

Jedes Angebot, das so beschrieben ist, dass der Verbraucher/Gast/Urlauber dieses ohne weitere Informationen buchen kann, muss laut der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlamentes und Rates vom 11.05.2005 über unlautere Geschäftspraktiken (in Deutschland z. B. geregelt im § 5a Abs. 3 UWG) u. a. Angaben zur Identität des Geschäftspartners enthalten. Diese Regeln gelten für alle Medien.

Es müssen somit die folgenden Angaben gemacht werden:

- Unternehmensname
- Rechtsform des Unternehmens (z.B. GmbH) bzw. die Vertretungsverhältnisse im Falle von Franchiseunternehmen oder Ketten
- Straße, Nr., PLZ und Ort (Firmensitz, nicht Filiale)

Wann liegt ein konkretes Angebot vor?

Wenn der Verbraucher/Gast/Urlauber über alle wesentlichen Vertragsbestandteile informiert ist und somit eine Buchung vornehmen kann, also Angebote von konkreten Hotels oder Reiseveranstaltern.

Wann nicht?

Viele Angebote, die wir kommunizieren, sind nach dieser Definition keine Angebote, die zu einer Verbraucherentscheidung führen, da sie in wesentlichen Vertragsbestandteilen nicht konkret genug sind z. B. Unterkunftsart ist oft wählbar und es wird kein konkretes Hotel mit Namen genannt.

Beim jeweiligen Angebot werden die zusätzlichen Informationen unter Angabe eines Sterns (*) gekennzeichnet und am Ende integriert.

Mindestschriftgröße: 6 pt













