



# EUROPA-AUSGABE

Europäisches Verbraucherzentrum Italien - Büro Bozen

## MAUTSYSTEME IN DER EU Flut von Zahlungsaufforderungen und Strafen aus Österreich

Seit Mitte Januar 2023 hat das Europäische Verbraucherzentrum (EVZ) Italien zahlreiche Meldungen über **Zahlungsaufforderungen** hauptsächlich aus Österreich für **angeblich nicht bezahlte Mautgebühren** erhalten. Viele Autofahrer:innen berichten jedoch, dass sie die Maut bar bezahlt haben, aber angesichts der verstrichenen Zeit weder den Zahlungsbeleg noch die Kopie der digitalen Vignette zum Nachweis finden oder dass sie die Vignette an der Windschutzscheibe ihres Fahrzeugs korrekt angebracht haben. Solche Anfragen hängen wohl mit der EU-Richtlinie Nr. 520/2019 zusammen: Autobahnbetreiber erhalten nun leichter Zugang zu den Daten der Fahrzeughalter:innen, um die Zahlung einer nicht gezahlten Mautgebühr verlangen zu können. Lesen Sie auf der Webseite des EVZ, was es bei der Nutzung von mautpflichtigen Straßen im Ausland zu beachten gilt: <https://bit.ly/3RWkCZB>.

## INFLUENCER MARKETING Was das ist und welche Risiken es birgt



**Influencer Marketing** ist insbesondere in den sozialen Netzwerken ein weitverbreitetes Phänomen. Durchschnittsverbraucher:innen entscheiden aufgrund verschiedener Faktoren, wie sie ihr Geld ausgeben, einer davon ist der so genannte „soziale Beweis“ (**social proof**): ein psychologischer Mechanismus, der **Nutzer:innen in ihren Kaufentscheidungen bestärkt**, weil andere Personen die betreffenden Produkte oder Dienstleistungen bereits gekauft haben. Für Verbraucher:innen kann es riskant sein, sich

gedankenlos auf jene Influencer:innen zu verlassen, denen sie folgen, ohne sich des psychologischen Mechanismus bewusst zu sein, der dabei angewendet wird. Neben seriösen Influencer:innen, gibt es auch solche, die unseriös sind oder sich wenig um die Ethik kümmern, mit der sie Produkte bewerben. Außerdem machen auch Influencer:innen, wie jede und jeder von uns, nicht immer das Richtige, und so kann es vorkommen, dass auch weniger vertrauenswürdige Unternehmen beworben werden. Tatsächlich ist die Welt des Influencer Marketings immer noch **kaum geregelt** und in Erwartung einer genaueren Reglementierung in der Zukunft, sollte uns bewusst sein, dass beim Influencermarketing verkaufsfördernde Strategien angewandt werden. Mehr zum Thema unter <https://bit.ly/3XBNZII>.

## TICKETKAUF IM INTERNET Das richtige Ticket: Eine Kampagne der AGCOM



Immer mehr Verbraucher:innen kaufen **Tickets für Veranstaltungen, Sportevents und Konzerte** im Internet. Nicht immer wenden sie sich dabei an die offiziellen Seiten der Veranstalter oder den offiziellen Vorverkaufsstellen, sondern gelangen mitunter auf **nicht autorisierte** sogenannte „secondary ticketing“ **Seiten** und kaufen dort zu einem oft **überhöhten Preis**. Eine **Kampagne** der Aufsichtsbehörde für das Kommunikationswesen (**AGCOM**) mit dem Hashtag **#ilbigliettogiusto** möchte Verbraucher:innen darüber aufklären: <https://www.agcom.it/ilbigliettogiusto>



## FALL DES MONATS

Eine italienische Verbraucherin bestellte bei einem deutschen Webshop ein Paar Schuhe. Die Bezahlung erfolgte per **Nachnahme**, also in bar, an den Kurier. Da die Schuhe nicht passten, informierte die Verbraucherin den Verkäufer schriftlich über ihren Willen, von ihrem **Rücktrittsrecht** Gebrauch zu machen. Anschließend füllte sie den Rücksendeschein inklusive ihrer Bankdaten aus und übergab das Paket dem Kurier für die Rücksendung. Obwohl dieser bestätigten konnte, dass das Paket wieder beim Shop angekommen war, ließ die Rückerstattung des Kaufpreises auf sich warten. Daher hakte die Verbraucherin beim Unternehmen nach. Dieses verweigerte die Rückerstattung mit der Begründung, das Paket sei automatisch retour geschickt worden, da der Kurier es nicht habe zustellen können. Nach Ansicht des Unternehmens sei keine Bezahlung erfolgt, somit gäbe es auch keine Rückerstattung. Obwohl die Verbraucherin eindeutig belegen konnte, dass sie das Paket bezahlt und in Empfang genommen und einige Tage später dem Kurier wieder übergeben hatte, stieß sie beim Verkäufer auf taube Ohren und wandte sich schließlich an das Europäische Verbraucherzentrum (EVZ) Italien. Mit Hilfe des EVZ Deutschland gelang es uns, die Beschwerde zu lösen: Das Unternehmen erstattete der Verbraucherin den Kaufpreis mittels Banküberweisung.

Für grenzüberschreitende Konsumentenfragen:  
Europäisches Verbraucherzentrum Italien  
Büro Bozen - Brennerstr. 3,  
Tel. +39 0471 980939, Fax +39 0471 980239,  
info@euroconsumatori.org,  
www.euroconsumatori.org

Mitteilungsblatt der Verbraucherzentrale Südtirol,  
Zwölfmalgreiner Str. 2, 39100 Bozen, Tel. 0471 975597,  
Fax 0471 979914. Veröffentlichung/Vervielfältigung  
nur gegen Quellenangabe.  
Eintragung Landesgericht Bozen Nr. 7/95 am  
27.02.1995; verantwortlicher Direktor: W. Andreas.  
Intern vervielfältigt.