

Stichprobe im Onlinehandel

Unverbindliche Preisempfehlungen oft falsch

„Sie sparen 100 Euro (50 Prozent) gegenüber der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers (UVP).“ Wer auf Shoppingtour geht, stößt garantiert auf solche Vergleiche. Dabei haben UVP häufig keinen Wert für Kunden, weil sie gern als Mondpreis kalkuliert werden. Jedes dritte Angebot in einer Stichprobe der Verbraucherzentrale NRW mochte auf die fragwürdigen Preise nicht verzichten. Besonders ärgerlich: In mehr als jedem vierten Fall war die angegebene UVP falsch.

Seit nunmehr 46 Jahren liebt der Handel die Unverbindlichkeit bei Preisen, die der Hersteller empfiehlt. Bei vielen dagegen sind UVP eher als Mondpreise verschrien. Denn die Empfehlungen der Hersteller dienen den Verkäufern zumeist nur dazu, sie sofort durchzustreichen - und so ein attraktives Sonderangebot zu suggerieren.

Unverhohlen bekennt beispielsweise der Hersteller eines Sport-Laufbands auf Anfrage, dass der „Marktpreis bei ca. 50 Prozent“ seiner UVP von 399 Euro liege - „um den Händlern hohe Rabatte zu ermöglichen“.

Verboten ist solche Kundenverführung nicht - unter zwei Bedingungen: Die UVP muss beim Hersteller existieren, und sie muss richtig sein.

Doch selbst an diesen Mini-Hürden scheitern viele Händler. Das belegt eine Stichprobe der Verbraucherzentrale NRW. Für den Check wurden 20 beliebte Produkte aus verschiedenen

Kategorien gewählt, die der Hersteller mit einer UVP versehen hatte.

Darunter waren Toaster und TV, Fernglas und Fahrradhelm. Mit Hilfe von Preissuchmaschinen wurden zu jedem Produkt die jeweils zehn günstigsten Onlineshops ermittelt. Und die bekamen virtuellen Besuch der Verbraucherschützer.

Das Ergebnis vermittelte das Bild einer geteilten Welt. Auf der einen, größeren Seite waren 129 Offerten, die mit Preisen ohne jeglichen Verweis auf die UVP versehen waren. Auf der anderen Seite standen 71 Angebote mit durchgestrichener UVP.

Auffällig war, dass oftmals kleinere Shops zu den UVP-Verweigerern gehörten, während Platzhirsche wie etwa Amazon und Otto auf die Herstellerempfehlung nicht verzichten mochten. Doch ein Blick ins weitere Sortiment zeigte, dass die meisten Shops ihre Angebote offenbar willkürlich einstellten: mal mit, mal ohne UVP-Bezug.

Weitere Überraschung der Stichprobe: Mehr als jede vierte benannte UVP (19 von 71) war schlicht falsch. Beispiel: Eine Kühl-/Gefrierkombination des Herstellers AEG mit einer UVP von 1769 Euro. In den Shops von Amazon und Otto, bei den Anbietern AO und Neckermann fand sich hingegen eine UVP von 2229 Euro: satte 460 Euro mehr. So was macht die scheinbaren Preisnachlässe noch spektakulärer.

Es lief aber auch umgekehrt: wenn falsche UVP-Angaben unter der kor-

rekten Hersteller-UVP lagen. Das hinderte einige Shops aber nicht daran, gleichwohl Reduzierungen von 50 oder fast 60 Prozent zu feiern.

Deshalb sollten Kunden UVP-Werbung besser nicht blind vertrauen. Preise vergleichen zahlt sich aus. Bei jedem zweiten der 20 Stichproben-Produkte, eruierte eine Preissuchmaschine einen Onlineshop ohne UVP-Nennung als billigsten Anbieter. Mal waren es wenige Euro, die sich sparen ließen, mal einige Hundert.

Ärgerlich obendrein: Wer die werbewirksamen Preise fix auf Richtigkeit überprüfen will, kann scheitern - wie in einigen Fällen die Verbraucherschützer. Wünschenswert wäre etwa ein Link von der UVP-Angabe des Verkäufers zur Hersteller-Quelle. Doch den suchten die Tester vergeblich.

Das erschwert die Kontrolle. So ist bei Herstellern mit Sitz im Ausland immer wieder mal eine UVP partout nicht aufzutreiben. Aber auch bei heimischen Waren kann Frust aufkommen. Denn Hersteller geben ihre Preisempfehlungen bisweilen nur in Warenkatalogen oder per Pressemitteilung bei der Produkteinführung bekannt. Andere wiederum beschränken die Informationen darüber auf den Handel.

Diesen Text finden Sie im Internet:
www.verbraucherzentrale.nrw/VA10