

Stabwechsel bei der Aka

Im Rahmen der Auftaktveranstaltung der neuen Reihe „Nürnberger Dialog zur Berufsbildung“ wurde der langjährige Geschäftsführer der Aufgabenstelle für kaufmännische Abschluss- und Zwischenprüfungen (Aka): Geschäftsführung IHK Nürnberg für Mittelfranken (Aka), Dr. Norbert Müller aus dem aktiven Dienst verabschiedet. Er ging zum 01.10.2008 in die Freistellungsphase der Altersteilzeit. Zu seinem Nachfolger wurde Dr. Wolfgang Vogel bestellt. Gegründet wurde die Aka 1974 als überregionale Kooperation der IHKs in Bayern und Hessen, die die schriftlichen Prüfungsaufgaben für die IHK-Zwischen- und Abschlussprüfungen in allen kaufmännischen Ausbildungsberufen

bereitstellt. Dem Engagement von Dr. Müller sei es zu verdanken, dass sich bereits bis 1980 die IHKs aus dem Saarland, Rheinland-Pfalz und Niedersachsen, später nach der Wiedervereinigung Anfang der 1990er Jahre auch die IHKs der fünf neuen Bundesländer anschlossen – darunter die IHK Cottbus. Heute zählen insgesamt 45 IHKs aus zehn Bundesländern zum Aka-Verbund. Die Aka stellt für die IHKs aus dem gesamten Bundesgebiet Abschluss- und Zwischenprüfungsaufgaben für 32 kaufmännische und kaufmännisch verwandte Ausbildungsberufe bereit. Daneben übernimmt sie bundesweit alle zur Organisation und Abwicklung der Prüfungen

notwendigen kammerbezirksübergreifenden Arbeiten. Die Geschäftsführung der Aka übernahm zum 01.10.2008 Dr. Wolfgang Vogel. Er ist am 01.01.2002 in die Aka eingetreten, hat dort in den zurückliegenden Jahren verschiedenste Positionen durchlaufen und sich seitdem ein breites Wissen erworben. So zeichnete er in seinem Bereich u.a. nicht nur für die Referate „Koordination“, „Innovation“, „Marketing und Öffentlichkeitsarbeit“ sowie „Haushalt und Rechnungswesen“ verantwortlich, sondern war als stellvertretender Geschäftsführer der Aka und als Referent der IHK-GBA in alle wichtigen Projekte involviert.

(Aka)

Neue Regeln für Werbung und Vertrieb

Neue Regeln für Werbung und Vertrieb kommen aus der EU: Die EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-Richtlinie) hat einen neuen Rechtsrahmen für Werbemaßnahmen gegenüber Verbrauchern geschaffen. Die Änderungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), die die EU-Regeln in das deutsche Recht überführen sollen, sind zwar noch nicht verabschiedet. Seit dem 12. Dezember 2007 ist die UGP-Richtlinie jedoch unmittelbar geltendes Recht – auch in Deutschland. Seit diesem Zeitpunkt müssen sich Marketingmaßnahmen an diesen Regeln messen lassen. In Streitfällen haben die Gerichte die neuen Vorschriften zu beachten und anzuwenden. Doch was genau gilt nach den neuen Regeln?

Geschäftspraktiken gegenüber Verbrauchern

Die UGP-Richtlinie betrifft ausschließlich Geschäftspraktiken gegenüber Verbrauchern. Der Verbraucher soll eine informierte und

von äußeren und inneren Zwängen freie Entscheidung für eine Ware oder Dienstleistung treffen. Verboten sind daher irreführende und aggressive Geschäftspraktiken.

„Schwarze Liste“

Dazu enthält die Richtlinie eine Liste von insgesamt 31 Geschäftspraktiken, „die unter allen Umständen als unlauter anzusehen sind“, die sog. „Schwarze Liste“. Die darin konkret beschriebenen Verhaltensweisen sind in jedem Fall wettbewerbswidrig. Liegt ein solches Verhalten vor, lässt sich nicht einwenden, der Verstoß sei nur unerheblich oder es handle sich lediglich um einen Bagatelldfall.

Unzulässig ist nach der „Schwarzen Liste“ beispielsweise:

- Unzutreffende Behauptung einer Geschäftsaufgabe oder Geschäftsverlegung (Nr. 15)
- Unzutreffende Behauptung der Verfügbarkeit eines Produkts (Ware oder Dienstleistung) nur für eine sehr begrenzte Zeit, um den Verbraucher mangels

Gelegenheit zur Prüfung von Vergleichsangeboten zu einer sofortigen Entscheidung zu verleiten (Nr. 7)

- Beschreibung eines Produkts als „Gratis“, „Umsonst“, „Kostenfrei“ oder ähnliches, obwohl der Verbraucher weitere Kosten zu tragen hat (Nr. 20)
- Behauptung der Erhöhung von Gewinnchancen bei einem Gewinnspiel durch den Erwerb von Produkten (Nr. 16)
- Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, der Verbraucher habe einen Preis gewonnen oder werde ihn gewinnen, obwohl die Inanspruchnahme des Preises von einer Zahlung oder Kostenübernahme abhängt (Nr. 31)
- Aufforderung zum Kauf von Produkten zu einem bestimmten Preis und anschließende Weigerung, dem Verbraucher das Produkt zu präsentieren oder Bestellungen entgegenzunehmen, um stattdessen ein anderes Produkt abzusetzen (Nr. 6)
- Einbeziehung einer direkten Aufforderung an Kinder in

bbw Seminare

Das bbw im Haus der Wirtschaft bietet im Oktober 2008 u. a. folgende Seminare an:

- 1. Dezember 2008 – Arbeitszeugnisse formulieren und analysieren
- 2. Dezember 2008 – Kundenorientiertes Verhalten am Telefon – Optimieren Sie ihre Wirkung an nur einem Seminartag
- 3. und 4. Dezember 2008 – Vom Kollegen zum Vorgesetzten – Entwicklung der eigenen Führungspersönlichkeit
- 9. Dezember 2008 – Grundlagen des Reisekostenrechts und der Reisekostenabrechnung
- 11. und 12. Dezember 2008 – Tipps für Erfolgreiche – Zeitmanagement und Arbeitsorganisation
- 12. Dezember 2008 – Auffrischung MS Word

Nähere Auskünfte:

bbw Seminare, Am Schillertheater 2, 10625 Berlin (Charlottenburg), Hannelore Wolff, Tel. 030 31005-136, Fax 030 31005-120, Internet: www.bbww-berlin.de. (bbw)

eine Werbung, die beworbenen Produkte zu kaufen bzw. Eltern oder andere Erwachsene zum Kauf zu überreden (Nr. 28).

Weitere Informationen sind bei der Wettbewerbszentrale, Büro Berlin, erhältlich. (Wettbewerbszentrale)

Kontakt

Wettbewerbszentrale

Büro Berlin

Rechtsanwältin Jennifer Beal

Danckelmannstr. 9

14059 Berlin

Tel. 030 3265656

Fax 030 3265655

E-Mail: mail@wettbewerbszentrale.de