

Leseprobe als PDF eBook

**Heinz G. Günther
Olaf Günther**

Clever Möbel kaufen

Qualität erkennen und vergleichen,
den günstigsten Preis herausholen



© Verlag Günther Net Publishing

Clever Möbel kaufen

Heinz G. Günther
Olaf Günther

280 Seiten mit 105 Abbildungen

ISBN 978-3-947557-02-8

12. aktualisierte Auflage

(ISBN 978-3-947557-01-1	11. aktualisierte Auflage 2018)
(ISBN 978-3-9814858-7-5	10. aktualisierte Auflage 2015)
(ISBN 978-3-9814858-2-0	9. aktualisierte Auflage 2013)
(ISBN 978-3-9811218-7-2	8. aktualisierte Auflage 2010)
(ISBN 978-3-9811218-4-1	7. aktualisierte Auflage 2008)
(ISBN 3-9808863-6-0	6. aktualisierte Auflage 2006)
(ISBN 3-9808863-0-1	5. erweiterte Auflage 2004)
(ISBN 3-9807393-9-2	4. aktualisierte Auflage 2003)
(ISBN 3-9807393-6-8	3. erweiterte Auflage 2002)
(ISBN 3-9807393-3-3	2. bearbeitete Auflage 2001)
(ISBN 3-9807393-1-7	1. Auflage 2000)

Lieferbare Ausgaben, Preis- und Bestellinformationen:

[Zum Online-Bestellformular \(SSL-Verschlüsselung\)](#)

[Fax-Bestellformular zum Ausdrucken](#)

Kontakt:

Verlag Günther Net Publishing
Inhaber: Olaf Günther
Gertrud-Bäumer-Weg 4
D-71522 Backnang
Telefon: (0 71 91) 34 55 37 - 1
Telefax: (0 71 91) 34 55 37 - 2

Internet: www.clevermoebelkaufen.de



Vorwort zur 12. Auflage



Hin und wieder äußern einzelne Leute aufgebracht eine abwertende Meinung über diesen Ratgeber. Manchmal sogar mit recht rüden Formulierungen. Kern der Aussagen: Da stehe doch überhaupt nichts Neues drin. Das Buch sei völlig überflüssig.

Oft gelingt es uns, mit diesen Leuten ins Gespräch zu kommen. Dann stellt sich recht schnell heraus, dass sie selbst entweder Händler, Verkäufer oder Insider der Möbelbranche sind, oder dass sie sich als Möbelkäufer bereits mühsam und mit viel Zeitaufwand in die Materie eingearbeitet haben.

Für diese Leute haben wir *Clever Möbel kaufen* jedoch nicht geschrieben. Wir möchten vielmehr diejenigen Verbraucher ansprechen, die sich für die Verkaufsmaschen und die ausgelegten Preisfallen im Möbelhandel bisher wenig oder gar nicht interessiert haben und deshalb viel zu vertrauensselig an ihren Möbelkauf herangehen. Und das sind nach wie vor mehr als 90% aller Möbelkäufer.

Für diese schreiben wir und viele schreiben uns. Ihre Fragen und Erfahrungen sind für uns die Richtschnur, nach der wir diesen Ratgeber seit dem Erscheinen der Erstaufgabe im August 2000 auf dem neuesten Stand halten.

Die vorliegende 12. aktualisierte Auflage bietet Ihnen vor allem in den Kapiteln über die Möbelqualität, die Möbelpreise und den Preisvergleich noch ausführlichere Informationen als zuvor. Auch die neuesten Verkaufstricks der Möbelhändler haben wir beleuchtet und zeigen auf, wie man clever darauf reagiert.

Insgesamt profitieren Sie jetzt von 99 speziellen Tipps, die wir Ihnen zu diesen und weiteren Themen geben.

Wir sind uns daher auch dieses Mal sicher, dass mit unseren Insider-tipps und mit unserer Kaufstrategie - dem *5-Schritte-Möbeldeal* - wieder viele Tausend Leser prächtige Einsparungen bei ihrem Möbelkauf erzielen werden.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und mit dem beim cleveren Möbelkauf ersparten Geld!

Herzlichst Ihre



Heinz G. Günther



Olaf Günther

Inhaltsverzeichnis

1.	Möbel kauft irgendwann jeder - aber wie?	15
1.1.	Wer war zuerst da?	15
1.2.	Vom Möbelkäufer zum Geschäftspartner	16
1.3.	Wie der Möbelhändler seine Kunden taxiert	22
1.4.	So nicht mehr - nur noch so	24
1.5.	Welche Rolle spielt dabei die Möbelqualität?	26
2.	Die Möbelqualität: Ein Expertengeheimnis?	27
2.1.	Möbelpreis gleich Möbelqualität?	27
2.2.	Wie der Möbelhändler die Möbelqualität sieht	28
2.3.	Wie clevere Möbelkäufer die Möbelqualität sehen	29
2.4.	Die Qualität bei Polstermöbeln	30
2.4.1.	Der Profi-5-Schritte-Qualitätstest	30
2.4.2.	Das Gestell	34
2.4.3.	Die Unterfederung	36
2.4.4.	Der Federkern	37
2.4.5.	Die Abdeckung	38
2.4.6.	Der Formschaum und das über seine Qualität entscheidende Kriterium	39
2.4.7.	Die Polsterwatte	41
2.4.8.	Die Rückenkonstruktion	42
2.4.9.	Variationen und Funktionen	42
2.5.	Die Qualität der Bezugsmaterialien	44
2.5.1.	Der Bereich Textilbezüge	44
2.5.2.	Der Bereich Lederbezüge	50
2.5.3.	Preise „von - bis“	52
2.6.	Die Qualität bei Matratzen und Wasserbetten	53
2.6.1.	Aufbau und Materialien bei Matratzen	53
2.6.2.	Welche Matratze ist die richtige für mich?	57
2.6.3.	Bettrahmen (Lattenroste)	62
2.6.4.	Die Liegefläche	64

2.6.5.	Polsterbetten und Boxspringbetten	65
2.6.6.	Wasserbetten	68
2.6.7.	Futon	71
2.6.8.	Matratzen, Rahmen, Betten und die Preise	73
2.7.	Die Qualität bei Kastenmöbeln	75
2.7.1.	Echtholz: Massiv oder furniert?	76
2.7.2.	Die Stabilität	80
2.7.3.	Die Oberflächen	83
2.7.4.	Die Holzwerkstoffe	86
2.7.5.	Eine kleine Holzkunde	87
2.7.6.	Die Holzzertifizierung	90
2.8.	Die Qualität bei Tischen und Stühlen	92
2.9.	Die Qualität bei Couchtischen	100
2.10.	Ist auf Gütezeichen Verlass?	102
3.	Die Möbelpreise	106
3.1.	Die Preislandschaft der Möbelbranche	106
3.2.	Der Möbelpreis ist unser Geld	111
3.3.	Geheimsache Möbelpreiskalkulation	113
3.3.1.	Einkaufskonditionen	115
3.3.2.	Handelsaufschlag	119
3.4.	Der „magische“ Wert des Möbelhändlers und sein Hauspreis	121
3.5.	Der „Operationswert 20“ des cleveren Möbelkäufer und sein Zielpreis (Wunschpreis)	126
4.	Der Preisvergleich: Nur Gleiches ist vergleichbar	129
4.1.	„Preise sammeln“ ist noch kein Preisvergleich	129
4.2.	Der „scharfe“ Preisvergleich des cleveren Möbelkäufer	131
4.3.	Der Möbelkäufer als Detektiv	137
5.	Den Wunschpreis (Zielpreis) im Visier	141

6.	Der clevere 5-Schritte-Möbeldeal	145
6.1.	So holen Sie das Maximum heraus	147
7.	Markenmöbel und Designermöbel: Ein Sonderfall?	149
7.1.	Markenhersteller	151
7.2.	Handelsmarken	154
7.2.1.	Die Handelsmarken der Modellverbände	154
7.2.2.	Die Eigenmarken der Einkaufsverbände und Möbelhändler	156
7.3.	Designermöbel: Klassiker des Möbelbaus	161
7.4.	Angriff auf die Markenpreise	162
8.	Der Möbelkauf im Internet	165
8.1.	Bequem anzuschauen, aber nichts zum Anfassen	165
8.2.	Kontakt zu den stationären Möbelhändlern	166
8.3.	Den Möbelkauf von hinten aufrollen	167
8.4.	Der Onlinekauf und seine Realität	169
9.	Entzaubert: 9 Verkaufstricks und -strategien der Möbelhändler, die Sie kennen sollten	172
9.1.	Lockvögel	172
9.2.	Prozente mit Prozentmöbeln	174
9.3.	Die Rabattfalle	176
9.4.	Null Komma nix	178
9.5.	Tiefpreisgarantie: Vergleichen überflüssig?	180
9.6.	Schwarz auf Weiß	184
9.7.	Jetzt oder nie	185
9.8.	Der Messe-Trick	186
9.9.	Räumungsverkäufe und Insolvenzverkäufe	188
9.9.1.	Was wirklich dahintersteckt	193
9.9.2.	Wie man trotzdem richtig hinlangt	196

10.	Musterbeispiel eines cleveren Möbelkaufs	200
10.1.	Kaufvorbereitungen	200
10.2.	Kaufabschluss und Kaufvertrag	203
10.3.	Das Kleingedruckte	208
10.3.1.	Die häufigsten Ärgernisse	209
10.3.2.	Wie das Kleingedruckte, so der Händler	213
10.4.	Gesetze regeln genug	216
10.5.	Der mustergültige Kaufvertrag	218
11.	Alle 99 Tipps und Tricks auf einmal	224
	Schlussbemerkung	248
	Anhang A: Holzarten und Holzmaserungen	249
	Anhang B: Schranktür	251
	Anhang C: Musterbriefe bei Möbelärger	252
	Stichwortverzeichnis	269
	Hinweise	275

2. Die Möbelqualität: Ein Expertengeheimnis?

2.1. Möbelpreis gleich Möbelqualität?

Man hört oft sagen: „Was teuer ist, ist auch gut.“ - „Was nichts kostet, taugt nichts.“

Die Möbelhändler hauen in die gleiche Kerbe. In manchem Möbelhaus hängt das schöne Poster:

„Die Freude über einen niedrigen Preis währt nicht so lange wie der Ärger über schlechte Qualität.“

Mit diesen griffigen Sprüchen ist aber Qualität keineswegs definiert. Sie suggerieren nur, stets teuer einzukaufen.

Der Möbelhändler lächelt innerlich darüber. Wenn er Experte in Sachen Möbelqualität ist, weiß er:

Qualität und Preis haben oft wenig miteinander zu tun. Ein **optimales Preis-Leistungs-Verhältnis** gibt es bei Möbeln kaum.

Das allseits beliebte Schlagwort Preis-Leistungs-Verhältnis mag ich persönlich gar nicht. Denn wer weiß schon genau, was es bedeutet?

Ich bin dafür, Qualität und Preis immer getrennt für sich anzugehen: **Die Qualität ist eine Sache, der Preis die andere.**

Haben wir erst einmal Klarheit über die Qualität eines Möbelstücks gewonnen, müssen wir uns bemühen, den besten Preis dafür herauszuholen. Oder umgekehrt:

Erscheint uns der Preis eines Möbelstücks annehmbar, müssen wir dahinter steigen, wie gut die Qualität ist.

2.2. Wie der Möbelhändler die Möbelqualität sieht

Wenn der Möbelhändler seine Ware einkauft, achtet er hauptsächlich darauf, dass sie auch zu seiner Kundschaft passt (siehe die Ausführungen über Käuferprofile und Marktsegmente unter Ziffer 1.3.). Denn er muss Umsatz machen. Vor nichts graust es ihn mehr als vor Ladenhütern, die sich nicht „drehen“. Mögen sie auch noch so hochwertig und preiswert sein.

Ein Beispiel: Stellt ein Möbler eine hochwertige Polstergarnitur von Rolf Benz in seine Ausstellung, obwohl er weiß, dass er nicht die Kundschaft dafür hat, vernichtet er quasi damit sein Geld.

Auch die Qualität seiner Möbel betrachtet der Möbelhändler unter diesem Gesichtspunkt:

Mit Blick auf seinen Kundenkreis muss die Qualität seiner Möbel **umsatzgerecht** sein.

So kommt es oft vor, dass er Möbel geringerer Qualität einkauft und sie mit hohen Preisen auszeichnet. Gemessen an ihrer Güte müssten diese Möbel günstiger sein. Als Qualitätsexperte weiß das der Möbelhändler, aber ihn stört das nicht. Für seine Kundschaft ist die Qualität ausreichend. Die Verkaufszahlen beweisen es.

Andererseits kommt es vor, dass er hochwertige Möbel anfangs zu günstig ausgezeichnet hat. Sobald er das an den Verkaufszahlen erkennt, setzt er die Preise schnell herauf, damit sie wieder in sein Marktsegment passen.

Mit anderen Worten:

Wenn ein Händler beispielsweise einen Möbelladen betreibt, der als „zwar teuer – aber mit guten Möbeln“ gilt, **ist die Qualität seiner Möbel keineswegs immer so hochwertig**, wie der Kunde meint.

2.3. Wie clevere Möbelkäufer die Qualität sehen

Ich höre meine Leser jetzt förmlich schreien: „Nun sagen Sie doch endlich, was Möbelqualität ist. Wie baut sie sich auf? Wie kann ich selbst beurteilen, ob Möbel von hoher oder minderer Qualität sind? Den Einflüsterungen der Verkäufer im Möbelhaus traue ich nicht.“

Gut. Aber machen wir es richtig.

Dazu müssen wir zunächst die **Gedanken an Preise und Kosten beiseiteschieben** und uns auf die Materialien und Konstruktionsmerkmale konzentrieren.

Wie immer: Auch diese Regel gilt nicht ohne Ausnahme. Manchmal müssen Preise zur Orientierung mit herangezogen werden (zum Beispiel Ziffern 2.5.3. und 2.6.8.).

Unter dieser Prämisse werden wir jetzt die **Möbelqualität** sorgfältig selbst ...



... unter die Lupe nehmen!

Das gelingt natürlich nur, wenn man die Möbel in der Realität vor sich stehen hat. Insofern ist unser „Spielfeld“ die Ausstellung im Möbelhaus.

Was aber ist, wenn man Möbel online kaufen will? Die stehen nur virtuell zu Verfügung. Man kann sie nicht anfassen.

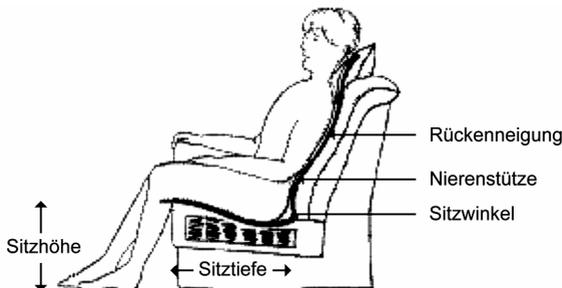
Auch da gibt es Möglichkeiten. Darauf komme ich unter Ziffer 8.

2.4. Die Qualität bei Polstermöbeln

2.4.1. Der Profi-5-Schritte-Qualitätstest

Eine Polstergarnitur gefällt Ihnen auf den ersten Blick durch ihr Design und ihren Bezug (Stoff, Leder oder andere Materialien).

Bei einer guten Garnitur stimmt auch die Ergonomie. So müssen Sie sitzen und sich dabei wohl fühlen:



Das **Sitzgefühl** ist also ein Qualitätsmerkmal, über das jeder für sich entscheidet.

Ein zweiter, genauerer Blick gilt den Nähten, Absteppungen und Knopflehtungen und vermittelt eine weitere Dimension von Qualität:

- ✓ Wirft der Bezug zwischen den Nähten und Absteppungen außergewöhnliche Falten?
- ✓ Wirkt etwas schief und ungewollt verzogen?
- ✓ Sind die Abnähungen, Heftungen und Absteppungen gleichmäßig und fest?

2.6. Die Qualität bei Matratzen und Wasserbetten

Fast jeden Morgen krabbeln Sie steif und wie zerschlagen aus dem Bett. Offensichtlich taugt die Matratze nichts. Sie haben viel Geld bezahlt und sich auch noch Rückenschmerzen eingehandelt.

„Das muss sich ändern!“, sagen Sie und sind entschlossen, neue Matratzen zu kaufen, um endlich richtig zu liegen.

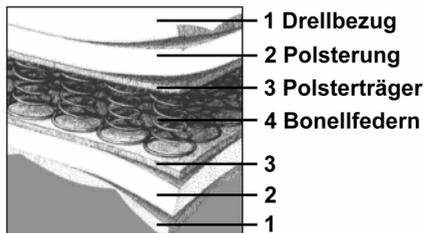
Doch was finden Sie in den Geschäften oder im Internet? Eine äußerst komplizierte Matratzenwelt. Je mehr Sie sich damit beschäftigen, desto unübersichtlicher wird es.

Ich werde den Knäuel entwirren. Sie werden sehen, wie Matratzen und andere Schlafstätten konstruiert sind. Sie werden in die Lage versetzt, die Qualität und den Schlafkomfort zu beurteilen. Und Sie werden erkennen, wie alles in die Preislandschaft passt.

2.6.1. Aufbau und Materialien bei Matratzen

Ich möchte mich auf 3 Konstruktionsarten konzentrieren, denn alles andere ist mehr oder weniger Variation.

Da ist zum Ersten die klassische Matratze mit **Bonellfederkern**.



Hierbei sind nebeneinander liegende Taillenfedern aus Stahl von gleicher Größe mit Metallklammern oder Verbindungswendeln zu einer Matte verbunden und von einem Metallrahmen umgeben. Die gesamte Matratzenfläche ist gleich hart.

2.7.1. Echtholz: Massiv oder furniert?

Der Händler bezeichnet die Hölzer seiner ausgestellten Möbel vielfältig und vor allem nicht immer eindeutig. Hierzu wieder ein Beispiel. Auf einem Preisschild lesen Sie:



Sie meinen, es handelt sich um **massives** Kirschbaumholz? Ich sage Ihnen: Kann sein, kann aber auch nicht sein.

Nach den geltenden DIN-Normen ist ein Möbelstück

- ✓ **echt**, wenn alle sichtbaren Teile des Möbels aus der angegebenen Holzart bestehen (**massiv oder furniert**),
- ✓ **massiv**, wenn alle Teile des Möbels massiv (das ist durch und durch) aus der bezeichneten Holzart produziert und nicht furniert sind. Ausnahmen sind Schubladenböden und Rückwände,
- ✓ **furniert**, wenn alle sichtbaren Teile bzw. Flächen aus Furnier der genannten Holzart gefertigt sind. Vorhandene massive Teile dürfen dagegen auch aus einer anderen Holzart bestehen.

Der Wohnzimmerschrank wäre also aus Echtholz gebaut. Aber ob massiv oder furniert, das lässt das Preisschild offen. Für den Möbler hat das seinen guten Grund:

Echt wird unterschwellig mit massiv **gleichgesetzt**. Die Angaben suggerieren einen tollen Kauf.

3.2. Der Möbelpreis ist unser Geld

Erhobenen Hauptes könnten Sie jetzt ein Möbelhaus betreten.

Was auch die Ausstellung bieten mag, über die Qualität der Möbel kann Ihnen keiner ein X für ein U vormachen. Da sind Sie jetzt schlauer als so mancher Möbelverkäufer.

Ebenso wissen Sie, welche Qualitätskategorien nach Meinung der Möbelerhändler zu den einzelnen Preissegmenten gehören.

Doch nun geht es um den Preis des einzelnen Möbelstücks und damit endgültig um unser Geld, das der Möbelerhändler haben will.

Blättern Sie zur Erinnerung noch einmal zurück zu unseren Kaufbeispielen (Ziffer 1.2.). Wie kann es sein, dass für ein und dasselbe Möbelstück der eine Möbeler diesen, der andere einen anderen Preis verlangt?

Da fühlte sich schon mancher verschaukelt, wie ich zahlreichen Zuschreibern von Möbelkäufern entnehmen kann. Also werde ich die Hintergründe schonungslos aufdecken.

Die Preisgestaltung und die Kalkulation ...



... soll nicht länger ein Geheimnis der Möbelerhändler bleiben.

Zuvor möchte ich nochmals etwas klarstellen:

Zum Schluss noch etwas. Vielleicht haben Sie es schon erlebt, wie ein Einrichtungsberater in einem Möbelhaus in Ihrer Gegenwart den Möbelpreis ausrechnet. Beispielsweise bei einer Schrankwand, deren Einzelteile für Sie individuell zusammengestellt werden sollen.

Er blättert in einer Typenliste. Diese enthält aber keine Preise. Der Verkäufer notiert sich nur einzelne Ziffern, nämlich die sogenannten **Ident-Nummern**. Dann greift er nach einer anderen Liste und ordnet den Ident-Nummern die Preise zu.

Solche Preislisten nach Ident-Nummern sind mit unterschiedlichen Handelsaufschlägen gerechnet. Je nachdem, wie der Verkäufer Sie einschätzt oder nach welchen Anweisungen er sich zu richten hat, werden Ihnen höhere oder niedrigere Verkaufspreise präsentiert. Und Sie merken es nicht einmal.

Wenn - was inzwischen in praktisch allen Möbelhäusern geschieht - der/die Einrichtungsberater/in gar nicht in Papieren blättert, sondern alles am PC macht, merken Sie erst recht nichts.

Aber was soll's! Wir zahlen den präsentierten Preis sowieso nicht.

Wir gehen jetzt auf unseren Preis los. Und der hat etwas mit dem **Hauspreis** des Möbelhändlers zu tun.

5. Den Wunschpreis (Zielpreis) im Visier

Selbstredend haben wir alle den Wunsch, beim Möbelkauf möglichst den niedrigsten Preis zu zahlen. Ob der Preis niedrig ist, der gerade verlangt wird, weiß der Käufer allerdings oft nicht. Er fragt nach. Und genau das ist in meinen Augen das übliche Feilschen: Es ist ein Versuch, einige Prozente herauszuschinden.

Meistens beginnt das Feilschen mit den Worten:

„Ist beim Preis noch was drin?“ Oder:

„Wie viel Rabatt geben Sie mir?“ Oder:

„Am Preis müssen Sie aber noch etwas tun.“ Oder:

„Da haben Sie doch sicher noch Spielraum!“ Oder ... oder ...

Die Möbelhändler haben sich längst darauf eingestellt. Dabei erkenne ich zwei Strategien:

Entweder

haben die Möbler ihr Verkaufspersonal auf Abwehr getrimmt. Allenfalls dürfen sie ein paar kleine Prozente gewähren. Das Feilschergebnis bleibt für den Möbelkäufer meistens recht mager. „Ist halt nicht mehr drin. Ein Schnäppchen scheint es dennoch zu sein!“, denkt er und unterschreibt den Kaufvertrag.

Oder

die Möbler gehen gar in die Offensive. Sie bieten von sich aus jede Menge Rabatt. Einmal werben sie öffentlich mit hohen Prozenten. Zum anderen werden die Kunden bei Verkaufsgesprächen damit überrascht, dass die Verkäufer/innen leichthin Prozente anbieten. Einfach so und manchmal ungefragt. Wer traut sich da noch zu feilschen?

Auf die Rabattstrategien des Möbelhandels werde ich noch zu sprechen kommen (siehe Ziffer 9.). An dieser Stelle nur so viel:

Er beobachtet eine elegante Dame und einen feinen Herrn, die in einer Polstergarnitur sitzen. Sie blicken sich freudestrahlend an.

Eine Verkäuferin sitzt dabei und schreibt konzentriert in ihren Auftragsblock. Als sie fertig ist, dreht sie den Block herum und sagt: „So, gehen wir noch einmal den Auftrag durch.“ Sie liest vor, während das Paar etwas flüchtig mitliest. Dann unterschreibt der Herr mit schneller Hand, zückt seine Geldbörse und überreicht der Verkäuferin ein paar Geldscheine: Die Anzahlung.

Jetzt erheben sich alle und schütteln sich lachend die Hände. „Ich kann es noch gar nicht fassen!“, schwärmt die Dame, „Wir wollten doch nur mal schauen. Ein kleines Schuhschränkchen hätten wir noch gebraucht. Und jetzt haben wir eine Polstergarnitur gekauft!“

„Bei so einer Gelegenheit muss man eben zugreifen!“, schwadroniert die Verkäuferin, „Eine neue Polstergarnitur - und schon entfaltet sich bei Ihnen daheim ein neues Wohngefühl. Herzlichen Glückwunsch! Viel Freude mit den schönen Polstern!“

Schnell reicht die Verkäuferin den Herrschaften nochmals zum Abschied die Hand, denn sie hat bereits einen anderen Kunden entdeckt, der interessiert einen Fernsehsessel ausprobiert.

Was ist nur los bei Räumungsverkäufen ...

AUSVERKAUF



... macht man da wirklich so großartige Schnäppchen?

Na, dann schauen wir auch hier hinter die Kulissen!

Und ein Möbelriese mit 800 Mio. Euro Jahresumsatz muss sich demnach mit rund 80 maulenden Kunden pro Geschäftstag herumschlagen.

Von den 15 Millionen Möbelkäufern in Deutschland sind es insgesamt so um die 500.000, bei denen der Möbelkauf nicht glatt läuft - aus den verschiedensten Gründen.

10.3.1. Die häufigsten Ärgernisse

Ich will mit ein paar Beispielen aus dem prallen Leben aufwarten. Dazu habe ich einige Leserbriefe ausgewählt, die ich verkürzt wiedergebe.

Fall 1 - Unendliches Warten

„(...) Ich habe ich ein Schlafzimmer gekauft, das nach sechs Wochen geliefert werden sollte. Jetzt, nach sechs Monaten, ist es immer noch nicht da. Ich habe bereits die Hälfte bezahlt.“

Fall 2 - Nase voll

„(...) Wir haben eine Polstergarnitur bestellt, welche laut Kaufvertrag in acht Wochen geliefert werden sollte. Die Frist ist jetzt abgelaufen. Heute erhielten wir ein Schreiben, dass der Liefertermin in sechs Wochen sein soll. Wir möchten aber nicht mehr so lange darauf warten. Welche Möglichkeiten bestehen, den Kaufpreis schnellstmöglich zurückzuerhalten?“

Fall 3 - Messeärger

„(...) Besteht die Möglichkeit, den auf einer Messe abgeschlossenen Vertrag und den anschließenden Kaufvertrag innerhalb einer Frist zu kündigen?“