



ÜBUNGS-NL 12. SEPTEMBER 2016 MATURAREISEN

Hintergrundinfos für Lehrkräfte zu Aufgabe 2

Die Berichterstattung rund um Maturareisen ist eine vielfältige. So finden sich im Internet zahlreiche Artikel, Erfahrungsberichte, Blogs, Werbemaßnahmen der Maturareiseveranstalter im erbitterten Kampf um die Maturantinnen und Maturanten.

Eine beispielhafte Auswahl an Medienberichten können Sie als Zeitungsartikel Nr. 1 – 8 runterladen.

Unzulässige Werbung an Schulen, die Bewerbung der Reise mit der Aussicht auf Konsum von Alkohol rund um die Uhr, hohe Stornokosten. Vor allem die zwei wichtigsten Player DocLX X-Jam und Splashline kommen seit Jahren nicht so recht aus den Schlagzeilen.

Mit Aufgabe 2 soll den Schülerinnen und Schüler die Bandbreite an Medienberichterstattung verdeutlicht werden – sie in die Lage versetzen, positive und negative Schlagzeilen voneinander zu trennen. Gefragt ist eine kritische Auseinandersetzung mit der Berichterstattung. Was steckt hinter den Geschichten? Welchen Einfluss haben diese Artikel auf die eigene Reiseentscheidung?

Der Verein für Konsumenteninformation hat aufgrund zahlreicher Beschwerden die Werbemethoden dieser beiden Reiseveranstaltungsunternehmen unter die Lupe genommen:

Werbung mit Alkohol

„Und das Beste. Erstmals gibt's in der Geschichte von Event-Maturareisen Ottakringer Bier, Bacardi und Eristoff jederzeit und überall und immer und alle Tage und die ganze Woche und dauernd und rund um die Uhr und im gesamten Club 4 FREE!“

So und ähnlich hatten die beiden großen Reiseveranstalter von Maturareisen (DocLX und Splashline) hatten mit dieser Werbung ihre Reisen in Schulen angepriesen. Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) klagte 2011 diese beiden Veranstalter nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) auf Unterlassung solcher Werbemethoden. Letztlich einigte man sich außergerichtlich und die betroffenen Reiseveranstalter verzichteten auf diese Art der Bewerbung.

Werbung an der Schule

Das Bildungsministerium gibt seit Juli 2015 nach mehreren Gerichtsentscheidungen zu Werbung an Schulen (Stichwort: Gratis-"Mitteilungshefte", Bankenwerbung) in einem

Rundschreiben eine restriktive Linie vor. Unter anderem wurde klargestellt, dass Werbung während des Unterrichts sowie die Beteiligung von Lehrkräften an schulfremder Werbung verboten ist.

Grundsätzlich ist Werbung nicht verboten. Neben schulrechtlichen Bestimmungen müssen die Direktorinnen und Direktoren - sie sind für die Gestattung von Werbung zuständig - aber auch Vorschriften wie das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb beachten. Werbung müsse für Schülerinnen und Schüler jeder Altersstufe "sofort und unmittelbar" als solche erkennbar sein.

In der Praxis findet die Bewerbung von Maturareisen oft auch innerhalb der Schule statt - ohne die Direktion oder das Lehrpersonal darüber zu informieren.

Stornogebühren bei Maturareisen

Anfang des Jahres tauchten die Splashline und DocLX X-Jam abermals in den Medien auf.

Im Kreuzfeuer der Kritik stand folgende Vorgehensweise der Maturareiseveranstalter:

Sie bewarben Maturareisen vor der Klasse (trotz Verbot!); die Schülerinnen und Schüler trugen sich mit ihrer Unterschrift in eine Liste ein. Die Veranstalter werteten diese Unterschrift als Reservierung, von der man anfänglich – noch – gratis zurücktreten konnte. Ab einem Stichtag wurde die Reservierung aber zur verbindlichen Buchung, obwohl die Schülerinnen und Schüler keine Buchungsbestätigungen erhalten hatten. Eltern waren in den konkreten Fällen nicht involviert gewesen. In Einzelfällen verlangten sie angesichts der für sie überraschend hohen Reisekosten den Rücktritt ihres Kindes vom Vertrag. Die Reiseveranstalter lehnten ein Rücktrittsrecht ab und verrechneten Stornokosten in der Höhe von zehn Prozent der Reisekosten. Während Splashline von einem Onlinegeschäft spricht, argumentiert X-Jam, dass es sich bei einer Maturareise um eine Pauschalreise handle. In beiden Fällen stünden den Schülerinnen und Schüler tatsächlich kein gesetzliches Rücktrittsrecht zu.

Der VKI sieht das anders und argumentiert mit einem so genannten Haustürgeschäft, da die Verträge außerhalb der firmeneigenen Geschäftsräume abgeschlossen wurden. Bei Haustürgeschäften haben Konsumentinnen und Konsumenten ein Rücktrittsrecht von 14 Tagen, welches sich verlängert, wenn sie darüber nicht ordnungsgemäß informiert werden!

Das sind noch offene Fragen, die letztlich nur durch gerichtliche Verfahren entschieden werden können. Derzeit führt der VKI im Auftrag des Sozialministeriums ein Verfahren, um unter anderem diese Fragen zu klären. Das Verfahren läuft noch.