wichtige Prinzipien für die VerbraucherInnen hervorgehoben und bestätigt. In ihrer Entscheidung schreibt die Behörde nämlich, dass der Ausschluss des Rücktrittsrechts für personalisierte Produkte nur dann möglich ist,

wenn diese Waren wirklich maßgefertigt sind. Der Sinn dieser Norm besteht nach Auffassung der Behörde darin, dass ein speziell für eine Person gefertigtes Gut nicht mehr an eine andere Person verkauft werden und der Verbraucher aus diesem Grund nicht von solchen Bestellungen zurücktreten kann.

Die bloße Wahl einer Farbe und eines unabdingbaren Bestandteils des Produkts (in diesem Fall der Bezug) macht aus einem Produkt der Standardproduktion noch kein personalisiertes Produkt; auch das Anbringen der Bezeichnung „personalisierte Bestellung“ auf den Bestellformularen erfüllt diese Bedingung nicht. Die Wettbewerbsbehörde erinnert außerdem an einen weiteren wesentlichen Grundsatz: Auch wenn das Produkt tatsächlich personalisiert ist, wäre der Ausschluss des Rücktrittsrechts nur dann möglich, wenn der Vertreter den Verbraucher klar und verständlich darüber informiert hat, was hier nicht der Fall war. Die Kenntnis dieser spezifischen Bestimmungen, die den Verkauf der eigenen Produkte regeln, gehören nach abschließender Auffassung der Behörde zur beruflichen Sorgfaltspflicht des Verkäufers, auf die jeder Verbraucher ein Anrecht hat.

Die Wettbewerbsbehörde hat daher bestimmt, dass das Verhalten des Unternehmens effektiv eine unlautere Handelspraktik darstellt und hat deren Fortführung untersagt sowie eine Sanktion von 150.000 Euro verhängt.

„Die Entscheidung der Wettbewerbsbehörde ist ein starkes Signal zugunsten der VerbraucherInnen“, so der Kommentar des Geschäftsführers der VZS, Walther Andreaus, „und wird weit über diesen Einzelfall hinaus von Bedeutung sein. Die beiden von der Behörde in Erinnerung gerufenen Prinzipien schützen die VerbraucherInnen gegen Versuche, wichtige Verbraucherrechte wie das Rücktrittsrecht bei Fernverkäufen auszuschließen.“