Lifelong Learning

Stand: April 2014

Financial Education

Financial Education – Unterrichtsmaterialien Österreich

Fach	Klasse	Thema	Übersicht	Unterlage
Deutsch	5.	Schriftverkehr mit der Bank	UM Deutsch 5	
Deutsch	5.	Kaufvertrag	UM Deutsch 5a	verbraucherbildung.at: Achtung, Verträge!
Deutsch	5.	SEPA-Überweisung	UM Deutsch 5b	Wissen ist Manz: SEPA verbraucherbildung.at: Zaster und Moneten Keine Angst vor SEPA
Deutsch	7.	KFZ-Versicherung	UM Deutsch 7	Unterlage von Wissen ist Manz
Deutsch	8.	Berufsorientierung	UM Deutsch 8	verbraucherbildung.at: Was will ich werden
Deutsch	Oberstufe	Anleiheprospekt	UM Deutsch Oberstufe	Finanzwissen: Anleihen
Geschichte	2.	Tauschhandel	UM Geschichte 2	Politik lernen: Tauschmärkte (ab Seite 8)
Geschichte	4.	Die Bedeutung des €uros	UM Geschichte 4	ÖNB: Unterlage ÖNB: Didaktische Hinweise
Geschichte	4.	Die Geschichte der Wirtschafts- und Währungsunion	UM Geschichte 4a	ÖNB: Unterlage ÖNB: Didaktische Hinweise
Geschichte	8.	Altersvorsorge/Pension/Versicherung	UM Geschichte 8	

Geographie und Wirtschaftskunde (GWK)	2.	Richtiger Umgang mit dem Taschengeld	UM_GWK2	verbraucherbildung.at: Mein Freund, das Sparschwein Für Wünsche, Notfälle oder das Alter – Warum wir sparen
GWK	3.	Wirtschaften im privaten Haushalt	UM_GWK3	verbraucherbildung.at: Die Kassa stimmt verbraucherbildung.at: Geborgtes Geld Plus statt Minus - so habt ihr euer Geld im Griff
GWK	5.	Finanzmarkt/Wirtschaftskrise	UM_GWK5	planet-schule.de: Wie entsteht eine Finanzkrise? Politik-lernen.at: Von der Finanz- zur Wirtschaftskrise oenb.at: Die Entstehung der Finanzkrise Staatsbankrott - Kann ein Staat pleite gehen?
GWK	7.	Das eigene Leben finanzieren	UM_GWK7	verbraucherbildung.at: Alles rund ums Moped
GWK	7.	Absicherung gegen Risiken	UM_GWK7a	verbraucherbildung.at: Auf der sicheren Seite?
GWK	7.	Lohn/Gehalt	UM_GWK7b	planet-schule.de: Mona zahlt Steuern
GWK	8.	Finanzmarkt u. Vermögenslage	UM_GWK8	verbraucherbildung.at: Finanzmarkt und Vermögenslage Neue Ordnung für die Finanzmärkte

Psychologie und Philosophie (PP)	8.	Ethische Investments	UM_Philo_8	ethos-wirtschaft.de: Ethische Investment (wieder verfügbar ab Sommer 2014)
PP	8.	Fair Pay	UM_Philo_8a	planet-schule.de: Warum verdienst du mehr als ich?
PP	8.	Jugendverschuldung	UM_Philo_8b	verbraucherbildung.at: Schulden
PP	7.	Werbung und Verkaufstricks	UM_Psychol_7	verbraucherbildung.at: Werbung und Verkaufstricks

Lebenslanges Lernen

Financial Education

„Financial Education"

UNTERRICHTSMATERIALIEN FÜR:

DEUTSCH (AHS)

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

FACH & SCHULSTUFE	**Deutsch:** 9. Schulstufe (5. Klasse/Oberstufe)
UNTERRICHTSEINHEITEN	1 zu je 50 Minuten
THEMENGEBIET	**Schriftverkehr mit der Bank**
LEHRPLANBEZUG	- Textkompetenz: Textinhalt erfassen, Textsinn verstehen, den Text reflektieren und bewerten; Techniken der raschen und zielgerichteten Informationsentnahme anwenden
ANGESTREBTE KOMPETENZEN[1]	- **Die SchülerInnen sollen ...** einen Reklamationsbrief an ihre Hausbank selbstständig verfassen können (N3) die AGBs einer Bank verstehen und deren Inhalte überblicksmäßig erklären können (N2)
FÄCHERÜBERGREIFENDE KOMPETENZEN	Analysekompetenz; schriftliche Kommunikationsfähigkeit (Ausdrucksfähigkeit)
BEZUG ZU ANDEREN FÄCHERN	**Geographie & WK:** Wirtschaften im privaten Haushalt
VORGELAGERTE INHALTE IN DERSELBEN SCHULSTUFE	**Deutsch:** Analyse eines Kaufvertrages

[1] Angabe des Kompetenzniveaus (N) von 1 bis 3, wobei 1=erinnern, 2=verstehen, 3=Bearbeiten von Problemen

Lebenslanges Lernen

Financial Education

„Financial Education"

UNTERRICHTSMATERIALIEN FÜR:

DEUTSCH (AHS)

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

FACH & SCHULSTUFE	**Deutsch:** 9. Schulstufe (5. Klasse/Oberstufe)
UNTERRICHTSEINHEITEN	2 zu je 50 Minuten
THEMENGEBIET	**Kaufvertrag** Bestandteile; Kundenreklamation
LEHRPLANBEZUG	- Textkompetenz: Textinhalt erfassen, Textsinn verstehen, den Text reflektieren und bewerten; Techniken der raschen und zielgerichteten Informationsentnahme anwenden
ANGESTREBTE KOMPETENZEN[1]	- **Die SchülerInnen sollen ...** die Bestandteile eines Kauvertrages kennen (N1) die Grundlagen für das Zustandekommens eines Kauvertrages nennen und erklären können (N2) Auswirkungen eines Kaufvertrages reflektieren können (N3) eine Reklamation selbstständig formulieren können (N3)
FÄCHERÜBERGREIFENDE KOMPETENZEN	Analysekompetenz; schriftliche Textkompetenz (Ausdrucksfähigkeit)
BEZUG ZU ANDEREN FÄCHERN	**Geographie & WK:** Wirtschaften im privaten Haushalt; **Mathematik:** Grundrechenarten, Zinsrechnung
VORGELAGERTE INHALTE IN DERSELBEN SCHULSTUFE	**keine**

[1] Angabe des Kompetenzniveaus (N) von 1 bis 3, wobei 1=erinnern, 2=verstehen, 3=Bearbeiten von Problemen

ALLES AUF EINEN BLICK

Unterrichtsblock (UB):	UB Nr. 1.4
Name des UB:	„Aufgepasst!“
Themenschwerpunkte (Module):	Bearbeitung von alltagsrelevanten Problemstellungen in Bezug auf spezielle Vertrags- und Kaufsituationen; Entwickeln von praktischen Lösungsansätzen
Hauptzielsetzung des UB:	• Gezielte Auseinandersetzung mit der Vielschichtigkeit spezieller Vertrags- und Kaufsituationen • Kritisches Hinterfragen und Reflektieren des eigenen Konsumverhaltens • Stärkung der persönlichen Handlungskompetenz bei Problemstellungen • Entwickeln und Erarbeiten von praktischen Lösungsansätzen in problematischen Alltagssituationen
Möglicher Bezug in/zu folgenden Unterrichtsfächern:	Deutsch, Geografie und Wirtschaftskunde, Geschichte und Sozialkunde/politische Bildung, Haushalt und Ernährung
Dauer:	2 UE je 50 Min.
Hintergrundinfos für Lehrkräfte:	LB: Achtung Verträge! LB: Konsumenten 1 x 1 IB: Zusatzinformationen: Ein Kauf auf Pump; Reingetappt! ; Kaputt!; Hurra - Gewonnen!; Wollen Sie eine Kundenkarte?
Übergänge zu anderen UB:	UB 1.1; UB 1.2; UB 1.3; UB 3.2
Links zum UB:	**Musterbriefe und Beschwerde-Korrespondenz zum Herunterladen** **1.Verein für Konsumenteninformation (VKI):** http://www.konsument.at/cs/Satellite?pagename=Konsument/MagazinArtikel/Detail&cid=318865112598&pn=2 **2. AK-Portal:** http://www.arbeiterkammer.at/musterbriefe.htm **Robinsonliste:** werbung@wko.at **Internet-Ombudsmann:** www.ombudsmann.at

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/Innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

ALLES AUF EINEN BLICK

50`	**1. Ich weiß, was zu tun ist! - Phase 1** Ziel dieser Übung ist es, alltägliche Problemstellungen für die Schüler/innen erlebbar zu machen. Sie sollen durch Fallgeschichten angeregt werden, eigenständige Lösungen zu entwickeln und erworbenes Wissen praktisch anzuwenden. ☺ Die Schüler/innen werden in Gruppen eingeteilt und bearbeiten die Themenbereiche unwirksame Geschäfte von Minderjährigen, Fallen bei Internetgeschäften, Gewährleistung und Garantie, Gewinnzusagen und Kundenkarten.	MB: „Ich weiß, was zu tun ist!" ƷK: Ich weiß, was zu tun ist! - Arbeitsaufträge IB: Zusatzinformationen: Ein Kauf auf Pump; Reingetappt! ; Kaputt!; Hurra - Gewonnen!; Wollen Sie eine Kundenkarte?
	Ende der ersten Einheit / Pause	
50` bis 100`	**2. Ich weiß, was zu tun ist! - Phase 2** ☺ In der zweiten Unterrichtseinheit werden die Ergebnisse der Kleingruppen im Plenum vorgestellt und besprochen. *(Da diese Methode einen großen Themenbereich umfasst, ist für eine vertiefende Auseinandersetzung eine zusätzliche Unterrichtseinheit zu empfehlen.)*	

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Achtung Verträge!

Viele Vertragsabschlüsse

Im Laufe eines Konsumentenlebens spielen viele verschiedene Vertragsarten eine Rolle; das können z.B. Leasing-, Miet-, Dienstleistungs-, Versicherungs- und/oder Werkverträge sein. Der häufigste Vertragstyp ist jedoch der Kaufvertrag. Nahezu täglich werden von uns Verträge eingegangen. Bei vielen Geschäften verlaufen diese Abschlüsse und deren Durchführung reibungslos. Es kann aber auch zu erheblichen Problemstellungen diesbezüglich kommen.

Grundsätzlich gelten bei jeder Vertragspartnerin/jedem Vertragspartner die gleichen gesetzlichen Regeln. Es kann jedoch durch mangelnde Rechtskenntnisse, Unerfahrenheit oder psychologische Hemmnisse zu einer fehlenden Ausgewogenheit zwischen Unternehmen und Verbraucher/innen kommen. So können diese oftmals im alltäglichen Geschäftsleben ihre Interessen nicht im selben Maße wahrnehmen wie Unternehmen. Nahezu täglich sind Konsumentinnen und Konsumenten mit unterschiedlichen Formen von Verträgen konfrontiert. Dabei ist ihnen des öfteren nicht bewusst, dass sie sich in einer Situation befinden, in der sie einen Vertrag abschließen und dadurch eine rechtliche Verpflichtung eingehen.

Immer subtilere Werbestrategien werden eingesetzt, um Konsumentinnen und Konsumenten zu verschiedenen Kaufhandlungen zu verleiten, und mit Hilfe der modernen Medien sind potenzielle Kundinnen und Kunden mittlerweile rund um die Uhr erreichbar.

Um auf diese Unausgewogenheit zu reagieren, wurde mit dem Konsumentenschutzgesetz eine Vielzahl von Regelungen festgelegt, die auf die wirtschaftliche Unerfahrenheit von Konsumentinnen und Konsumenten eingehen und diese im Verhältnis zu Unternehmen schützen.

Was ist ein Vertrag?

Ein Vertrag kommt durch die übereinstimmende Willenserklärung (mindestens) zweier Personen zustande. Grundsätzlich ist diese einfache Definition für alle Verträge wie z.B. Kauf-, Dienst- oder Mietvertrag anwendbar. Im Speziellen bei Kaufverträgen heißt das, dass bei jedem Kauf zwei Vertragsparteien (die Händlerin/der Händler und die Käuferin/der Käufer) einen Vertrag abschließen, worin sich die eine Vertragspartei zur Leistung (Lieferung) und die andere Vertragspartei zur Gegenleistung (Zahlung) verpflichtet.

Wie kommt ein Vertrag zustande?

Ein Vertrag wird geschlossen, indem jemand ein Angebot (Offert) macht und dieses Angebot wiederum von jemandem angenommen wird. Es kann mündlich, schriftlich oder auch konkludent (= schlüssig), d.h. ohne Worte erfolgen, indem man z.B. Ware auf das Förderband einer Supermarktkasse legt. Ein Offert im rechtlichen Sinn muss inhaltlich bestimmt und rechtlich verbindlich sein. So sind z.B. die angeschriebenen Preise von Produkten, die in einem Schaufenster ausgestellt sind oder in einem Katalog angeboten werden, nicht verbindlich. Sie gelten somit im rechtlichen Sinn nicht als Angebote.

Bindungsfrist

Nach einer verbindlichen Anbotlegung ist die Anbieterin oder der Anbieter für eine bestimmte Zeit daran gebunden. Diese Bindungsfrist wird in der Regel in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) vereinbart und darf laut Konsumentenschutzgesetz weder unangemessen lang noch ungenau festgelegt werden. Wird das Anbot von der Vertragspartnerin oder dem Vertragspartner vollinhaltlich angenommen, so entsteht ein Vertrag. Weichen jedoch Angebot und Annahme voneinander ab, weil z.B. die annehmende Person den Vertrag unter anderen Bedingungen schließen möchte, dann

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Achtung Verträge!

kommt kein Vertrag zustande.
Die Annahme kann schriftlich, mündlich oder schlüssig erfolgen. Erhält die Anbotlegerin/der Anbotleger keine Annahmeerklärung innerhalb der Bindungsfrist, so ist auch in diesem Fall kein Vertrag zustande gekommen und keine rechtliche Verpflichtung gegeben.

Vertrag - mündlich/schriftlich/konkludent/elektronisch

Beim Begriff Vertrag denken viele Konsumentinnen und Konsumenten an etwas Schriftliches. Diese Vorstellung ist aber nur teilweise richtig. Tatsächlich kann ein Vertrag schriftlich abgeschlossen werden, aber es gibt auch andere Formen, wie ein Vertrag zustande kommen kann.

- ⇨ **Mündlich:** In diesem Fall wird mündlich eine Absprache getroffen.
  Beispiel: Ich gehe in ein Geschäft und sage, dass ich eine Digitalkamera kaufen will. Ich lasse mich beraten, bezahle die Kamera und bekomme dafür eine Rechnung.

- ⇨ **Schriftlich:** Bei schriftlichen Verträgen werden die Kaufbedingungen aufgeschrieben und von allen Beteiligten unterschrieben.
  Beispiel: Es wird ein Auto gekauft, alle Vereinbarungen stehen im Kaufvertrag und die Käuferin/der Käufer sowie die Händlerin/der Händler unterschreiben das Papier.

- ⇨ **Konkludent (=schlüssig):** Diese Art von Verträgen gründet auf eindeutigem oder schlüssigem Handeln. Beispiel: Ich nehme mir in einem Lebensmittelgeschäft einen Liter Milch aus dem Regal, lege ihn an der Kassa auf das Förderband, bezahle, nehme die Milch und verlasse das Geschäft.

- ⇨ **Elektronisch:** Diese Form der Verträge kommt bei Geschäften, die z.B. über das Internet abgewickelt werden, zur Anwendung.

Wer darf Verträge abschließen? Geschäftsfähigkeit

- ⇨ Bis zum 7. Geburtstag sind Kinder nicht geschäftsfähig.
- ⇨ Kinder und Jugendliche bis zum 14. Geburtstag gelten als unmündige Minderjährige und sind beschränkt geschäftsfähig. Sie dürfen altersübliche geringfügige Geschäfte tätigen.
- ⇨ Jugendliche bis zum 18. Geburtstag gelten als mündige Minderjährige und sind ebenfalls beschränkt geschäftsfähig. Sie können über geschenktes oder selbstverdientes Geld frei verfügen, solange ihr Lebensunterhalt dadurch nicht gefährdet wird.
- ⇨ Mit 18 Jahren ist man volljährig und damit voll geschäftsfähig.

AGB - Allgemeine Geschäftsbedingungen - oft „Kleingedrucktes" genannt

Größere Unternehmen wie Banken, Versicherungen, Möbelhäuser oder Elektrohandelsketten verwenden in der Regel vorformulierte Vertragsbedingungen. Diese werden als „Allgemeine Geschäftsbedingungen" (AGB) bezeichnet. Da sie oft schwer leserlich, mit blasser Schrift und Kleinstdruck zu finden sind, spricht man umgangssprachlich auch vom „Kleingedruckten".

Die Formulierungen in den AGB sind gründlich vom Unternehmen überlegt, aber nicht gerade zum Vorteil der Kundin/des Kunden.
Die AGB werden je nach Branche als Lieferbedingungen bzw. Hausordnung oder mit anderen, ähnlichen Begriffen beschrieben.
Damit AGB Gültigkeit erlangen, reicht es aus, wenn sie konkludent durch die beiden Vertragsparteien vereinbart werden.
Da in den AGB wichtige Bestimmungen, wie Zahlungsbedingungen, Kündigungsmöglichkeiten, Einschränkung der Leistungspflicht oder Preisänderungsmöglichkeiten, festgehalten

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Achtung Verträge!

sind, sollte das „Kleingedruckte" immer vor der Unterschrift genau gelesen und vor allem verstanden werden. Das ist praktisch jedoch kaum möglich, da die Formulierungen in der Regel so gestaltet sind, dass ein Laie große Mühe hat, sie zu verstehen. Dennoch sollte man bei Unklarheiten direkt bei der Geschäftspartnerin/dem Geschäftspartner nachfragen und es sich erklären lassen.

Rücktritt von Kaufverträgen

Grundsätzlich gilt, dass Verträge von beiden Vertragspartnerinnen/Vertragspartnern eingehalten werden müssen. Ein Rücktritt ist nur bei Geschäften mit so genannten „aggressiven" Verkaufspraktiken möglich. Das gilt jedoch nur für jene, die ausdrücklich im Gesetz geregelt sind, wie z.B. Vertreterbesuche in der Wohnung, Geschäfte durch Ansprechen auf der Straße, Werbefahrten oder Verkaufspartys.

Allerdings hat die Konsumentin/der Konsument kein Rücktrittsrecht, wenn sie/er selbst den Vertragsabschluss angebahnt hat.
Es kommt also darauf an, wo und unter welchen Umständen der Geschäftskontakt entstanden ist.

Grundsätzlich muss ein Rücktritt schriftlich (am besten per Einschreiben) innerhalb einer Woche ab Vertragsabschluss erklärt werden. Zur Einhaltung der Frist reicht es aus, wenn das Rücktrittsschreiben am letzten Tag der Frist abgewickelt wird, d.h., es zählt das Datum des Poststempels.

Stornierung

Wie schon erwähnt, gilt grundsätzlich, dass Verträge eingehalten werden müssen.
Die Auflösung eines Vertrages ist nur mit der Zustimmung der Vertragspartnerin/des Vertragspartners möglich. Bei einer Stornierung ist man also immer auf die Kulanz der Vertragspartnerin/des Vertragspartners angewiesen.
In der Regel wird einer Stornierung nur gegen Bezahlung einer Stornogebühr zugestimmt. Die Höhe muss zwischen den Verhandlungsparteien ausgehandelt werden. Oft findet sich diesbezüglich eine Regelung in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Anmerkungen:

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/Innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Konsumenten 1x1

Werbung

Werbung gehört zum Konsumentenalltag. Zum Teil ist sie ja auch erwünscht, aber ein Zuviel an Werbung kann sehr lästig sein.

Werbematerial „An einen Haushalt"

Wer Werbezusendungen verhindern möchte, die „an einen Haushalt" adressiert sind, kann dazu ein Formular beim zuständigen Postamt ausfüllen. Zustellungen der Gemeinde werden trotzdem übermittelt.

Adressierte Direktwerbung

Werbung, die direkt an eine Person geschickt wird, kann durch einen Eintrag in die Robinson-Liste (↑) unterbunden werden.

Robinson-Liste

Die Robinson-Liste bietet die Möglichkeit, Werbung (↑), die direkt an jemanden adressiert ist, zu verhindern. Man kann sich kostenlos beim Fachverband Werbung und Marktkommunikation, Wiedner Hauptstr. 73/2, 1040 Wien oder per Mail unter werbung@wko.at in diese Liste eintragen lassen (per Brief, Fax oder E-Mail).

Unerwünschtes Werbematerial an der Haustür

Um die Zustellung von nicht persönlich adressierten Werbematerialien (Kaufhausprospekte, Flyer, etc.) zu verhindern, kann der Aufkleber **„Bitte keine unadressierte Werbung"** an der Haus-/Wohnungstür bzw. am Briefkasten angebracht werden. An dieses Werbeverbot sollten sich Werbemittelvertreiber, Post und alternative Postdienstleister halten. Den Webeverzichtsaufkleber erhält man über eine schriftliche Bestellung unter der Adresse: „Die Werbemittelverteiler", Postfach 500, 1230 Wien, Kennwort „Bitte keine unadressierte Werbung". Ein ausreichend frankiertes Rückantwortkuvert muss beigelegt werden.

Werbefahrt

Bei Werbefahrten wird ein organisierter Ausflug damit verbunden, dass z.B. in einem Lokal bestimmte Waren vorgestellt und zum Kauf angeboten werden. Die Verkaufspraktiken sind dabei mehr oder weniger aggressiv. Von einem solchen Kauf kann innerhalb von sieben Werktagen zurückgetreten werden, da hier das Rücktrittsrecht (↑) zum Einsatz kommt. Achtung: Wenn die Werbefahrt ins Ausland führt, so gilt das ausländische Recht bezüglich Rücktritt (↑).

Unerbetene Werbung per Telefon, Fax, Mail, SMS

Als störend empfinden viele Konsumentinnen und Konsumenten auch Werbung durch Telefonanrufe, Mails, Faxe oder SMS von Unternehmen, mit denen sie vorher noch keinen Geschäftskontakt hatten. Auch gegen diese Form der unerwünschten Werbung kann man sich zur Wehr setzen. Das Telekommunikationsgesetz verbietet Telefonwerbung ohne Einwilligung der Teilnehmer/innen ebenfalls. Sie können solche unerbetenen Werbemethoden bei der Fernmeldebehörde zur Anzeige bringen. sofern man genau angeben kann, wer angerufen hat, an welchen Tag und zu welcher Uhrzeit. Dem unzulässig werbenden Unternehmen kann in der Folge eine Geldstrafe auferlegt werden.

Werbung bei der Telefonrechnung

Das der Telefonrechnung beigelegte Werbematerial wird man los, wenn man dies der in der Telefonrechnung angegebenen Gebührenstelle schriftlich bekannt gibt.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Konsumenten 1x1

Unbestellte Zusendungen

Das Gesetz regelt ausdrücklich, dass man bei Erhalt von unbestellter Ware (z.B. eines Kalenders, ...) nicht zur Rücksendung verpflichtet ist. Im Gegenteil, man darf die Sache auch wegwerfen.
Eine Ausnahme gibt es jedoch schon. Wenn man erkennt, dass die Ware irrtümlich zugestellt wurde, dann ist man verpflichtet, die Absenderin/den Absender darüber zu informieren oder die Sache zu retournieren.

Preisauszeichnung

Bei der Preisauszeichnung geht es dem Gesetzgeber vor allem um die Transparenz der Kosten für die Konsumentin/den Konsumenten. Damit Preisvergleiche möglichst einfach stattfinden können, regelt das Preisauszeichnungsgesetz, wie Informationen über Preise aussehen müssen und für welche Waren und Dienstleistungen solche Preisinformationen verpflichtend sind.
Es gibt eine breite Verpflichtung zur Grundpreisauszeichnung, was heißt, dass die meisten Waren pro Kilo, Liter, Meter oder Quadratmeter angegeben werden müssen.
Weiters ist es grundsätzlich verpflichtend, dass Preise frei eingesehen werden können. Dies gilt für Lebensmittel, Waren im Schaufenster, ausgestellte Waren im Geschäft, aber auch für Restaurants, Friseure, Fitnessstudios, ...
Alle Preise müssen inklusive der Umsatzsteuer (↑) = Bruttopreis und in Euro (Ausnahmen sind Bücher und Reisekataloge) angegeben sein.

Wenn an der Kassa in einem Supermarkt ein höherer Preis verrechnet wird, als auf dem Preisschild steht, dann hat man kein Recht auf den niedrigeren Preis. Man ist aber nicht verpflichtet, die Ware zum höheren Preis zu kaufen. Die Ware kann zurückgegeben werden.

Eine Ausnahme gibt es bei den Scannerkassen. Ein typisches Beispiel dafür ist ein Großeinkauf im Supermarkt (viele einzele Waren). Wenn man den Preis der Ware erst nach dem Zahlungsvorgang in Erfahrung bringt, dann hat man Anspruch auf den am Regal ausgezeichneten Verkaufspreis. Hier erfährt man in der Regel den Preis der einzelnen Rechnungsposten erst, wenn man die Rechnung in Händen hält.

Umsatzsteuer = Mehrwertsteuer

Mit der Umsatzsteuer wird der Austausch von Lieferungen und Leistungen (= Umsatz) besteuert. Wird der Preis inklusive dieser Steuer angegeben, so spricht man vom Bruttopreis. In Österreich beträgt der Normalsteuersatz der Umsatzsteuer 20 %. Für bestimmte Waren und Dienstleistungen gilt der ermäßigte Steuersatz in Höhe von 10 % (z.B. Lebensmittel, Wohnungsvermietung, Bücher, ...). Privatpersonen haben immer den Bruttopreis zu bezahlen.

Einschreiben

Bei Briefen, die per Einschreiben verschickt werden, muss die Absenderin/der Absender zwar mehr Porto bezahlen, allerdings erhält sie/er eine Bestätigung, dass der Brief abgeschickt wurde. Zusätzlich muss die Empfängerin/der Empfänger mit ihrer/seiner Unterschrift belegen, dass sie/er den Brief bekommen hat. Dieses Vorgehen ist besonders dann von Vorteil, wenn es um „wichtige Post" geht und das Schreiben als Beweissicherung benötigt wird.

Umtausch

Entgegen weit verbreiteter Meinung gibt es kein generelles Umtauschrecht. Im Gegenteil: Der Umtausch hängt immer von der Gefälligkeit der Händlerin/des Händlers ab. Dabei sind die jeweiligen Umtauschbedingungen des Unternehmens zu beachten. Oft findet man diese Bedingungen auf dem Kassabon, z.B. „Umtausch innerhalb der nächsten 14 Tage". Wenn das nicht der Fall ist, dann sollte man es

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/Innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

sich schriftlich von der Verkäuferin bzw. vom Verkäufer auf dem Kassabon vermerken lassen.

Fernabsatzgeschäfte

Geschäfte übers Internet sind so genannte Fernabsatzgeschäfte. Hier begegnen sich die Vertragspartner/innen nicht „von Angesicht zu Angesicht", sondern verwenden Fernkommunikationsmittel, wie beispielsweise Internet, Telefon, Kataloge oder Fax.

Verträge im Netz

Rechtsgültige Kaufverträge können über das Internet per Mausklick oder E-mail abgeschlossen werden.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) bei Fernabsatzgeschäften

Allgemeine Geschäftsbedingungen sind Standardverträge mit vorformulierten Vertragsbedingungen, die größere Unternehmen zu allen geschäftlichen Abwicklungen heranziehen.
Die Unternehmen verwenden AGB, um sich bestmöglich gegen alle denkbaren Ansprüche abzusichern.
Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) muss die Unternehmerin/der Unternehmer auf der Homepage so platzieren, dass ersichtlich ist, dass sie Vertragsinhalt sind.
Alle Vertragsbestimmungen, inklusive die AGB, müssen speicher- oder reproduzierbar zur Verfügung gestellt werden.
Damit die AGB bei einer Bestellung angewendet werden können, muss es eine Vereinbarung zwischen dem Unternehmen und der Kundin/dem Kunden geben. Das ist bereits der Fall, wenn ein Unternehmen deutlich zeigt, dass seine AGB angewendet werden und man sie vor einer Bestellung lesen und speichern kann. Dazu reicht der Link „AGB" auf der Webseite, um die Seite mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu öffnen. Wichtig! Die AGB sollten zum eigenen Schutz immer sorgfältig durchgelesen werden!

Informations- und Bestätigungspflicht bei Fernabsatzgeschäften

Vor Vertragsabschluss hat das Unternehmen eine umfassende Informationspflicht. Konsumentinnen und Konsumenten sind über folgende Punkte zu informieren:

- Name und Adresse des Unternehmens
- wesentliche Eigenschaften und der Preis der Ware bzw. der Dienstleistung
- Lieferkosten und -bedingungen
- Zahlungsbedingungen
- das bestehende Rücktrittsrecht
- Kündigungsbedingungen bei unbestimmter oder mehr als einjähriger Vertragsdauer

Diese Informationen müssen bei Vertragsabschluss bzw. während der Erfüllung vom Unternehmen noch schriftlich (oder auf einem dauerhaften Datenträger) bestätigt werden. Weiters muss diese Bestätigung die Anschrift der Niederlassung des Unternehmens enthalten, bei der Konsumentinnen und Konsumenten Beanstandungen vornehmen können, Informationen über den Kundendienst sowie Garantie-, Kündigungs- und Rücktrittsbedingungen enthalten. Hat der Unternehmer seine Informations- und Bestätigungspflichten verletzt, beträgt die Rücktrittsfrist drei Monate. Weiters ist das Unternehmen verpflichtet, die Konsumentinnen und Konsumenten umgehend zu informieren, wenn es einer Bestellung nicht nachkommen kann.

Rücktrittsrecht bei Fernabsatzgeschäften

Für die im Fernabsatz geschlossenen Geschäfte gibt es ein besonderes Rücktrittsrecht. Konsumentinnen und Konsumenten können ohne Angabe von Gründen das Rücktrittsrecht innerhalb von sieben Werktagen (Samstag und Sonntag zählen nicht) beanspruchen. Die Rücktrittsfrist beginnt mit der Lieferung der Ware, bei Dienstleistungen mit Vertragsabschluss. Es genügt, wenn die Rücktrittserklärung inner-

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

halb dieser Frist schriftlich abgesendet wird. Ein eingeschriebener Brief ist die sicherste Möglichkeit, den Zeitpunkt des Rücktritts zu belegen. Ein E-Mail reicht jedoch nicht aus. Hat das Unternehmen seine Informations- und Bestätigungspflichten verletzt, beträgt die Rücktrittsfrist drei Monate. Kommt das Unternehmen noch innerhalb dieser Frist seinen Informationspflichten nach, beginnt die siebentägige Rücktrittsfrist ab Zugang der Information. Die Kosten der Rücksendung von Waren trägt das Unternehmen, soweit nichts anderes vereinbart wurde.

Kein Rücktrittsrecht besteht für:

- ⇨ DVDs, CDs oder Software, die bereits entsiegelt wurde
- ⇨ verderblicher Ware wie z.B. Lebensmittel
- ⇨ Lieferung von Zeitschriften; eine Ausnahme ist die Bestellung von Abos
- ⇨ Bestellungen von Hauslieferungen (z.B. Pizzazustellung)
- ⇨ Freizeitdienstleistungen (Konzertkarten, Sportkurse, Flugtickets, ...)
- ⇨ Wett- und Lotteriedienstleistungen
- ⇨ Waren oder Dienstleistungen, deren Preis von der Entwicklung der Finanzmärkte abhängt, auf die ein Unternehmen keinen Einfluss hat
- ⇨ Verträge mit Banken und Versicherungen
- ⇨ Waren, die auf Wunsch maßangefertigt wurden

Lieferfristen bei Fernabsatzgeschäften

Im Fernabsatz gelten besondere Regelungen für Lieferfristen. Falls nicht anders vereinbart, hat das Unternehmen binnen 30 Tagen nach der Bestellung zu liefern. Versäumt es diese Frist, wird der Vertrag ungültig. Konsumentinnen und Konsumenten brauchen nicht extra eine Nachfrist, wie beim Verzug, setzen. Eine bereits geleistete Anzahlung ist rückzuerstatten.

Kontakt bei Fernabsatzgeschäften

Ein seriöses Unternehmen bietet eine Kontaktmöglichkeit (Telefonnummer, E-Mailadresse, ...) für Reklamationen an. Dort wird man informiert, wie und wohin die Ware zurückgeschickt werden kann und auf welchem Weg man das Geld für bereits bezahlte Ware wieder zurück bekommt.

Gewährleistung

Unter Gewährleistung versteht man den gesetzlichen Anspruch auf die Behebung eines Mangels bei einer Ware (z.B. eine Waschmaschine) oder einer Dienstleistung (z.B. eine Mopedreparatur) durch die Verbesserung (Reparatur) oder durch den Austausch einer Sache oder durch die Preisminderung oder durch die Rückzahlung des Kaufpreises gegen Rückgabe der Ware durch die Händlerin/den Händler.

Das heißt, wenn eine gekaufte Ware bereits **bei der Übergabe** (das heißt aber nicht, dass der Mangel bereits zu diesem Zeitpunkt erkennbar ist) einen Mangel hat, muss die Händlerin/der Händler die Ware entweder reparieren, sie austauschen oder sie preisreduziert weitergeben. Wenn die Reparatur oder ein Umtausch nicht möglich ist, dann bekommt man den vollen Kaufpreis zurück. Im Gegenzug muss man der Händlerin/dem Händler die Ware wieder zurückgeben.
Grundsätzlich beträgt die Gewährleistungsdauer bei beweglichen Sachen (z.B. Fahrzeuge, Fernseher, CD-Player) zwei Jahre und bei unbeweglichen Sachen (z.B. Fenster, Heizung, Bad) drei Jahre.

Hierbei gilt jedoch folgende Einschränkung: Ab dem siebten Monat nach der Übergabe muss man beweisen, dass der Mangel bereits davor bestanden hat. Das ist aber meistens recht schwer zu beweisen.
Wichtig ist, dass der Rechnungsbeleg die ge-

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/Innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Konsumenten 1x1

samte Gewährleistungsfrist aufgehoben wird, damit man allenfalls Ansprüche geltend machen kann.

Achtung! Bei Kaufhandlungen zwischen privaten Personen kann die Gewährleistung jedoch vertraglich ausgeschlossen werden.

Garantie

Die Garantie ist eine Art Werbeinstrument und eine freiwillige Zusage, für Mängel einzustehen, die in der Regel von der Herstellerin/dem Hersteller gegeben wird. Das Unternehmen kann sowohl die Länge der Frist als auch die genauen Bedingungen bestimmen. So ist es möglich, dass zwar Ersatzteile kostenlos sind, die Konsumentinnen und Konsumenten aber die Arbeitszeit der Monteurin/des Monteurs bezahlen müssen.
Die Garantie kann nur über die gesetzliche Gewährleistung (↑) hinausgehen, sie aber nicht einengen. Es gibt kein Recht auf Garantie.

Anmerkungen:

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/Innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Ich weiß, was zu tun ist!

Zeit:

- 1. Unterrichtseinheit: 50 Minuten
- 2. Unterrichtseinheit: 50 Minuten

Material:

- ✂: „Ich weiß, was zu tun ist!" - Arbeitsaufträge
- Informationsblätter: „Zusatzinformationen -
  - ⇨ Ein Kauf auf Pump
  - ⇨ Reingetappt!
  - ⇨ Kaputt!
  - ⇨ Hurra - Gewonnen!
  - ⇨ Wollen Sie eine Kundenkarte?"
- eine Auswahl an Präsentationsmaterial für die Plakatgestaltungen (Packpapier, Stifte, Kleber, etc.)

Vorbereitung:

- Die Informationsblätter und die „Ich weiß, was zu tun ist!"- Arbeitsaufträge werden entsprechend der Anzahl der Stationen kopiert und vorbereitet. Idealerweise sollten immer zwei Schüler/innen ein entsprechendes Informationsblatt und den dazugehörigen Arbeitsauftrag in Händen halten.
- Fünf Stationen mit genügend Platz zum Arbeiten werden im Klassenraum hergerichtet.
- Diese fünf Stationen sind mit den dazugehörigen Informationsblättern, den Arbeitsaufträgen und den Präsentationsmaterialien ausgestattet.

Ablauf:

1. Unterrichtseinheit - Phase 1:

- Vorerst erklärt die Lehrkraft den Ablauf der nächsten zwei Unterrichtseinheiten.
- Danach werden fünf Gruppen gebildet.
- Dies sind nun die Expertenteams, die sich jeweils an einer Station einfinden.
- Eine/r aus der Gruppe liest den Arbeitsauftrag dem restlichen Team vor. Verständnisfragen werden durch die Lehrkraft beantwortet.
- Im Anschluss daran beginnt die Kleingruppenarbeit, die Durchsicht der Informationen und das Umsetzen der gestellten Aufgaben. Dafür steht noch der Rest der Unterrichtseinheit zur Verfügung.

2. Unterrichtseinheit - Phase 2:

- Alle Expertenteams erhalten ca. zehn Minuten Zeit, um ihr Fachthema im Plenum zu präsentieren.
- Nach jeder Präsentation sollte die Möglichkeit für Verständnisfragen und eine kurze Zusammenfassung eingeräumt werden.

Lernziele / Anliegen:

- Erwerben von Fachwissen
- Stärkung der persönlichen Handlungskompetenz im Bezug auf Problemstellungen
- Eigenständiges Erarbeiten und Verstehen der Themen Geschäfte (Verträge) von Minderjährigen, Fallen bei Internetgeschäften, Gewährleistung und Garantie, Gewinnzusagen und Kundenkarten
- Auseinandersetzung mit Bearbeitungsmöglichkeiten von persönlich wichtigen Informationen und deren Beurteilung für den eigenen Lebensalltag.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Ich weiß, was zu tun ist!
Arbeitsauftrag „Ein Kauf auf Pump“

Arbeitsauftrag:	• Eine/r aus dem Expertenteam liest die Fallgeschichte und die dazugehörige Aufgabe für die Gruppe vor. • Im Anschluss daran habt ihr bis zum Ende der Unterrichtsstunde Zeit, die Aufgabe zu bearbeiten und eine Präsentation für die Klasse vorzubereiten.
Fallgeschichte:	**„Ein Kauf auf Pump“** *Sabrina ist 15 Jahre alt und macht eine Lehre als Friseurin. Sie ist im ersten Lehrjahr und erhält eine Lehrlingsentschädigung von € 292,-- pro Monat. Letzte Woche hat sich Sabrina einen lang ersehnten Traum erfüllt und einen eigenen Laptop gekauft. Da sie den Kaufpreis nicht bezahlen kann, unterschreibt sie eine Ratenvereinbarung, in der sie sich verpflichtet, elf monatliche Raten von € 150,-- zu bezahlen.* *Sabrinas Eltern haben von diesem Vertrag nichts gewusst und sind damit nicht einverstanden. Sie wollen, dass Sabrina den Kauf und somit den Kaufvertrag wieder rückgängig macht.*
Aufgaben:	**1. Lest euch das „Informationsblatt - Ein Kauf auf Pump“ gut durch und versucht Anworten auf folgende Fragen zu finden:** • Was ist ein Vertrag? • Welche Vertragsformen gibt es? • Welche Verträge/Geschäfte darf man im Alter von 14 bis 18 Jahren abschließen? • Darf Sabrina grundsätzlich eine Ratenzahlung vereinbaren? Wenn ja, warum? • Wie hoch (in Prozent) dürfte die monatliche Rate bei Sabrina sein? • Was können Sabrinas Eltern tun, um den Kauf wieder rückgängig zu machen? **2. Erstellt ein Plakat, auf dem ihr die Anworten zu den oben angeführten Fragen zusammenfasst.**

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Ich weiß, was zu tun ist!
Arbeitsauftrag „Reingetappt!“

Arbeitsauftrag:	• Eine/r aus dem Expertenteam liest die Fallgeschichte und die dazugehörige Aufgabe für die Gruppe vor. • Im Anschluss daran habt ihr bis zum Ende der Unterrichtsstunde Zeit, die Aufgabe zu bearbeiten und eine Präsentation für die Klasse vorzubereiten.
Fallgeschichte:	**„Reingetappt“** *Simon (19 Jahre) erhält unaufgefordert ein E-Mail mit der Einladung, einen Test über „Wer passt zu mir? - richtige Partnerwahl“ zu machen. Simon findet das sehr interessant und nimmt an, dass es sich hier um ein kostenloses Angebot handelt. Denn in der E-Mail steht nichts von etwaigen Kosten. So, nun klickt er auf den Link, um sich auf der Website anzumelden. Der Hinweis auf die Kosten steht sehr klein und sehr weit unten auf der Homepage, so dass Simon ihn übersieht. Dann bestätigt er noch die AGB (Allgemeinen Geschäftsbedingungen) der Firma und müsste nun ein Bestätigungs-E-Mail von der Firma über den Vertragsabschluss und die anfallenden Kosten von € 57,-- erhalten. Das bekommt er nicht. Simon macht voller Begeisterung den Test, ist aber über das Ergebnis sehr enttäuscht. Er weiß leider nicht mehr über seine Traumfrau, dafür erhält er vier Tage nach dem Test eine Rechnung über € 57,--.*
Aufgaben:	**1. Lest euch das „Informationsblatt - Reingetappt!“ gut durch und versucht Antworten auf folgende Fragen zu finden:** • Was denkt ihr, wovon hat sich Simon verführen lassen? Warum ist er in diese Falle getappt? • Wen kann Simon um Hilfe bitten? • Muss Simon die € 57,-- bezahlen? • Was muss er noch tun? • Auf was hätte Simon vorher aufpassen sollen? -> (fünf Tipps gegen Gratis-Fallen - siehe Punkt 2) **2. Erstellt ein Plakat mit den fünf wichtigen Tipps gegen Gratis-Fallen im Internet.**

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/Innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Ich weiß, was zu tun ist!
Arbeitsauftrag „Kaputt!“

Arbeitsauftrag:	• Eine/r aus dem Expertenteam liest die Fallgeschichte und die dazugehörige Aufgabe für die Gruppe vor. • Im Anschluss daran habt ihr bis zum Ende der Unterrichtsstunde Zeit, die Aufgabe zu bearbeiten und eine Präsentation für die Klasse vorzubereiten.
Fallgeschichte:	**„Kaputt!“** *Asan hat zu seinem 14. Geburtstag von seinen Eltern den lang ersehnten MP3-Player um € 149,-- bekommen. Doch bereits drei Wochen später geht er nicht mehr. Nichts bewegt sich mehr. Asan ärgert sich sehr und geht mit der Rechnung des MP3-Players und dem kaputten MP3-Player zum Händler. Sein Vater begleitet ihn. Der Händler versucht vorerst Asan und seinen Vater abzuwimmeln und sie an den Hersteller des MP3-Players zu verweisen. Außerdem unterstellt er Asan, dass er nicht gut auf den MP3-Player aufgepasst hätte. Asan und sein Vater lassen sich nicht so einfach einschüchtern und verweisen auf ihren Gewährleistungsanspruch. Schlussendlich tauscht der Händler Asans mangelhaften MP3-Player gegen einen neuen aus.*
Aufgaben:	**1. Lest euch das „Informationsblatt - Kaputt!“ gut durch und versucht Anworten auf folgende Fragen zu finden:** • Was versteht man unter Gewährleistung und was unter Garantie? Wo liegt der Unterschied? • Was kann Asan wegen des kaputten MP3-Players vom Händler verlangen? • Wie lange hat Asan Anspruch auf Gewährleistung bei seinem MP3-Player? • Warum wird es schwierig, wenn der MP3-Player erst nach sieben Monaten kaputt geht? **2. Erstellt ein Plakat mit den Antworten zu obigen Fragen und entwickelt ein kurzes Rollenspiel:** • Spielt die Fallgeschichte von Asan nach. Ihr könnt den Personen, wenn ihr wollt, andere Namen (z.B: Yasmin, Lucas, die Mutter,...) geben. • Die Händlerin oder der Händler sollte es den anderen Spieler/innen nicht leicht machen, den Gewährleistungsanspruch durchzusetzen. • Die anderen beiden Rollenspieler/innen sollen jedoch zeigen, dass sie über ihre Rechte, was die Gewährleistung angeht, Bescheid wissen.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Ich weiß, was zu tun ist!
Arbeitsauftrag „Hurra - Gewonnen!“

Arbeitsauftrag:	• Eine/r aus dem Expertenteam liest die Fallgeschichte und die dazugehörige Aufgabe für die Gruppe vor. • Im Anschluss daran habt ihr bis zum Ende der Unterrichtsstunde Zeit, die Aufgabe zu bearbeiten und eine Präsentation für die Klasse vorzubereiten.
Fallgeschichte:	**„Hurra - Gewonnen!“** *Yasmin erhält mit dem neuesten Versandhauskatalog einen Brief mit einem Rubbel-Los. Wenn beim Aufrubbeln eine Palme erscheint, wird eine tolle Reise in die Karibik für zwei Personen versprochen. Yasmin hat Glück! Sie hat die Palme freigerubbelt! Sie schickt, wie verlangt, das Los und zusätzlich eine Bestellung von € 129,-- für neue Klamotten ans Versandhaus. Nachdem sechs Wochen vergangen sind, ruft Yasmin beim Versandhaus an und fragt nach, wo denn ihr versprochener Gewinn bleibt. Die freundliche Dame am Telefon erklärt Yasmin, dass sie offensichtlich das Kleingedruckte auf der Rückseite des Versandhauskuverts übersehen hat. Da steht nämlich, dass Yasmin durch das Einsenden des Loses nur an der Ziehung des Hauptgewinnes am 31.10. teilnimmt. Yasmin ist sehr enttäuscht und ärgert sich, dass sie noch dazu um € 129,-- Sachen eingekauft hat.*
Aufgaben:	**1. Lest euch das „Informationsblatt - Hurra - Gewonnen“ gut durch und versucht Anworten auf folgende Fragen zu finden:** • Was denkt ihr, wodurch hat sich Yasmin zu einer Bestellung von € 129,-- verführen lassen? **2. Erstellt ein Plakat über das Thema Gewinnzusagen. Folgende Punkte sollten enthalten sein:** • Was will ein Unternehmen mit Gewinnzusagen bezwecken? • Mit welchen Formen von Gewinnzusagen hat man am häufigsten zu tun? • Welche Probleme können dabei auftauchen? • Was kann man tun, wenn man keine weitere Werbung zugeschickt bekommen möchte?

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Ich weiß, was zu tun ist!

Arbeitsauftrag „Wollen Sie eine Kundenkarte?“

Arbeitsauftrag:	• Eine/r aus dem Expertenteam liest die Fallgeschichte und die dazugehörige Aufgabe für die Gruppe vor. • Im Anschluss daran habt ihr bis zum Ende der Unterrichtsstunde Zeit, die Aufgabe zu bearbeiten und eine Präsentation für die Klasse vorzubereiten.
Fallgeschichte:	**„Wollen Sie eine Kundenkarte?“** *Sandra und Ivana gehen in einen Fachmarkt für Drogerie- und Haushaltsartikel, da sie sich ein paar Lidschatten und Nagellacke kaufen möchten. An der Kassa werden sie von der netten Kassierin gefragt, ob sie eine Kundenkarte haben möchten. Sie zählt ihnen die vielen Vorteile auf und zwei Minuten später füllen die beiden jungen Damen schon bereitwillig das Antragsformular aus. Hier müssen sie in den vorgegebenen Kästchen ihren Namen, die Adresse, das Geburtsdatum, Handy- und Festnetznummer, mit wie vielen Personen sie im Haushalt leben und wie viele davon Kinder sind, ob sie ein Haustier besitzen, welches und wie groß, alt und schwer es ist, schreiben. Und nach ihrer E-Mail-Adresse werden sie auch gefragt. Die Kassierin bedankt sich und die Kundenkarten werden ihnen demnächst zugeschickt.*
Aufgaben:	**1. Lest euch das „Informationsblatt - Wollen Sie eine Kundenkarte?“ gut durch und versucht Anworten auf folgende Fragen zu finden:** • Welche Daten haben Sandra und Ivana von sich preisgegeben? • Was denkt ihr, was die Firma mit den Daten macht und warum sie Kundenkarten ausstellt? • Was kann die Firma alles aus den Daten herauslesen? • Was denkt ihr, wer hat mehr Vorteile: die Firma oder Sandra und Ivana? **2. Entwickelt ein kurzes Rollenspiel:** • Spielt die Fallgeschichte von Sandra und Ivana nach. • Die beiden jungen Damen oder jungen Herren sollen die Kassiererin/den Kassier genau befragen, was für Vorteile sie durch die Kundenkarte tatsächlich haben und welche Daten sie ausfüllen sollen. • Die Kassierin/der Kassier versucht die beiden zu überreden, ***alle*** Daten ***sofort*** auszufüllen.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zusatzinformationen „Ein Kauf auf Pump“

Was ist ein Vertrag?

Ein Vertrag kommt durch die übereinstimmende Willenserklärung (mindestens) zweier Personen zustande.
Dass heißt, dass bei jedem Kauf zwei Vertragsparteien (die Händlerin/der Händler und die Käuferin/der Käufer) einen Vertrag abschließen, worin sich die eine Vertragspartei zur Leistung (Lieferung) und die andere Vertragspartei zur Gegenleistung (Zahlung) verpflichtet.

Vertrag - mündlich/schriftlich/konkludent/elektronisch

Beim Begriff Vertrag denken viele an etwas Schriftliches. Diese Vorstellung ist aber nur teilweise richtig. Tatsächlich kann ein Vertrag schriftlich abgeschlossen werden, aber es gibt auch noch andere Formen, wie ein Vertrag zustande kommen kann.

- **Mündlich:** In diesem Fall wird mündlich eine Absprache getroffen.
  Beispiel: Ich gehe in ein Geschäft und sage, dass ich einen MP3-Player kaufen möchte. Ich lasse mich beraten, bezahle den MP3-Player und bekomme dafür eine Rechnung.

- **Schriftlich:** Bei schriftlichen Verträgen werden die Kaufbedingungen aufgeschrieben und von allen Beteiligten unterschrieben.
  Beispiel: Es wird ein Laptop gekauft. Alle Vereinbarungen darüber stehen im Kaufvertrag und die Käuferin/der Käufer sowie die Händlerin/der Händler unterschreiben das Papier.

- **Konkludent:** Diese Art von Verträgen kommt durch eindeutiges oder schlüssiges Handeln der Käuferin/des Käufers zustande.
  Beispiel: Ich nehme mir in einem Lebensmittelgeschäft einen Liter Milch aus dem Regal, lege ihn an der Kassa auf das Förderband, bezahle, nehme die Milch und verlasse das Geschäft.

- **Elektronisch:** Diese Form der Verträge kommt bei Geschäften, die z.B. über das Internet abgewickelt werden, zur Anwendung.

Wer darf Verträge/Geschäfte abschließen? = Geschäftsfähigkeit

- **Bis zum 7. Geburtstag** können Kinder keine Verträge abschließen. Eine Ausnahme stellen kleinere Geschäfte, die für dieses Alter typisch sind, wie z.B. der Kauf einer Schokolade oder von Panini-Stickern, dar.

- Auch **Kinder und Jugendliche bis zum 14. Geburtstag** dürfen solche Geschäfte machen und außerdem Geschenke annehmen, die für sie vorteilhaft, das heißt mit keinen Kosten verbunden sind. Das heißt, ein Haustier darf nicht angenommen werden, da Kinder in diesem Alter nicht für die Futterkosten aufkommen können. Schließen Kinder und Jugendliche bis zum 14. Geburtstag dennoch ein darüber hinausgehendes Geschäft ab, so ist dieses schwebend unwirksam. Der Vertrag wird erst mit Zustimmung der gesetzlichen Vertreterin/des gesetzlichen Vertreters wirksam.

- **Jugendliche im Alter zwischen 14 bis 18 Jahren** dürfen selbständig Verträge im eingeschränkten Maße abschließen. Das heißt, dass sie über geschenktes oder selbstverdientes Geld (z.B. Ferialjob) sowie ihr Taschengeld grundsätzlich frei verfügen können, so lange ihr Lebensunterhalt dadurch nicht gefährdet wird. Das heißt, es muss genug Geld z.B. für das

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zusatzinformationen „Ein Kauf auf Pump“

Essen, das Wohnen oder für öffentliche Verkehrsmittel übrig bleiben.

⇨ **Bei allen anderen Verträgen, die darüber hinausgehen, wird die Unterschrift der Erziehungsberechtigten benötigt!!! Ohne diese Unterschrift oder eine mündliche Zustimmung eines Erziehungsberechtigten sind Verträge in der Regel unwirksam und können rückgängig gemacht werden. Es gibt jedoch auch die Möglichkeit, dass die Eltern dem Vertrag nachträglich zustimmen und dadurch das Geschäft wirksam ist.**

⇨ **Mit 18 Jahren** ist man volljährig und damit voll geschäftsfähig. Das heißt, man darf völlig alleine entscheiden, welche Verträge man eingehen und unterschreiben möchte. Im Gegenzug muss man die volle Verantwortung für sein Tun und die Konsequenzen daraus tragen. Denn gerade junge und unerfahrene Erwachsene sind oft Ziel von Keilerinnen/von Keilern aller Art.

Was ist nun mit Sabrinas Kaufvertrag und der Ratenvereinbarung?

Sabrina ist 15 Jahre und kann grundsätzlich einen Kaufvertrag mit Ratenvereinbarung abschließen, da sie ein regelmäßiges Einkommen (monatliche Lehrlingsentschädigung als Friseuin € 292,--) hat.
Ein Gericht in Österreich hat aber entschieden, dass Jugendliche im Alter zwischen 14 und 18 Jahren, die über ein eigenes Einkommen verfügen, nur **ca. 30 Prozent** von ihrem Geld pro Monat für eine Ratenzahlung verwenden dürfen. Wenn noch dazu kommt, dass die Vertragslaufzeit sehr lang ist, z.B. 24 Monate, dann kann dieser Prozentsatz sogar auf 10% heruntergesetzt werden.

In Sabrinas Fall heißt das:

⇨ Sabrina kann/darf nur einen Vertrag unterschreiben mit einer maximalen Ratenvereinbarung von € 87,-- (30% von € 292,--) pro Rate/pro Monat. Da die Rate von € 150,-- deutlich zu hoch ist, ist der Vertrag unwirksam. Für diesen Vertrag bräuchte Sabrina die Unterschrift oder die mündliche Zustimmung ihrer Eltern. Ihre Eltern sind aber dazu nicht bereit.

Was können nun Sabrinas Eltern tun?

⇨ Wenn sich Sabrinas Eltern nicht ganz sicher sind, was sie tun können, dann ist es wichtig, sich vorher bei einer Konsumentenberatungsstelle über eine mögliche Vorgangsweise zu erkundigen.
⇨ Um dieses Geschäft wieder rückgängig zu machen, müssen ihre Eltern einen eingeschriebenen Brief an das Unternehmen schicken, in dem sie das Geschäft für unwirksam erklären. Entsprechende Musterbriefe kann man sich im Internet von den Konsumentenschutzorganisationen herunterladen.

WICHTIG bei Verträgen!

⇨ Grundsätzlich gilt, dass Verträge von beiden Vertragspartnerinnen/Vertragspartnern eingehalten werden müssen.
⇨ **Die eigene Unterschrift unter einem Vertrag ist nie eine reine Formsache! „Was ich unterschrieben habe, muss ich einhalten! Auch, wenn vorher jemand etwas anderes diesbezüglich behauptet hat.“**
⇨ Den Vertrag immer vor der Unterschrift genau durchlesen. Wenn etwas nicht verstanden wird, genau nachfragen. Gegebenenfalls jemanden (z.B. die Eltern) zu Rate ziehen.
⇨ Zeit lassen bei wichtigen Entscheidungen. Einmal darüber schlafen macht Sinn.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zusatzinformationen „Reingetappt!“

Vorsicht bei kostenlosen Testzugängen und Gratis-Angeboten

Heute locken viele Internetseiten mit Gratis-Angeboten. Von Gratis-SMS über Hausübungshilfen bis hin zu IQ-Tests - praktisch fast alles ist gratis im Internet zu finden. Leider ist das oft eine Falle.

Die Falle - das dahinter liegende System

- ⇨ Meistens reicht eine einfache Registrierung unter Angaben ein paar persönlicher Daten aus, um in die Falle zu tappen.
- ⇨ Durch die Hektik, mit der die meisten Menschen Internetseiten überfliegen, haben sie vergessen, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) oder die Teilnahmebedingungen zu lesen, in denen meist sehr klein, im „Kleingedruckten“, auf ein kostenpflichtiges Abo hingewiesen wird.
- ⇨ Oft flattert wenige Tage nach der Registrierung eine Rechnung oder eine Zahlungsaufforderung von einem Inkassobüro ins Haus.

Die Pflichten der Anbieterin/des Anbieters

- ⇨ Sie/Er muss auf ihrer/seiner Website unter anderem über Firmendaten, Kontaktmöglichkeiten und deutlich über den Preis informieren.
- ⇨ Vor Vertragsabschluss, also vor der Anmeldung, muss die Kundin/der Kunde über die Gesamtkosten des Angebots, den genauen Leistungsinhalt und über das in der Regel bestehende Rücktrittsrecht informiert werden.
- ⇨ Diese Informationen müssen rechtzeitig bei oder während der Erfüllung und schriftlich, in der Regel in einem Bestätigungsmail, der Kundin/dem Kunden übermittelt werden.
- ⇨ Sollte das nicht ordnungsgemäß passieren, dann verlängert sich das Rücktrittsrecht.

5 Tipps gegen Gratis-Fallen

1. Misstrauisch sein!

⇨ Stets bei Gratis-Angeboten und Gewinnspielen misstrauisch sein. Es ist selten wirklich etwas gratis. Oft handelt es sich um Lockangebote, bei denen später laufende Kosten entstehen.

2. Alles genau lesen!

⇨ Immer die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Anbieterin/des Anbieters genau durchlesen, bevor man sie bestätigt. Oft versteckt sich darin eine Verpflichtung, ein kostenpflichtiges Abo zu erwerben. Wichtig ist, speziell auf angegebene Fristen und eventuell entstehende Kosten zu achten.

3. Vetragsabschluss und wichtige Infos immer speichern oder drucken

⇨ Wichtig ist, durch Speichern oder Drucken wichige Informationen und den Vertragsabschluss zu sichern, damit man im Streitfall eine Kopie zur Verfügung hat.

4. Niemals persönliche Daten angeben!

⇨ Wenn man unverbindlich einen Online-Dienst testen möchte, niemals die persönlichen Daten angeben.

5. Storno nur per Post und eingeschrieben!

⇨ Wenn man versehentlich eingegangene Verträge (kostenpflichtige Anmeldungen) beziehungsweise unerwünsche Verträge wieder stornieren möchte, dann immer per Post mit einem eingeschriebenen Brief. Eine Kopie und die Einschreibebestätigung aufheben.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/Innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zusatzinformationen „Reingetappt!“

Was ist nun mit Simon? Muss er seine Rechnung bezahlen?

Simon hat sich Informationen beim Internet Ombudsmann (www.ombudsmann.at) und bei einer Konsumentenschutzorganisation geholt. Diese haben ihm empfohlen, die Rechnung vorerst nicht einzuzahlen.

Was soll er noch tun?

Weiters soll Simon einen eingeschriebenen Brief mit dem Hinweis, dass von ihm kein wissentlicher Vertrag geschlossen wurde und er auch keine schriftliche Auftragsbestätigung diesbezüglich von der Firma bekommen habe, an die Firma schicken. Ein Musterschreiben dafür bekommt er von der Konsumentenschutzorganisation zur Verfügung gestellt. Die Kopie dieses Briefes und die Einschreibebestätigung der Post hebt sich Simon gut auf, damit er beides im Streitfall vorlegen kann. Simon hat Glück und hört von dieser Firma nichts mehr.

Was hätte Simon vorher tun sollen?

Simon hätte die fünf Tipps gegen die Gratis-Internetfallen lesen und ernst nehmen sollen. Nicht immer gehen solche Angelegenheiten so glimpflich aus.

Eines noch!

Wenn Jugendliche (zwischen 14 und 18 Jahren) teure Verträge im Zusammenhang mit Internetangeboten eingegangen sind, dann sind diese in der Regel ungültig, denn es wird die Zustimmung eines Erziehungsberechigten benötigt.
Wenn so ein Problem auftaucht, dann immer eine Konsumentenschutzorganisation oder den Internet - Ombudsmann zu Rate ziehen.

Anmerkungen:

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/Innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zusatzinformationen „Kaputt!“

Was versteht man unter Gewährleistung?

Unter Gewährleistung versteht man den **gesetzlichen Anspruch** bei Mangelhaftigkeit einer Ware (z.B. einer Waschmaschine) oder einer Dienstleistung (z.B. einer Mopedreparatur) auf

- ⇨ Verbesserung = Reparatur
- ⇨ Austausch
- ⇨ Preisminderung
- ⇨ Rückzahlung des Kaufpreises gegen Rückgabe der Ware

durch die Händlerin/den Händler.

Das heißt, wenn eine gekaufte Ware bereits **bei der Übergabe** einen Mangel hat (das heißt aber nicht, dass der Mangel bereits zu diesem Zeitpunkt erkennbar ist), muss die Händlerin/der Händler die Ware entweder reparieren, sie austauschen oder eine Preisreduzierung gewähren. Wenn die Reparatur oder ein Austausch nicht möglich sind, dann bekommt man den vollen Kaufpreis zurück, außer bei geringfügigen Mängeln (z.B. kleine Kratzer). Im Gegenzug muss man der Händlerin/dem Händler die Ware wieder zurückgeben.

Wie lange beträgt die Gewährleistungsfrist?

Grundsätzlich beträgt die Gewährleistungsdauer bei beweglichen Sachen (z.B. Fahrzeuge, Fernseher, CD-Player) zwei Jahre und bei unbeweglichen Sachen (z.B. Fenster, Heizung, Bad) drei Jahre.

Wichtig zu wissen!

Hierbei gilt jedoch folgende Einschränkung. Ab dem siebten Monat nach der Übergabe muss man beweisen, dass der Mangel bereits bei der Übergabe bestanden hat. Das ist meistens recht schwer zu beweisen.
Wichtig ist, dass der Rechnungsbeleg die gesamte Gewährleistungsfrist aufgehoben wird, damit man allenfalls Ansprüche durchsetzen kann.

Achtung! Bei Kaufhandlungen zwischen privaten Personen (z.B. bei einem privaten Mopedkauf) kann die Gewährleistung vertraglich ausgeschlossen werden.

Garantie

Die Garantie ist eine Art Werbeinstrument und eine **freiwillige Zusage**, für Mängel einzustehen, die in der Regel von der Herstellerin/vom Hersteller gegeben wird. Das Unternehmen kann sowohl die Länge der Frist als auch die genauen Bedingungen bestimmen. So ist es möglich, dass zwar Ersatzteile des Mopeds kostenlos sind, die Mopedbesitzerin oder der Mopedbesitzer aber die Arbeitszeit der Monteurin/des Monteurs bezahlen muss.
Die Garantie kann nur über die gesetzliche Gewährleistung hinausgehen, sie aber nicht einengen. Es gibt kein Recht auf Garantie.

Was kann Asan wegen seines kaputten MP3-Players tun?

- ⇨ Vorerst ist es wichtig, dass Asan die Originalrechnung seines Geräts hat. Für die Reklamation benötigt er sie, um zu beweisen, dass er diesen Artikel zu einem bestimmten Preis und Zeitpunkt bei dieser Firma gekauft hat.
- ⇨ Außerdem ist es sinnvoll, seinen Vater oder eine andere erwachsene Person seines Vertrauens als Unterstützung zu diesem Gespräch mitzunehmen.
- ⇨ Asan hat Anspruch auf eine Reparatur oder den Austausch seines MP3-Players. Wenn das nicht möglich ist, weil es z.B. das gleiche Gerät nicht mehr gibt, dann muss Asan das Geld von der Händlerin/vom Händler zurück bekommen. Im Gegenzug muss Asan den kaputten MP3-Player zurückgeben. Außer die Verkäuferin/der Verkäufer kann Asan beweisen, dass er das Gerät kaputt gemacht hat, dann kann Asan keinen Anspruch geltend machen.
- ⇨ Grundsätzlich beträgt die Gewährleistungsfrist bei seinem Gerät zwei Jahre, da es sich um eine bewegliche Sache handelt.

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/Innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zusatzinformationen „Hurra - Gewonnen!“

„Sie haben gewonnen!“

Gewinnspiele sind eine Form von Werbung. Durch das Versprechen, toller Sachpreise wie ein nagelneues Cabrio oder eine große Summe Bargeld zu gewinnen, machen Firmen auf sich und auf ihre Produkte aufmerksam.
Oft sind diese Gewinnspiele Beilagen zu Versandhauskatalogen oder Prospekten.
Der Empfängerin/dem Empfänger wird nahe gelegt, zugleich mit der Anforderung des Gewinns eine Bestellung aufzugeben. In einem solchen Fall ist es besonders wichtig, derartige Angebote zu überprüfen, denn oft zeigt sich, dass andernorts die Ware preisgünstiger ist und/oder eine bessere Qualität hat und man damit nicht wirklich den „großen“ Gewinn macht.

Es gibt aber seriöse und unseriöse Gewinnspiele.

Seriöse Gewinnspiele

Bei diesen muss aus den Gewinnspielunterlagen genau ersichtlich sein, dass man nur an einer Verlosung teilnimmt und die Gewinnchancen vom Zufall abhängen. Diese Form der Gewinnspiele ist grundsätzlich unbedenklich. Überlegen sollte man sich aber, ob man all den Unternehmen seine persönlichen Daten weiter geben möchte, denn damit ist es sehr wahrscheinlich, dass in Zukunft unzählige Werbematerialien im Postkasten landen.

Vorsicht! Unseriöse Gewinnspiele

⇨„Sie sind der glückliche Gewinner von 100.000 Euro!“

Wenn bei einem Gewinnspiel so getan wird, als wäre man bereits die Gewinnerin/der Gewinner, dann sollte man misstrauisch werden. Wer in seinem Glückstaumel den Gewinn anfordert und damit auch gleich eine Warenbestellung macht, verhilft dem Unternehmen zu einem guten Geschäft.
Der versprochene Gewinn lässt auf sich warten, die bestellte Ware wird jedoch prompt geliefert.
Fordert man den Gewinn ein, wird man dann meistens von der Firma aufmerksam gemacht, dass man das Kleingedruckte an einer unmöglichen Stelle, z.B. auf der Innenseite des Briefumschlages, nicht gelesen hat und man ja nur an der Endverlosung teilnimmt.

⇨„ Liebe Frau Mayr, rufen Sie sofort Ihr Glückstelefon 09xx/... an!“

Besonders aufpassen muss man bei Nummern, die mit der Vorwahl 0900, 0901, 0930, 0931, 0804, 0810, 0820, 118 (118 = eine deutsche Mehrwertnummer) anfangen. Dahinter verstecken sich Mehrwertnummern, das heißt, für das Gespräch, das ich führe, muss ich zusätzliche Kosten zahlen. € 4,-- pro Minute sind keine Seltenheit. Meistens läuft das so ab, dass man unendlich lang in einer Warteschleife hängt, bis man zu seinem vermeintlichen „Glückstelefon“ kommt. Denn damit machen diese Unternehmen ihr Geld.
Es ist im Gesetz festgeschrieben, dass die Kosten so eines Telefonats angegeben werden müssen (siehe „Ihr Glückstelefon ...“).

⇨Gewinnzusagen per SMS

Auch hier sollte man sehr vorsichtig sein, wenn ein Rück-SMS oder ein Rückruf verlangt wird, denn es könnte sich ebenfalls um eine kostenpflichtige Mehrwertnummer handeln. Außerdem darf ein Unternehmen nur mit Einwilligung der Handybesitzerin/des Handybesitzers für Werbezwecke Kontakt mit ihr/mit ihm aufnehmen. Es könnte jedoch sein, dass man eine solche Einwilligung auf einer Be-

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zusatzinformationen „ Hurra - Gewonnen!“

stell- oder Gewinnspielkarte (steht meistens im Kleingedruckten) gegeben hat.

Irreführende Gewinnzusagen

Solche irreführenden Gewinnzusagen sind nach dem Gesetz nicht erlaubt und daher verboten. Im Konsumentenschutzgesetz (KSchG) wurde eine Bestimmung aufgenommen, die besagt: „Gewinnzusagen, die bei einer Konsumentin/einem Konsumenten den Eindruck erwecken, das sie/er schon gewonnen hätte, müssen tatsächlich vom Unternehmen eingelöst werden.

Was kann man sonst noch tun?

- ⇨ **Eintrag in die Robinson Liste:** Will man nicht mehr so viel Werbung in seinem Postkasten, dann kann man sich in die so genannte Robinson Liste eintragen lassen. Damit müssen Adressverlage (diese verkaufen Adressen an andere Firmen zu Werbezwecken) Personen, die in dieser Liste angeführt sind, aus ihren Adresslisten streichen.

Anmerkungen:

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zusatzinformationen „Wollen Sie eine Kundenkarte?“

Fast alle haben eine!

In Österreich erfreuen sich Kundenkarten großer Beliebtheit. Drei von vier Österreicherinnen und Österreichern haben zumindest eine. In vielen Geldbörsen blitzen nicht selten bis zu fünf und mehr heraus.

Wer bietet Kundenkarten an?

Nahezu alle Handelsketten und auch viele Einzelhändler/innen bieten welche an. Das sind z.B. Super- und Drogeriemärkte (Parfümerien), Sportartikel- und Bekleidungsgeschäfte, Möbelhäuser und Baumärkte, Buch- und Schreibwarenhandel.

Formen von Kundenkarten

Es gibt eine Vielzahl an Kundenkarten mit unterschiedlichen Funktionen. So gibt es z.B.

- ⇨ einfache Plastikkarten mit Namen, Kundennummer und Magnetstreifen
- ⇨ oder High-Tech-Chipkarten mit Bankomatfunktion, Guthabenverwaltung, Onlineabbuchung und Clubkartenfunktion.
- ⇨ etc.

Was versprechen Kundenkarten?

Sie versprechen z.B.

- ⇨ exklusive Angebote
- ⇨ Rabatte (Preisnachlässe) auf Einkäufe
- ⇨ Treuegeschenke
- ⇨ Erhalt von Bonusprodukten
- ⇨ Stammkundenzeitschriften
- ⇨ prozentuelle (z. B. 5%) Jahresrückvergütung auf alle getätigten Jahreseinkäufe
- ⇨ Geburtstagsüberraschungen mit Überraschungsgutscheinen
- ⇨ Teilnahme an exklusiven Gewinnspielen
- ⇨ kostenlose Fachberatungen
- ⇨ kostenlose Sport-Artikel-Testtage
- ⇨ VIP-Tickets für spezielle Events, ...

Wozu verwenden Unternehmen die Daten von Kundenkarten?

Kundenkarten versprechen vieles, aber im Gegenzug geben die Kundinnen und Kunden auch einiges preis über sich, nämlich ihre persönlichen Daten und ihre Einkaufsgewohnheiten.

- ⇨ Unternehmen nutzen diese Daten, um ihre Werbestrategien zu verbessern und die Werbung ganz gezielt auf ihre Kundinnen und Kunden auszurichten.
- ⇨ Weiters versuchen Firmen durch Kundenkarten Käufer/innen an das Unternehmen zu binden. Das heißt, das Unternehmen versucht in der Käuferin/im Käufer z.B. das Gefühl zu erzeugen: „Wenn ich immer in den bestimmten Supermarkt einkaufen gehe, bei dem ich Kundenkartenbesitzer/in bin, kann ich viel Geld sparen und bekomme immer die günstigsten Angebote! Außerdem werde ich mit Treuepunkten und tollen Geschenken belohnt.“

Das heißt im Klartext

Im Klartext heißt das, bei jedem Einkauf, bei dem ich die Kundenkarte benutze, bekommt das Unternehmen immer mehr Informationen über mich. Es entsteht so etwas Ähnliches wie ein „gläserner Mensch“. Viele Personen geben aus Unwissenheit ihre Zustimmung dazu. Unternehmen haben daher großes Interesse, an diese Daten zu kommen, und scheuen deshalb auch keine Kosten.
Es ist aber leider ein Irrglaube, dass man als Kartenbesitzer/in alles billiger und günstiger bekommt. Denn auch diese vielen Angebote, Rabatte und Vorteile müssen finanziert werden, wodurch in der Regel die anderen Produkte teurer werden.

Bekanntgabe der persönlichen Daten

Kundenkartenformulare fragen oftmals eine Vielzahl an persönlichen Daten ab, wie z. B.

- ⇨ den Titel, Vor- und Nachname
- ⇨ die vollständige Adresse mit Telefonnummer (Handy, privat, Arbeit) und E-Mail-adresse

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Zusatzinformationen „ Wollen Sie eine Kundenkarte?“

- ⇨ das Geburtsdatum der Antragsstellerin/ des Antragsstellers und der Personen, die im selben Haushalt leben
- ⇨ die Namen, das Alter, das Geschlecht der Kinder und Lebenspartner/innen
- ⇨ den Namen, die Größe, das Gewicht, das Alter des Haustieres und, um welches Tier es sich handelt
- ⇨ die Kleidergröße, Hauptinteressensgebiete,...
- ⇨ Kontoverbindung, Sozialversicherungsnummer, Beruf...

Wo sollte man misstrauisch werden?

Misstrauen und Vorsicht ist geboten:

- ⇨ Wenn Angaben über Einkommen, Familienstand, Hobbys, Lebenspartner, Kinder, Beruf, Ausbildung und so weiter verlangt werden. In diesem Fall besteht die Gefahr, dass diese Daten weiterverkauft oder zu anderen Zwecken verwendet werden. Derartige Fragen sollten einfach unbeantwortet bleiben. In der Regel bekommt man trotzdem die Kundenkarte. Wenn nicht, dann sollte man ohnehin die Hände von einer solchen Kundenkarte lassen.
- ⇨ Wenn die Kundenkarte etwas kostet.
- ⇨ Wenn eine Mehrwertnummer als Kontaktmöglichkeit („Preistelefon“, „Aktionstelefon“) angegeben ist.
- ⇨ Wenn sehr hohe Rabatte (Preisnachlässe) angeboten werden. Das ist wiederum ein Hinweis auf überteuerte Waren oder Ladenhüter.

Was macht Sinn?

Wenn man dennoch eine Kundenkarte eines bestimmten Unternehmens haben möchte, ist es wichtig, Folgendes zu beachten:

- ⇨ immer Teilnahmebedingungen, also das Kleingedruckte, genau durchlesen
- ⇨ den Antrag nicht hektisch an der Kasse ausfüllen, sondern mit nach Hause nehmen und alles in Ruhe durchgehen

Anmerkungen:

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken, sowie das Layout dieser Seiten unterliegen weltweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersagt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte oder kompletter Seiten auf Internetseiten anderer Betreiber/innen. Das Einrichten von Links auf diese Homepage ist jedoch ausdrücklich gestattet.

Lebenslanges Lernen

Financial Education

„Financial Education"

UNTERRICHTSMATERIALIEN FÜR:

DEUTSCH (AHS)

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

FACH & SCHULSTUFE	**Deutsch:** 9. Schulstufe (5. Klasse/Oberstufe)
UNTERRICHTSEINHEITEN	2-3 zu je 50 Minuten
THEMENGEBIET	**SEPA – Überweisungen mit BIC & IBAN**
LEHRPLANBEZUG	- Textkompetenz: Textinhalt erfassen, Textsinn verstehen, den Text reflektieren und bewerten; Techniken der raschen und zielgerichteten Informationsentnahme anwenden
ANGESTREBTE KOMPETENZEN[1]	- **Die SchülerInnen sollen ...** einen Kontoauszug analysieren können (N3) relevante Informationen zum Thema SEPA wiedergeben und erklären können (N2) eine Rechnung auf deren Richtigkeit bzgl. SEPA überprüfen können (N3) SEPA-Teilnehmer nennen können (N1) Fragen zum Thema SEPA & EU auf Basis verschiedener Zeitungsartikel beantworten können (N2)
FÄCHERÜBERGREIFENDE KOMPETENZEN	Analysekompetenz
BEZUG ZU ANDEREN FÄCHERN	**Geographie & WK:** Wirtschaften im privaten Haushalt
VORGELAGERTE INHALTE IN DERSELBEN SCHULSTUFE	**keine**

[1] Angabe des Kompetenzniveaus (N) von 1 bis 3, wobei 1=erinnern, 2=verstehen, 3=Bearbeiten von Problemen

Single Euro Payments Area (SEPA)

Überweisungen mit BIC und IBAN

1. Zum Thema

SEPA steht für die englische Bezeichnung „Single Euro Payments Area" und soll nach erfolgreicher Euro-Bargeldeinführung den bargeldlosen Zahlungsverkehr vereinheitlichen. Um den unbaren Zahlungsverkehr abzuwickeln, bedarf es entsprechender Regeln, Systeme und Formulare. Die Rahmenbedingungen sind allerdings derzeit von Land zu Land unterschiedlich. Daher stellt die Umsetzung der für alle Teilnehmer identischen SEPA-Formulare für Überweisungen und Lastschriften einen wesentlichen Aspekt des einheitlichen Euro-Zahlungsverkehrsraumes dar. Mit SEPA wird nicht mehr zwischen nationalen und grenzüberschreitenden Zahlungen unterschieden.

Das SEPA-Gebiet umfasst derzeit die 27 EU-Mitgliedstaaten sowie Liechtenstein, Norwegen, Island, Monaco und die Schweiz. Das vorrangige Ziel von SEPA ist die Schaffung einer einheitlichen Infrastruktur für den Massenzahlungsverkehr von allen Euro-Zahlungen. Euro-Zahlungen sollen in immer stärkerem Ausmaß vollkommen elektronisch abgewickelt werden. Profitieren sollen von dieser Vereinheitlichung Unternehmen, Kunden und der Finanzsektor. Für die Definition der einheitlichen europäischen Standards wurde im Jahr 2002 das European Payments Council (EPC)[1] gegründet.

Durch die einheitlichen SEPA-Standards können Konsumenten und Konsumentinnen und Unternehmen künftig ihren gesamten bargeldlosen Euro-Zahlungsverkehr über ein Konto bei einer beliebigen Bank im SEPA-Raum abwickeln. Die gesetzlichen Rahmenbedingungen für SEPA stellt das Zahlungsdienstgesetz (ZaDiG)[2] dar, welches mit November 2009 in Kraft getreten ist. Dieses Gesetz verkürzt schrittweise die Überweisungslaufzeiten. Bankkunden und Bankkundinnen können ab 2012 nach einer maximalen Abwicklungszeit von einem Bankgeschäftstag über den Überweisungsbetrag verfügen. Bis 2012 gilt eine Überweisungsfrist mit einer maximalen Überweisungsdauer von drei Bankgeschäftstagen.

Die Betragsgrenze von 50.000,00 € bei Euro-Überweisungen in andere EU- und EWR-Staaten fällt mit der Einführung der SEPA-Überweisungen. Anstelle der Kontonummer und Bankleitzahl werden der Auftraggeber sowie der Begünstigte und deren Kreditinstitute über IBAN (International Bank Account Number) und BIC (Bank Identifier Code) identifiziert. Jede IBAN ist weltweit einzigartig und enthält eindeutige Informationen über Staat, Bank, Institut und Kontonummer. Eine österreichische IBAN besteht beispielsweise aus 20 Stellen (bis zu 34 Stellen sind möglich) und ist folgendermaßen Aufgebaut: 2-stelliges ISO-Länderkennzeichen (AT für Österreich), 2-stellige Prüfziffer, 5-stellige Bankleitzahl und schließlich die 11-stellige Kontonummer. Bankkunden und Bankundinnen finden IBAN und BIC auf den Kontoauszügen sowie auf neu ausgegebenen Bankkarten (Bankomat- und Servicekarten).

---

[1] Für Details siehe European Payments Council: http://www.europeanpaymentscouncil.eu/

[2] Für Details siehe Österreichische Nationalbank – Eurosystem: http://www.oenb.at/de/zahlungsverkehr/allgemeine_Informationen/zahlungsdienstegesetz/das_zahlungsdienstegesetz.jsp

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Die SEPA-Lastschrift steht Konsumenten und Konsumentinnen und Unternehmen seit November 2009 zur Verfügung. Im Gegensatz zum österreichischen Einzugsverfahren kann die SEPA-Lastschrift sowohl für Euro-Zahlungen im Inland als auch in allen SEPA-Ländern verwendet werden.

2. Didaktische Tipps und Hinweise

Die hier zur Verfügung gestellten Unterrichtsmaterialien wurden mit dem Ziel erstellt, als Ergänzung zum Lehrbuch das Themengebiet SEPA – die Vereinheitlichung des europäischen Zahlungsverkehrs – aufzuarbeiten. Die hier erstellten Materialien erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit, vielmehr soll ein für den österreichischen Zahlungsverkehr wichtiges und aktuelles Thema angesprochen und aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden.

- **Ad Aufgabe 1:** Diese Aufgabe ist als Einstieg in das Themenfeld gedacht. Hierbei kann an das Vorwissen der Schüler/innen angeknüpft werden (Kontoauszug der Eltern, Jugendkonto ...). Das Lesen von Belegen bzw. das Herausfiltern von notwendigen Informationen steht dabei im Mittelpunkt. Daneben soll auch eine kleine Querverbindung zu RW geschaffen werden. Diese Aufgabe könnte auch als Hausübung ausgelagert werden.
- **Ad Aufgabe 2:** Diese Aufgabe ist als Input gedacht, in dem die grundlegenden Inhalte zu SEPA zusammengefasst sind. Die Vermittlung erfolgt durch das Video (online abrufbar unter http://www.youtube.com/watch?v=bp47spSim_E).
- **Ad Aufgabe 3:** In dieser Aufgabe soll das angeeignete Wissen anhand eines Beispiels angewandt werden. Die Schüler/innen sollen anhand einer Rechnung (Einkauf einer Schi- und Snowboardschule) Fragen zur Bezahlung beantworten, den zu bezahlenden Betrag (abzüglich Skonto) berechnen sowie ein SEPA-Überweisungsformular ausfüllen. Auch diese Übung stellt eine Querverbindung zum Unterrichtsgegenstand RW dar.
- **Ad Aufgabe 4:** Diese Aufgabe kann auch als Ausgangspunkt für eine fächerübergreifende Behandlung des Themengebietes dienen. Die Schüler/innen sollen sowohl die SEPA-Teilnahmeländer wie auch deren Zugehörigkeit zur EU und Euro-Zone wiederholen bzw. kennenlernen. Die zu dieser Aufgabe passende Landkarte ist online unter http://www.austrianpaymentscouncil.at/10394_DE.gif zu finden und kann zur gemeinsamen Lösung der Aufgabe – je nach technischer Ausstattung – entweder als Link oder via OH-Projektor/PC und Beamer bearbeitet werden.
- **Ad Aufgabe 5:** Anhand der Zeitungsartikel werden auch die Nachteile und Problemfelder des neuen SEPA-Systems behandelt. Da die Schüler/innen bereits ausreichend Informationen erhalten haben, könnte eine offene Diskussion zum Thema SEPA und deren Nach- und Vorteile einen Abschluss darstellen.

Zur Unterstützung bei den unterschiedlichen Aufgabenstellungen können die im Anschluss an Aufgabe 5 vorbereiteten Übersichten zu BIC und IBAN verwendet werden.

3. Material/Downloads

Zu diesem Thema stehen Ihnen folgende ergänzende didaktische Materialien zum Download zur Verfügung:

- http://aws.m-services.at/angebote/p8fo2pnsul86i2hdu81j6snm37#art0
  AWS (2009): Medienpakt Banken und Versicherungen, Baustein 3: Produkte von Banken und Versicherungen, Kapitel 1.3 Dienstleistungen von Banken
- http://www.wirtschaftsmuseum.at/pdf/WKO-2010-gesamt.pdf
  Wirtschaftsmuseum (2010): Österreichs Chancen auf den Weltmärkten, Seite 10: Österreichs Außenhandel mit der Europäischen Union

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

4. Weitere Informationen

Weitere Informationen zu diesem Thema können im Internet unter folgenden Adressen abgerufen werden:

» http://www.austrianpaymentscouncil.at/
Website des Austrian Payments Council

» http://ec.europa.eu/internal_market/payments/sepa/index_de.htm
Website der Europäischen Kommission

» http://www.ecb.europa.eu/paym/sepa/html/index.en.html
Website der Europäischen Zentralbank

» http://www.oenb.at/de/zahlungsverkehr/Zahlungsverkehrsstrategie/sepa/sepa.jsp#a14-1639554
Website der Österreichischen Nationalbank

» http://www.stuzza.at/1109_DE.647B71De884fb901489435b1e3f1384b64692500
Website der Studiengesellschaft für Zusammenarbeit im Zahlungsverkehr GmbH

Alle Internetquellen wurden am 30. 11. 2010 auf ihre Aktualität und Richtigkeit überprüft.

5. Schulbuchbezug

Betriebswirtschaft HAK I
Kap. 6 Rechnungen zahlen
SB-Nr.: 136141
MANZ Verlag Schulbuch, 2008

Betriebswirtschaft HAK IV
Kap. 3 Im Außenhandel ist vieles komplizierter, Kap. 4 Die Kreditinstitute
SB-Nr.: 131041
MANZ Verlag Schulbuch, 2009

Betriebs- und Volkswirtschaft HLW I
Kap.5 Rechnungen zahlen
SB-Nr.: 136151
MANZ Verlag Schulbuch, 2008

Betriebs- und Volkswirtschaft HLW IV neu
Kap. 2 Geld und Volkswirtschaft
SB-Nr.: 131044
MANZ Verlag Schulbuch, 2009

Rechnungswesen HAK I (Steiger et al.)
Kap. 9 Rechnungsausgleich
SB-Nr.: 120802
MANZ Verlag Schulbuch, 2008

Rechnungswesen HAK I (Haberl et al.)
Kap. 4 Verbuchung laufender Geschäftsfälle
SB-Nr.: 136198
MANZ Verlag Schulbuch, 2008

Rechnungswesen & Controlling HLW/FW I
Kap. 4 Verbuchung laufender Geschäftsfälle
SB-Nr.: 136205
MANZ Verlag Schulbuch, 2008

Rechnungswesen Tourismus und Freizeit I/1 mit SbX-CD (Weisz)
Kap. 4 Verbuchung laufender Geschäftsfälle
SB-Nr.: 140769
MANZ Verlag Schulbuch, 2009

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Aufgabe 1: Analyse eines Kontoauszugs

Situationsbeschreibung: Sie arbeiten in der Schi- und Snowboardschule „Los Locos" und sind für die Buchhaltung zuständig.

Analysieren Sie den unten dargestellten Kontoauszug und beantworten Sie die angeführten Fragen!

CAA BANK

BLZ 19325
BIC CAAGATWW
DVR 31298

Kontoauszug

Buchungstext Text of entry	Wert Value	Betrag in EUR Amount in EUR
Überweisung	03.01.	1.018,80 -
Überweisung	05.01.	564,48
Abbuchung Mastercard	05.01.	530,68 -
Telekom RNr. 4378468340638 v. 5.11.	10.01.	178,60 -

Frau/Herr/Firma		
Los Locos	Alter Kontostand	2.737,16
Schi- und Snowboardschule	Gurtschrift	564,48
Gustl Haselsteiner	Belastungen	1.728,08
Salzachstraße 23	Neuer Kontostand	
5710 Kaprun	**GUTHABEN**	**1.573,56**

46/1	10.01.2011	16:45	AT031932500054641720	54641720
Auszug/Blatt	Datum	Uhrzeit	IBAN	Kontonummer

Frage 1: Wie lautet der Name des Kontoinhabers?

.....

Frage 2: Bei welcher Bank hat der Kontoinhaber sein Konto?

.....

Frage 3: Wie lautet die Bankleitzahl (BLZ) und die Kontonummer des Kontoinhabers?

BLZ: .....

Kontonummer: .....

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Frage 4: Welchen Saldo weist das Konto „(2) CAA Bank" in der Buchhaltung vor bzw. nach Verbuchung dieses Kontoauszuges auf?

Saldo VOR Verbuchung:

Saldo NACH Verbuchung:

Frage 5: Wo sind auf dem Kontoauszug BIC und IBAN zu finden? Markieren Sie diese deutlich!

Weiterführende Frage:

Frage 6: Was versteht man unter BIC und IBAN? Recherchieren Sie bei Bedarf im Internet!

BIC: .....

.....

IBAN:.....

.....

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Aufgabe 2: Videoanalyse SEPA

Lesen Sie sich folgende Fragen vor dem Abspielen des Videos genau durch. Sehen Sie sich danach das Video zum Thema „SEPA" aufmerksam an und beantworten Sie die angeführten Fragen!
Sie finden das Video unter http://www.youtube.com/watch?v=bp47spSim_E

Frage 1: Wofür steht die Abkürzung SEPA?

Frage 2: Was bedeutet SEPA?

Frage 3: Was bringt SEPA der Wirtschaft und den Konsumenten?

Frage 4: Seit wann gibt es die SEPA-Überweisung bereits?

Frage 5: Seit wann gibt es ein neues Überweisungsformular?

Frage 6: In welche Bestandteile können BIC und IBAN unterteilt werden? Füllen Sie die unten angeführten Kästchen mit dem BIC und dem IBAN des in Aufgabe 1 angegebenen Kontoauszugs aus und geben Sie an, um welchen Bestandteil es sich bei dem jeweiligen Kästchen handelt!

BIC:

IBAN:

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Aufgabe 3: Schi- und Snowboardschule „Los Locos"

Situationsbeschreibung: Sie arbeiten in der Schi- und Snowboardschule „Los Locos" und sind für die Buchhaltung zuständig. Die Schi- und Snowboardschule kauft die Snowboardrucksäcke für die Ausstattung ihrer Snowboardlehrer/innen bei ihrem Lieferanten „Subway Sports" (33026) ein.

Sie erhalten die vorkontierte Rechnung! Bitte überprüfen Sie die Vorkontierung und führen Sie gegebenenfalls Korrekturen durch. Beantworten Sie die unten angeführten Fragen und füllen Sie das beigelegte SEPA-Überweisungsformular korrekt und vollständig aus.

Subway Sports

Mag. Jan Schustereder
Döblinger Hauptstraße 32/15
1190 Wien

EINGANG
07.01.2011

Los Locos
Schi- und Snowboardschule
z.H. Herrn Gustl Haselsteiner
Salzachstraße 23
5710 Kaprun

Datum: 05.01.2011
Zeichen: SRW/MS
SachbearbeiterIn: Frau Scherer
Telefon: 0043 1 53 26 946
E-Mail: margret.scherer@sws.at

Rechnung Nr. 65/2011
Kundennummer: 23696

Art.-Nr.	Bezeichnung	Menge	Einzelpreis	Gesamtpreis
2368-DS	Snowboardrucksack „Expert 200" Ergoform Pro	12	€ 79,90	€ 958,80
			Nettopreis	€ 958,80
			+ 20 % USt.	€ 191,76
			Bruttopreis	**€ 1.150,56**

Lieferung: Frei Haus. Die Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung unser Eigentum.
Zahlung: 20 Tage Ziel, bei Zahlung innerhalb von 8 Tagen 2 % Skonto

Vielen Dank für Ihren Auftrag!

0660 BGA	*€*	*958,80*
2500 VSt.	*€*	*191,76*
an 33026 Subway Sports	*€*	*1.150,56*

Firmenbuchnummer FN 956342y, Gerichtsstand Wien
UID-NR. ATU93346239
DVR-Nr. 10199887

CAA Bank
BIC: CAAGATWW, IBAN: AT031932500098563674

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Zusatzinformationen zur Schi- und Snowboardschule „Los Locos“:

Kontonummer:	54641720
BLZ:	19325
IBAN:	AT031932500054641720
BIC:	CAAGATWW
Bank:	CAA-Bank

Frage 1:

a) An welchem Tag muss der offene Rechnungsbetrag spätestens bei „Subway Sports“ eingegangen sein?

b) An welchem Tag muss die offene Rechnung spätestens bezahlt werden, wenn unser Unternehmen den angebotenen Skonto ausnutzen möchte?

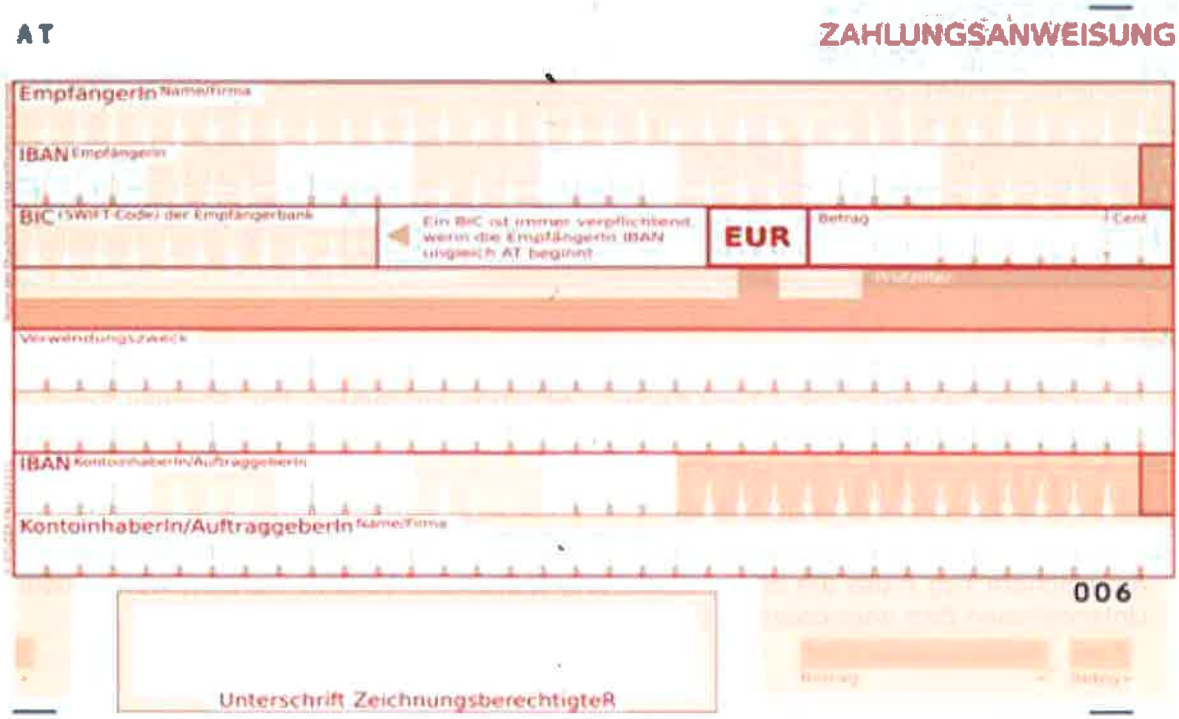
c) Soll unser Unternehmen den angebotenen Skonto ausnutzen oder besser bis zum Ablauf der Zahlungsfrist warten? Begründen Sie Ihre Antwort!

d) Führen Sie die Überweisung mithilfe des unten dargestellten SEPA-Formulars[3] mit Datum 11. 01. 2011 durch!

Platz für Nebenrechnungen:

[3] Quelle: http://www.oenb.at/de/zahlungsverkehr/Zahlungsverkehrsstrategie/sepa/sepa.jsp#a14-1639554

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer



Frage 2: Um welche Art der Zahlung handelt es sich im oben beschriebenen Fall? Kreuzen Sie die richtige Lösung an und begründen Sie Ihre Antwort:

Zahlungsart	Richtig	Falsch
Barzahlung		
halbbare Zahlung		
unbare Zahlung		

Begründung:

Frage 3: Welchen Saldo weist das Konto der Schi- und Snowboardschule „Los Locos" nach dieser Überweisung auf, wenn seit dem Druck des Kontoauszugs (siehe Aufgabe 1) keine weiteren Bewegungen am Konto stattfanden?

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Aufgabe 4: SEPA-Teilnahmeländer

In der folgenden Tabelle finden Sie die SEPA-Teilnahmeländer:

1. Österreich	*2. Deutschland*	*3. Italien*
4. Slowenien	*5. Frankreich*	*6. Spanien*
7. Portugal	*8. Griechenland*	*9. Irland*
10. Finnland	*11. Luxemburg*	*12. Niederlande*
13. Zypern	*14. Malta*	*15. Belgien*
16. Dänemark	*17. Schweden*	*18. Großbritannien*
19. Polen	*20. Tschechien*	*21. Ungarn*
22. Rumänien	*23. Bulgarien*	*24. Litauen*
25. Estland	*26. Lettland*	*27. Slowakei*
28. Island	*29. Liechtenstein*	*30. Norwegen*
31. Schweiz	*32. Monaco*	

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Arbeitsauftrag Karte: Nummerieren Sie das jeweilige Land in der nachfolgenden Karte und tragen Sie den Namen des Landes in die unten angeführte Tabelle ein!

Frage 1: Welche SEPA-Teilnahmeländer haben eine andere Währung als den Euro? Welche Währungen haben diese Länder? Tragen Sie die Länder und deren Währungen in die untenstehende Tabelle ein! (Bei Bedarf recherchieren Sie auf der Website der Österreichischen Nationalbank oder anderer Banken.)

Land	Währung

Frage 2: Welche SEPA-Teilnahmeländer sind KEINE Mitglieder der Europäischen Union? Tragen Sie diese Länder in die untenstehende Tabelle ein! (Bei Bedarf recherchieren Sie die Mitgliedsländer auf dem Portal der Europäischen Union: http://europa.eu/index_de.htm.)

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Aufgabe 5: Single Euro Payments Area – Die Europäische Union fordert eine Verpflichtung der Mitgliedstaaten.

Lesen Sie die folgenden gekürzten Zeitungsartikel zu den Themen „Kontonummern: EU will Verpflichtung zu IBAN und BIC" (Die Presse) sowie „Die Konto-Revolution" (Der Standard) und beantworten Sie bitte anschließend die untenstehenden Fragen!

Kontonummern: EU will Verpflichtung zu IBAN und BIC

Die EU will, dass in Europa nur mehr die internationalen Kontonummern und Bankleitzahlen verwendet werden. Verbraucherschützer befürchten ein Chaos. Die Kontonummern haben 22 bzw. 11 Stellen.

Bankkunden in Europa müssen sich bei Überweisungen schon bald auf internationale Kontonummern und Bankleitzahlen umstellen. [...] Brüssel will Europas Banken und Kunden nun ein Enddatum zum Umstieg auf das europäische Zahlungsverkehrssystem Sepa setzen. Dann würden nur noch die internationalen Formate IBAN (Kontonummer) und BIC (Bankleitzahl) gelten. Bei Überweisungen ins Ausland sind diese heute schon Pflicht. Das EU-Projekt Sepa (Single European Payments Area) soll Geldtransfers in ganz Europa schneller und billiger machen; es hebt jegliche Auslandsgebühren auf.

Verbraucherschützer befürchten Chaos

Die meisten europäischen Banken bieten seit 2008 freiwillig Sepa-Überweisungen und seit 2009 Sepa-Lastschriften an. Da aber viele Bankkunden weiter die alten Standards benutzen, gibt es teure Parallelstrukturen. „Viele Nutzer zögern die Umstellung hinaus", sagte die Kommissionssprecherin. [...] Verbraucherschützer befürchten ein Chaos bei der geplanten Umstellung der Kontonummern auf EU-Standard. „Viele werden mit den neuen Zahlenkolonnen überfordert", sagte Bankenexperte Frank-Christian Pauli vom Bundesverband der Verbraucherzentralen der „Bild"-Zeitung. So habe die IBAN (International Bank Account Number) 22 Stellen, die BIC (Bank Identification Code) 11. Betroffen wären 93 Millionen Girokonten. „EU und Banken müssen die Verbraucher endlich umfassend über das neue System informieren", forderte Pauli.

Quelle: Online-Ausgabe Die Presse, http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/584087/Kontonummern_EU-will-Verpflichtung-zu-Iban-und-BIC?from=suche.intern.portal, 28.07.2010 (gekürzt)

Die Konto-Revolution

Nach den Glühbirnen kommt schon wieder eine gute Idee aus Brüssel – Eine Glosse

[...] Sie wollen uns auch die gewohnten Kontonummern von den Bankomatkarten herunterfräsen. Stattdessen sollen dort ab 2013 nur noch „IBAN" und „BIC" draufgemalt sein. „Nur noch" ist aber nicht die ganz richtige Wortwahl. „IBAN", also die „International Bank Account Number", kann nämlich bis zu höllischen 34 Stellen aufweisen. Derzeit wird das zwar von keinem Land voll ausgenützt, aber was weiß man schon! Sepa, die „Single Euro Payments Area", ist fast überall. In der Schweiz hat „IBAN" 21 Stellen, in Deutschland 22. In Österreich begnügt man sich – da schau her! – mit 20.

Den Spitzenplatz in diesem zweifelhaften Ranking belegt ausgerechnet das kleinste EU-Land. Schreibt der Maltese seine 31-stellige IBAN auf [...]. Kein vernünftiger Mensch wird jemals auch nur den Versuch wagen, sich ein solches Ungetüm merken zu wollen. Genausogut könnte man sturzbesoffen die Google-Earth-Koordinaten der eigenen Hausbank auswendig lernen. [...] „IBAN, die Schreckliche", titelte die „Süddeutsche Zeitung" kürzlich. Deutsche Verbraucherschützer befürchten ein „völliges Chaos" bei der Umstellung, weil es trotz Prüfziffern zu mehr Fehlüberweisungen kommen dürfte. Wie man nicht nur in höchsten heimischen Bank-Etagen weiß, ist eine falsche Überweisung leider das, was man auch heute noch „Lehrgeld zahlen" nennt. Man wartet, bis das Kleingeld beim falschen Empfänger einkutschiert ist, und bittet ihn höflich, es retourzusenden. Das ist das Best-Case-Szenario. Im Regelfall erfährt man gar nicht, wie er heißt und wo er wohnt. Wenn der plötzliche Millionär also auf unsere Theorie bleibende Höflichkeit pfeift und es lieber vorzieht, Schenkungssteuer abzuführen, lässt sich leider nix machen.

Was will aber jetzt die deutsche Regierung machen? „Zur Abwicklung rein nationaler Zahlungsvorgänge" müsse die Verwendung der alten Nummern weiterhin möglich bleiben, heißt es in einer Forderung in Berlin [...]. Denkbar wäre eine automatische Umrechnung in der Bank, technisch sei das möglich.

Technisch betrachtet ließ aber schon die Antwort keinerlei Unmöglichkeiten erkennen. Man werde den Bedenken der Gesprächspartner Rechnung tragen. Um einen reibungslosen Übergang auf die neuen Glüh... - pardon: – Kontonummern zu ermöglichen, hieß es aus der EU-Kommission [...].

Quelle: Online-Ausgabe Der Standard, http://derstandard.at/1282273262453/Die-Konto-Revolution, 20. 08. 2010 (gekürzt)

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Fragen zu Artikel 1: „Kontonummern: Die EU will Verpflichtung zu IBAN und BIC"

Frage 1: Warum soll es eine Verpflichtung zur Nutzung von IBAN und BIC geben?

Frage 2: Gibt es bereits jetzt eine Verpflichtung zur Verwendung von IBAN und BIC?

Frage 3: Welche Vorteile bringt SEPA?

Frage 4: Warum befürchten Verbraucherschützer ein „Chaos"?

Fragen zu Artikel 2: „Konto-Revolution"

Frage 5: Aus wie vielen Ziffern besteht die österreichische IBAN?

Frage 6: Wie viele Stellen kann die IBAN maximal aufweisen?

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

Frage 7: Welches große Problem befürchten Verbraucherschützer durch die Einführung von SEPA?

Weiterführende Diskussionsfragen:

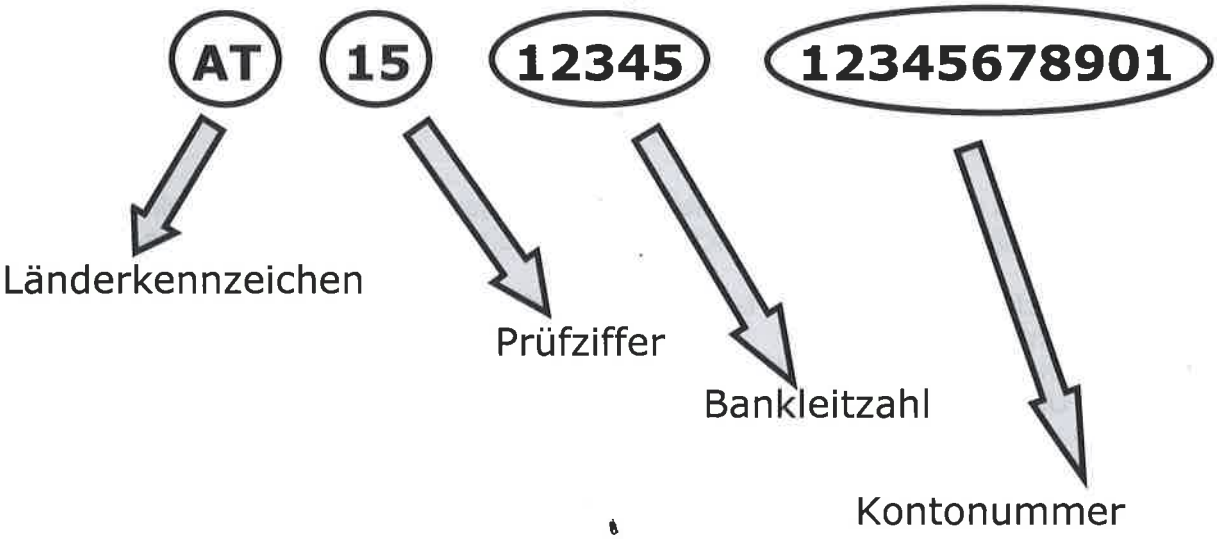
Sie haben bereits einiges über SEPA erfahren. Sie kennen die Vor- und Nachteile dieses neuen Systems und wissen, woraus sich die IBAN und der BIC zusammensetzen.

» Sind Sie auch der Meinung, wie bereits in den Artikeln beschrieben, dass SEPA zum „völligen Chaos" führen wird?
» Besteht eine Möglichkeit sich die IBAN zu merken oder sehen Sie darin auch eine absolute Unmöglichkeit?

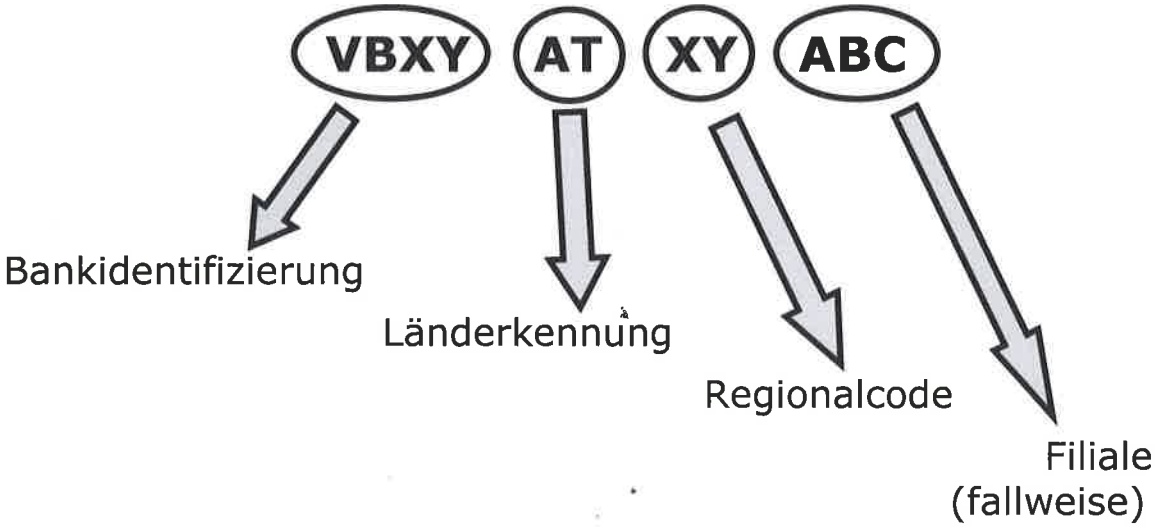
© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer

OH-Folien

IBAN: **I**nternationale **Ba**nk-Konto**n**ummer



BIC: **B**ank **I**dentifikations **C**ode



Quellen:
http://www.oenb.at/de/zahlungsverkehr/allgemeine_Informationen/iban_bic/ww_iban/wissenswertes_zur_iban.jsp#tcm:14-164287

© MANZ Verlag Schulbuch
Autoren: Mag. Christoph Schwarzl, Anna Lechner, Agnes Winkelmayer