

~~11-726/17~~ der Beilagen zu den stenographischen Protokollen des Nationalrates  
XII. Gesetzgebungsperiode

DER BUNDESMINISTER  
FÜR HANDEL, GEWERBE UND INDUSTRIE

Zl. 16.637-Präs.A/71

Wien, am 1. August 1971

Anfrage Nr. 627 der Abg. Egg und  
Genossen betreffend Unseriöse  
Werbung und Werbemethoden.

726 / A. B.  
zu 627 / J.  
Präs. am 9. Aug. 1971

Herrn

Präsidenten des Nationalrates

Dipl.-Ing. Karl WALDBRUNNER

Parlament  
1010 Wien

Auf die Anfrage, welche die Abgeordneten zum Nationalrat Egg und Genossen in der Sitzung des Nationalrates vom 8. Juni 1971 betreffend Unseriöse Werbung und Werbemethoden an mich gerichtet haben, beehre ich mich folgendes mitzuteilen:

- 1.) Welche Usancen der Werbebranche sollen einer Durchleuchtung zugeführt werden?

Ich habe am 30. Oktober 1970 den Konsumentenpolitischen Beirat eingesetzt, der einen Ausschuß Wirtschaftswerbung gebildet hat. Dieser Ausschuß hat sich unter anderem mit der Analyse von Werbekampagnen in den wesentlichen Werbemedien befaßt. Bei seiner Tätigkeit ließ sich der Ausschuß Wirtschaftswerbung von der Vorstellung leiten, die Werbung müsse den Konsumenten ausreichende, produktorientierte Informationen über Eigenschaften und Wirkungen einer Ware für seine Kaufentscheidung vermitteln. Es besteht vor allem die Auffassung, die wahre und klare Information sei in den letzten Jahren gegenüber dem gestalterischen Element in der Werbung zu kurz gekommen.

Auf Grund seiner Analysen hat sich der Ausschuß bisher mit der Problematik der Verwendung gesundheitlicher Argumente in der Werbung beschäftigt und darüber positive Gespräche mit der Speiseöl- und Margarinewirtschaft geführt. Über Fragen der Werbung für enzymatische Waschmittel bzw. Weichspüler wurden ebenfalls Gespräche mit den Herstellern begonnen.

- 2 -

zu Zl. 16.637-Präs.A/71

Der Ausschuß wird sich mit meiner Zustimmung nächstens auch mit der Werbung für Suppenwürfel bzw. mit dem Problem der Alkohol- und Nikotinwerbung sowie mit täuschenden bzw. irreführenden Angaben in Werbungen für gewisse Präparate wie Schlankheitsmittel usw. auseinandersetzen. Daneben ist beabsichtigt, Fragen der Ethik und der Moral in der Werbung, Schulungs- und Ausbildungsprobleme der in der Werbung Tätigen, sowie Fragen der nach Österreich hereinstreuenden Werbung zu diskutieren. Über gemeinsam interessierende Fragen soll Kontakt mit deutschen Stellen aufgenommen werden.

Ich habe am 27. Mai d. J. einen Kreis von Werbefachleuten zu einer Werbe-Enquete eingeladen, bei der die gegenständlichen Fragen und Auffassungen zur Diskussion gestellt wurden. Ein Ergebnis dieser Enquete war der Vorschlag, einen "Österreichischen Staatspreis für Werbung" einzuführen. Diesem Vorschlag habe ich im Hinblick auf die fördernde Wirkung eines solchen Staatspreises zugestimmt und Experten mit der Ausarbeitung von Grundlagen beauftragt.

Grundsätzlich ist beabsichtigt, mit Hilfe des Ausschusses Wirtschaftswerbung des Konsumentenpolitischen Beirates werbliche Entgleisungen festzustellen und sie durch Gespräche mit Firmen und ihren Interessenvertretungen zu beheben.

2.) Welche Bedingungen stellt man an die Waren-deklaration, insbesondere für Alkohol und Zigaretten, die als gesundheitsschädlich gekennzeichnet werden sollen?

Wie bekannt, konnte zwischenzeitlich durch Gespräche zwischen dem Verein für Konsumenteninformation und der Tabakregie der Aufdruck von Nikotin- und Teergehalt auf Zigarettenpackungen erreicht werden.

Ich bin der Auffassung, daß die Anbringung von Warnungen auf Produkten, die eine gesundheitliche Gefährdung mit sich bringen, unbedingt nötig ist. Dieser Komplex wird in Zusammenarbeit mit den einschlägigen Stellen genau geprüft werden.

- 3 -

zu Zl. 16.637-Präs.A/71

- 3.) Werden vom Ministerium für Handel, Gewerbe und Industrie gesetzgeberische Initiativen ergriffen, um unseriöse Werbung in den Massenmedien aller Art zu unterbinden?

Es ist nicht beabsichtigt, legislative Maßnahmen gegen unseriöse Werbung zu setzen, weil das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb eine ausreichende Rechtsgrundlage darstellt. Ich bin überzeugt, daß die Probleme mit der Werbung vor allem durch die Zusammenarbeit meines Ressorts mit der Werbewirtschaft und ihren Auftraggebern sowie mit den Interessensverbänden zu lösen sind. Ich hoffe, daß vor allem der "Österreichische Werberat", der von Vertretungen der Wirtschaft ins Leben gerufen wurde, wesentlich zur Behebung der Probleme beitragen wird. Das von mir bereits zwei Mal einberufene "Österreichische Konsumentenforum" stellt ebenfalls eine wichtige Plattform für werbliche Fragen dar.

- 4.) Wie ist der Begriff "unseriöse Werbung" nach Meinung des zuständigen Ministeriums abzugrenzen?

Grundlage für die Abgrenzung des Begriffes "unseriöse Werbung" muß das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb sein. Verstöße gegen Bestimmungen des UWG stellen Vergehen dar, daher kann als unseriöse Werbung jede werbliche Äußerung verstanden werden, die im Granzbereich zwischen wettbewerblicher Notwendigkeit auf der einen und den Normen des UWG auf der anderen Seite angesiedelt ist. Ich bin davon überzeugt, daß einerseits unzureichende Information und andererseits die exzessive Verwendung von Leitbildern als unseriös zu werten ist.

