

## **ANFRAGE**

der Abgeordneten Wurm  
und weiterer Abgeordneter  
an den Bundesminister für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz

### **betreffend Irreführung von Konsumenten durch Werbung**

Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) hat anlässlich der Werbekampagne zum 100-Jahr-Jubiläum des Wäscheherstellers Palmers außergerichtlich interveniert. Grund dafür war, dass Palmers im vergangenen Herbst Kundinnen und Kunden in einer großangelegten Werbeaktion Gratisflüge für jeden Einkauf ab 100 Euro versprochen hatte, doch die versprochenen Gratisflüge verliefen im Sand. Auch mehrmalige Kontaktaufnahme mit Palmers war erfolglos. Getröstet sollen die Konsumenten nun mit 50-Euro-Gutscheinen werden, wie der VKI berichtete.




Tatsache ist, dass die breit angelegte Werbekampagne Auslöser für einen regelrechten Ansturm auf die Palmers-Filialen war, wodurch der Umsatz stark gesteigert werden konnte. Die Konsumenten nun aber offensichtlich auf einem „leeren Versprechen“ sitzen bleiben.

In diesem Zusammenhang richten die gefertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz folgende

## **ANFRAGE**

1. Sind dem Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz diese Umstände bekannt?
2. Sehen Sie die Palmers-Werbeaktion als rechtlich zulässig an?
3. Sind dem BMASK Beschwerden von Konsumenten bekannt, die sich von der Palmers-Werbeaktion getäuscht fühlen?
4. Wenn ja, wie viele Beschwerden sind eingegangen?

5. Unabhängig von der juristischen Bewertung: Wird das BMASK im Sinne des Konsumentenschutzes dafür sorgen, dass bei derartigen Werbekampagnen die Unternehmen Sorge zu tragen haben, dass a) die Konsumenten das bekommen was ihnen Versprochen wird oder b) die Konsumenten bei nicht Einhaltung des Werbeversprechens, ordnungsgemäß entschädigt werden?
6. Wenn ja, mit welchen Maßnahmen wird das BMASK dafür sorgen?

  
Ludwig Brandner  
