
5089/J XXVII. GP

Eingelangt am 20.01.2021

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

ANFRAGE

der Abgeordneten Peter Wurm, Walter Rauch, Christian Ries, Peter Schmiedlechner und weiterer Abgeordneter
an den Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
betreffend **Schutzmaskenhersteller Silvercare wegen irreführender Werbung verurteilt**

Der Verein für Konsumenteninformation hat am 18. Jänner 2021 folgende Pressemitteilung veröffentlicht:

*VKI: Schutzmaskenhersteller Silvercare wegen irreführender Werbung verurteilt
Anbieter versprach einen wissenschaftlich nicht belegten Schutz des Trägers vor SARS-CoV-2*

Wien (OTS/VKI) - Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) hatte im Auftrag des Sozialministeriums Klage wegen irreführender Geschäftspraktiken gegen die Silvercare GmbH, einen Schutzmaskenhersteller, eingebracht und vor dem Landesgericht (LG) Linz Recht bekommen: Die Silvercare GmbH darf die von ihr vertriebenen MNS-Masken nicht so bewerben, dass der Eindruck entsteht, sie würden den Träger gegen eine Infektion mit dem Coronavirus (SARS-CoV-2) schützen, obwohl die wissenschaftlichen Belege für den Schutz des Trägers nicht als gefestigt anzusehen sind. Das Urteil ist rechtskräftig.

Seit Beginn der Corona-Pandemie hat der Verkauf von Corona-Schutzausrüstung Hochkonjunktur. Um am Markt bestehen zu können, überbieten sich Anbieter mit wissenschaftlich nicht belegten Wirksamkeitsversprechen. Dagegen ist der VKI bereits in der Vergangenheit erfolgreich vorgegangen und konnte nun neuerlich einen Erfolg, diesmal gegen die Silvercare GmbH, verzeichnen.

Silvercare bietet auf seiner Webseite MNS-Masken aus „Superfaser mit integriertem Silber“ an, die – so suggeriert es die Produktbeschreibung – nicht nur Dritte, sondern auch den Träger der Maske wegen des enthaltenen Silberanteils gegen eine Infektion mit dem Coronavirus schützen sollen. An zahlreichen Stellen auf der Webseite finden sich Informationen zum SARS-CoV-2 Virus und dessen Gefährlichkeit.

Das LG Linz gab dem VKI Recht und beurteilte den Webauftritt als irreführend: Da wissenschaftlich nicht gesichert sei, dass und inwieweit eine (einfache) MNS-Maske den Träger gegen eine Infektion mit SARS-CoV-2 schützt und ein entsprechender Wirksamkeitsnachweis für die Masken von Silvercare bzw. für das darin enthaltene

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

Nanosilber fehlt, seien derartige gesundheitsbezogene Angaben unzulässig. Silvercare bewarb die Masken unter anderem damit, dass die „antibakterielle“ Wirkung des Silbers durch „Gutachten renommierter, österreichischer & internationaler Institute“ bestätigt wäre. Abgesehen davon, dass für einen Schutz vor einer Infektion mit COVID-19 die antivirale Wirkung der Fasern entscheidend wäre, geben die angeführten „Gutachten“ zum überwiegenden Teil keinerlei Aufschluss über die mögliche antibakterielle Wirkung von MNS-Masken aus Fasern mit Silberanteil.

„Das Urteil bestätigt, dass für eine Werbung mit gesundheitsbezogenen Angaben besonders hohe Standards gelten und auch Corona-Schutzausrüstung nur mit wissenschaftlich belegten Wirkungen beworben werden darf“, zeigt sich Dr. Barbara Bauer, zuständige Juristin im VKI, erfreut. „Krisenzeiten wie diese dürfen nicht als Gelegenheit für Geschäftemacherei missbraucht werden.“

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20210118_OTS0012/vki-schutzmaskenhersteller-silvercare-wegen-irrefuehrender-werbung-verurteilt

In diesem Zusammenhang richten die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz folgende

ANFRAGE

1. Welche Konsequenzen ziehen Sie als zuständiger Gesundheitsminister aus der gewonnenen Klage wegen irreführender Geschäftspraktiken gegen den Schutzmaskenhersteller Silvercare GmbH?
2. Welche weiteren ähnlichen Fälle sind Ihnen bekannt, wo Unternehmen die Corona-Krise dafür nutzten bzw. momentan nutzen um Geschäfte zu machen?
3. Welche konsumentenschutzpolitischen und konsumentenschutzrechtlichen Maßnahmen wurden in Zusammenhang mit irreführender Werbung von Ihnen als Konsumentenschutzminister seit Ihrer Amtszeit gesetzt?
4. Welche Maßnahmen werden Sie in Zukunft setzen um solchen Praktiken einen gesetzlichen Riegel vorzuschieben?