

XXIII. GP.-NR

4850 /J

15. Juli 2008

**ANFRAGE**

der Abgeordneten Dr Gabriela Moser, Freundinnen und Freunde

an den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

betreffend Vollzug und Verschärfung des Pkw-VIG

Autowerbung ist von großer Bedeutung für die Kundenentscheidung beim Kfz-Kauf. Mit dieser Entscheidung binden sich Fahrzeugkäuferinnen und -käufer für Jahre in Sachen Mobilitätskosten, Schadstoff- und CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Angesichts der Vorteile einer Entscheidung für einen sparsamen Pkw, gerade angesichts der hohen und absehbar weiter steigenden Öl- und Treibstoffpreise, wären entsprechend gezielte Lenkungsmaßnahmen für Autowerbung dringend nötig.

In den letzten Monaten wurde unter anderem von Greenpeace immer wieder darauf hingewiesen, dass regelmäßige Verstöße der Autoindustrie gegen geltende Werbegesetze zu verzeichnen sind. Im Bundesgesetz über die Bereitstellung von Verbraucherinformationen beim Marketing für neue Personenkraftwagen (Personenkraftwagen-Verbraucherinformationsgesetz - Pkw-VIG) wird festgehalten, dass Autowerbungen in allen Werbemitteln, somit also auch bei Plakatwerbungen, Aushängen und in Zeitungsinseraten, die CO<sub>2</sub>-Emissionen und den Treibstoffverbrauch auszuweisen haben. Diese Angaben müssen laut §7 Pkw-VIG „gut lesbar und nicht weniger hervorgehoben als die hauptsächliche Werbebotschaft“ sowie „bereits bei flüchtigem Lesen leicht verständlich sein“. Anhang IV des Pkw-VIG definierte in der Urfassung „Mindestanforderungen“ für Angaben über Kraftstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen in Werbeschriften, mittlerweile ist dies in der Personenkraftwagen-Verbraucherinformationsverordnung inhaltlich ident geregelt.

Viele in der Auto-Werbung eingesetzte Werbemittel entsprechen nicht diesen gesetzlichen Vorgaben. Zudem wird gerne Umweltfreundlichkeit dort suggeriert, wo davon keine Rede sein kann. Die Autohersteller versuchen mit allen Mitteln, eine Debatte über die CO<sub>2</sub>-Emissionen ihrer Produkte zu verhindern, um auch weiterhin auf prestigeträchtige, gleichzeitig aber massiv das Klima belastende Fahrzeuge setzen zu können. Dazu werden unter anderem CO<sub>2</sub>- und Verbrauchs-Angaben ins Klein- bis Kleinstgedruckte verbannt. Der Vergleich zwischen den Warnhinweisen auf den Verpackungen und Werbemitteln von Tabakerzeugnissen und den „Klima-Warnhinweisen“ in der Autowerbung macht den Unterschied zwischen tatsächlich und angeblich gesetzeskonformen Angaben augenfällig.

Gemäß §11 Pkw-VIG kann der Umweltminister mit Verordnung nähere Regelungen unter anderem zu den Anforderungen an die Angaben über den offiziellen Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen in den Werbeschriften im Sinne des § 7 erlassen. Die dazu 2006 verordnete Personenkraftwagen-Verbraucherinformationsverordnung beinhaltet jedoch keine hinreichend präzisierenden Vorgaben für Werbeschriften, die über §7 Pkw-VIG hinausgehen würden.

Zu widerhandlungen gegen §7 Pkw-VIG sind als Verwaltungsübertretungen mit Geldstrafe von € 200,- bis zu € 2.000,-, im Wiederholungsfalle bis zu € 4.000,-, zu bestrafen – die Sanktionsdrohung liegt also im Bagatellbereich.

Wirksamere Strafen bei Gesetzesverstößen einerseits und strengere Vorgaben andererseits scheinen nötig zu sein, um Autoindustrie und Autohandel dazu zu bringen, sich zum einen an die Spielregeln bei der Verbraucherinformation über Spritkonsum und Klimabelastung ihrer Produkte zu halten und zum zweiten durch entsprechende Werbung zur Umstellung der Pkw-Flotte in Richtung sparsamerer, klimafreundlicher und im laufenden Betrieb leistbarer Modelle beizutragen.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

### ANFRAGE:

1. Sind Sie angesichts der Bedeutung der Autowerbung für die Kundenentscheidung beim Kfz-Kauf und angesichts der Vorteile einer Entscheidung für einen sparsamen Pkw für Klimaschutz, Schadstoffreduktion und Mobilitätskosten durch viele Jahre bereit, eine Verschärfung des Pkw-VIG a) hinsichtlich größerer und in Optik und Wortlaut deutlicherer Angaben zu Treibstoffverbrauch und CO<sub>2</sub>-Ausstoß auf allen Werbemitteln, b) hinsichtlich einer deutlichen Anhebung der Strafhöhen bei Verstößen zu forcieren?
2. Wenn nein, warum nicht?
3. Sind Sie bereit, Vorstöße für einen konsequenten Vollzug des geltenden Pkw-VIG, insbesondere seines §7, zu unternehmen?
4. Wenn nein, warum nicht?
5. Sind Sie bereit, Vorstöße für strengere Vorgaben für Kfz-Werbung, die sich in der Optik etwa an der Tabakwerbung orientieren sollten, auf EU-Ebene zu unternehmen?
6. Wenn nein, warum nicht?
7. Werden Sie sich für eine dem Pkw-VIG bzw. den zugrundeliegenden EU-Richtlinien entsprechende Regelung auch für den zunehmend klimarelevanten Bereich einspuriger Kraftfahrzeuge einsetzen?
8. Wenn nein, warum nicht?

*Behr. Z. 11* *Amor* *B. J. 11*  
*K. 11* *Zil*