

Reader's Digest nervt mit Werbepost

Kleben Sie gern? Dann sind Sie bei Reader's Digest richtig. Dort gibt es zum Beispiel das „Maximal-Gewinn-Siegel“ zum Aufkleben und Einsenden. Mehr über die Tricks des Unternehmens.



© Verbraucherzentrale Hamburg

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Reader's Digest buhlt mit Gewinnversprechen in Direkt-Mailings um die Aufmerksamkeit von Verbraucherinnen und Verbrauchern.
2. Durch mehrstufige Klebe-, Rubbel- und Registrieraktionen werden Produktbestellungen provoziert.

3. Wer hereingefallen ist, kann unerwünschte Bestellungen binnen 14 Tagen widerrufen und sollte der Zustellung von Werbematerial vorsorglich per Einwurf-Einschreiben widersprechen.

Seit Jahren erhalten Verbraucherinnen und Verbraucher unerwünschte Werbepost von dem „Preisvergabe Büro“ oder der „Abteilung Finanzen“ von Reader's Digest. Der Werbetrick des Unternehmens ist es, mit vermeintlichen Gewinnchancen auf sich aufmerksam zu machen.

Mit dem „Maximal-Gewinn-Siegel“ zu 600.000 Euro

Herr B. erhielt unverhofft ein Schreiben des „Preisvergabe Büros“. In diesem Schreiben, in dem Herr B. namentlich angesprochen wird, wurde ihm zunächst ausschweifend mitgeteilt, dass er – als einer der 6 Prozent der Einwohner Deutschlands – auserwählt sei, die Chance auf einen Gewinn in Höhe von 600.000 Euro zu erhalten. Zudem wird angekündigt, dass ihm in den nächsten Tagen von der „Abteilung Finanzen“ die Teilnehmernummer für das Gewinnspiel zugeschickt werde.

Und tatsächlich einige Tage später erhält Herr. B ein Schreiben der „Abteilung Finanzen“. Nun wird Herr B. aufgefordert, das „Maximal-Gewinn-Siegel“ in des entsprechende Feld der beiliegenden Beglaubigungsurkunde zu kleben und in dem ebenfalls beiliegenden Umschlag zurückzusenden. Darüber hinaus wird Herrn B. in dem zweiseitigen, eng beschriebenen Schreiben die Bestellung eines Atlas angeboten. Bei Bestellung erhalte er einen Uhren-Rechner gratis dazu.

Zwar ist die Teilnahme an den jeweiligen Verlosungen nicht zwingend an eine Produkthanforderung oder einen Kauf gebunden. Die ausschließliche Teilnahme an den Gewinnspielen wird aber durch die umständlichen Anforderungen an die verschiedenen Registrierungen – Aufkleber: „Maximal-Gewinn-Siegel“ für die Gewinnspielteilnahme, „Vorteils-Angebot-Siegel“ für die Bestellung des Atlas, Aufkleber: „Schlüssel-Marke“ für die zusätzliche Teilnahme an der Verlosung eines Autos, Aufkleber: „Portofrei“ für die kostenlose Rücksendung der „Beglaubigungsunterlagen“ auffallend erschwert. Hierdurch werden aus unserer Sicht Produkthanforderungen provoziert. Auch mag so mancher doch davon ausgehen, dass sich seine Gewinnchancen im Fall der Bestellung

erhöhen.

UNSER TIPP

Diese Werbung von Reader's Digest gehört in den Papiermüll! Wollen Sie keine weitere Werbepost des Unternehmens, so widersprechen Sie der Zustellung per Einwurf-Einschreiben. Dafür können Sie unseren kostenlosen Musterbrief nutzen. Erhalten Sie trotzdem weiter Werbung, informieren Sie uns.

Mit diesen Tricks arbeitet Reader's Digest

Durch einen verwirrenden Schreibstil, die persönliche Anrede und die wiederholte Nennung Ihres Namens, aber auch Hinweisen wie „94 % aller Einwohner in Deutschland sind nicht berechtigt, an dem Gewinnspiel teilzunehmen“ entsteht der Eindruck, man gehöre zu einem ausgewählten Personenkreis und hätte beinahe gewonnen oder zumindest eine sehr hohe Gewinnchance. Zudem können einmalige Vorteils-Angebote wie beispielsweise ein Atlas für 19,95 Euro plus Geschenk die Angeschriebenen zu Bestellungen verleiten.

UNSER RAT

Haben Sie hier das falsche Siegel geklebt und so den Atlas bestellt, können Sie diesen innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt kostenfrei an Reader's Digest zurücksenden. Natürlich steht Ihnen das zu, wenn Sie den Atlas wissentlich bestellt haben, aber keinen Gefallen daran finden.

Wenn Sie den Atlas nicht haben wollen, erklären Sie den Widerruf per Einwurf-Einschreiben. Nur so haben Sie im Streitfall den Nachweis, dass dieser auch angekommen ist.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/einkauf-reise-freizeit/abos-werbung/readers-digest-nervt-werbepost>