

## ANFRAGE

des Abgeordneten Peter Wurm  
an den Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz  
betreffend **VKI: XXXLutz-Werbung für 25 Prozent-Rabattaktion war irreführend**

Der Verein für Konsumenteninformation hat am 20. Juli 2023 folgende Aussendung veröffentlicht:<sup>1</sup>

**VKI: XXXLutz-Werbung für 25 Prozent-Rabattaktion war irreführend**

*Aufklärender Hinweis zu den Ausnahmen von der Rabattierung erfolgte nur im Flüsterton*

*Verein für Konsumenteninformation (VKI) hatte im Auftrag des Sozialministeriums die XXXLutz KG (XXXLutz) geklagt. Grund für die Klage war eine Werbebotschaft, bei der ein aufklärender Hinweis – in Flüsterlautstärke – deutlich leiser war als die vorangegangene Information. Das Landesgericht (LG) Wels gab dem VKI Recht und beurteilte die Werbung als irreführend. Das Urteil ist rechtskräftig.*

*Lutz warb im Radio und TV unter anderem mit dem Text „Minus 25 Prozent auf die vielen schönen Sachen vom XXX-Lutz! Sparen Sie 25 % auf Ihren Einkauf!“ Der Text war zügig, in normaler Lautstärke gesprochen. In deutlich geringerer, flüsternder Lautstärke folgte der schnell gesprochene Hinweis „Gültig auf fast alle Produkte mit Jubiläumsgutschein.“ Ohne Erhöhung der Lautstärke beim Radio bzw. Fernsehen konnte dieser Text schlecht bzw. nicht verstanden werden. Es gab umfassende Ausnahmen vom Rabattierungsversprechen, so zum Beispiel Kindersitze, Parkett- und Laminatböden oder die Waren bestimmter Hersteller.*

*„Uns ärgern die leisen und oft wahnsinnig schnell gesprochenen aufklärenden Hinweise schon lange. Hier war der Lautstärkenunterschied besonders krass. Ich verstand den Hinweis erst, nachdem ich mir den Radio-Spot mehrmals konzentriert angehört und die Lautstärke hochgedreht hatte. Ein aufklärender Hinweis muss aber ausreichend wahrnehmbar sein. Dieses Kriterium wurde hier eindeutig nicht erfüllt“, kommentiert Dr. Beate Gelmann, Leiterin der Abteilung Klagen im VKI, das Verfahren.*

*Das LG Wels führt aus, dass der aufklärende Hinweis in seiner Lautstärke deutlich reduziert war, sodass in diesem Zusammenhang von einer Flüsterlautstärke bzw. Flüstern gesprochen werden muss. Das Gericht gab daher der Klage des VKI statt und bestätigte die Irreführung.*

*Laut Urteil hat es XXXLutz daher zu unterlassen, den unrichtigen Eindruck zu erwecken, einen bestimmten Rabatt zu gewähren – etwa einen Rabatt von 25 Prozent auf den gesamten Einkauf – wenn tatsächlich Teile des Sortiments von der Rabattierung ausgenommen sind und auf diese Einschränkungen nicht ausreichend deutlich hingewiesen wird.*

---

<sup>1</sup> [https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20230720OTS0018/vki-xxxlutz-werbung-fuer-25-prozent-rabattaktion-war-irrefuehrend](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20230720OTS0018/vki-xxxlutz-werbung-fuer-25-prozent-rabattaktion-war-irrefuehrend)

In diesem Zusammenhang richtet der unterfertigte Abgeordnete an den Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz nachstehende

**Anfrage**

1. Wie viele Kunden waren von der irreführenden Rabattaktion von XXXLutz in Österreich betroffen?
2. Welche Möglichkeit haben diese Kunden, ihren 25-Prozent-Rabatt doch noch zu erhalten?
3. Wie werden BMSGPK und VKI sicherstellen, dass XXXLutz zukünftig solche irreführenden Werbebotschaften nicht mehr medial einsetzt?
4. Gab bzw. gibt es auch gegen andere Möbelhandelsketten wegen irreführender Rabattaktionen Gerichtsverfahren, die das BMSGPK über den Verein für Konsumenteninformation (VKI) geführt hat?
  - a. Wenn ja, welche und mit welchem Ergebnis?



Handwritten signatures and notes in black ink. At the top left is a signature 'MK'. In the center is a signature 'MB' above the handwritten text 'Oerz'. To the right is a signature 'J' above the handwritten text 'Jan'. Below these is a signature 'Neu' above a signature 'P'. The date '30/08' is in the bottom right corner.

