



Verbraucher Aktuell

Die Zeitung der Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen

G 5708

Nummer 2

www.vz-nrw.de

Februar 2002



Kinder im Karneval: Knalltrauma fürs Leben

Foto: Dahlhoff

Ärzte und Wissenschaftler warnen vor zu lautem Spielzeug

Mini-Cowboys im Karneval drohen Schäden am Gehör

Düsseldorf (el). Den Auslöser für Schwerhörigkeit muss man häufig bereits in der frühen Kindheit suchen. Das hat die Arbeitsgemein-

schaft Hörforschung der Universität Ulm in einer Studie herausgefunden. Ursache: lautes Spielzeug.

Gerade zu Karneval sind sie der Renner: Pistolen, mit denen das Cowboy-Kostüm erst richtig zur Wirkung kommt. Aber dass das Peng-Peng das Gehör bedrohen kann, ist den wenigsten Eltern bewusst.

Denn Ohren können sich vor Lärm nicht schützen. Besonders gefährlich: Kurze und sehr laute Geräusche, die ein Knalltrauma auslösen können. Das bedeutet einen bleibenden Schaden, mit womöglich unangenehmen Pfeifen und Dröhnen, teilweise ein Leben lang.

Knalltrauma

Dabei muss der Knall dem Betroffenen nicht einmal super laut vorkommen. Das Geräusch wird unterschätzt.

Oft ist es Spielzeug, nah ans Ohr gehalten, das diese Verletzungen verursacht. Mit bis zu 180 Dezibel erreicht so manche Pistole der Steppkes einen alarmierenden Spitzenwert, vergleichbar einem Schuss aus einem Bundeswehrgewehr. Das ergaben die Ulmer Messungen.

Selbst simple Rasseln übertreffen, nah am Ohr, den Lärm eines vorbeifahrenden Zugs. Schon die Quietsche-Ente erreicht Dezibelwerte eines Rockkonzerts.

Die Norm, die bei Kindern bleibende Hörschäden verhindern soll, ist die DIN EN 71-1. Für ihre Richtwerte wird das Spielzeug in einem halben Me-

ter Abstand getestet. Doch Kinderarme sind meist kürzer.

Deshalb mahnt Dr. Eckhard Hoffmann von der Arbeitsgemeinschaft Hörforschung: „Der Verkauf von lautem Kinderspielzeug ist nicht zu rechtfertigen. Die Hörschäden werden die betroffenen Kinder ein Leben lang begleiten.“

Zwar wurde die DIN Norm EN 71-1 Mitte 2001 verschärft, der Grenzwert für Spielzeugpistolen etwa auf 125 dB in 50 cm Abstand herabgesetzt. Doch direkt am Ohr gemessen, ergeben sich immer noch gesundheitsgefährdende Lärmpegel. Zudem liegen in vielen Kinderzimmern alte trommelfellgefährdende Krachmacher. Kein Hersteller denkt daran, nach der DIN-Norm-Änderung eine Rückholaktion zu starten.

Hoffmann rät daher den Eltern, beim Kauf selbst zu testen. „Wer Geräusche schon aus Abstand als unangenehm empfindet, sollte sie seinen Kindern nicht zumuten.“ Denn Hörschäden haben auch Folgen für die Entwicklung des Kindes. Das Erlernen der Sprache und des Lesens ist behindert. Schwerhörige Kinder isolieren sich oft.

Professor Klaus Begall, Chefarzt der HNO-Klinik in Halberstadt, warnt vor einer Verharmlosung: „Weil die eigentliche Hörschädigung meist nicht im Kindesalter, sondern erst viel später erkennbar ist, erkennen viele Eltern das Problem.“ Zum Tragen kommen die Hörschä-

den der Kindheit, wenn Jugendliche durch häufige, stundenlange Discobesuche den Altersprozess des Hörorgans enorm beschleunigen.

Eine Studie an Berliner Oberschulen ergab, dass von den Zwölf- bis Vierzehnjährigen jeder Vierte eine Hörschädigung hat. Von diesen Schülern besaßen dreiviertel lärmendes Spielzeug. Jeder Dritte konnte sich sogar an ein Knalltrauma erinnern.

Auch die Deutsche Tinnitus-Liga e.V. kennt die Misere: „Unbedarftes Spielen mit lautem Spielzeug kann als Folge

Hörverlust

einen frühzeitigen Hörverlust und Ohrengeräusche (Tinnitus) hervorrufen.“ Die Liga fordert eine altersgerechte Hörerziehung: „Das Bewusstsein der Kinder und Jugendlichen muss unbedingt geschärft werden.“

Wolfgang Schuldzinski von der Verbraucher-Zentrale NRW nimmt dazu auch Gesetzgeber und Hersteller in die Pflicht. Seine Forderung: „Spielzeug muss so konstruiert werden, dass keine Gefahr davon ausgeht.“

Im Grunde sollten sich alle an den Wortlaut der DIN 71-1 halten. In der Einleitung steht: „Dass auch beim üblichen und vorhersehbaren Gebrauch das Spielzeug keine Gefährdung darstellen darf.“

Gelockerter Telefonkodex

Düsseldorf (VA). Dass der Euro zum Teuro wird - dafür sorgen derzeit nach Klagen vieler Verbraucher vor allem Bäcker, Gemüsehändler und Restaurantbesitzer. Im Stillen hat nun auch die Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V., kurz FST, ihren beschiedenen Beitrag geleistet.

Der Zusammenschluss von rund 120 Telekommunikations-Firmen regelt in seinem „Verhaltenskodex“, was die Anbieter von beispielsweise 0190-Nummern ihren Kunden zumuten können. Und das ist seit dem 1. Januar deutlich mehr geworden.

Bei höheren Minutenpreisen und Blocktarifen braucht es eine Bestätigung der Anrufer durch Eingabe der Ziffern „1“ und „9“. Bislang war das Einverständnis ab fünf Mark erforderlich. Im neuen Währungszeitalter hat die FST die fünf Mark auf anbieterfreundlichere 3,01 Euro umgerechnet.

Noch toller treiben es die freiwilligen Selbstkontrolleure beim Schutz der Jugendlichen. Diese Taschengeld-Klientel liebt es bekanntermaßen, sich per 0190-Nummer mit neuen Logos und Klingeltönen für Handy einzudecken.

Für diesen Service hatte die FST eine deutliche Vorgabe: „Angebote, die zur Zielgruppe Minderjährige haben, sind nur bis zu einem maximalen Preis von 3,00 Mark je Anruf zulässig.“ Wer heute im Verhaltenskodex blättert, darf über eine neue Grenze staunen: „3 Euro je Anruf“.

Probleme? Nicht für Hans-Joachim Kruse. Der Vorsitzende der freiwilligen Selbstkontrolleure sagt unumwunden, was die meisten Bäcker, Gemüsehändler und Restaurantbesitzer nur zu denken wagen: „Das hätten wir schon viel früher machen sollen!“

Unverlangte Faxwerbung

Firma missbraucht Namen von Verbraucher Aktuell

Verbraucherschützer haben juristische Schritte eingeleitet

Düsseldorf (VA). Mit dem Namen *Verbraucher Aktuell* versucht eine Firma derzeit, unseriöse Geschäfte zu machen.

Verärgert zeigen sich derzeit bundesweit tausende Besitzer von Faxgeräten, die von einer „Redaktion Verbraucher Aktuell“ unverlangte Werbung für diverse Faxabrufe erhalten. Die vor allem nachts versendete Reklame für „aktuelle Informationen rund um Wirtschaft, Recht und Verbraucherschutz“ hat's in sich: Der merkwürdige Dienst, der nicht nur den Namen der Zeitung der Verbraucher-Zentrale NRW missbraucht, sondern auch fremdes Faxpapier und Toner, kassiert 1,86 Euro/Minute für den Faxabruf.

Auf diese Art summiert sich beispielsweise das siebenseitige Info „Gesetzliche Krankenversicherung: die günstigsten Kasen im Überblick“ zu Kosten von rund 13 Euro.

Dass sich der Absender nicht offen mit Namen, Adresse und Telefonnummer zu erkennen gibt, passt zu den inhaltlichen

Schwächen der beworbenen Texte. So gibt etwa der Krankenkassen-Abruf lediglich eine Liste der Gesellschaften und die Beitragshöhe wieder, verschweigt aber, dass diverse Kasen Einschränkungen für die Aufnahme von Mitgliedern haben. Beschwerden gegen solche Schlampereien nimmt der dreierte Absender per Fax entgegen: unter einer kostenpflichtigen 0180-Nummer.

Die geballte Fax-Attacke gegen Recht und gute Sitten wird von einer GmbH aus dem sächsischen Rackwitz gesteuert. Mit ähnlicher Masche hat sie nach Auskunft des ZDF bereits auch den Faxabruf der Wirtschafts-Sendung WISO imitiert.

Doch damit soll bald Schluss sein. Die Verbraucher-Zentrale NRW hat die GmbH abgemahnt und wird, so die verlangte Unterlassungserklärung nicht unterschrieben wird, weitere rechtliche Schritte einleiten.

Zinsen auf Diät

Während Bauherren und Kreditkunden von der rekordverdächtigen Niedrigzinsphase profitieren, sind die Anleger verzweifelt auf der Suche nach halbwegs attraktiven Renditen.

Recht und Geld

Seite 2

Aufgeplusterte Computerspiele

Mit viel Luft kommen Computerspiele und Lernsoftware in den Handel. Oftmals steckt nur eine simple CD-ROM in einer überdimensionalen Verpackung.

Schönfärbere auf Reisen

Über Unzulänglichkeiten des Urlaubs legen Reiseveranstalter in Katalogen und Prospekten gern einen rosaroten Schleier.

Firmen und Produkte

Seite 3

Nach dem Fall des Rabattgesetzes

Händler überraschend knauserig

Düsseldorf (try). Eine Test von *Verbraucher Aktuell* bei 40 Einzelhändlern belegt: Nach dem Fall des Rabattgesetzes zeigt sich der Handel überraschend knauserig.

Fast 70 Jahre wurde es vom Einzelhandel auf Biegen und Brechen verteidigt, ehe das Parlament im vergangenen Jahr einen Schlussstrich zog. Deutschland war danach das letzte Land in der EU, das Abschied vom Rabattgesetz genommen hatte.

Die Vorgabe verlangte, dass Händler auf ihre Waren allenfalls drei Prozent Nachlass geben durften. Eine Bestimmung, so zeigten es alljährliche Tests der Verbraucher-Zentrale NRW, die von den Kaufleuten trickreich umschifft wurde.

So drückten echte und vermeintliche Fehler den Preis etwa bei Lederwaren, so spendierten Händler satte Zugaben oder erfreuten Kunden plötzlich mit einem speziellen „Hauspreis“, der allerdings nur Feilschern gewährt wurde. Insgeamt erzielten die Tester in jedem zweiten Gespräch eine Preisreduktion von durchschnittlich zehn Prozent.

Verständlich daher, dass Verbraucherschützer stets wenig vom Rabattgesetz hielten. Der Handel dagegen befürchtete Schreckliches ohne die gesetzliche Feilschbremse: auf die Kundschaft kämen horrende Mondpreise zu, auf die es dann - wie im orientalischen Basar - kräftigen Nachlass gäbe.

Doch das Gegenteil ist der Fall. Ein Stichprobe von Verbraucher Aktuell bei 40 Händlern zeigt: Kein Rabatt beim Rabatt. Lediglich 15 mal brauchten die Tester auf die Frage: „Ist da noch was drin?“ weniger zu zahlen, als es die Preisschilder auswiesen.

Schlimmer noch aus Verbrauchersicht: Auch die Höhe des dabei eingeräumten Nachlasses tendiert nach unten. In der Stichprobe waren es im Durchschnitt nurmehr knapp acht Prozent.

Dabei ist die Bandbreite allerdings beträchtlich. Sie reichte von drei Prozent für einen 690 Mark teuren Pinienholzschränk

Test verweigerte sich nur eins. Dreimal griffen die Inhaber zum Rotstift - am kräftigsten bei einem Armreif aus Aquamarin, der statt für 7000 Mark problemlos für 6200 Mark zu haben war. Drei weitere Händler verstanden sich auf das Zugaben-Spiel: Sie legten bei einem Dammenring passende Ohrringe bei, kürzten Ketten gratis oder übernahmen bei einer Herrenuhr den ersten Batteriewechsel.

Insgesamt verzeichneten die Tester bei den 40 Händlern elf Zugaben, wobei drei zusätzlich einen Rabatt gewährten. Trotz solch positiver Beispiele bleibt allerdings: Auf das gesetzlich freigegebene Feilschen reagierten viele Verkäufer auf geradezu merkwürdige Weise. Lapidar verkündeten sie: „Wir sind angewiesen, keinen Preisnachlass zu gewähren!“

Rotstift

Rund lief es dagegen bei den Fahrrädern. In den fünf besuchten Läden gab es zweimal 100 Mark Nachlass auf ein 900 Mark-Vehikel. Drei Konkurrenten wiederum meinten, die Kundschaft mit einem 30 Mark teuren Schloss als Dreingabe zu erfreuen.

Glänzend präsentierten sich auch die Schmuckverkäufer. Von den sieben Geschäften im



Feilschen: „Ist da noch was drin?“

Foto: Dahlhoff

Gelockerter Telefonkodex

Düsseldorf (VA). Dass der Euro zum Teuro wird - dafür sorgen derzeit nach Klagen vieler Verbraucher vor allem Bäcker, Gemüsehändler und Restaurantbesitzer. Im Stillen hat nun auch die Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V., kurz FST, ihren beschiedenen Beitrag geleistet.

Der Zusammenschluss von rund 120 Telekommunikations-Firmen regelt in seinem „Verhaltenskodex“, was die Anbieter von beispielsweise 0190-Nummern ihren Kunden zumuten können. Und das ist seit dem 1. Januar deutlich mehr geworden.

Bei höheren Minutenpreisen und Blocktarifen braucht es eine Bestätigung der Anrufer durch Eingabe der Ziffern „1“ und „9“. Bislang war das Einverständnis ab fünf Mark erforderlich. Im neuen Währungszeitalter hat die FST die fünf Mark auf anbieterfreundlichere 3,01 Euro umgerechnet.

Noch toller treiben es die freiwilligen Selbstkontrolleure beim Schutz der Jugendlichen. Diese Taschengeld-Klientel liebt es bekanntermaßen, sich per 0190-Nummer mit neuen Logos und Klingeltönen für Handy einzudecken.

Für diesen Service hatte die FST eine deutliche Vorgabe: „Angebote, die zur Zielgruppe Minderjährige haben, sind nur bis zu einem maximalen Preis von 3,00 Mark je Anruf zulässig.“ Wer heute im Verhaltenskodex blättert, darf über eine neue Grenze staunen: „3 Euro je Anruf“.

Probleme? Nicht für Hans-Joachim Kruse. Der Vorsitzende der freiwilligen Selbstkontrolleure sagt unumwunden, was die meisten Bäcker, Gemüsehändler und Restaurantbesitzer nur zu denken wagen: „Das hätten wir schon viel früher machen sollen!“

**Wandelanleihen**

Spekulieren mit Fallschirm

Düsseldorf (ham). Das Jahr 2001 kann ganz sicher nicht als „Jahr des Neuen Marktes“ bezeichnet werden - dafür umso mehr als „Jahr der Wandelanleihe“.

Noch nie zuvor haben Firmen so viele Wandelanleihen ausgegeben wie im vergangenen Jahr. Mit einem weltweiten Emissionsvolumen von über 140 Milliarden US-Dollar wurde das Ergebnis von 2000 um rund 60 Prozent übertroffen. Das rege Interesse hat einen guten Grund: Wandelanleihen sind sowohl für Anleger als auch für die Unternehmen attraktiv.

Hinten dem Begriff verbirgt sich eine Variante der klassischen Unternehmensanleihe. Der Herausgeber sichert eine feste Laufzeit und einen festen Zinssatz - doch dieser liegt deutlich unterhalb der Zinsen, die es etwa auf Festgeld und

halten können. Bei steigendem Kurs besteht überdies die Chance, dass viele Inhaber ihre Wandelanleihe in neu herausgegebene Aktien tauschen. „In diesem Fall findet praktisch eine Kapitalerhöhung statt, und die Firma muss die Anleihe überhaupt nicht zurückzahnen“, erläutert Thomas Bieler.

Manko allerdings: Weil beim Umtausch neue Aktien auf den Markt kommen und damit der Gewinn pro Aktie sinkt, geben die Aktienkurse im Zuge einer Wandelanleihe-Emission meist nach.

Unternehmen können Wandelanleihen nicht nur auf eigene, sondern auch auf fremde Aktien herausgeben. So brachte beispielsweise der Allianz-Versicherungskonzern im vergangenen November eine milliardenschwere Wandelanleihe auf RWE-Aktien auf den Markt.

Machen die Inhaber von ihrem Umtauschrechtes Gebrauch, erhalten sie RWE-Papiere aus dem Beteiligungsdepot des Versicherers. „Auf diese Weise kann sich die Allianz ganz elegant und zum kalkulierbaren

Umtauschkurs

Sparbuch gibt. Als Ausgleich erhält der Anleger das Recht, die Anleihe zu einem vorher vereinbarten Kurs in Aktien des Unternehmens umzutauschen.

Beispiel Lufthansa: Im Dezember gab der Konzern eine Wandelanleihe mit zehn Jahren Laufzeit und einer jährlichen



Lufthansa: Airbag Wandelanleihe

Foto: Bilderbox

Verzinsung von 1,25 Prozent heraus. Die Inhaber der Papiere haben die Möglichkeit, diese zu einem festen Kurs von 20,16 Euro in Lufthansa-Aktien zu tauschen. Liegt der Lufthansa-Aktienkurs beispielsweise bei 25 Euro, macht der Anleihenbesitzer einen guten Schnitt: Er bekommt die Aktien für 20,16 Euro ein und verkauft sie für 25 Euro an der Börse.

Fallen die Aktienkurse, können die Inhaber der Wandelanleihe einfach abwarten, weil bei Fälligkeit der Nennwert und während der Laufzeit wenigstens die vereinbarten Minizinsen gezahlt werden.

„Damit bietet die Wandelanleihe praktisch einen Airbag in schlechten Börsenzeiten“, sagt Thomas Bieler, Finanzexperte der Verbraucher-Zentrale NRW. Bezahlten werden muss dieser Sicherheitsfaktor jedoch nicht nur mit den Mickerzinsen. Hinzu kommt, dass der fixierte Umtauschkurs zum Zeitpunkt der Emission meist zwischen zehn und 50 Prozent über dem aktuellen Kurs der Aktie liegt. In Zeiten leicht steigender Kurse haben Aktienbesitzer somit einen Renditevorsprung gegenüber den Inhabern von Wandelanleihen.

Die Gesellschaften wiederum schätzen, dass sie im Vergleich zu herkömmlichen Anleihen die Zinsen und damit die finanziellen Belastungen sehr niedrig

Festpreis von Beteiligungen trennen“, sagt Bieler.

So lange es sich bei den Herausgebern der Papiere um solide und ertragsstarke Unternehmen handelt, hält sich das Verlustrisiko für die Anleger in Grenzen. Anders hingegen, wenn es um die Bonität des Unternehmens nicht zum Besten bestellt ist.

Zahlungsfähigkeit

Wie bei einer herkömmlichen Unternehmensanleihe fallen die Kurse, wenn die Zweifel an der Zahlungsfähigkeit aufkommen und die Rückzahlung bei Fälligkeit nicht mehr gesichert ist. So mussten Anleger, die vor zwei Jahren Wandelanleihen des angeschlagenen Filmhändlers EM.TV erworben haben, bis heute Kursverluste von mehr als 50 Prozent hinnehmen.

Das Risiko lässt sich streuen, wenn entweder mehrere Titel ins Depot genommen werden oder - was bei kleineren Anlage- summen sinnvoll ist - entsprechende Investmentfonds gewählt werden. Spezielle Wandelanleihen-Fonds bieten beispielsweise die Deutsche-Bank-Tochter DWS mit dem „DWS Convertibles“, die SEB Investment mit dem „SEB Convertibles Fonds“ und die Privatbank Oppenheim mit dem „Fvs Portfolio Wandelanleihen“.

Die Gesellschaften wiederum schätzen, dass sie im Vergleich zu herkömmlichen Anleihen die Zinsen und damit die finanziellen Belastungen sehr niedrig



Abgespeckt: Geldanleger suchen verzweifelt nach deftigeren Zinsrenditen

Foto: Bilderbox

Zinsen für kurz- und mittelfristige Geldanlagen

Dünne Suppe mit ein paar Fettaugen

Düsseldorf (ham). Des einen Freud', des andern Leid: Während Bauherren und Kreditkunden von der rekordverdächtigen Niedrigzins-

phase profitieren, sind die Anleger verzweifelt auf der Suche nach halbwegs attraktiven Renditen.

Wer die Risiken von Aktien oder hochriskanten Anleihen aus Schwellenländern scheut, findet am Zinsmarkt derzeit nur ein dünnes Süppchen. „Viele Banken zahlen für Sparbücher oder Tagesgelder Zinsen, die nicht einmal die aktuelle Inflationsrate abdecken“, sagt Finanzexperte Thomas Bieler von der Verbraucher-Zentrale NRW.

Nur wenige Anbieter spendieren derzeit attraktive Zinsen für Tagesgelder. Zu den wenigen Lichtblicken zählen die Offerten der Allgemeinen Deutschen Direktbank (Diba) und der Patagon-Direktbank (vormals Santander-Direktbank). Beide bezahlen für Tagesgelder ab dem ersten Euro jeweils vier Prozent Zinsen. Besonderheit

Weil es sich bei Tagesgeldern immer um Geldanlagen mit variabler Verzinsung handelt, können die Zinsen von heute auf morgen angehoben oder gesenkt werden.

Damit ist es durchaus möglich, dass bei steigendem Marktzins eine Bank ihren vormals überdurchschnittlich hohen Tagesgeld-Zinssatz nicht erhöht oder sogar senkt. „Die Erfahrung hat gezeigt, dass es sich bei Hochzins-Angeboten oftmals um zeitlich befristete Lockvogel-Offerten handelt“, gibt Bieler zu bedenken. Habe die Bank genügend Neukunden gewonnen, würden die Zinsen wieder auf das Durchschnittsniveau gesenkt.

Wer bei Tagesgeld immer top sein will, sollte somit regelmäßig prüfen, ob seine Bank noch mit an der Spitze liegt. Der Wechsel zu einem anderen Haus ist meist problemlos machbar, weil Tagesgeldkonten üblicherweise gratis geführt werden. Damit braucht beim Wechsel nicht einmal das Konto aufgelöst zu werden - und das spart bei einer eventuellen Rückkehr lästige Formalitäten.

Selbst im Vergleich zu den Angeboten der niederländisch-türkischen Banken sind die Zinsen attraktiv. Wer bei der DHB Bank oder der UGBI-Bank sein Geld anlegt, bekommt auch nicht mehr Zinsen - aber er hat bei Summen über 20.000 Euro ein größeres Ausfallrisiko, weil die niederländische Einlagenabsicherung höhere Beträge nicht abdeckt.

Allerdings sollten sich Anleger nicht darauf verlassen, dass die Bank ihrer Wahl dauerhaft den besten Zins verrechnet.

Der Grund: Keine Niedrigzinsphase dauert ewig - und wenn die Zinsen wieder steigen, bleiben die Inhaber von festverzinsten Sparbriefen oder Festgeldkonten bis zur Fälligkeit der Anlage auf ihren niedrigen Zinsen sitzen.

Angesichts der derzeit eher unsicheren Wirtschaftslage ist es wenig wahrscheinlich, dass binnen Jahresfrist große Sprünge zu erwarten sind. Oftmals erfolgt ein Zinsanstieg im Gefolge einer kräftigen Konjunkturteiligen Erholung - und diese ist erst mittelfristig zu erwarten. „Das bedeutet für Anleger, dass eine Zinsbindung von etwa zwei bis drei Jahren eine gute Lösung ist“, meint Bieler.

Zu den besten Anbietern für diesen Zeitraum zählt derzeit die hauseigene Bank der DebeKa-Versicherung, die für zwei Jahre 3,85 Prozent und für drei Jahre 4,05 Prozent offeriert. Auch die Sparbriefe der Hanseatic-Bank liegen mit 3,5 Prozent für zwei Jahre und 3,65 Prozent für drei Jahre noch deutlich im oberen Bereich.

Ein guter Vergleichsmaßstab für die Offerten der Banken sind die Konditionen des Bundes für die zweijährigen Bundesfinanzierungsschätzungen. Bei kostenloser Depotführung durch die Bundeschuldenverwaltung (www.bsv.de) erzielt der Anleger eine Rendite von effektiv 3,35 Prozent.

Neue Urteile

EDV-Komponenten

Abgestürzter PC-Versender

Per Kleingedrucktem wollte der PC-Versandhändler die Rückgabe von „RAM-Bausteinen, Motherboards und Speichermedien“ ausschließen. Als Verstoß gegen das Fernabsatzgesetz wertete das Oberlandesgericht Dresden (Az.: 8 U 1535/01) die Klausel. Zwar verneine das Gesetz ein Widerrufsrecht des Kunden für Waren, die „auf Grund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind“. Doch sei „nicht ersichtlich“, weshalb diese Komponenten unter den Passus fallen sollten.

Pauschalreise

Einsamer Wüstenritt

Für die Kamel-Safari wünschte sich der Veranstalter mindestens vier Kunden. Tatsächlich bat die Firma zum Wüstenritt, obwohl nur zwei Urlauberinnen gebucht hatten. Die beiden erfuhren davon erst in Ägypten und bestanden auf einer sofortigen Änderung ihrer Reise („weil sie nicht fünf Tage allein mit arabischen Begleitern verbringen wollten“). Den Urlaubsräger komplettierte das Amtsgericht Idstein (Az.: 3 C 453/01). Der Kadi sah in den lediglich zwei Gästen keinen Mangel und verwarf die Forderung, den Reisepreis zu reduzieren. Das Kleingedruckte der Firma, die Reise bei weniger als vier Anmeldungen stornieren zu dürfen, berechtigte keineswegs auch die Kunden, in diesem Fall vom Vertrag zurückzutreten.

Wohneigentum

Gerangel um Thermostate

Thermostatventile an Heizkörpern in Wohneigentums-Anlagen gelten dem Oberlandesgericht Hamm (Az.: 15 W 320/00) als Aggregate, die allen gehören. Das ergebe sich bereits aus der öffentlich-rechtlichen Verpflichtung, solche Ventile zu installieren. Folge für die Gemeinschaft der Eigentümer: Sie und nicht jeder Eigentümer selbst muss für Reparatur und Ersatz aufkommen.



TFT-Schirme: Teure Gewinner

Foto: Dahlhoff

Vorteil für Flachmänner

Düsseldorf (VA). Moderne Flachbildschirme und herkömmliche Röhrenmonitore im Vergleich: „Bis auf den Preis spricht fast alles für die Flachmänner“, urteilte die Stiftung Warentest.

Die acht getesteten 15 Zoll-TFT-Flachbildschirme bieten gestochen scharfe Bilder. Sie sind zudem augenfreundlicher, sparen Energie und benötigen deutlich weniger Platz als Röhrenmonitore. Die besten Noten erhielt der Eizo Flex-Scan L365 (765 Euro).

Auch die preiswertesten TFT-Modelle Gericom 501 (450 Euro), Natcomp @schreen X15 (445 Euro) und Scott (475 Euro) stehen auf der Empfehlungsliste der Warentester. Einschränkung allerdings: Sie sind weniger vielseitig als der Sieger.

Die Bildqualität des Röhrenmonitors Sony Multiscan HMD-A 420 reicht an die der TFT-Displays heran. Er verbraucht aber viel Strom und ist mit 26 Kilogramm Gewicht der schwerste Bildschirm im Test. Preis 540 Euro.

Eine gute Figur machte auf dem Prüfstand in Berlin auch der mit 255 Euro sehr günstige Highscreen MS 1996N. Er empfiehlt sich für alle, die einen großen Monitor für einen niedrigen Preis kaufen wollen.

Die Stiftung rät, einen TFT-Monitor vor dem Kauf unbedingt „mit einem hellen und dunklen Bildschirmhintergrund auf Pixelfehler“ zu prüfen. Zwar seien diese Unregelmäßigkeiten selten, doch im Test hatten gleich zwei der acht Geräte je einen Pixelfehler.



Orgien in Pappe und Papier

Köln (W. S.). Mit viel Luft kommen Computerspiele und Lernsoftware in den Handel. Ob Monsterjagd oder Mausgeschichten

Die Euro-Box hat mit 19 mal 25 Zentimetern fast das Format einer DIN-A4-Seite. Außerdem ist der Karton beachtliche 3,5 Zentimeter hoch. Wer die Box öffnet, findet darin oftmals noch einen Plastikeinsatz - und schließlich eine einzige CD-ROM, einen millimeterdünnen silbernen Rundling mit einem Durchmesser von nicht mal zwölf Zentimetern.

Umgerechnet mehr als 1,5 Milliarden Euro gaben die Bundesbürger im vergangenen Jahr für 70 Millionen Computerspiele und Lernprogramme aus, schätzt Hermann Achilles, Geschäftsführer des Verbands für Unterhaltungssoftware Deutschland (VUD) in Paderborn. Ein Großteil davon steckte in einer Euro-Box, darunter die Steuertipps der ZDF-Redaktion WISO, das Fantasy-Spiel „Armageddon“ oder die Abenteuer der „Geheimagentin Barbie“.

Erst mit der luftigen Verpackung entstehe bei Computer-spielen und Lernsoftware auch ein „optischer Eindruck der Wertigkeit“, erläutert Achilles den Hang zur Größe. Viele Käufer entschieden sich, anders als bei einer Musik-CD, erst im Laden für Spiel und Lernsoftware, ganz nach der Devise „ist es zu klein, kann es nichts sein.“ Zudem müssten auf Verpackungen auch ausführliche System-

und Lizenzangaben untergebracht werden.

„So kommen Millionen überdimensionierter Hüllen in den Handel,“ kritisiert Björn Rik-

luftige Umhüllung nicht zu einer Müllpackung.

Denn längst gibt es Alternativen. So genannte DVD-Verpакkungen sind ebenfalls genormt



PC-Spiele: „Ist es zu klein, kann es nichts sein“ Foto: Dahlhoff

kert, Umweltexperte der Verbraucher-Zentrale NRW. Zudem die Kartons auch nicht gerade Platz sparend und kundenfreundlich bei der Archivierung seien. Allein mit zusätzlichem Inhalt, wenn beispielsweise ein dickes Handbuch in der Euro-Box stecke, werde die

und knapp halb so groß wie Euro-Boxen, werden aber von Handel und Herstellern nur zögerlich eingesetzt. Zu groß ist noch die Furcht, die Kundschaft könnte zu voluminös verpackten Produkten der Konkurrenz greifen. Bislang würden vor allem preisgünstigere Computer-

spiele und Lernsoftware in DVD-Verpackung angeboten, weiß Ute Palmer-Horn, Presse-sprecherin des Münchener Spieleherstellers Koch Media.

Zahnlos zeigt sich der Gesetzgeber, obwohl er schon seit 1998 per Verordnung fordert, Verpackungen „auf das Mindestmaß“ zu begrenzen, „das für die Sicherheit und Hygiene des Produkts“ und vor allem „für eine angemessene Akzeptanz des Verbrauchers erforderlich ist“.

Mit solch einer schwammigen Formulierung aber lasse sich nicht eine einzige überflüssige Verpackung vermeiden, moniert Verbraucherschützer Björn Rickert. Wer eine eindeutige Müllpackung in Umlauf bringe, habe laut Verpackungsverordnung kein ernsthaft Sanktion zu fürchten.

So bleibt es der Einsicht einzelner Hersteller überlassen, sich von überflüssigen Hüllen zu verabschieden. Ganz auf die Platz sparenden DVD-Verpакkungen will etwa die Unternehmensgruppe Ravensburger AG umstellen, gelobt Presse-sprecher Heinrich Hüntemann. Seine Begründung: Immer mehr „Profikäufer“ entschieden sich nicht erst im Laden für ein Computerspiel. So brauche es weniger Werbeaufwand und weniger Verpackung im Verkaufsregal.



Ferienwohnung: Versperrter Blick aufs Meer

Foto: Dahlhoff

Geheimsprache in Reisekatalogen

Rosaroter Schleier über Lärm und Schutt

Geretsried (srt). Über Unzulänglichkeiten des Urlaubs legen Veranstalter in Katalogen gern einen rosaroten Schleier. Hinter neutralen oder sogar verheißungsvollen Vokabeln, verbergen sich vielfach unliebsame Überraschungen.

Gäb's einen Nobelpreis für Euphemismus, so zählten die Verfasser von Reisekatalogen zu den aussichtsreichsten Kandidaten. Sie schaffen es, jedeweile unschöne Verfärbung, die die Erholung trübt, zu über-tünchen.

Das beginnt schon beim Start. Wer da glaubt, per „Direktflug“ garantiert ohne Unterbrechung ans Ziel zu gelangen, irrt gewaltig. So komfortabel jetzt sicher nur der Gast, der „Nonstop“ in der Beschreibung gelesen hat.

„Direkt“ dagegen kann durchaus zwei Zwischenlandungen einschließen.

Auch der so anschmeichelnde „kurze Transfer vom Flughafen“ erweist sich womöglich als Vorbote unvergesslicher Ferienhorror: Der Fachmann wittert hinter der Formulierung ein Hotel in der Einflugschneise. Und die „zentrale Lage“ der Unterkunft entschlüsselt sich fast immer als „ziemlich laut“.

Was immer ein „aufstreben-der Ferienort“ beim Blättern der Katalogseiten dahinter an Assoziationen wecken mag: So ange-kündiger Aufschwung bietet dem Gast beste Chancen, inmitten zahlreicher Baustellen aus-zuspannen. Ferien „direkt am Meer“ warnen den Kenner, dass er voraussichtlich nah einer Steilküste oder eines Hafens urlaubt. Nur die Versprechungen „direkt am Strand“ erfüllt si-cher die Vorstellungen.

Schließlich finden sich die Streifen nach wie vor auf dem Innenvlies der Windeln. Die Mischung aus Vaseline, Mineralöl, Aloe Vera Extrakt und einem Konservierungsstoff gelangt so weiterhin auf Babys Haut. Dort wirke sie „als Nässepuffer“, sagt Astrid Schmidt, Kundenberaterin im Bereich Produktsicherheit beim Pampersvertreiber Procter & Gamble in Schwalbach am Taunus.

Im Internet beteuert das Unternehmen: „Pampers sind ein wichtiger Bestandteil der Garderobe ihres Babys. Deshalb ist es wichtig zu wissen, was in Pampers steckt.“ Doch nun werden die unvermeuteten Inhaltsstoffe nur mehr klein gedruckt auf der Verpackung ausgewiesen.

Lapidare Begründung: Die Windeln seien bereits „seit einigen Jahren auf dem Markt“, deshalb ver-zichte die Firma auf den Hinweis. Statt dessen stellen die Windelmacher lieber neu entwickelte Eigen-schaften heraus: ob besondere Dehnbarkeit oder saugfähiger Oberfläche.

Monika Ernst findet das „inakzeptabel“. Denn Eltern, die diese Pampers jetzt erstmals kaufen, grif-fen ahnungslos zu einem Produkt, „dass sie wegen der Zuätzte vielleicht gar nicht möchten“.

Wenn Prospektlyriker die Wirklichkeit verklären, bestehen eher schlechte Aussichten, sich im „beheizbaren Swimmingpool“ wohl zu fühlen - sonst hieße es „beheizter“.

Voller Risiken auch die Mahlzeiten: Bei „landestypischem Frühstück“ keimt bei den Code-Verständigen der Verdacht, vor hartem Brot und dünnem Kaffee zu sitzen. Das „verstärkte Frühstück“ bereichert die karge Kost voraussichtlich nur durch ein eher hart gekochtes Ei.

Mit „internationaler Küche“ umschreiben die Katalogpoeten gern Standardkost aus der Tief-kühltruhe. Selbst das so harmlos klingende „Abendbüffet“ birgt oft Gefahr: Wer nicht Punkt 19 Uhr erscheint, steht wahrscheinlich vor leeren Schüsseln. „Zwei Sitzungen“ dürfen keineswegs als Animation zu einer Art Kon-gress-Spiel missverstanden werden. Damit wird vielmehr ange-kündigt, dass die frühen Gäste nach einer Stunde Platz machen müssen für die nächste Schicht.

Den Hinweis auf „abendliche Tanzveranstaltungen“ liest der Kenner eher als Warnung denn als Verheißung: Es erwartet ihn voraussichtlich Discolärm bis vier Uhr früh. Lautstärke ver-brämen Veranstalter gern auch mit „internationaler Atmosphäre“. Angedeutet wird damit, dass Gäste aus anderen Nationen es im Hotel schon mal hoch her gehen lassen.

Solcher Urlaub erfährt seine Vollendung, wenn das „Personal bemüht ist“ (weil es schlicht an der Ausbildung fehlt) und sich Muße einstellt, über die Bedeutung von Worten zu räsonieren - weil niemand ahnen kann, dass „unaufdringlicher Service“ für „langes Warten auf den Kellner“ steht.

Silvester in der Seniorenkaserne

Düsseldorf (VA). Werbung und Wirklichkeit - darüber haben nicht nur Reiseriesen oft eine eigene Auffassung (siehe Artikel oben). Gisela und Willi Reusch (Name geändert) haben es auch in einer privaten Wilhelmshavener „Senioren-Urlaubsresidenz“ erlebt.

Das als „Betreutes Wohnen“ im Hochglanz beworbene Angebot (14 Tage über Silvester für 5300 Mark), umschloss neben Hin- und Rückreise Vollpension (drei Mahlzeiten), selbstgebackene Seniorenbrotchen und zwei Ausflüge pro Woche. Der Jahreswechsel sollte als „gemütliches Beisammensein inkl. sämtlicher Getränke“ gefeiert werden - „mal was anderes für anspruchsvolle Menschen“.

Tatsächlich entpuppte sich die Residenz als ein Einfamilienhaus in einer Siedlung, in deren Umgebung weit und breit keine Freizeitaktivitäten für ältere Menschen möglich waren. Telefonieren durfte das Bottroper Ehepaar nur kurz bei der Ankunft, Bettenschaffen gehörte zu den Pflichten der Gäste.

Zum Frühstück und Abendbrot wurden je zwei Scheiben Brot, Wurst und Käse gereicht, mittags gab es Eintopf ohne Vor- oder Nachspeise. Die Ausflüge führten in Dorfschenken, wo ein Täschchen Kaffee getrunken werden konnte.

Nicht viel besser war das Silvesterprogramm: Die Vermieterin stellte den Fernseher an und legte sich aufs Sofa. Getränke hatte sich das Ehepaar vorausschauend selbst besorgt.

Winterdienst vor dem Kadi

Clinch um Streubreite

Düsseldorf (VA). Der Streit ums richtige vor dem Kadi. Der gibt sich mitunter auch Gassen zufrieden.

Den Bruch des ersten Len-denwindels mit Deckplatten-einbruch und Vorderkanten-absprengung hatte sich der Mann auf einem abschüssigen Privatweg zugezogen, der nur wenige Male am Tag und aus-schließlich vom Fußgängern benutzt wurde. Der Sturz auf dem vereisten Weg, so klage er vor dem Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Az.: 23 U 195/00), sei die Folge davon, dass der Besitzer mal gerade nur auf einer Breite von etwa

einem halben Meter gestreut hätte.

Breit genug, meinten jedoch die Richter und lehnten den Ausgleich der Behandlungskosten zuzüglich eines Schmerzensgeldes von rund 20.000 Euro ab. Die geringe, auf eine Person ausgelegte Streubreite sei ausreichend für Wege, die in der Regel nur we-nig begangen werden.

Vor Gericht landete eben-falls ein Hausbesitzer, obwohl er den Sand auf einer Breite

von 1,20 Meter verstreut hatte. Ein Postmitarbeiter war vor seinem Haus am nicht ge-streuten Bordsteinrand zu Fall gekommen.

Selbst Schuld, urteilte das Oberlandesgericht Nürnberg (Az.: 6 U 240/00). Bei Schnee und Glatteis könne ein Fuß-gänger grundsätzlich nicht da-mit rechnen, dass der Gehsteigrand sicher sei. Der Hausbesitzer habe daher seine Pflicht zur Verkehrssicherung nicht verletzt.

Online lässt sich auch bei Snowell (www.snowell.com) mieten. Die Gesellschaft aus Liechtenstein hat Partner in 132 Orten Deutschlands, Öster-reichs und der Schweiz. Anders als bei Intersport kann kein be-stimmtes Modell reserviert werden.

Für sechs Tage kosten Ski mit Stiefel und Stöcken in Deutsch-land und Österreich je nach Ort 89 oder 109 Euro. In der Schweiz sind überall 146 Euro fällig. Kinder (bis 6 Jahre) und Jugendliche (bis 14 Jahre) zahlen zumeist die Hälfte. Für Familien (mit zwei Kindern/Ju-gendlichen) gibt's spezielle Preise.

Auf die Schweiz beschränkt sich die Firma Swissrent (www.swissrent.com) mit knapp 50 Verleihern. Die Preise bewegen sich je nach Modell zwischen 110 und 180 Euro für sechs Tage.

Wie auch Snowell (nur für die Schweiz) offeriert Swissrent ein „Easy Abo“. Jeder der fünf übertragbaren Scheine im Gut-scheinheft berechtigt, Ski oder Board für einen Tag zu leihen. Das Abo kostet 150 Franken (102 Euro) und spart im Ver-gleich zu fünf separaten Tages-mieten 40 Franken.

Ski und Snowboard vom Verleiher

Brett per Klick

Geretsried (srt). Wer auf Leihski talwärts rasen möchte, hat's nun einfacher. Die Ausrüstung mieten.

Für Bequemlichkeit sorgen Firmen in der Schweiz, in Öster-reich und auch in Deutschland. Sie kaufen zentral ein, bestük-ken die Geschäfte vor Ort und geben Preise wie Service vor.

In Österreich finden die Pi-stenfreunde 110 Intersport-Stationen (www.intersportrent.at). Wer genau weiß, auf welchen Brettern er wedeln möchte, der kann sein Traum-Equipment schon Monate vorab im Inter-net ordern.

Bezahlt wird per Kreditkarte. Intersport bestätigt die Bu-chung auf digitalem Weg. Der Kunde drückt den PC-Beleg aus und legt den Nachweis dem Verleiher vor Ort vor.

Wer mit den Ski unzufrieden ist oder sich zur Abwechslung aufs Snowboard stellen möchte, kann problemlos wechseln - oftmals sogar direkt am Berg.

Für sechs Tage verleiht Intersport seine Bretter (inklusive Stöcke und Stiefel) ab 102 Euro.



Foto: Bilderbox

Snowboard: Surfen im Netz

Pampers

Irritation um fünf Streifen

Köln (W. S.). Pampers ist nicht gleich Pampers. In einigen der Höschenwindeln nämlich finden sich „fünf dünne längliche Streifen“ Creme: Was jahrelang deutlich auf der Verpакkung stand, „mit Lotion Care“, das vermisst Monika Ernst (Name geändert) aus Dortmund nun. Der aus ihrer Sicht „unabdingbare“ Hinweis fehlt auf den Plastikhüllen.

Schließlich finden sich die Streifen nach wie vor auf dem Innenvlies der Windeln. Die Mischung aus Vaseline, Mineralöl, Aloe Vera Extrakt und einem Konservierungsstoff gelangt so weiterhin auf Babys Haut. Dort wirke sie „als Nässepuffer“, sagt Astrid Schmidt, Kundenberaterin im Bereich Produktsicherheit beim Pampersvertreiber Procter & Gamble in Schwalbach am Taunus.

Im Internet beteuert das Unternehmen: „Pampers sind ein wichtiger Bestandteil der Garderobe ihres Babys. Deshalb ist es wichtig zu wissen, was in Pampers steckt.“ Doch nun werden die unvermeuteten Inhaltsstoffe nur mehr klein gedruckt auf der Verpackung ausgewiesen.

Lapidare Begründung: Die Windeln seien bereits „seit einigen Jahren auf dem Markt“, deshalb ver-zichte die Firma auf den Hinweis. Statt dessen stellen die Windelmacher lieber neu entwickelte Eigen-schaften heraus: ob besondere Dehnbarkeit oder saugfähiger Oberfläche.

Monika Ernst findet das „inakzeptabel“. Denn Eltern, die diese Pampers jetzt erstmals kaufen, grif-fen ahnungslos zu einem Produkt, „dass sie wegen der Zuätzte vielleicht gar nicht möchten“.

Rasche Hilfe übers Internet

Düsseldorf (VA). Unter der Adresse „www.vz-nrw.de“ bietet die Verbraucher-Zentrale NRW schnellen und kostenlosen Zugriff auf wichtige Informationen für Konsumenten. Besucht werden können Seiten zu den Sparten Bauen & Wohnen, Computer & Telekommunikation, Ernährung, Geld & Versicherung, Markt & Recht, Reise & Freizeit, Umwelt und Schule.



Körperertüchtigung: „Rechtlich nicht immer fit“

Foto: Dahlhoff

Solides Fundament

Düsseldorf (VA). Grundwissen zur Baufinanzierung vermittelt die Verbraucher-Zentrale NRW in einem dreistündigen Gruppenseminar. Zum ABC gesellen sich alternative Finanzierungswege. Teilnehmer erhalten gratis einen Hypothekenzinsvergleich (Wert: 12,75 Euro). Tagesaktuell werden darin die Kreditkosten bundesweiter und regionaler Anbieter aufgelistet. Die Teilnahme am Seminar kostet 40 Euro pro Person, eine Einzelberatung 127,80 Euro. Informationen gibt es in jeder Beratungsstelle in NRW.

Neuer Ratgeber zum Gesundheitswesen**Kunde Patient**

Düsseldorf (VA). Damit nicht nur die Experten mitreden, wenn es um Krankheit und die Rechte der Patienten beim Arzt und im Hospital geht, versucht die Verbraucher-Zentrale NRW, mit einem neuen Ratgeber Einblicke ins Gesundheitswesen zu geben. So informiert das 96-seitige Kompendium „Kunde Patient“ beispielsweise über die „Neure-

gelung der Krankenkassenwahrrechte“ und diskutiert das Für und Wider des Internethandels mit Arzneimitteln. Zudem beschäftigt es sich mit der Gendiagnostik sowie den Verträgen von Fitness-Studios („rechtlich nicht immer fit“) und wirft auch einen Blick hinter die Kulissen des Psychomarktes: „zwischen Heilsversprechen und Seriosität“.

Die Broschüre aus der Reihe „Durchblick“ kostet in den Beratungsstellen der Verbraucher-Zentrale NRW 4,80 Euro und auf dem Postweg 6,80 Euro. Die Bestelladresse: Verbraucher-Zentrale NRW, Adlersstraße 78, 40215 Düsseldorf; Fax: 0211-3809-235; Tel.: 0180 500 1433 (Mo. bis Fr. von 9.00 bis 16.00 Uhr), Internet: www.vz-nrw.de.

Beratungsstellen der Verbraucher-Zentrale

52062 Aachen (1,2,4,9,12)
Bendelstraße 37
Fax: 0241/403826
Tel: 0241/44760
E-Mail: aachen@vz-nrw.de

59227 Ahlen (2,4,10,13)
Helfstraße 8
Fax: 02382/803003
Tel: 02382/84486
E-Mail: ahlen@vz-nrw.de

52477 Alsdorf (1,2,5,6,10)
Bahnhostraße 36-38
Fax: 02404/20233
Tel: 02404/93901
E-Mail: alsdorf@vz-nrw.de

59755 Arnsberg (2,3,4,10,11,13)
Burgstraße 5
Fax: 02932/822740
Tel: 02932/27000
E-Mail: arnsberg@vz-nrw.de

50126 Bergheim (2,4,10)
Hauptstraße 108
Fax: 02271/45993
Tel: 02271/44642
E-Mail: bergheim@vz-nrw.de

51465 Bergisch Gladbach (2,4,10,11)
Paffrathstraße 29
Fax: 02202/940694
Tel: 02202/41415
E-Mail: bergisch-gladbach@vz-nrw.de

33602 Bielefeld (2,3,4,10,12,13)
Herforder Straße 33
Fax: 0521/60266
Tel: 0521/66936
E-Mail: bielefeld@vz-nrw.de

44787 Bochum (1,2,3,4,10,11)
Große Beckstraße 15
Fax: 0234/9650291
Tel: 0234/66044
E-Mail: bochum@vz-nrw.de

53111 Bonn (2,4,10,11,12)
Thomas-Mann-Str. 2-4
Fax: 0228/97 66 935
Tel: 0228/97 66 934
E-Mail: bonn@vz-nrw.de

46236 Bottrop (2,4,10,13)
Horster Straße 34
Fax: 02041/21542
Tel: 02041/29126
E-Mail: bottrop@vz-nrw.de

50321 Brühl (2,3,4,10,11)
Carl-Schurz-Str. 1
Fax: 02232/943052
Tel: 02232/48496
E-Mail: bruehl@vz-nrw.de

44575 Castrop-Rauxel (2,4,10,13)
Obere Münsterstraße 9
Fax: 02305/32261
Tel: 02305/1710
E-Mail: castrop-rauxel@vz-nrw.de

32756 Detmold (4,5,10,12,13)
Bahnhostraße 6
Fax: 05231/20765
Tel: 05231/23515
E-Mail: detmold@vz-nrw.de

46355 Dinslaken (2,4,10,11,13)
Duisburger Straße 21
Fax: 02064/71531
Tel: 02064/15379
E-Mail: dinslaken@vz-nrw.de

41539 Dormagen (2,4,10)
Unter den Hecken 1
Fax: 02133/210060
Tel: 02133/43074
E-Mail: dormagen@vz-nrw.de

46282 Dorsten (2,4,10,13)
Julius-Abramn-Str. 10
Fax: 02362/50910
Tel: 02362/44038
E-Mail: dorsten@vz-nrw.de

47137 Dortmund (1,2,3,4,10,11,12,13)
Königswall 1, Alte Post
Fax: 0231/7214588
Tel: 0231/14073
E-Mail: dortmund@vz-nrw.de

52349 Dören (2,4,10,11)
Josef-Schregel-Str. 19
Fax: 02421/503561
Tel: 02421/56810
E-Mail: dueren@vz-nrw.de

40227 Düsseldorf (1,2,3,4,7,8,10,11,12)
Heinz-Schmöle-Str. 17
Fax: 0211/725264
Tel: 0211/723596
E-Mail: duesseldorf@vz-nrw.de

47057 Duisburg (2,4,10,12,13)
Klöcknerstraße 48
Fax: 0203/362205
Tel: 0203/362249
E-Mail: duisburg@vz-nrw.de

52249 Eschweiler (5,6)
Marienstr. 7
Fax: 02403/802591
Tel: 02403/802589
E-Mail: eschweiler.pflege@vz-nrw.de

32339 Espelkamp (2,3)

50729 Euskirchen (2,4,10)
Wilhelm-Kern-Platz 1
Tel: 05772/562156

45127 Essen (1,2,4,10,11,12,13)
Kastenstraße 4
Fax: 0201/230388
Tel: 0201/225320
E-Mail: essen@vz-nrw.de

53879 Euskirchen (2,4,10)
Wilhelmstraße 37
Fax: 02251/4082
Tel: 02251/52395
E-Mail: euskirchen@vz-nrw.de

45879 Gelsenkirchen (1,2,4,10,11,13)
Luitpoldstraße 17
Fax: 0209/209666
Tel: 0209/204870
E-Mail: gelsenkirchen@vz-nrw.de

48599 Gronau (2,4,10)
Konrad-Adenauer-Str. 45
Fax: 02562/22926
Tel: 02562/22200
E-Mail: gronau@vz-nrw.de

45120 Grefrath (2,4,10,11,12,13)
Enschdener Str. 362
Fax: 02562/70217
Tel: 02562/70217
E-Mail: consumenter@euregionet.de

33320 Gütersloh (2,4,10,12,13)
Hohenholznerstr. 26
Fax: 02521/13046
Tel: 02521/13974
E-Mail: guetersloh@vz-nrw.de

58095 Hagen (2,3,4,10,11,12)
Körnerstraße 45
Fax: 02331/13401
Tel: 02331/14259
E-Mail: hagen@vz-nrw.de

59065 Hamm (1,2,4,10,11,12)
Nässauer Straße 33
Fax: 02381/2001
Tel: 02381/21898
E-Mail: hamm@vz-nrw.de

44623 Herne (2,3,4,10,13)
Freiligrathstraße 12
Fax: 02323/40048
Tel: 02323/44746
E-Mail: herne@vz-nrw.de

37671 Höxter (nur 2)
Weserstraße 17
Fax: 05271/921802
Tel: 05271/38794
E-Mail: hoexter.energie@vz-nrw.de

58636 Iserlohn (1,2,3,4,10,13)
Schützenhof 26

59174 Kamen (2,3,4,6,10,13)
Kirchstr. 7
Fax: 02307/923515
Tel: 02307/79999
E-Mail: kamen@vz-nrw.de

50676 Köln (1,2,4,10,11,12)
Neue Weyerstraße 2
Fax: 0221/2408472
Tel: 0221/2407402 o. 2407559
E-Mail: koeln@vz-nrw.de

47798 Krefeld (2,3,4,10,11,13)
Peterstraße 55-57
Fax: 02151/613416
Tel: 02151/291962
E-Mail: krefeld@vz-nrw.de

51373 Leverkusen (2,4,10,12,13)
Dönhofstr. 27
Fax: 0214/407793
Tel: 0214/407510
E-Mail: leverkusen@vz-nrw.de

32312 Lübecke (2,3,4,10,13)
Gerichtstraße 5
Fax: 05741/316087
Tel: 05741/12660
E-Mail: lubbecke@vz-nrw.de

58507 Lüdenscheid (2,3,4,10,13)
Altenstraße 5
Fax: 02351/918909
Tel: 02351/27197
E-Mail: luedenscheid@vz-nrw.de

44532 Lünen (2,3,4,5,6,10)
Kirchstraße 12
Fax: 02306/205575
Tel: 02306/18975
E-Mail: luenen@vz-nrw.de

45768 Marl (2,3,4,10,13)
Bergstraße 228-230
Fax: 02363/12006
Tel: 02363/17483
E-Mail: marl@vz-nrw.de

41236 Mönchengladbach (2,4,10,11,13)
Hugo-Preuß-Straße 9
Fax: 02166/48911
Tel: 02166/49000
E-Mail: moenchengladbach@vz-nrw.de

32423 Minden (2,3,4,10,12,13)
Großer Domhof 3
Fax: 02146/24891
Tel: 02146/84121
E-Mail: minden@vz-nrw.de

47441 Moers (2,4,10,11,13)
Unterwallstraße 5
Fax: 02841/177970
Tel: 02841/22201
E-Mail: moers@vz-nrw.de

52156 Monschau (nur 2)
Am Handwerkerzentrum 1
Fax: 02472/801533
Tel: 02472/801532
E-Mail: monschau.energie@vz-nrw.de

45468 Mülheim (2,4,10,11,13)
Hans-Böckler-Platz 1-19
Fax: 0208/32087
Tel: 0208/32025
E-Mail: muelheim@vz-nrw.de

48143 Münster (1,2,4,10,11,13)
Spickerhof 27
Fax: 0251/519240
Tel: 0251/44299
E-Mail: muenster@vz-nrw.de

46045 Oberhausen (2,4,10,11,13)
Lothringer Str. 20
Fax: 0208/290605
Tel: 0208/25109
E-Mail: oberhausen@vz-nrw.de

58636 Iserlohn (1,2,3,4,10,13)
Schützenhof 26

33102 Paderborn (2,3,4,10,11,12,13)
Grunigerstraße 2

50251 282124
Fax: 05251/281529
E-Mail: paderborn@vz-nrw.de

45657 Recklinghausen (2,4,10,13)
Königswall 14
Fax: 02361/109418
Tel: 02361/27101
E-Mail: recklinghausen@vz-nrw.de

42853 Remscheid (2,4,10)
Alleestraße 101-103
Fax: 02191/291359
Tel: 02191/293411
E-Mail: remscheid@vz-nrw.de

48431 Rheine (2,4,10)
Bahnstraße 14
Fax: 05971/12090
Tel: 05971/10100
E-Mail: rheine@vz-nrw.de

33397 Rietberg (nur 2)
Rügenstraße 1
Fax: 05244/986400
Tel: 05244/70483
E-Mail: rietberg.energie@vz-nrw.de

53721 Siegburg (2,3,4,10,11)
Nogenter Platz 10
Fax: 02241/551116
Tel: 02241/67545
E-Mail: siegburg@vz-nrw.de

57072 Siegen (2,4,10,11,13)
Morleystraße 31
Fax: 0271/3300264
Tel: 0271/331081
E-Mail: siegen@vz-nrw.de

42651 Solingen (1,2,3,4,10,11,13)
Werwolf 2
Fax: 0212/17040
Tel: 0212/17000
E-Mail: solingen@vz-nrw.de

53840 Troisdorf (2,3,4,10,11)
Wilh.-Hämmacher-Platz 24
Fax: 02241/8