

## **Falle für Gewerbler**

*Täglich gehen aggressive Anzeigenverkäufer auf Kleingewerbler los und schwatzen ihnen teure Werbeverträge auf. Viele Opfer klagen, man habe sie reingelegt.*

«Bitte umgehend zurückfaxen», steht - von Hand geschrieben - auf dem Fax, das in den letzten Monaten an Kleinfirmen ging. Wenige Minuten zuvor hatte jeweils eine Mitarbeiterin der Zürcher Firma «Incom Agentur für Stadtmarketing» angerufen: Falls keine Inserateschaltungen mehr erwünscht seien, solle man das Papier rasch unterschreiben und zurückfaxen.

Viele Gewerbler haben das gemacht - zumal eine weitere handschriftliche Bemerkung lautet: «Es erfolgen keine weiteren Anzeigen mehr. Aktion bleibt wie besprochen einmalig. Vorgang ist hiermit abgeschlossen.»

Doch Anruf und Fax waren eine Falle - wegen des Kleingedruckten: Dort steht, dass es sich beim Papier um einen Auftrag handelt - und zwar für ein Firmeninserat in einer nicht näher bezeichneten «Info-Broschüre» von Incom. Zahlreiche Opfer haben das überlesen.

Nun haben etliche Gewerbetreibende eine Rechnung über 800 bis 1200 Franken im Haus - und viele beklagen sich, man habe sie reingelegt. Sie alle hatten das Gefühl, mit der schnellen Unterschrift ein Inserat zu verhindern und Kosten zu vermeiden. Doch sie sind reingefallen, weil sie im Gegenteil - ungewollt - einen Auftrag erteilten.

Die Masche scheint erfolgreich zu sein. Der K-Tipp weiss, dass auf dem Bankkonto der Incom im Schnitt zehn Zahlungen pro Woche eingehen.

Der Incom-Geschäftsinhaber Harun Demirci weist den Vorwurf, seine Verkaufsmethode sei hinterhältig, zurück: «Bei allen Gewerbetreibenden ist vorher ein Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin von uns vorbeigegangen und hat die Sache besprochen.»

Nur: Keiner der Kleingewerbler, die sich beim K-Tipp über die Incom-Verkaufsmethode beschwert haben, kann sich an einen solchen Besuch erinnern. Zum Beispiel eine Elektrofirma aus dem Thurgau: Am Telefon sagte Incom-Chef Demirci dem K-Tipp, dort sei «eine Frau Heinze» vorbeigegangen. Der Firma selber schrieb Demirci, der «zuständige Mediaberater» habe die Sache «vor Ort» präsentiert. Doch die Inhaber der Elektrofirma bestreiten das.

Irreführende Angaben, falsche Versprechen

Dass ein Besuch stattgefunden hat, verneinen auch der Inneneinrichtungs-Spezialist Markus Moser aus Wohlen AG, der Käser Peter Egger aus Istighofen TG sowie die Karosserie-Inhaberin Marina Jufer aus Murgenthal AG.

Schriftliche Unterlagen über die angeblichen Besuche kann die Incom nicht liefern.

Dafür hat die Firma dem K-Tipp eine Broschüre geschickt, in der Anzeigen von Kleinfirmen abgedruckt sind. Sie heisst «Das Internet» und bietet auf 13 Seiten lapidare Infos über das Internet, die nichts bringen. Die restlichen 19 Seiten sind vollgestopft mit Inseraten von kleinen Betrieben aus dem ganzen schweizerischen Mittelland von Frauenfeld TG über Schiers GR bis Reinach BL.

Einer der Inserenten ist Ralph Spillmann von der Schreinerei Wenger in Reinach BL. «Das Inserat hat mir gar nichts gebracht», sagt er.

Unzufrieden äussern sich auch elf weitere Inserenten, mit denen der K-Tipp gesprochen hat. Sie sagen mehrheitlich, man habe sie hereingelegt - und das Inserat habe ihnen nichts genützt.

Incom-Chef Demirci betont, diese überregionale Broschüre sei in einer Auflage von 30000 Exemplaren gedruckt und zur Gratisverteilung an Post- und Gemeindeschaltern abgegeben worden.

Weiter sagte Demirci am Telefon zum K-Tipp, er überlege sich einen Rückzug aus diesem Geschäft.

Das wäre an sich eine gute Nachricht - doch Firmen, die Gewerbler mit Inseraten in angeblich «werbewirksamen» Publikationen übers Ohr hauen wollen, gibt es noch genug. Die Zahl dürfte irgendwo zwischen 10 und 20 liegen:

- Ähnlich wie Incom operiert der DWD Design Werbedruck Verlag aus dem deutschen Nieder-Wiesen.
- Die Admen Mediaplus AG aus Luzern verlangt rund 2000 Franken für Inserate in der Grösse 5 x 7 cm auf «Regional-Karten». Die Auflage betrage «mindestens 500 Exemplare».

K-Tipp-Leserin Lisa Monica Graf aus Wabern BE sagt, man habe sie mit irreführenden Angaben und falschen Versprechen geködert.

- Die A. C. Medien & Druckgestaltung aus Basel verlangt 1500 Franken für Anzeigen in «Informationskalendern» mit einer Auflage von «einhundert Stück».
- Praktisch wortgleich wie bei A. C. sind Verträge der Senator Marketing aus Baden AG. Hier kosten 6 x 10-cm-Inserate auf «Bereichskarten» 1500 Franken.

Zahlen, bevor das Inserat erscheint

- Auch das GMV Druck- und Grafikstudio aus Genf versucht, Kleingewerblern Inserate in «geographischen Plänen» unterzujubeln.
- Community Marketing aus Zug fragt Gewerbler am Telefon, ob ihre Anschrift noch stimme; man solle das per Fax bestätigen. Wer das bestätigt, gibt ungewollt eine Anzeige in Auftrag.

K-Tipp-Leserin Evelyne Herren aus Bremgarten AG berichtet, man habe ihr bewusst den Eindruck vermitteln wollen, sie habe es mit der seriösen Firma Publicitas zu tun. Und es gehe um die offizielle Gemeindebroschüre von Bremgarten - was aber bei Community Marketing nicht der Fall ist. Gerade solche irreführende Hinweise auf offizielle Gemeindebroschüren sind typisch für die Branche.

- Bei den aufgezählten Firmen ist immer Vorkasse verlangt - Zahltermin ist also noch vor Erscheinen des Inserats. Dies ist auch bei der Proinfo aus Lohn SO der Fall. Über diese Firma hat der K-Tipp schon 1998 berichtet: Ihre Publikationen seien inhaltlich dürftig, Inserenten fühlten sich damals verschaukelt.

- In diesem Zusammenhang noch zu erwähnen ist die Firma Media Swiss (sie hiess früher Afuag), die Einträge in einem Internet-Branchenverzeichnis verkauft. Auch hier beklagten sich Gewerbler, die Verkäufer hätten falsche Angaben gemacht (siehe K-Tipp 10/02 und 10/03).

- In Nummer 20/02 berichtete der K-Tipp über Gewerbler, die sich von der Firma Euronetcity hintergangen fühlten.

- Ein permanentes Ärgernis für Unternehmer sind die so genannten Registerhaie, die Ahnungslosen teure Einträge in nutzlosen Branchenregistern verkaufen wollen.

Die berüchtigsten Registerhaie heissen Printem, NMC-Register «für Handel und Industrie», GHI-Register «für Gewerbe, Handel und Industrie», WSC Handel- und Wirtschaftsinformation, Online-Verlag so-wie IFWP Institut für Wirtschaftspublikationen.

Nicht vorschnell unterschreiben!

Das sind wichtige Tipps für Gewerbler im Umgang mit Inserateverkäufern.

- Lassen Sie sich nicht unter Zeitdruck setzen. Seriöse Vertragsverhandlungen brauchen Zeit.

- Machen Sie keinen Termin mit Verkäufern ab, sondern lassen Sie sich Unterlagen zuschicken.

- Schliessen Sie keine Verträge per Fax ab. Unterschreiben Sie keine bereits ausgefüllten Formulare.

- Geben Sie keine Inserate in Auftrag, die im Voraus zahlbar sind. So operieren nur unseriöse Firmen. Bei seriösen Firmen ist die Rechnung erst zahlbar, wenn das Inserat erschienen ist und ein Belegexemplar vorliegt.

- Verträge sind einzuhalten. Unter Gewerbetreibenden gibt es kein siebentägiges Rücktrittsrecht, wie das Konsumenten bei Haustürgeschäften haben. Ohne finanzielle Folgen können Sie den Vertrag nur anfechten (innert einem Jahr), falls der Verkäufer Sie absichtlich irreführt hat. Kommt es dann aber zum Prozess, müssen Sie vor Gericht beweisen können, dass man Ihnen beim Vertragsabschluss etwas vorgetäuscht hat.