

dTest: Senioři na internetu aneb Hrozby, o kterých musíte vědět

24.6.2025 - | DTest

Marocký princ v nesnázích

Jedním z triků, na který senioři v online prostředí narážejí, je takzvaný „romantický podvod“. Oběť osloví neznámý muž, jako například údajný princ z Maroka nebo americký voják sloužící na zahraniční misi. Jeho zprávy jsou plné komplimentů a slibů o společné budoucnosti. Po určité době komunikace začne podvodník žádat o finanční pomoc, třeba

žádá peníze na letenky nebo na operaci po zranění. Důvěřivý senior postupně pošle desítky až stovky tisíc korun. Podvodník přitom využívá osamělosti, empatie a důvěry starších lidí. Místo lásky pak přijde tvrdé probuzení, když senior zjistí, že romantika byla jen návnada a peníze jsou nenávratně pryč. „Pokud jste se vy nebo někdo z vašeho okolí setkali s podobnou situací, neváhejte kontaktovat Policii České republiky,“ vysvětluje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Internetové rande

Další pastí jsou podvodné online seznamky. Na první pohled vypadají důvěryhodně, mají profesionální design a profily plné sympatických lidí. Mnohdy se ale jedná o falešné identity řízené roboty nebo zaměstnanci firmy. Seznamka vydělává tím, že po bezplatném měsíci automaticky začne strhávat peníze z karty, často i po zrušení členství. V některých případech je navíc nutné platit za každou zprávu zvlášť. Lidé tak mohou utratit i desítky tisíc korun, aniž by kdy navázali skutečný vztah. Právní vymahatelnost navíc v těchto případech bývá velmi obtížná, protože provozovatelé často sídlí mimo Evropskou unii. „Podvodů na internetu stále přibývá, proto buďte opatrní a raději se dvakrát ujistěte, než někomu svěříte své peníze nebo důvěru,“ dodává Eduarda Hekšová.

Nakupování na Marketplace

Mezi další případy, se kterými se setkáváme v rámci naší činnosti, spadají i nákupy na internetu, ať už se jedná o podvodné e-shopy či podvodné inzeráty na sociálních sítích. Člověk může narazit na výhodnou nabídku, jakmile však zaplatí, již se svého výhodného nákupu nedočká. „Nejlepší obranou je prevence, e-shopy si předem proklepněte na nezávislých portálech a pokud něco nakupujete přes sociální sítě, preferujte platbu při doručení nebo ideálně osobní převzetí,“ uzavírá Eduarda Hekšová. Při ověření e-shopu může napovědět i náš ověřovač dostupný na: <https://www.dtest.cz/eshopy>.

Pamatujte také na to, že není-li prodávajícím podnikatel, nemůžete se opřít o právo na odstoupení od smlouvy bez důvodu do 14 dnů od koupě, respektive převzetí zboží.

Zázračný lék s tváří známého herce

Na sociálních sítích se také nezřídka objevují klamavé reklamy na zázračné léky nebo doplňky stravy, které slibují rychlé uzdravení, ať už jde o bolesti kloubů, cukrovku nebo třeba potíže se srdcem. Aby reklama působila důvěryhodněji, bývá doplněna fotografií známé osobnosti, oblíbeného herce, moderátora nebo lékaře. Senioři, kteří tyto tváře znají z televize, často nepochybují. Objednají si „lék“ za několik stovek nebo tisíc korun, aniž by tušili, že dotyčný herec o ničem neví a jeho tvář byla

zneužita bez souhlasu. Výsledkem může být nejen zklamání z neúčinného přípravku, ale také zdravotní rizika, protože mnohé z těchto produktů neprošly žádnou kontrolou a jejich původ je nejasný. Tyto případy je vhodné hlásit Státnímu úřadu pro kontrolu léčiv (Hlášení – SÚKL).

Kontakt pro média:

Lucie Korbeliusová, media@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci dTestu nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-11652/dtest-seniori-na-internetu-aneb-hrozby-o-kterych-musite-vedet>