



HISWA
VERENIGING

WERBEVORSCHRIFTEN REISEDienst- UND WASSERSPORTLEISTUNGEN

I Anwendungsbereich

1. *Der niederländische Markt*
Diese Vorschriften finden Anwendung auf Werbeäußerungen und Kaufaufforderungen bezüglich angebotener Reisedienst- und Wassersportleistungen für den niederländischen Markt.
2. *Der niederländische Reclame Code (NRC)*
Neben den Bestimmungen in diesen Vorschriften treffen alle weiteren Bestimmungen des niederländischen Reclame Codes, nachfolgend NRC genannt, zu.

II Begriffsdefinitionen

1. *Teilnehmende Branchevereinigungen*
Die teilnehmenden Branchevereinigungen sind ANVR, BARIN, HISWA Vereniging und KVN Bustransport, welche die unterschiedlichen Teilsektoren, nämlich die Reisebranche, die Luftfahrtbranche, die Wassersportbranche und die Reisebusbranche vertreten. Auch der Vertreter des Bahntransports, NS Internationaal BV, ist bereit, sich unter dem Markennamen NS Hispeed an diese Vorschriften zu halten.
2. *Reisedienst- und Wassersportleistung(en) (nicht umfassend)*
Die Beförderung, der Aufenthalt oder eine andere, mit der Beförderung oder dem Aufenthalt einhergehende touristische Dienstleistung, die einen wesentlichen Bestandteil der Reise darstellt, oder eine Kombination dieser oben genannten Dienstleistungen (in diesen Vorschriften nachfolgend in ihrer Gesamtheit als „Dienstleistungen“ bezeichnet). Einschließlich Bootvermietung und Yachtcharter, Segelkurse und Liegeplatzvermietung.
3. *Werbeaussage*
Jede veröffentlichte Anpreisung von Reisedienstleistungen (siehe auch Artikel 1 des oben genannten NRC).
4. *Kaufaufforderung*
Eine kommerzielle Mitteilung, in welcher die wesentlichsten Eigenschaften und der Preis der Reisedienst- und Wassersportleistung auf eine an das verwendete Werbe- oder Kommunikationsmittel angepasste Weise deutlich genannt werden, und die den Konsumenten somit dazu befähigt, die angebotene Dienstleistung zu erwerben (siehe hierzu auch Artikel 8.4 des oben genannten NRC).
5. *Anbieter*
Der- oder diejenige, der/die im Rahmen der Ausübung seiner/ihrer beruflichen oder geschäftlichen Aktivitäten Dienstleistungen an Verbraucher anbietet, sowie der- oder diejenige, der/die im Namen und oder für Rechnung erstgenannter Partei handelt.
6. *Reisegruppe*
Ein(e) Reisender/Reisende oder mehrere Reisende, die gleichzeitig mit einer einzigen Buchung (d.h. mit einem einzigen Buchungsformular) einen Reise-, Transport- oder Aufenthaltsvertrag abschließt/abschließen.



HISWA
VERENIGING

III Preisveröffentlichungen in einer Werbeaussage

1. *Allgemeine Anforderungen*
Die Anbieter sind dazu verpflichtet, korrekte und deutliche Preise in ihren Werbeäußerungen zu veröffentlichen. Die Veröffentlichung ihrer näher bezeichneten und festgelegten Preise hat einschließlich der ihnen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung bekannten festen und unvermeidlichen (= hinzukommenden und unverbrüchlich mit der Dienstleistung verbundenen) Kosten, die der Verbraucher dem Anbieter für die angebotenen Dienste zu zahlen hat, zu erfolgen. In allen Fällen, in denen die Reisedienstleistungen von einer Vertretung im Internet angeboten werden, hat diese bei dem entsprechenden Angebot deutlich anzugeben, ob dieses Angebot sich einschließlich oder ausschließlich der Buchungs- und Reservierungskosten versteht.
2. *Branchenspezifische Vorschriften bezüglich irreführender oder täuschender Werbung*
Neben den allgemeinen Bestimmungen in den Artikeln 7 und 8 des niederländischen Reclame Code hinsichtlich irreführender Werbung gilt, dass auf jeden Fall als irreführend oder täuschend zu betrachten sind:
 - 2.1. Die Benutzung der Begriffe „Taxe“ oder „Steuer“ für Kosten, die vom Anbieter nicht an den Staat abgeführt werden, gleichgültig ob die entsprechende Abgabe bei Flughäfen/Jachthäfen/ Campingplätzen/Unterkunftsinhabern erfolgt oder nicht.
 - 2.2. Die Gewährung einer Ermäßigung auf den Preis einer Reisedienstleistung, die zu einem späteren Zeitpunkt gänzlich oder teilweise durch die Berechnung nicht fester unvermeidlicher Kosten zunichte gemacht wird.
 - 2.3. Angebote von Ab-Preisen pro Person für Unterkünfte wie Hotels, Appartements und Bungalows, ohne außer dem Preis pro Person auch die zum jeweiligen Preis gehörende Zahl der für die Ermäßigung erforderlichen Personen zu nennen, sofern diese von der gebräuchlichen Personenzahl von 2 Personen abweicht.
 - 2.4. Flugangebote auf der Grundlage eines Einzelflugs, wenn das entsprechende Angebot ausschließlich als Hin- und Rückflug zu buchen ist.
3. *Sonderangebote*
Sonderpreise und Sonderangebote müssen in allen Werbeaussagen unter Angabe der geltenden Bedingungen deutlich als solche gekennzeichnet werden.

IV Preisveröffentlichung in einer Kaufaufforderung

1. Die Anbieter sind gemäß Artikel III Absatz 1 dieser Vorschriften zu der Anwendung korrekter und eindeutiger Preise in ihren Kaufaufforderungen und Werbeaussagen verpflichtet. Eine Kaufaufforderung hat die in Artikel 8.4. des niederländischen Reclame Codes genannten Informationen zu enthalten.
2. Für Fluganbieter gilt darüber hinaus, dass, zugleich mit der Veröffentlichung des Inklusivpreises des Fluges, die Kostenbestandteile, aus denen sich dieser Inklusivpreis zusammensetzt, wie z.B. Steuern, Flughafenabgaben und andere Zuschläge für Sicherheit oder Treibstoff unbedingt deutlich aufzulisten sind. Darüber hinaus sind die für den Preis geltenden Bedingungen deutlich anzugeben. Fakultative Preiszuschläge sind bereits am Anfang des Buchungsvorgangs deutlich, transparent und unzweideutig kenntlich zu machen und müssen vom Abnehmer auf der Grundlage eines Opt-In-Verfahrens akzeptiert werden.

V Verfügbarkeit

1. Die Anbieter haben für eine angemessene Verfügbarkeit der von ihnen in Werbeaussagen angebotenen Dienstleistungen zum veröffentlichten Angebotspreis Sorge zu tragen.
2. Die Werbung für Dienstleistungen, die nicht mehr verfügbar sind, ist umgehend einzustellen.



HISWA
VERENIGING

VI Beweisplicht

1. Die Anbieter haben die Richtigkeit und die Verfügbarkeit ihres Angebots glaubhaft zu machen, falls diese von anderen Parteien bestritten werden sollte. Sie müssen in diesem Rahmen beweisen können, dass (die Höhe) bestimmte(r) Kosten zum Zeitpunkt der Buchung bereits bekannt war(en) oder nicht.

VII INWERKINGTREDING

1. Diese Vorschriften sind am 1. April 2007 in Kraft getreten und am 1. April 2009 erstmals überarbeitet. Diese Vorschriften sind auf alle Werbeäußerungen anwendbar, die nach dem 1. April 2009 veröffentlicht wurden.
2. Für gedruckte Reiseprospekte-/broschüren, die noch innerhalb des Gültigkeitszeitraums der vorigen Vorschriften gedruckt wurden und über den 1. Januar 2009 hinaus gültig bleiben, gilt die nachstehende Übergangsregelung: Die alten Vorschriften gelten bis zum 1. November 2009, mit der Auflage, dass Reiseangebote den geltenden gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen haben (Wet OHP (Gesetz unlautere Handelspraktiken), EU Verordnung 1008/2008).
3. Für Anzeigen, Plakate, Radio- und Fernsehwerbung und/oder das Internet gilt keine Übergangsregelung.
4. Diese Vorschriften werden zweijährlich evaluiert.

* * *