
651/AB XXII. GP

Eingelangt am 04.09.2003

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

BM FÜR SOZIALE SICHERHEIT, GENERATIONEN UND KONSUMENTENSCHUTZ

Anfragebeantwortung

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 611/J der Abgeordneten Öllinger, Freundinnen und Freunde** , wie folgt:

Frage 1:

Eine der Aufgaben des Konsumentenschutzes ist es, die Bewerbung gesundheitsbezogener Angaben auf irreführende Werbeaussagen zu überprüfen und Verstöße rechtlich zu verfolgen.

Kenntnis von Verstößen erlangt das BMSG einerseits durch direkte Konsumentenbeschwerden, andererseits durch Anregungen von Verbraucherschutzverbänden.

Aufgrund des EuGH Urteils vom 23. Jänner 2003 entfällt die im österreichischen Lebensmittelrecht die Vorab-Kontrolle gem § 9 Abs 1 und 3 LMG für gesundheitsbezogene Angaben in der Werbung, das bedeutet, dass nunmehr mit gesundheitsbezogenen Angaben geworben werden darf, soweit diese nicht zur Irreführung geeignet sind. Die Vorab-Kontrolle ermöglichte eine weitgehende Marktkontrolle, die in dieser Weise nicht mehr gegeben sein wird.

Der EuGH erachtete dieses generelle Verbot als zu weitgehend und nicht richtlinienkonform (RL 79/112). Ein eigenes Verfahren verlangte jenen Unternehmen, die dennoch gesundheitsbezogen werben wollten, eine Kontrolle in einem eigenen Verfahren durch das Bundesministerium für Gesundheit ab.

Es ist zu betonen, dass krankheitsbezogene Angaben weiterhin verboten bleiben, unabhängig von einer Irreführungseignung, gesundheitsbezogene Angaben - wie oben ausgeführt - jedoch nur dann verboten sind , wenn sie konkret zur Irreführung geeignet sind.

Seit 1992 gibt es ein Klagsprojekt mit dem VKI, um die Rechtsdurchsetzung bei Verbraucherproblemen sicherzustellen.

Seit 1.1.2001 ist der VKI auch mit UWG-Klagsbefugnis ausgestattet.

Spezieller Klagsschwerpunkt liegt in der Verfolgung irreführender gesundheitsbezogener Angaben.

Darüber hinaus ist festzustellen, dass die Klagskompetenz des VKI auf irreführende Werbung beschränkt ist. Die Rechtsverfolgung von Gesetzesverstößen, etwa gegen das AMG, ohne, dass ein Irreführungstatbestand erfüllt ist, kann daher vom BMSG nicht mit Verbandsklage verfolgt werden.

Für den Handlungsspielraum des Konsumentenschutzressorts bedeutet das, dass nunmehr auf genaue Marktkontrolle zu setzen ist und „schwarze Schafe“ verstärkt mit den Mitteln des UWG bekämpft werden müssen. Wie schon bisher ermöglicht insbesondere § 2 UWG die Verfolgung irreführender Werbepraktiken, unabhängig davon, ob der Unternehmer die Eignung zur Irreführung kannte. Kannte er sie, oder musste er sie kennen, kann er darüber hinaus auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden.

Es ist mir überdies 2003 gelungen, das Klagsbudget für den VKI aufzustocken, damit gerade im Bereich des UWG die Rechtsdurchsetzung sichergestellt wird.

Anlässlich eines konkreten, zur Irreführung geeigneten Falles, beauftragt das BMSG den Verein für Konsumenteninformation, gegen das Unternehmen mittels Abmahnung vorzugehen, wobei das belangte Unternehmen für die inkriminierte Handlung eine strafbewehrte Unterlassungserklärung (dzt 7000 Euro) abzugeben hat. Bei Bedarf macht das BMSG von der Möglichkeit Gebrauch, den VKI mit Klagsführung zu beauftragen.

Frage 2:

Die von Ihnen angesprochene Presseaussendung vom 14.5.2003 enthält primär allgemeine Angaben zum Thema Risikofaktor Übersäuerung, dessen mögliche Behebung und weitere Maßnahmen des Gesundheitsstaatssekretärs im Rahmen von Forschungsarbeiten.