

Art. 23 des GvD Nr. 206/2005: Geschäftspraktiken, die unter allen Umständen als irreführend gelten

- a) die unwahre Behauptung eines Gewerbetreibenden, zu den Unterzeichnern eines Verhaltenskodex zu gehören,
- b) die Verwendung von Gütezeichen, Qualitätskennzeichen oder Ähnlichem ohne die erforderliche Genehmigung,
- c) die unwahre Behauptung, ein Verhaltenskodex sei von einer öffentlichen oder anderen Stelle gebilligt,
- d) die unwahre Behauptung, dass ein Gewerbetreibender, seine Geschäftspraktiken oder eines seiner Produkte von einer öffentlichen oder privaten Stelle bestätigt, gebilligt oder genehmigt worden seien, oder dass den Bedingungen für die Bestätigung, Billigung oder Genehmigung entsprochen worden sei,
- e) Aufforderung zum Kauf von Produkten zu einem bestimmten Preis, ohne dass darüber aufgeklärt wird, dass der Gewerbetreibende hinreichende Gründe für die Annahme hat, dass er nicht in der Lage sein wird, dieses oder ein gleichwertiges Produkt zu dem genannten Preis für einen Zeitraum und in einer Menge zur Lieferung bereitzustellen oder durch einen anderen Gewerbetreibenden bereitstellen zu lassen, wie es in Bezug auf das Produkt, den Umfang der für das Produkt eingesetzten Werbung und den Angebotspreis angemessen wäre,
- f) Aufforderung zum Kauf von Produkten zu einem bestimmten Preis und dann:
 - 1) Weigerung, dem Verbraucher den beworbenen Artikel zu zeigen, oder
 - 2) Weigerung, Bestellungen dafür anzunehmen oder innerhalb einer vertretbaren Zeit zu liefern, oder
 - 3) Vorführung eines fehlerhaften Exemplars in der Absicht, stattdessen ein anderes Produkt abzusetzen,
- g) unwahre Behauptung, dass das Produkt nur eine sehr begrenzte Zeit oder nur eine sehr begrenzte Zeit zu bestimmten Bedingungen verfügbar sein werde, um so den Verbraucher zu einer sofortigen Entscheidung zu verleiten, so dass er weder Zeit noch Gelegenheit hat, eine informierte Entscheidung zu treffen,
- h) Zusicherung des Gewerbetreibenden an den Verbraucher, nach Abschluss des Geschäfts eine Leistung in einer Sprache zu erbringen, in der er mit dem Verbraucher vor Abschluss des Geschäfts kommuniziert hat, obwohl es nicht eine Amtssprache des Mitgliedstaats ist, in dem er niedergelassen ist, und anschließende Erbringung dieser Leistung aber nur in einer anderen Sprache, ohne dass der Verbraucher eindeutig hierüber aufgeklärt wird, bevor er das Geschäft tätigt,
- i) Behauptung oder anderweitige Herbeiführung des Eindrucks, ein Produkt könne rechtmäßig verkauft werden, obgleich dies nicht der Fall ist,
- l) Präsentation von Rechten, die den Verbrauchern gesetzlich zustehen, als Besonderheit des Angebots des Gewerbetreibenden,

m) Einsatz von redaktionellen Inhalten in Kommunikationsmitteln zu Zwecken der Verkaufsförderung und Bezahlung dieser Verkaufsförderung durch den Gewerbetreibenden, ohne dass dies aus dem Inhalt oder aus für den Verbraucher erkennbaren Bildern und Tönen eindeutig hervorgehen würde, unbeschadet der Regelung des gesetzesvertretenden Dekretes vom 31. Juli 2005, Nr. 177 und späteren Änderungen,

m-bis) die Bereitstellung von Suchergebnissen als Antwort auf die Online-Suche eines Verbrauchers, ohne dass eine bezahlte Werbung oder eine spezifische Zahlung für eine bessere Platzierung eines Produkts innerhalb dieser Ergebnisse deutlich angegeben wird

n) Aufstellen einer sachlich falschen Behauptung über die Art und das Ausmaß der Gefahr für die persönliche Sicherheit des Verbrauchers oder seiner Familie für den Fall, dass er das Produkt nicht kauft,

o) Werbung für ein Produkt, das einem Produkt eines anderen Herstellers ähnlich ist, in einer Weise, die den Verbraucher absichtlich dazu verleitet, zu glauben, das Produkt sei von jenem Hersteller hergestellt worden, obwohl dies nicht der Fall ist,

p) Einführung, Betrieb oder Förderung eines Schneeballsystems zur Verkaufsförderung, bei dem der Verbraucher die Möglichkeit vor Augen hat, durch seinen Beitrag eine Vergütung zu erzielen, die hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher in ein solches System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen ist,

q) unwahre Behauptung, der Gewerbetreibende werde demnächst sein Geschäft aufgeben oder seine Geschäftsräume verlegen,

r) Behauptung, Produkte könnten die Gewinnchancen bei Glücksspielen erhöhen,

s) unwahre Behauptung, ein Produkt könne Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen heilen,

t) Erteilung sachlich falscher Informationen über die Marktbedingungen oder die Möglichkeit, das Produkt zu finden, mit dem Ziel, den Verbraucher dazu zu bewegen, das Produkt zu weniger günstigen Bedingungen als den normalen Marktbedingungen zu kaufen,

u) Behauptung, dass Wettbewerbe oder Preisausschreiben organisiert werden, ohne dass die beschriebenen Preise oder ein angemessenes Äquivalent vergeben werden,

v) Beschreibung eines Produkts als "gratis" oder "kostenfrei", obwohl der Verbraucher weitere Kosten als die Kosten zu tragen hat, die im Rahmen des Eingehens auf die Geschäftspraktik und für die Abholung oder Lieferung der Ware unvermeidbar sind,

z) Beifügung einer Rechnung oder einer ähnlichen Zahlungsaufforderung zu Werbematerialien, die dem Verbraucher den fälschlichen Eindruck vermittelt, dass er das beworbene Produkt bereits bestellt habe,

aa) fälschliche Behauptung oder Erweckung des Eindrucks, dass der Händler nicht für die Zwecke seines Handels, Geschäfts, Gewerbes oder Berufs handelt, oder fälschliches Auftreten als Verbraucher,

bb) Erwecken des fälschlichen Eindrucks, dass der Kundendienst im Zusammenhang mit einem Produkt in einem anderen Mitgliedstaat verfügbar sei als demjenigen, in dem das Produkt verkauft wird.

bb-bis) Weiterverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen an Verbraucher, wenn der Gewerbetreibende diese Eintrittskarten mit Hilfe automatisierter Mittel erworben

hat, um eine Begrenzung der Anzahl der von einer Person zu erwerbenden Eintrittskarten oder eine andere für den Erwerb von Eintrittskarten geltende Regelung zu umgehen;

bb-ter) anzugeben, dass die Bewertungen eines Produkts von Verbrauchern abgegeben werden, die das Produkt tatsächlich benutzt oder gekauft haben, ohne angemessene und verhältnismäßige Schritte zu unternehmen, um zu überprüfen, ob die Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen;

bb-quater) das Veröffentlichen falscher Kundenrezensionen oder falscher Empfehlungen oder das Bereitstellen falscher Informationen über Kundenrezensionen oder Empfehlungen in sozialen Medien, um für Produkte zu werben, oder das Anweisen einer anderen juristischen oder natürlichen Person, diese zu veröffentlichen.