

18175/J XXVII. GP

Eingelangt am 20.03.2024

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

ANFRAGE

des Abgeordneten Peter Wurm
an den Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
betreffend **VKI: OGH bestätigt irreführende Werbung bei „Gröbi Waldbeere“**

Die Firma DrinkStar GmbH hat mit irreführender Werbung beim Erfrischungsgetränk Gröbi gegen das Wettbewerbsrecht verstoßen. Zu diesem Urteil kommt das Oberlandesgericht Wien (OLG Wien) nach einer Klage des Vereins für Konsumenteninformation (VKI). Folgende Pressemitteilung wurde am 5. März 2024 durch den VKI veröffentlicht:¹

VKI: OGH bestätigt irreführende Werbung bei „Gröbi Waldbeere“
Werbung mit Waldbeeren, für Getränk ohne Waldbeeren, ist unzulässig

Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) hatte im Auftrag des Sozialministeriums die DrinkStar GmbH wegen einer irreführenden Produktaufmachung geklagt. Konkret ging es um das Erfrischungsgetränk „Gröbi Waldbeere“, das keinen Fuchtsaftanteil von Waldbeeren enthielt, obwohl auf dem Flaschenetikett Waldbeeren naturgetreu abgebildet waren. Bereits das Handelsgericht (HG) Wien hatte darin eine wettbewerbsrechtlich relevante Irreführung erkannt und das Oberlandesgericht (OLG) Wien das Urteil bestätigt. Jetzt wies der Oberste Gerichtshof (OGH) auch das Revisionsbegehren der DrinkStar GmbH zurück. Somit ist das Urteil rechtskräftig.

Das bekannte Erfrischungsgetränk „Gröbi“ wird in mehreren Geschmacksrichtungen, unter anderem auch als „Gröbi Waldbeere“, angeboten. Dessen Flaschenetikett zieren naturgetreue Abbildungen von heimischen Früchten wie Brombeeren, Heidelbeeren und Himbeeren. Auf der Webseite wird das Getränk unter anderem mit der Beschreibung „So schmeckt Heimat. Beerig-gut genießen. Wie ein Früchtekorb frisch im Wald gepflückt“ angepriesen.

Tatsächlich enthält „Gröbi Waldbeere“ keinerlei Bestandteile von Waldbeeren, weder in Form von Saft(-konzentrat) noch in Form von natürlichen Aromen der

¹ https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20240305_OTS0014/vki-ogh-bestaeigt-irrefuehrende-werbung-bei-groebi-waldbeere

Früchte. Der VKI sah darin eine irreführende Produktaufmachung und brachte Klage ein. Bereits das HG Wien folgte der Rechtsansicht des VKI und untersagte der DrinkStar GmbH diese Art der Bewerbung, weil das Produkt keinen Saft bzw. kein Saftkonzentrat der abgebildeten Früchte enthält. „Das Gericht urteilte, dass eine solche Aufmachung selbst dann unzulässig wäre, wenn das Getränk natürliche Aromen der abgebildeten Früchte enthalten würde“, erläutert Dr. Barbara Bauer, Juristin im VKI, das Urteil.

In Folge bestätigte das OLG Wien diese Entscheidung und hielt fest, dass auch die Richtigstellung im Zutatenverzeichnis an der Irreführungseignung nichts ändere, da weite Kreise der Verbraucher dieses nicht oder nicht mit großer Aufmerksamkeit lesen. Den Einwand der DrinkStar GmbH, dass Verbraucher die abgebildeten Früchte nur als Hinweis auf die Geschmacksrichtung verstehen würden, ließ das OLG Wien nicht gelten. Genauso wenig, dass Gröbi Waldbeere den Anforderungen des Lebensmittelbuchs an Erfrischungsgetränken entspricht. Dies schließt nach Ansicht des Gerichts die Irreführungseignung durch die Produktaufmachung nicht aus.

Die von der DrinkStar GmbH dagegen erhobene außerordentliche Revision wurde vom Obersten Gerichtshof zurückgewiesen.

„Der VKI überprüft und kontrolliert über den bei uns eingerichteten Lebensmittel-Check jährlich zahlreiche Produkte. Gegen irreführende Auslobungen gehen wir auch immer wieder gerichtlich vor. Dieses Urteil ist ein weiterer wichtiger Beitrag, sachliche Produktinformation im Marketing der Lebensmittelbranche durchzusetzen“, betont Dr. Barbara Bauer abschließend.

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

Anfrage

1. Sind derzeit im Zusammenhang mit der Werbung und Produktpräsentation anderer Lebensmittel einschlägige wettbewerbsrechtliche Verfahren, die der Verein für Konsumenteninformation im Auftrag des BMSGPK führt, anhängig?
 - a. Wenn ja, welche und wie ist der Verfahrensstand?
2. Würden Sie diesen Fall als zuständiger Konsumentenschutzminister auch unter die Kategorie „Skimpflation“ einordnen?
3. Sind derzeit andere Verfahren, die der Verein für Konsumenteninformation im Auftrag des BMSGPK führt, anhängig, denen der Vorwurf der „Skimpflation“ zugrundeliegt?
 - a. Wenn ja, welche und wie ist der Verfahrensstand?
4. Sind derzeit andere Verfahren, die der Verein für Konsumenteninformation im Auftrag des BMSGPK führt, anhängig, denen der Vorwurf der „Shrinkflation“ zugrundeliegt?
 - a. Wenn ja, welche und wie ist der Verfahrensstand?