

Leicht rein, schwer raus

VERBRAUCHER-TIPP: Verträge mit Fitnessstudios sind vorzeitig kündbar – Bei wichtigen Gründen wie etwa Krankheit oder Umzug

VON BERRIT GRÄBER

LUDWIGSHAFEN. Der Andrang auf die Fitnessstudios ist groß. Sind die guten Vorsätze verpufft, lebt es sich teuer als Kartelleiche. Doch ein vorzeitiger Ausstieg ist in manchen Fällen möglich.

Hilfe, der Winterspeck muss weg: Wie immer zu Jahresbeginn stürmen die Deutschen auch diesmal die Fitnessstudios. Nach den Feiertagen sollen die Figuren in Form gebracht, Muskeln und Kondition gestählt werden. Gut acht Millionen Sportler sind bereits in den über 7500 Fitness-Centern bundesweit angemeldet. Die Branche wächst und hat längst mehr Mitglieder als der Deutsche Fußball-Bund. Weil günstigere Preise locken, binden sich viele Neueinsteiger gleich für zwei Jahre. Spätestens im Sommer, wenn Enthusiasmus und Ehrgeiz erlahmen, die Monatsbeiträge von 50, 60 Euro und mehr aber weiterlaufen, merken viele Bürger: Ihr Vertrag lässt gar keine vorzeitige Kündigung zu. Doch nicht alle Knebel-Klauseln der Studios seien rechtlich top in Form, wie Marion Schmidt von der Verbraucherzentrale Sachsen betont. Es gibt sehr wohl Gründe, die einen Ausstieg vor Laufzeitende rechtfertigen.

Grundsätzlich gilt zwar: Verträge sind zu erfüllen und die vereinbarten Mitgliedsbeiträge zu zahlen, ganz gleich, ob der Freizeitsportler regelmäßig trainiert oder pausiert, weil er keine Lust mehr hat auf Hantelstempeln. Zugleich gilt aber auch folgende höchstrichterliche Entscheidung: Wer wichtige Gründe hat, kann jederzeit früher kündigen. Das hat der Bundesgerichtshof (BGH) 2012 klargestellt (Aktenzeichen: XII ZR 42/10). Raus darf demnach, wer die Vertragsleistung nicht mehr nutzen kann, auch wenn er wollte, und einen wichtigen Grund für die Sonderkündigung parat hat. „Die Kunden von Fitnesscentern haben dadurch mehr Rechtssicherheit bekommen“, sagt Rechtsanwalt Christian Solmecke aus Köln. Anderslautende Klauseln in Fitness-Verträgen seien schlicht unwirksam.

Auf das höchstrichterliche Urteil sollten sich Aussteigewillige in jedem Fall berufen, wenn der Studio-Betreiber abblocke, wie Schmidt sagt. Nur –

was ist „wichtig“? Dazu zählt nach Auffassung der BGH-Richter in erster Linie eine ernsthafte Erkrankung. Ist der Sportler ernstlich und dauerhaft erkrankt, kann er den Vertrag außerordentlich beenden. Woran er leidet, braucht er bei seiner Kündigung nicht zu sagen. Ein ärztliches Attest, das die Untauglichkeit für den Fitnesssport allgemein bestätigt, muss dem Studio reichen.

„Früher brauchte man noch ein amtsärztliches Attest. Die Zeiten sind vorbei, also hartnäckig bleiben und nicht abwimmeln lassen“, betont Verbraucherschützerin Schmidt. Auch wenn es so mancher Betreiber vielleicht gerne hätte: Fitnessverträge seien nicht in jedem Fall „für die Ewigkeit oder zwingend für die vereinbarte Laufzeit geschlossen“, wie Anwalt Solmecke erläutert.

Grundlegende Änderungen im Angebot können zur Kündigung berechtigen.

Wird eine Frau nach Vertragsabschluss schwanger, darf auch sie vom Sonderkündigungsrecht Gebrauch machen. Auf Vorschläge zum vorübergehenden Auf-Eis-Legen des Vertrags müsse sich die werdende Mutter nicht einlassen, wie Schmidt betont. Vor Kurzem erst stellte das Landgericht Koblenz noch einmal unmissverständlich klar, dass Klauseln unwirksam sind, die eine Schwangerschaft generell als Kündigungsgrund ausschließen (Az. 30205/13).

Auch ein Umzug kann nach geltender Rechtsprechung ein wichtiger Grund sein, um einen Fitness-Vertrag vorzeitig zu beenden. Ändert beispielsweise das Studio seinen Standort, darf es seinen Kunden eine außerordentliche Kündigung nicht verweigern – selbst wenn das im Vertrag ausgeschlossen wird oder wenn es nur innerhalb des Stadtgebiets die Räumlichkeiten wechselt (Oberlandesgericht Hamm, Az. 17 U 109/91). Wechselt nur der Inhaber, bleiben aber Geräte und Kurse gleich, gibt es keinen Grund für eine vorzeitige Kündigung.

Zieht der Sportler selbst weg, kann er in der Regel problemlos raus aus dem Vertrag, sobald er weite Anfahrtswege in Kauf nehmen müsste



Sei der Kündigungstermin verstrichen, müsse der Fitnessstudio-Kunde erst einmal zähneknirschend weiterzahlen, erläutern Verbraucherschützer. Andererseits sind Klauseln unwirksam, wonach nur einmal jährlich zu einem bestimmten Termin gekündigt werden darf.

ARCHIVFOTO: VARIOIMAGES

Siegeszug der Handelsmarken

Marktanteil von „Ja“, „Gut und Günstig“ & Co erreicht 34 Prozent

DÜSSELDORF (dpa). Die Deutschen greifen im Supermarkt immer häufiger zu Eigenmarken von Edeka, Rewe, Aldi und Co. statt zu den klassischen Markenartikeln.

Nach einer Studie des Marktforschungsunternehmens Nielsen ist der Marktanteil der Händlermarken wie „Ja“, „Gut und Günstig“ oder „Reve Feine Welt“ seit 2009 um 2 Prozentpunkte auf 34 Prozent gestiegen. Weltweit belegen die Bundesbürger damit beim Kauf von Eigenmarken laut Nielsen den vierten Platz. Beliebter sind die preiswerten Alternativen zu den etablierten Markenartikeln nur noch in der Schweiz, in Spanien und Großbritannien. Und die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) sieht die Handelsmarken weiter im Aufwind. „Das ist ein langfristiger Trend“, sagt GfK-Experte Wolfgang Adlwarth. Auch 2015 werde die Bedeutung der Eigenmarken weiter zunehmen.

Waren die Eigenmarken anfangs fast durchweg Preiseinstiegs-Produkte, so bieten die großen deutschen Supermarktketten und auch die Discounter den Verbrauchern inzwischen eine breitgefächerte Auswahl.

Es gibt Eigenmarken im mittleren Preissegment und sogar im Premiumbereich, eigene Bio-Marken der Einzelhändler und Angebote mit regionalem Touch.

Das zahlt sich aus. Bei Deutschlands größtem Lebensmittelhändler Edeka waren die Eigenmarken im Geschäftsjahr 2013 mit einem Umsatzplus von 9,8 Prozent einer der wichtigsten Wachstumstreiber. Zum Vergleich: Bei Markenartikeln betrug das Plus nur magere 0,7 Prozent. Markus Mosa, der Chef der Edeka-Zentrale, führt diese Entwicklung auch auf Versäumnisse der Lebensmittelindustrie zurück. Es fehle der Industrie an Mut. Sie bringe zu wenig interessante neue Produkte heraus. Dabei geht das Wachstum der Handelsmarken Adlwarth zufolge in erster Linie zulasten der Markenartikel aus der zweiten oder dritten Reihe. Die Topmarken könnten sich nach wie vor behaupten.

Bei den Verbrauchern haben die Eigenmarken ein überwiegend positives Image. Laut Nielsen halten drei Viertel der deutschen Verbraucher die meist etwas preiswerteren Handelsmarken für eine gute Alternative zu den Markenartikeln. Nach einer im

vergangenen Jahr veröffentlichten Studie der „Lebensmittel Zeitung“ und der Vermarktungsagentur UGW sehen 59 Prozent der Befragten keinen spürbaren Unterschied mehr hinsichtlich der Produktqualität zwischen Hersteller- und Handelsmarken. Nach GfK-Angaben sank der Anteil der Markenkäufer zwischen 2009 und 2013 von 52 auf 45 Prozent.

Für den Handel ist die Eigenmarken-Offensive gleich aus mehreren Gründen attraktiv. Die Gewinnspannen sind höher als beim Verkauf von Markenprodukten. Und außerdem bieten gerade höherwertige Eigenmarken den Handelsketten die Möglichkeit, „sich mit exklusiven Produkten vom Wettbewerb abzusetzen“, wie der Handelsexperte Matthias Queck vom Marktinformationsdienst Planet Retail betont.

Doch selbst für standhafte Markenartikel-Käufer habe der Siegeszug der Handelsmarken Vorteile, sagt der Leiter des Düsseldorfer Instituts für Wettbewerbsökonomie, Justus Haucap. Studien hätten ergeben, dass Eigenmarken dazu führen, dass auch die Markenartikel im selben Segment tendenziell günstiger werden.

NILS ERKLÄRT

Hühnereier mit „Adresse“



Wenn ein Frühstücksei im Eierbecher vor euch steht, oder ihr euren Eltern beim Aufschlagen der Eier geholfen habt, dann habt ihr es schon gesehen: Eier tragen auf ihrer Schale einen Stempelabdruck. Der besteht aus Ziffern und Buchstaben. Das ist nicht die Telefonnummer des Huhns oder des Hühnerbesitzers. Aber so eine Art Adresse ist es schon.

Seit 2004 haben Eier, die in einem Land der Europäischen Union (EU) gelegt und verkauft werden, diese Kennzeichnung. Daran kann man sehen, woher das Ei stammt. Die erste Ziffer steht dabei für die Art, wie die Hühner gehalten werden: 0 für Eier aus ökologischer Erzeugung, für Bio-Eier also. Die Ziffer 1 bedeutet Freilandhaltung, 2 steht für Bodenhaltung und 3 für Käfighaltung. Die folgenden Buchstaben bezeichnen das Herkunftsland. DE ist Deutschland, NL Niederlande, AT steht für Österreich und IT zum Beispiel für Italien. Dann nennen bei Eiern aus Deutschland zwei Ziffern das jeweilige deutsche Bundesland. Rheinland-Pfalz hat die Nummer 07. Die nächsten vier Ziffern kennzeichnen den Bauernhof, von dem die Eier stammen. Die letzte Zahl ist die Stallnummer. Da habt ihr sie – die Adresse des Huhnes. (umi)

Japan: Export treibt Wirtschaft an

TOKIO (rtr). Japan hat seine Exporte deutlich gesteigert und befindet sich damit wirtschaftlich weiter auf dem Weg der Besserung.

Die Ausfuhren zogen im Dezember 2104 gegenüber dem Vorjahresmonat um 12,9 Prozent an, wie das Finanzministerium gestern mitteilte. Derart stark haben die Exporte 2014 in keinem anderen Monat angezogen. Japan war im Sommer in die Rezession gerutscht, da sich die Verbraucher nach einer Mehrwertsteuer-Erhöhung mit Käufen zurückhielten. Die Importe legten im Sog des stark gefallenen Ölpreises im Dezember nur um 1,9 Prozent zu.

Urlauber sind Spaniens Konjunkturmotor

65 Millionen Touristen kamen 2014 ins Land



Ein Traum ging in Erfüllung für die spanische Tourismuswirtschaft: Nie zuvor kamen so viele Touristen in das Land, hier ein Strand bei Valencia. FOTO: DPA

VON RALPH SCHULZE, MADRID

Noch nie kamen so viele ausländische Urlauber nach Spanien: Rund 65 Millionen Touristen wurden 2014 gezählt. Das boomende Urlaubsgeschäft mit einem Plus von mehr als 7 Prozent gegenüber dem Vorjahr ist Spaniens Konjunktur- und Job-Lokomotive.

Die Wirtschaft wuchs 2014 um geschätzte 1,4 Prozent, für das noch junge Jahr 2015 werden sogar 2 Prozent vorausgesagt. Damit liegt Spanien sogar noch über dem durchschnittlichen Wachstum im Euro-Raum. Dies bringt auch für den angespannten Arbeitsmarkt eine leichte Entlastung: Mit einer Arbeitslosenquote von knapp 24 Prozent – bei den unter 25-jährigen 52 Prozent – ist Spanien zwar zusammen mit Griechenland noch EU-Schlusslicht. Doch immerhin wurden im abgelaufenen Jahr mehr als 400.000 neue Arbeitsplätze geschaffen – viele dank des Touris-

FIRMEN UND FAKTEN

Opec-Generalsekretär rechnet mit bald steigendem Ölpreis

Opec-Generalsekretär Abdullah Al-Badri rechnet mit bald wieder steigenden Ölpreisen. „Die Preise liegen derzeit bei 45 bis 55 Dollar und ich denke, dass sie den Tiefpunkt erreicht haben“, sagte er gestern. Ein Barrel (159 Liter) der richtungsweisenden Rohöl-Sorte Brent kostete gestern knapp 49 Dollar. Seit Juni vergangenen Jahres sind die Preise um mehr als die Hälfte eingebrochen. Nach der Veröffentlichung der Aussagen von Badri machten sie Boden gut.

Allerdings warnte der Generalsekretär der Organisation erdölexportierender Länder (Opec) vor einer Kürzung der Ölförderung. Die Folge wären ungenutzte Kapazitäten. Produzenten würden nicht mehr investieren und so möglicherweise in drei bis vier Jahren Engpässe hervorrufen. „Dann könnte der Preis bis auf 200 Dollar steigen.“ Frühestens in vier bis fünf Monaten würde sich die Opec mit einer Änderung ihrer Politik beschäftigen, sagte Badri. Unter dem neuen König von Saudi-Arabien rechnet Badri nicht mit einem Wechsel der Ölpolitik des Landes. (rtr)

Middelhoff bleibt in Untersuchungshaft

Der frühere Top-Manager Thomas Middelhoff ist mit einem weiteren Antrag auf Haftentlassung gescheitert. Das Essener Landgericht habe nach einem erneuten Haftprüfungsantrag die Fortdauer der Untersuchungshaft angeordnet, teilte ein Justizsprecher gestern in Essen mit. Über die Hintergründe des Haftprüfungsantrags und die Gründe der Entscheidung machte der Sprecher unter Hinweis auf die Persönlichkeitsrechte des Managers keine Angaben. Wie aber zu erfahren war, hatten Middelhoffs Anwälte die Stellung einer Kautions angeboten. Der frühere Chef des inzwischen pleitegegangenen Karstadt-Mutterkonzerns Arcandor war am 14. November 2014 vom Essener Landgericht wegen Untreue und Steuerhinterziehung zu drei Jahren Haft verurteilt und noch im Gerichtssaal verhaftet worden. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig, der Manager hat Revision gegen die Entscheidung eingelegt. Middelhoff hatte die Vorwürfe stets bestritten. Mehrere Versuche seiner Anwälte, den Haftbefehl außer Vollzug setzen zu lassen, waren gescheitert. (dpa)



Der wachsende Marktanteil von Eigenmarken der Einzelhandelsketten führt Studien zufolge auch dazu, dass die Markenartikel im selben Segment tendenziell günstiger werden.

FOTO: DPA