

VOX-Show „Die Höhle der Löwen“

Endstation Grabbeltisch

Wer „Löwen“-Produkte direkt kauft, bezahlt oft mit hohen Preisen und Enttäuschungen

Die Löwen sind los! Mit ihnen und ihrer beliebten TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“ kommen wieder zahlreiche „innovative Produkte“ unter einem fragwürdigen Logo in die Verkaufsregale. Wer sofort zugreift, muss seine Neugier oft mit hohen Preisen und auch Enttäuschungen bezahlen.

Dienstag 20:15 Uhr beim Fernsehsender VOX: Millionen Zuschauer versammeln sich vor der „Höhle der Löwen“ - die fünfte Staffel. Eine Handvoll Investoren mit „zu“ viel Geld lässt sich Entwickler von Produkten mit „zu“ wenig Geld vorführen.

Der Oberlöwe wartet mit versteinerner Miene. Carsten Maschmeyer ist Ex-Chef des AWD, einer Firma, die umstrittene Finanzprodukte mit Drückermethoden an Kleinanleger verscherbelte.

Diesmal hat es der vermeintliche Milliardär (Wikipedia) auf innovative Ideen klammer Tüftler abgesehen. Wie seine vier Mitlöwen will Maschmeyer sie werbewirksam und gewinnbringend in Supermärkte, Discounter und ins Internet bringen. Den „Deal“ und damit Euros gibt's aber nur gegen eine saftige Geschäftsbeteiligung.

Das ist die bekannte Win-win-Konstellation für VOX und Geldgeber. Der Loser-Part dagegen fällt oftmals den Zuschauern zu. Denn das Fernseh-Spiel findet seine Fortsetzung

im richtigen Verbraucherleben. Und die ist gespickt mit Tricks und Merkwürdigkeiten.

Wer am Morgen nach der Sendung in die Geschäfte läuft, findet - wie von Zauberhand - die gerade erst vorgestellten Ideen fix und fertig produziert in den Regalen. Ausgezeichnet sind sie jetzt mit einem goldenen Löwen-Logo: „Bekannt aus der VOX Gründer-Show“.

Befremdlich nur: Das Emblem pappt auch auf Produkten, die in der Gründershow durchgefallen sind. Ein Beispiel dafür ist „DasKaugummi“, ein zuckerfreies Produkt, das auf ungewöhnliche Geschmacksrichtungen wie Orange/Ingwer setzt und das mittlerweile heftige Kritiker hat: „Viel zu teuer!“ oder gar „widerlich“ heißt es in den durchwachsenen Kommentaren.

Solch harsche Verdikte treffen aber auch Artikel, für die ein „Deal“ zustande kam. Die Verbraucherzentrale fand auf Anhieb zehn Löwen-Produkte beim Branchenprimus Amazon mit miesen Bewertungen und insgesamt Hunderten böser Kommentare. Darunter der Reparaturstift „Blufixx“ („Müll“) oder die „Abflussfee“, ein Verschlussstopfen mit Duftstein („Reinfall“).

Auch „ProtectPax“ ist so ein Fall. Der flüssige Displayschutz für Handys warb vollmundig mit „100 Prozent Bruch- und Kratzsicherheit“ selbst bei „Hammerschlägen“. „SternTV“ nahm das beim Wort - und zerdeperte vor laufender Kamera das Display eines mit ProtectPax behandelten Smartphones.

Obendrein hagelte es Verrisse („Mein Display ist verkratzt“, „das Geld hätte ich mir sparen können“). Der Hersteller musste schließlich die Werbung ändern. Discounter Aldi und andere Händler verbannten die Packungen aus den Filialen.

Für Unmut sorgt auch eine Verkaufsstrategie, die zu Lasten von angefixten Schnellkäufern geht. Die Löwen nämlich brüllen extrem laut ihre hohen Preisempfehlungen (UVP). Doch die Preise erinnern Verbraucherschützer eher an Tiger, die als Bettvorleger landen.

Beleg gefällig: Der „hoehle-der-loewen-shop“ bietet auf eBay auch Produkte aus den vergangenen Staffeln an. Dort kostete ein Dreier-Set der Einbruchsicherung „Fenster Schnapper“ aus der vierten Staffel nur noch schlappe 19,99 Euro gegenüber der UVP von 119,99 Euro.

Fortsetzung Seite 2

Diesen Text finden Sie auch im Internet unter:
www.verbraucherzentrale.nrw/VA14

Dabei sollte die Betreiberin des eBay-Shops, die „in-trading Handelsgesellschaft“, eigentlich die Preise kennen. Sie ist laut eigener Website offizieller Vermarktungspartner für „Höhle-der-Löwen“-Artikel.

Bei einer Sichtung der Verbraucherzentrale hatte der eBay-Shop mal eben gleich alle vorhandenen UVP-Preise durchgestrichen. Es lockten satte Reduzierungen von bis zu 50 Prozent und mehr. Einige Preise schienen wie im freien Fall. Für

„Tukluk“ beispielsweise, ein Spielmatzenset für Kinder, bedeutete das: Statt der UVP von 599,99 Euro waren nur noch 149 Euro zu berappen.

Kuriosität am Rande: Neben eBay vertickte der offizielle Löwen-Shop sein Sortiment auch auf dem Marketplace von Amazon. Bei einem Vergleich der jeweiligen Preise wurden die Tester von unterschiedlichen Preisen überrascht: wohlgemerkt, bei identischen Artikeln. Beim „Blinkerhandschuh“ beispielsweise wa-

ren das immerhin zehn Euro.

Bei all dem wundert es nicht, dass so manche Höhle-der-Löwen-Fabel als Horrorstory für nachhaltige Gründer endet: Artikel landen auf Wühltischen und in Grabbelecken. Ein Schicksal, das auch den rutschfesten Hundenapf „Yuminator M“ (UVP 27,99 Euro) traf, den Aldi-Süd erst kürzlich für 5,29 Euro verschleuderte.