



II- 4811 der Beilagen zu den stenographischen Protokollen des Nationalrates
XIII. Gesetzgebungsperiode

DER BUNDESMINISTER
FÜR HANDEL, GEWERBE UND INDUSTRIE

Wien, am 31 Juli 1975

Schriftliche parlamentarische Anfrage
Nr. 2359/J der Abgeordneten Maria
Metzker und Genossen betreffend
Konsumentenschutz

2212 / A.B.
zu 2359 / J.
Präs. am 1. AUG. 1975

An den
Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Anton BENYA
Parlament

In Beantwortung der schriftlichen Anfrage Nr. 2359/J,
betreffend Konsumentenschutz, die die Abgeordneten Maria
Metzker und Genossen am 4. Juli 1975 an mich richteten,
beehre ich mich, folgendes mitzuteilen:

1. Institutionelle Maßnahmen

Am 27. April 1970 wurde zum ersten Mal in einer Regierungs-
erklärung die Konsumentenpolitik erwähnt. Im Sinne
dieser Erklärung habe ich im September 1970 das erste
Konsumentenforum, eine Versammlung aller an Konsumenten-
belangen interessierten Kreise, einberufen.

Auf Anregung dieses Konsumentenforums wurde im September 1970
als Arbeitsgremium und konsultatives Organ der Konsumenten-
politische Beirat eingesetzt, dem Vertreter des Österr.
Arbeiterkammertages, der Bundeskammer der gewerblichen
Wirtschaft, des Österreichischen Gewerkschaftsbundes,
der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern
Österreichs und des Vereins für Konsumenteninformation
angehören. Für die praktische Arbeit wurden folgende
Arbeitsausschüsse gegründet:

Ausschuß Wirtschaftswerbung, Wettbewerbsausschuß, Ausschuß
Möbel und Wohnen, Deklarationsausschuß, Ladenschluß-
ausschuß, Textilausschuß und Rechtsausschuß.

Für die ehrenamtliche Mitarbeit in diesen Ausschüssen und ihren Arbeitsgruppen konnten mehr als 150 Experten gewonnen werden.

1974 wurde im Handelsministerium eine eigene Gruppe "Preis- und Konsumentenpolitik" geschaffen. Im selben Jahr ist die Republik Österreich dem Verein für Konsumenteninformation beigetreten.

2. Rechtliche Maßnahmen

2.1 UWG

Die rechtliche Grundlage für die meisten einschlägigen Aktivitäten des Bundesministeriums für Handel, Gewerbe und Industrie, das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, wurde in den Jahren 1971 und 1975 novelliert, um den neuen Erfordernissen Rechnung zu tragen. Mit der Novelle 1971 wurde das Klagerecht in Fällen einer wahrheitswidrigen Anpreisung und Irreführung, das ursprünglich nur Mitbewerbern und der Bundeskammer der Gewerblichen Wirtschaft zustand, auf den Österreichischen Arbeiterkammertag, die Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs und den Österreichischen Gewerkschaftsbund erweitert.

2.1.1 Kennzeichnungsvorschriften und Verpackungen

Die bedeutendste der Vorschriften, die auf Grund des UWG erlassen wurde, ist die Lebensmittelkennzeichnungsverordnung 1973. Ihre wichtigsten Neuerungen sind eine unchiffrierte Angabe des Abpackungs- und Aufbrauchsdatums bei praktisch allen Lebensmitteln, bei denen eine derartige Angabe wichtig ist, sowie eine weitgehende Deklaration der Inhaltsstoffe und der Lagerbedingungen.

Durch das Lebensmittelgesetz 1975 wurde die Lebensmittelkennzeichnungsverordnung 1973 in den Rang eines Gesetzes erhoben und in den Wirkungsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit und Umweltschutz übergeleitet.

Blatt 3

Die chemische Konsumgüterverordnung brachte eine Information über die Füllmenge bei Kosmetika, Farben, Insektenvertilgungsmitteln und zahlreichen anderen Konsumgütern.

Die Schuhkennzeichnungsverordnung sichert die Information, ob die Sohle und der Oberteil eines Schuhs aus Leder oder Kunststoff bestehen.

Die Schokoladengewichtsverordnung soll die Konsumenten auf Grund von Gewichtsnormierungen für Tafelschokolade in die Lage versetzen, selbständig Preise und Qualität auf einer für alle Mitbewerber verbindlichen gleichen Ausgangsbasis zu vergleichen.

Die Waschmittelkennzeichnungsverordnung 1974 brachte eine umfassende Neuregelung für die Deklaration von Waschmitteln. Hatte schon die Waschmittelverordnung 1973 eine Reduktion der zulässigen Packungsgrößen und damit eine bessere Übersichtlichkeit des Marktes gebracht, so bietet die neue Verordnung eindeutige Dosierungsvorschriften (nach Wasserhärte gestaffelt), weitgehende Information über die Zusammensetzung des Waschmittels, Hinweise auf den Gehalt an Enzymen, optischen Aufhellern und Bleichmitteln und weitere Informationen, die für den Konsumenten von Interesse sein können.

In jüngster Zeit wurden die Textilkennzeichnungs- und die Textilpflegekennzeichnungsverordnung erlassen. Mit diesen beiden Verordnungen wurde eine umfassende Information des Konsumenten über die Beschaffenheit und über die Pflegeerfordernisse von Textilerzeugnissen gesichert. Um der Wirtschaft die Anpassung an die mit diesen Verordnungen an sie gestellten Ansprüche zu erleichtern, sind Übergangsfristen bis Jänner bzw. Juli 1976 gewährt worden.

2.1.2 Freiwillige Deklaration

Im Zusammenwirken mit interessierten Kreisen der Wirtschaft und der Konsumenten wurde das Symbol "pd" (Produktdenklaration) entwickelt. Die Anwendung des Zeichens erfolgt freiwillig. Entschließt sich jedoch ein Unternehmen zur Produktdenklaration, so ist es durch eine öffentlich rechtliche Norm, die Produktdenklarationsverordnung, verpflichtet, die in der jeweiligen Verordnung vorgesehenen Angaben vollständig und in bestimmter Form zu machen und bei der Festsetzung der einzelnen Deklarationsangaben bindende Vorschriften zu beachten.

Bisher wurden für folgende Produkte solche Verordnungen erlassen:

Rundfunk- und Fernsehempfangsgerte, Kassetten-Tonbandgeräte, Geschirrspülmaschinen, Staubsauger, Ultraviolett- und Infrarot-Bestrahlungsgeräte, Kühlschränke, Tiefkühl- und Gefriergeräte, elektrische Bügeleisen, Plattenspieler, Stereo-Geräte und organische, nichttextile Fußbodenbeläge.

Durch Werbeaktionen wurde die Einführung des "pd" Zeichens unterstützt.

2.2 Vertragsrecht

2.2.1 Allgemeine Geschäftsbedingungen

Eine besondere Bedeutung kommt den Bemühungen des Handelsministeriums um faire Vertragsbedingungen zu, die auf dem Wege der Verbesserung von Geschäfts- und Lieferbedingungen erreicht werden sollen. Die von Experten des Konsumentenpolitischen Beirates ausgearbeiteten "Allgemeinen Reisebedingungen" der Reisebüros haben bereits eine Verbesserung der Stellung der Konsumenten bewirkt.

2.2.2 Reisebrobeschwerden

Zur Klärung von Beschwerdefällen gegen Reisebüros ist eine Juristengruppe eingerichtet worden. Bisher wurden

mehr als 200 Fälle behandelt. In den meisten Fällen konnten durch die Intervention der Juristengruppe Kulanzlösungen für die Beschwerdeführer erreicht werden.

3. Zusammenwirken mit der Werbewirtschaft

In einer Arbeitsgruppe "Werbeanalyse" werden Werbekampagnen, insbesondere Werbefilme des Fernsehens und Werbesendungen des Hörfunks, von Fachleuten der Werbeagenturen, Werbeauftraggeber und Konsumentenvertreter beobachtet und analysiert.

Anregungen, die sich aus diesen Analysen ergeben, werden im Ausschuß Wirtschaftswerbung beraten und in Form von Informationsbriefen an alle Werbeagenturen und sonstigen an der Werbung interessierten Stellen verbreitet. In zahlreichen Fällen macht der ORF von sich aus die Einhaltung derartiger Empfehlungen zur Grundlage seiner Regeln für die Annahme oder Ablehnung von Werbefilmen.

Die bemerkenswertesten Erfolge der Arbeit des Ausschusses Wirtschaftswerbung waren der freiwillige Verzicht auf Tabakwerbung in Hörfunk und Fernsehen sowie eine weitgehende Selbstbeschränkung der Alkoholwerbung, lange bevor ein diesbezügliches Werbeverbot durch das Rundfunkgesetz ausgesprochen wurde.

Einer Anregung des Handelsministeriums zufolge entstand der Österreichische Werberat als Selbstverwaltungsorgan der Werbewirtschaft. In Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Werberat wird ein vom Handelsministerium gestifteter Staatspreis für Werbung zur Förderung positiver Leistungen vergeben.

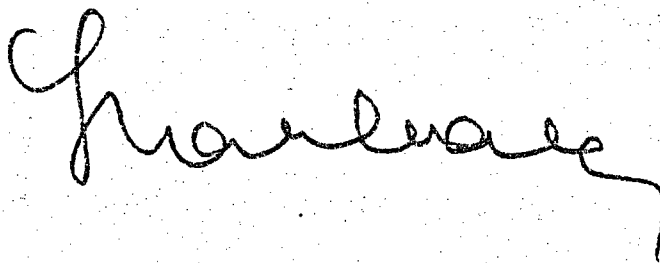
Ein ähnlicher Weg wurde auch im Bereich der Möbelindustrie eingeschlagen. Bei einer vom Konsumentenbeirat veranstalteten Möbelenquete wurde unter anderem die unzumutbare und den Geschmack verbildende Gestaltung österreichischer Möbel kritisiert. Ein vom Handelsministerium gestifteter Staatspreis für Möbel soll nunmehr positive Leistungen prämiieren. Außerdem begann eine Arbeitsgruppe die Möglichkeit der Einführung einer Produktdeklaration für Möbel zu prüfen. www.parlament.gv.at

4. Konsumenteninformation und -erziehung

Ein wichtiger Beitrag zur Information und Erziehung der Konsumenten ist die 1972 erstmals herausgegebene und 1974 ergänzte "Konsumentenfibel". Sie enthält alle jene Bestimmungen, die es zum Schutz des Konsumenten gibt, in allgemein verständlicher Form zusammengefaßt und informiert so den Konsumenten über seine Rechte und Pflichten. Diese Fibel wurde 1973 auch als Lehrbehelf ab der 9. Schulstufe approbiert. Bisher sind bereits über 360 000 Exemplare an Interessenten verteilt worden.

5. Beabsichtigte Aktivitäten

Da somit das erste Arbeitsprogramm des Konsumentenpolitischen Beirats weitestgehend erfüllt ist, habe ich für den 18. Juni 1975 das 5. Konsumentenforum einberufen. Die bei dieser Tagung erreichten Ergebnisse wurden zu einem Arbeitsprogramm des Konsumentenpolitischen Beirates zusammengefaßt. Dieses Programm schließe ich an. Ich werde mich bemühen, es einer möglichst raschen Realisierung zuzuführen.



Der Anfragebeantwortung sind umfangreiche Beilagen angeschlossen, die in der Parlamentskanzlei zur Einsicht aufliegen.