
JAHRESBERICHT

GZ: 2022-0.849.504

„Förderung zur Durchführung der statuarischen Aufgaben des VKI und Finanzierung des europäischen Verbraucherzentrums Österreich 2023 – 2025“

Berichtszeitraum 1.1.2024 bis 31.12.2024

März 2025

Empfängerkreis: BMSGPK

INHALT

1. Sachbericht	3
1.1 Auflage gem. § 4 Abs. 4: BERATUNG	3
1.1.1 Beratung National	3
1.1.1.1 Zur Auflage gem. § 4 Abs. 5: Gefahren am Urlaubsort	6
1.1.2 Beratung Europa (EVZ)	13
1.1.2.1 Art 20 der Dienstleistungsrichtlinie	19
1.1.2.2 Art 21 Dienstleistungsrichtlinie	22
1.1.2.3 Geoblocking Verordnung 2018/302	32
1.1.2.4 Art 3 Zugang zu Webseiten und Online-Benutzeroberflächen	33
1.1.2.5 Art 4 Zugang zu Waren und Dienstleistungen	34
1.1.2.6 Art 5 Diskriminierung in Zusammenhang mit der Zahlung	40
1.1.2.7 Art 6 Vereinbarungen über den passiven Verkauf	40
1.1.2.8 Art 7 Einleitung von Vollzugsverfahren	41
1.2 Bericht zur Auflage gem. § 4 Abs. 3.: Webseiten und soziale Medien	42
1.2.1 Webseiten	42
1.2.2 Social Media	47
1.3 Tests und Untersuchungen	51
1.3.1 Tests und Reports	51
1.3.2 Lebensmittel-Check	55
2. Zahlenmäßiger Nachweis	58
2.1 Leistungszahlen	58
3. Anhang	59

1. SACHBERICHT

1.1 Auflage gem. § 4 Abs. 4: BERATUNG

1.1.1 Beratung National

Im Jahr 2024 haben insgesamt 4.549 rechtliche Anfragen und Beschwerden den VKI erreicht, in denen Konsument:innen Beratung und Unterstützung suchten.

Die meisten Anfragen und Beschwerden gab es mit knapp 20 % in der Sparte „Waren für Verbraucher:innen“. Der überwiegende Teil der Beschwerden betraf Gewährleistungsprobleme, insbesondere bei Elektrogeräten und Elektronik. Auch hinsichtlich Einrichtungsgegenstände dominierten Anfragen und Beschwerden zur Gewährleistung. Zudem rückten im Jahr 2024 Unternehmensinsolvenzen bei Möbelanbietern in den Fokus. Hier spiegelt sich vor allem die Insolvenz der kika/Leiner-Gruppe wieder, aber auch die Insolvenz kleinerer Küchenstudios. Aufgrund, der in diesem Bereich oft hohen Anzahlungen, sind Konsument:innen durch die fehlende Absicherung im Fall einer Insolvenz in dieser Branche meist stark belastet. Besonders kritisiert wurde, dass die freiwillige Absicherung, der sogenannte „Schotterschutz“, nur einen Teil der kika/Leiner-Kunden angeboten wurde. Abhilfe schaffen könnte die Verpflichtung, eine entsprechende Absicherung - zumindest ab einer gewissen Anzahlungshöhe - anzubieten.

Ein großer Anteil der Anfragen und Beschwerden im Bereich „Allgemeine Dienstleistungen für Verbraucher“ betraf Probleme mit Handwerkern. Auch hier waren vor allem Leistungsmängel der Grund für Beschwerden, gefolgt von Beschwerden zu den verrechneten Kosten. Besondere Probleme bereiteten hier weiterhin unseriöse Notfalldienste, die Konsument:innen zur sofortigen Zahlung überteuerter Preise nötigten - bei meist äußerst mangelhafter Leistung.

Eine erhebliche Anzahl an Anfragen und Beschwerden langte zu Telekomdiensten ein. Weit mehr als die Hälfte der Anfragen betraf die Möglichkeit einer Rückforderung von Servicepauschalen, da die Rückzahlung von den betroffenen Anbietern weitgehend verweigert wurde. Dadurch stehen Telekomanbieter an der Spitze der meistgennanten betroffenen Unternehmen.

Einen weiteren Schwerpunkt der Beratungen bildeten Fragen zu Finanzdienstleistungen und Versicherungen.

Im Bereich Finanzdienstleistungen betraf ein erheblicher Anteil der Anfragen und Beschwerden Kreditverträge. Beschwerdeträchtig waren vor allem die im Zusammenhang mit dem Kreditvertrag verrechneten Gebühren. Zentrales Thema waren weiterhin Betrugsfälle im Zahlungsverkehr (Phishing). Meist werden die Konsument:innen auf eine Fake-Seite geroutet, die der Homepage der jeweiligen Bank täuschend ähnlich sieht und verleitet, Kontodaten preiszugeben. Eine Erstattung des betrügerisch abgebuchten Betrages wird von den Banken üblicherweise unter Verweis auf die starke Kundenauthentifizierung abgelehnt.

Im Bereich Versicherungen lag der Schwerpunkt der Anfragen auch im Jahr 2024 auf der Sparte Lebensversicherungen. Anfragen und Beschwerden betrafen vorwiegend die Verrechnung von - mit den Versicherungsprodukten in Zusammenhang stehenden - Gebühren (Abschluss- und Verwaltungskosten). Zu zahlreichen Anfragen und Beschwerden kam es in dieser Branche zudem hinsichtlich Sach- bzw. Schadensversicherungen. Diese betrafen vorwiegend Deckungsablehnungen. Als besonders problematisch haben sich 2024 die sehr weit gefassten Deckungseinschränkungen in Bezug auf Hochwasserschäden erwiesen. Einerseits gab es Beschwerden zu dem in diesem Bereich summenmässig meist äußerst beschränkten Versicherungsschutz (maximal € 50.000,-- jeweils für Gebäude und Inventar), andererseits zu den Deckungsbeschränkungen hinsichtlich der versicherten Sachen. So wurden typischerweise Schäden, die nicht das versicherte Gebäude betrafen, wie Zäune und Einfriedungen beziehungsweise Instandsetzungsarbeiten im Garten nicht übernommen. Anfragen und Beschwerden zu Kündigungen, welche die Versicherer in Folge von Schadensmeldungen wegen Hochwasserschäden ausgesprochen haben, gab es nur vereinzelt.

Im Vergleich zu den Jahren 2022 und 2023 ging die Zahl der Anfragen und Beschwerden zum Thema Energie und Wasser zurück, was auf die leichte Entspannung bei den Energiepreisen im Jahr 2024 zurückzuführen ist. Gehäuft langten jedoch Anfragen und Beschwerden zu Fernwärmeabrechnungen ein. Insbesondere bemängelt wird hier die fehlende Nachvollziehbarkeit bzw. Höhe der Preise und die Intransparenz der Abrechnungen.

Hervorzuheben ist, dass unter der Rubrik „Andere“ ein anhaltend hoher Beschwerdeanteil Forderungen in Zusammenhang mit Besitzschutzansprüchen („Parkplatzfallen“) betraf.

In 820 Fällen wurden Unternehmen angeschrieben. Interventionen waren besonders in den Branchen „Dienstleistungen für Verbraucher“, „Waren für Verbraucher“ und Finanz-Dienstleistungen“ erforderlich. Ziel ist, Ansprüche der Konsument:innen mit rechtlichen Argumenten unter Verweis auf Gesetze und Judikatur außergerichtlich durchzusetzen. Von den bereits abgeschlossen Fällen konnten über 60 % positiv erledigt werden. In 260 Fällen war kein positives Ergebnis möglich, weil der Anspruch abgelehnt oder keine Stellungnahme abgegeben wurde. Betreffend Ansprüche, die außergerichtlich nicht durchgesetzt werden können, offene Rechtsfragen oder wird systematisches Fehlverhalten von Unternehmen erkannt, wird der Abteilung Rechtsdurchsetzung für die etwaige Prüfung von Musterprozessen oder Verbandsklagen darüber berichtet.

Im Jahresbericht 2024 ergibt sich im Vergleich zu den übermittelten Quartalszahlen ein Plus von 33 Beratungen und 125 Interventionen. Zurückzuführen ist diese Differenz auf den zeitlichen Ablauf der Beratungen. Quartalsübergreifend durchgeführte Beratungen und Interventionen fließen im System nicht in den jeweiligen Quartalsbericht ein.

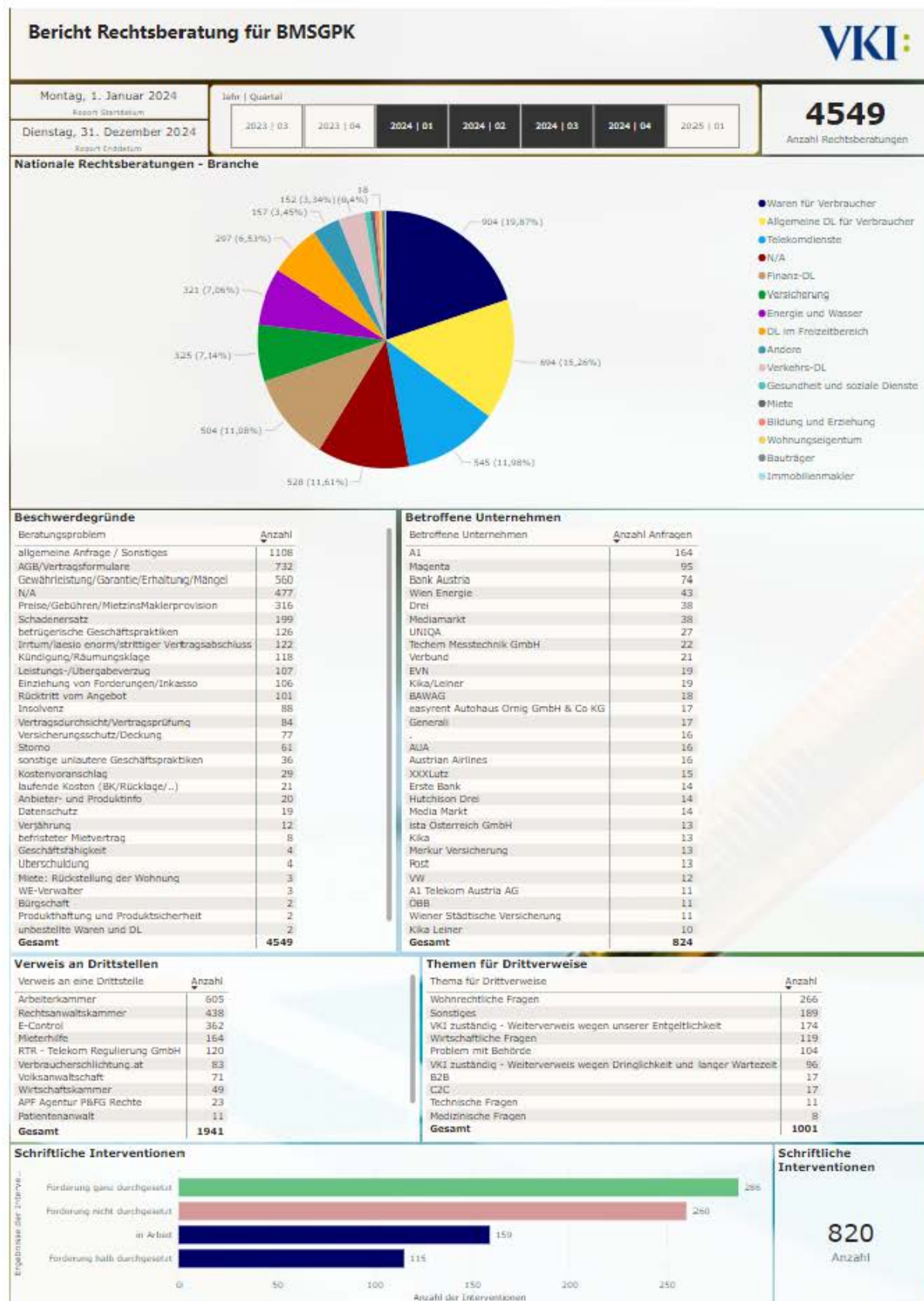


Abbildung 1: Beratungsstatistik 2024

1.1.1.1 Zur Auflage gem. § 4 Abs. 5: Gefahren am Urlaubsort

Einleitung und Überblick über die Anzahl der Anfragen bei Gefahr am Urlaubsort

Das Europäische Verbraucherzentrum Österreich (EVZ) wurde vom Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK) beauftragt, beginnend ab 1. Januar 2024 bis 31. Dezember 2024, Konsument:innen über ihre Rechte im Falle eines unerwarteten Ereignisses (Gefahr) am Urlaubsort zu informieren und im Bedarfsfall weitergehende Unterstützung in Form von Beratung sowie außergerichtlicher Intervention zur Durchsetzung ihrer Rechte zu geben. Zudem stellen die Mitarbeiter:innen des EVZ Informationen, Erklärungen und laufend aktualisierte Musterbriefe auf der Website des EVZ (www.europakonsument.at) zur Verfügung.

Hilfesuchende Konsument:innen erhielten wie in den Vorjahren professionellen, individuellen Rat: einerseits über die telefonische, kostenlose EVZ-Hotline zu Gefahr am Urlaubsort, andererseits im Wege der Online-/Emailberatung, auf dem Schriftweg oder auch vor Ort im Beratungszentrum auf der Mariahilfer Straße im Zuge eines persönlichen Beratungsgesprächs.

Im Jahr 2024 wurden 76 Anfragen von KonsumentInnen zum Thema Gefahr am Urlaubsort registriert. Wie in der folgenden Abbildung ersichtlich, wurden 27 Beratungen (Questions) betreffend Vertragspartner im EU-Ausland durchgeführt. In weiteren 49 Fällen (Complaints) wurde nach Informationserteilung auch grenzüberschreitend interveniert.

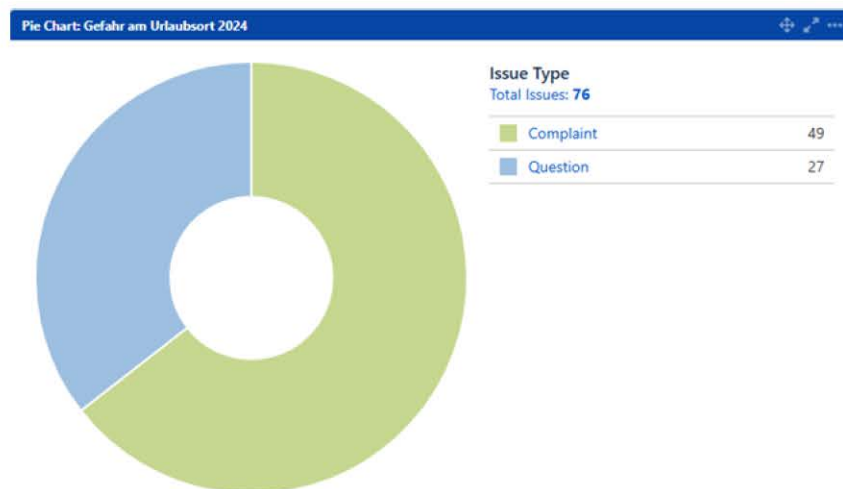


Abbildung 2: Pie Chart Gefahr am Urlaubsort 2024 – Issue Type

Grundlage der in diesem Bericht genannten Daten sind jene Parameter, die im Rahmen der Anfragedokumentation im ECC-Net (EU-weite Datenbank der Europäischen Verbraucherzentren) standardmäßig abgefragt werden.

Auswertung der ECC-Net-Statistiken

Gliederung der Anfragen nach dem Sitz des Vertragspartners (trader country): Ausgewertet wird im Rahmen der ECC-Net-Anfragedokumentation, wo die involvierten Unternehmen ihren

Firmensitz haben. Vertragspartner können etwa Reiseveranstalter, Unterkunftsgeber oder Beförderungsunternehmen sein. Die häufigsten Anfragen bezogen sich auf Vertragspartner im EU-Ausland und Österreich. Dabei betrafen ca. 29 % der Anfragen Unternehmen mit Sitz in Deutschland (22 Anfragen).

10 Anfragen betrafen Unternehmen mit Sitz in Österreich, die im Zuge der telefonischen Beratung mitbearbeitet wurden. Weitere 7 Anfragen betrafen Unternehmen mit Sitz in Ungarn. Außerdem nennenswert sind noch Anfragen bezüglich Unternehmen in Italien (4), Portugal (4) und Spanien (4), sowie 4 Anfragen, die außerhalb des Zuständigkeitsbereiches des europäischen Verbraucherzentrums lagen. Bei Letzteren handelt es sich allesamt um telefonische Anfragen, die in der am Dienstag und Donnerstag jeweils von 09:00 – 13:00 Uhr eingerichteten Hotline (01 - 588 77 63) eingegangen sind.

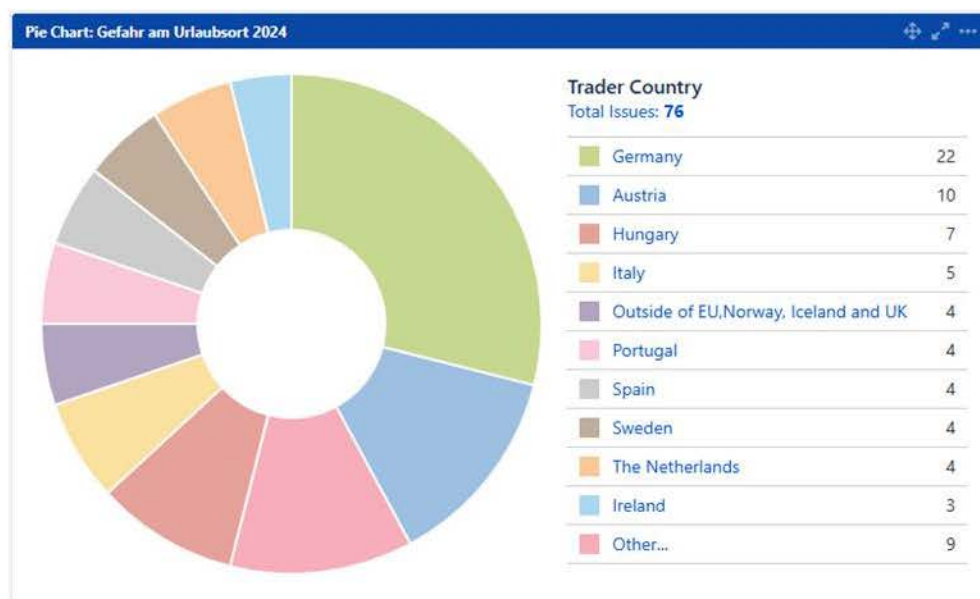


Abbildung 3: Pie Chart Gefahr am Urlaubsort 2024 – Trader Country

Gliederung der Anfragen nach den gebuchten Reisen: Das unten ersichtliche Diagramm stellt eine Gliederung nach dem „Economic sector“ dar. Die zuständigen Jurist:innen des EVZ haben hier auch die Art der gebuchten Reise anzugeben.

Besonders hervorzuheben sind die folgenden drei gebuchten Reisen:

Fragen zu individuellen Beförderungsverträgen:

Beförderungsverträge Luftfahrt: 37

Beförderungsverträge Zug: 4

Gesamt: 41 (entspricht ca. 54 % aller Anfragen in dieser Kategorie)

Fragen bezüglich Pauschalreisen (package travel):

8 (ca. 11 % aller Anfragen)

Fragen zu individuell gebuchten Unterkünften („Restaurants, Hotels and Timeshare“- Anfragen sind zusammenzuzählen):

Accommodation services of other establishments:	4
Hotels, Motels, Inns and similiar accommodation services:	9
accommodation services:	2
Gesamt: (ca. 20 % aller Anfragen in dieser Kategorie)	15

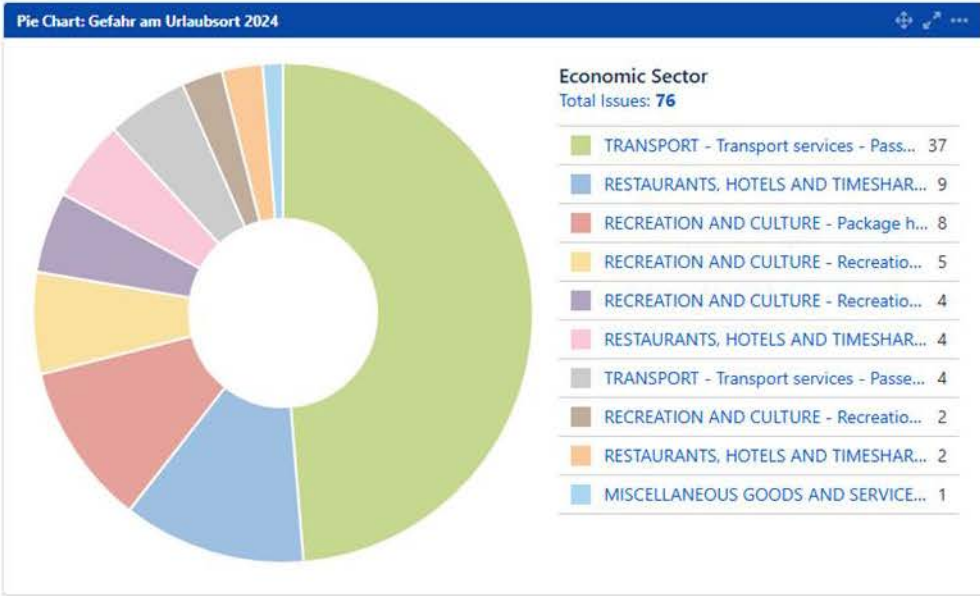


Abbildung 4: Pie Chart Gefahr am Urlaubsort 2024 – Economic Sector

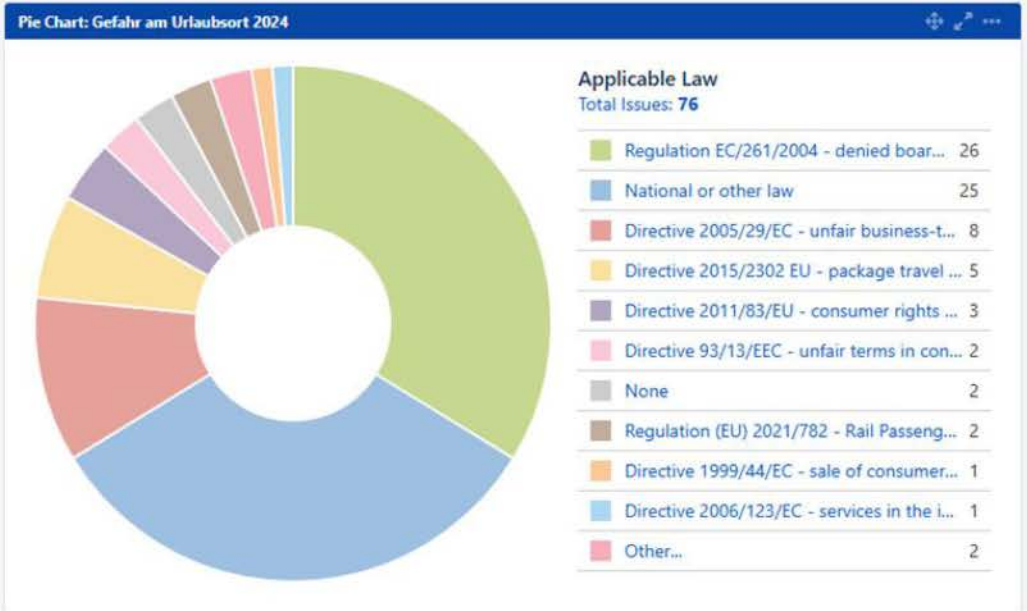


Abbildung 5: Pie Chart Gefahr am Urlaubsort 2024 – Applicable Law

Anknüpfend an die Art der gebuchten Reise wird in der folgenden Abbildung 4 auch das anwendbare Recht dargestellt. Insbesondere die FluggastrechteVO (EC 261/2004), die Verordnung 2021/782 über die Rechte und Pflichten der Fahrgäste im Eisenbahnverkehr sowie die PauschalreiseRL (2015/2302 EU) sind in diesem Zusammenhang besonders hervorzuheben:

Die Gefahrenquellen und betroffene Gebiete, auf die sich die Anfragen beziehen: Nachfolgende Gefährdungslagen wurden registriert, die nach der Anzahl der eingegangenen Anfragen gelistet werden:

COVID-19 (weltweit):	40 Anfragen
Nahostkonflikt (Israel - Palästina):	11 Anfragen
Überschwemmungen (Mitteleuropa):	9 Anfragen
Geplanter Terroranschlag (Wien - Taylor Swift Konzert):	3 Anfragen
Waldbrände (Griechenland/Rhodos 2023):	3 Anfragen
Erdbeben und Vulkanausbruch (Island):	2 Anfragen
Weltweite IT-Störung im Juli 2024:	2 Anfragen
Politische Unruhen (Iran):	2 Anfragen
Waldbrände (Italien/Sizilien):	2 Anfragen
Schneesturm (Südkorea):	1 Anfrage
Hurrikan (Kuba):	1 Anfrage
Vulkanausbruch (Italien):	1 Anfrage
Waldbrände (Griechenland/Korfu 2023):	1 Anfrage
Politische Unruhen (Jemen - Huthi Konflikt):	1 Anfrage
Krieg (Ukraine):	1 Anfrage
Salmonellenvergiftungen (Kroatien):	1 Anfrage
Reisewarnung (Madagaskar):	1 Anfrage

COVID-19-Pandemie: Die Anfragen im Berichtszeitraum 2024 stehen zu einem überwiegenden Teil im Zusammenhang mit COVID-19 und dies, obwohl die WHO die COVID-19-Pandemie seit rund zwei Jahren für beendet erklärt hat. Bei genauerer Durchsicht zeigt sich, dass sich die Mehrheit dieser Fälle auf während der Pandemie ausgestellte Gutscheine bezieht, die in weiterer Folge nicht eingelöst werden konnten. Unternehmen berufen sich hier regelmäßig auf Klauseln, die in ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen zu finden sind. Mit einer solchen Klausel soll eine Befristung der Gültigkeit des Gutscheins – zumeist auf wenige Jahre, teilweise auch Monate – einhergehen.

Nach der allgemeinen Regel des § 1478 ABGB verfällt das mit einem Gutschein festgehaltene Recht grundsätzlich erst nach 30 Jahren. Eine Vereinbarung, mit der die Uneinlösbarkeit des Gutscheins oder das Erlöschen des im Gutschein festgehaltenen Rechtes bereits nach wenigen Monaten oder Jahren eintreten würde, stellt daher einen erheblichen Eingriff in die Rechtsphäre von Verbraucher:innen im Vergleich zum sonst geltenden dispositiven Recht dar.

Daher hat der Oberste Gerichtshof (OGH) in einem von der Arbeiterkammer eingeleiteten Verfahren klargestellt, dass Befristungen von Gutscheinen zwar grundsätzlich möglich sind, diese aber an den strengen Voraussetzungen des § 879 Abs 3 ABGB zu messen sind. Verfallsklauseln sind daher unzulässig, wenn sie die Geltendmachung von Ansprüchen ohne sachlich nachvollziehbare Gründe übermäßig erschweren (RIS-Justiz RS0016688). Für die Befristung bedarf es daher einer sachlichen Rechtfertigung, die stets im Einzelfall im Rahmen einer umfassenden

Interessenabwägung (OGH 4 Ob 227/06w, 1 Ob 1/00d, 4 Ob 279/04i, 9 Ob 40/06g) zu beurteilen ist. Eine allgemeine Regelung, wie lange ein Gutschein gültig sein muss, gibt es nicht. Allerdings gilt, je größer der mit der Verkürzung des Rechtes verbundene Eingriff in die Rechtsphäre der Verbraucher:innen ist, desto triftiger müssen die Rechtfertigungsgründe sein (OGH 2 Ob 50/05z, 4 Ob 227/06w, 9 Ob 40/06g).

Im Fall von ÖBB-Reisegutscheinen wurde etwa eine insgesamt fünfjährige Gültigkeitsfrist für ausreichend befunden (OGH 7 Ob 75/11x). Dass die Befristung auf fünf Jahre in diesem Fall zulässig war, lag daran, dass dem Verbraucher nach Ablauf dieser Zeit sowohl ein Umtausch- als auch Barablöserecht eingeräumt wurde. Im Umkehrschluss bedeutet das, ohne der Einräumung solcher Rechte, wäre auch eine Befristung auf fünf Jahre den guten Sitten widersprechend und gemäß § 879 Abs 3 ABGB unwirksam. Weitere Beispiele aus der Rechtsprechung: Beim Kauf von Erlebnisgutscheinen wurde eine Gültigkeitsdauer von drei Jahren für unzulässig erachtet (OLG Wien 129 R 4/18h; OGH 3 Ob 179/20z, Pkt. 4.4.).

Auf Basis dieser Rechtslage haben die Jurist:innen des Europäischen Verbraucherzentrums bei den die Gutscheine ausstellenden Unternehmen interveniert und zumeist entweder eine Verlängerung des Gutscheins oder eine Barablösemöglichkeit durchgesetzt.

Die Mehrheit der übrigen Fälle bezog sich auf COVID-19 bedingte Reiseabsagen. Verbraucher:innen haben in den dem EVZ vorliegenden Fällen teils immer noch keine Refundierung der Reisekosten erhalten.

Während man im Falle von Individualreisen – mangels eigener Regelung – auf das Institut des Wegfalls der Geschäftsgrundlage zurückgreifen muss, ist im Anwendungsbereich der vollharmonisierten PauschalreiseRL 2015/2302/EU (siehe Art 4) für die Brauchbarmachung dieses Rechtsinstitut kein Platz. Aufgrund einer eigenen Regelung bedarf es eines solchen Rückgriffes aber auch gar nicht.

Gemäß § 10 Abs 2 PRG können Reisende nämlich vom Pauschalreisevertrag zurücktreten, wenn am Bestimmungsort oder in dessen unmittelbarer Nähe unvermeidbare und außergewöhnliche Umstände auftreten, die die Durchführung der Pauschalreise oder die Beförderung von Personen an den Bestimmungsort erheblich beeinträchtigen. Der Reisende hat Anspruch auf volle Erstattung aller für die Pauschalreise getätigten Zahlungen, d.h. auch ohne Abzug von Stornogebühren. Die COVID-19-Pandemie stellt einen Paradefall einer solchen erhebliche Beeinträchtigung durch unvermeidbare, außergewöhnliche Umstände dar.

Bei Flugreisen gilt die Fluggastrechteverordnung (VO (EG) 261/2004), wonach gemäß Art. 8 die Kosten des Flugtickets innerhalb von 7 Tagen erstattet werden müssen.

Für das EVZ Österreich war es daher zusammenfassend besorgniserregend und unverständlich, dass vier Jahre nach der Pandemie viele Konsument:innen noch immer auf die Rückerstattung ihrer Reisekosten warten. Besonders gravierend ist dies angesichts klarer gesetzlicher Vorgaben, wie etwa die Rückzahlungsverpflichtung von 7 Tage in der Fluggastrechteverordnung (VO (EG) 261/2004).

Nahostkonflikt: Israel – Palästina: Seit am 7. Oktober 2023 die radikalislamische Terrorgruppe Hamas vom Gazastreifen aus über 1.200 Zivilist:innen in Israel ermordet und mehr als 150

Menschen entführt hat, sind die kriegesischen Auseinandersetzungen in der Region eskaliert. Reisewarnungen für Israel (derzeit Stufe 5 von 6) und umliegende Gebiete sind seither ständige Folge des Krieges. Seither kam es zu einer Vielzahl annullierter Flüge oder gänzlich abgesagter Reisen.

Daher standen die zweitmeisten, beim EVZ eingegangenen Anfragen im Zusammenhang mit dem Nahostkonflikt. Ticketpreise annullierter Flüge wurden teils gar nicht oder jedenfalls nicht vollständig refundiert. Waren Reisevermittler involviert, wurde die Verantwortung zwischen den Unternehmen hin und her geschoben. In anderen Fällen wurde bei gemeinsam gebuchtem Hin- und Rückflug etwa nur eine Strecke vollständig refundiert. Dies betraf etwa eine Reise von Wien nach Tel Aviv und retour. Hier wurde zwar der Rückflug von Wien nach Tel Aviv refundiert, nicht hingegen der ebenfalls annullierte Hinflug.

Auf welcher rechtlichen Grundlage diese Vorgehensweise seitens der beteiligten Reiseunternehmen basierte, war nicht nachvollziehbar. Daher hat das EVZ Österreich gegen diese unzulässigen Geschäftspraktiken erfolgreich interveniert. Infolgedessen erhielten die betroffenen Konsument:innen ihre Reisekosten erstattet (Wegfall der Geschäftsgrundlage, § 10 Abs. 2 PRG).

Hochwasser in Mitteleuropa im September 2024: Das Hochwasser im September 2024 hatte viele Stornierungen zur Folge. Reiseziele konnten aufgrund gesperrter Autobahnen, Zugstrecken oder aufgrund ausfallender Flüge nicht erreicht werden. Dementsprechend stellen Anfragen im Zusammenhang mit diesem Hochwasser die dritthäufigste Gefahrenquelle dar.

Haben Reisende eine Pauschalreise gebucht, ist die juristische Aufarbeitung zumeist recht rasch abgeschlossen. Sagt der Reiseveranstalter die gebuchte Reise ab, bekommt der/die Reisende sein Geld zurück. Umgekehrt kann der/die Reisende ebenfalls stornieren, wenn ein berechtigter Grund hierfür vorliegt. Hochwasser oder Überflutungen am Urlaubsort stellen in der Regel einen solchen berechtigten Grund dar. Voraussetzung ist, dass das Hochwasser als außergewöhnlicher Umstand anzusehen ist und die gebuchte Reise durch dieses erheblich beeinträchtigt wird. Die Beurteilung erfolgt anhand eines objektiven Maßstabes, persönliche Ängste oder Befürchtungen fließen daher nicht in die Beurteilung ein. Bedingung ist jedenfalls, dass das Ereignis vor Ort bereits eingetreten ist oder zumindest unmittelbar bevorsteht.

Die kostenlose Stornierung bei Individualreisen gestaltet sich erheblich schwieriger. Hier gibt es keine Bestimmung, die unmittelbar einschlägig ist und Verbraucher:innen eine „kostenlose“ Rücktrittsmöglichkeit einräumen würde. Problematisch ist in diesem Zusammenhang nämlich zumeist, dass die Unterkunft an sich geöffnet hat und daher in der Regel kein Grund vorliegt, die Reise nicht anzutreten. Die Leistungserbringung ist möglich, die Unterkunft stellt das Zimmer tatsächlich bereit.

Daran ändert sich auch nichts, wenn die individuelle Anreise aufgrund der Überflutung unmöglich ist. Weiterhin ist der Vertragspartner der Reisenden leistungsbereit, die Erbringung ist möglich. Zu mehr hat sich der Vermieter nicht verpflichtet. Die Anreise ist nicht Teil seiner Leistungsverpflichtung und somit auch nicht Teil des wechselseitigen Synallagmas.

Im Einzelfall ist es jedoch auch hier möglich, sich auf das Rechtsinstitut des Wegfalles der Geschäftsgrundlage zu stützen. Allerdings hängt die Erfolgsaussicht einer Anfechtung aufgrund

höherer Gewalt stets von den Umständen des Einzelfalles ab. Die abschließende Entscheidung, ob ein kostenloses Stornorecht besteht oder nicht, liegt im Konfliktfall bei den Gerichten.

Die im Europäischen Verbraucherzentrum eingegangenen Anfragen im Zusammenhang mit dem Hochwasser in Mitteleuropa konnten unter Berücksichtigung des Rechtsinstituts des Wegfalls der Geschäftsgrundlage sowie der Passagierrechteverordnungen erfolgreich gelöst werden.

Ein zentraler Fall betraf Rundreisen, die Verbraucher:innen bei der Deutschen Bahn gebucht hatten, die jedoch aufgrund des Hochwassers nicht stattfinden konnten, da zahlreiche Zugverbindungen ausfielen. Anstelle der zustehenden vollständigen Erstattung des Ticketpreises bot die Deutsche Bahn lediglich eine teilweise Rückzahlung an. So wurde im ersten Fall anstelle von € 187,89 nur € 64,-- erstattet, während im zweiten Fall anstelle von € 185,98 lediglich € 31,-- angeboten wurden.

Nach Intervention des Europäischen Verbraucherzentrums unter Berufung auf Art. 18 der Bahn-gastrechteverordnung (2021/782) konnte in beiden Fällen die vollständige Rückerstattung der Ticketkosten durchgesetzt werden.

Ein weiteres häufiges Problem betraf Hotelbuchungen, bei denen Verbraucher:innen aufgrund des Hochwassers ihre Unterkünfte nicht erreichen konnten. Gesperrte Autobahnauffahrten und ausgefallene Zugverbindungen machten die Anreise unmöglich. Die betroffenen Verbraucher:innen hatten bereits eigenständig versucht, eine Erstattung zu erwirken, erhielten jedoch keine Antwort von den jeweiligen Hotels. Das Europäische Verbraucherzentrum griff daraufhin ein und berief sich erfolgreich auf den Wegfall der Geschäftsgrundlage, sodass den Verbraucher:innen eine vollständige Rückerstattung gewährt wurde.

Diese Fälle verdeutlichen, wie die gezielte Intervention des Europäischen Verbraucherzentrums maßgeblich zur Durchsetzung der Rechte von Verbraucher:innen beigetragen und eine effektive Lösung für Betroffene ermöglicht hat.

Zusammenfassung und Vergleich zum Vorjahr

Unter Gefahr am Urlaubsort werden jene Lebenssachverhalte verstanden, die eine Bedrohung/Gefährdung am (geplanten) Urlaubsort bedeuten. Das können Naturkatastrophen, politische Unruhen und Krankheiten sein.

Wie wichtig und komplex das Thema für Reisende ist, zeigen die über das Jahr konstant verteilten, Beratungen, Anfragen und Interventionen. Die rechtliche Beurteilung ist komplex, es müssen Abgrenzungsfragen gestellt werden und oft müssen VerbraucherInnen selbst abwägen, ob sie es wagen zu reisen, zuwarten wollen oder ob sie jedenfalls stornieren möchten.

Für die individuelle Beratung und konkrete Einschätzung der Lage wird der Sitz des Vertragspartners erfasst, der Zeitpunkt der Buchung und der geplanten Abreise geklärt und das konkrete Urlaubsziel ermittelt. Danach wird die Gefährdungslage mit Hilfe der Matrix des BMEIA und aufgrund seriöser Medienberichterstattungen ermittelt und rechtlich fundierte Information geboten.

Nach den pandemiebedingten, exorbitant hohen Anfragezahlen in den Jahren 2020 (5.820) und 2021 (2.649), sind die Fallzahlen rückläufig. Damit pendelt sich die Zahl der Anfragen auf das Niveau vor Ausbruch des Coronavirus ein.

1.1.2 Beratung Europa (EVZ)

Im Jahr 2024 bearbeitete das Europäische Verbraucherzentrum Österreich (EVZ) insgesamt 7.041 Fälle, darunter 4.033 Questions (Rechtsanfragen) und 3.008 Complaints (Beschwerden mit Intervention).

Insbesondere bei den Complaints war ein deutlicher Anstieg im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen: Während 2023 noch 2.000 Beschwerden registriert wurden, erhöhte sich diese Zahl 2024 um 50,4 % auf 3.008 Fälle. Damit hat sich der Anteil der zeitintensiveren Beschwerdeverfahren erheblich ausgeweitet. Diese Entwicklung ist insbesondere auf die Einführung des EVZ-Beschwerdeformulars zurückzuführen, welches eine strukturierte und effektivere Fallbearbeitung ermöglicht.

Durch erfolgreiche Interventionen konnte das EVZ Österreich im Jahr 2024 Erstattungen in Höhe von € 1.245.362,49 für Verbraucher:innen durchsetzen.

Themenschwerpunkte

Passagierrechte: Der größte Anteil der Anfragen im Jahr 2024 betraf Passagierrechte, wobei der Flugverkehr am häufigsten thematisiert wurde, gefolgt von Bahn- und Busreisen. Beschwerden über den Schiffsverkehr nahmen insbesondere in den Sommermonaten deutlich zu, da viele Verbraucher:innen Fähren von Italien und Griechenland nutzten. Ein häufiges Problem war, dass Fährunternehmen kurzfristig Routen oder Schiffe änderten, wodurch Verbraucher:innen Downgrades akzeptieren mussten oder an Häfen ankamen, die Hunderte Kilometer von ihrem ursprünglichen Ziel entfernt lagen (z. B. Ancona statt Triest). Dies führte zu erheblichen Zusatzkosten für Passagiere, die von den Fährgesellschaften häufig nicht erstattet wurden.

Die Hauptprobleme betrafen Verspätungen, Annullierungen und ungerechtfertigte Beförderungsverweigerungen. Diese Beschwerden fallen unter die vier EU-Verordnungen zu den Passagierrechten, die den Schutz von Verbrauchern im Flug-, Bahn-, Bus- und Schiffsverkehr innerhalb der Europäischen Union regeln.

Zusätzlich gab es zahlreiche Beschwerden zu Gepäckproblemen gemäß dem Montrealer Übereinkommen, insbesondere zu verspätetem, beschädigtem oder verlorenem Gepäck.

Probleme mit Billigfluggesellschaften: Fluggesellschaften wie Ryanair und Wizz Air fielen erneut durch unfaire Geschäftspraktiken auf:

Probleme beim Online-Check-in & erzwungene Gebühren: Aufgrund technischer Fehler auf den Websites der Airlines war ein Online-Check-in nicht möglich, was zu hohen Gebühren für den Check-in am Flughafen führte. Es ist davon auszugehen, dass diese Praxis gezielt zur Umsatzsteigerung eingesetzt wird.

Unrechtmäßige Handgepäckgebühren: Verbraucher mussten zusätzliche Gebühren für standardgroßes Handgepäck zahlen, obwohl es den geltenden Vorschriften entsprach. Gerichte in Spanien, Portugal, Italien und Österreich haben diese Praxis bereits als rechtswidrig eingestuft, doch Ryanair setzt sie weiterhin durch.

Offene Erstattungen aus der COVID-19-Pandemie: Besonders schockierend war, dass das EVZ Österreich im Jahr 2024 immer noch Beschwerden von Verbraucher:innen erhielt, die auf Erstattungen für während der COVID-19-Pandemie stornierte Flüge warteten. Obwohl das EVZ diese Verbraucher:innen erfolgreich unterstützen konnte, ist es alarmierend, dass einige Passagiere auch **vier Jahre nach der Pandemie (!)** noch auf Rückzahlungen warteten – trotz der gesetzlichen Frist von sieben Tagen gemäß der EU-Fluggastrechteverordnung.

Online-Plattformen: Im Jahr 2024 verzeichnete das EVZ Österreich einen deutlichen Anstieg an Beschwerden im Zusammenhang mit Online-Plattformen, insbesondere im E-Commerce, bei Reisebuchungen und Mietdiensten.

E-Commerce: Intransparenz und Verbraucherrechtsverletzungen: Vielen Verbraucher:innen ist nicht bewusst, dass sie auf Plattformen wie Amazon Marketplace, Temu oder Shein bei Drittanbietern kaufen. Das EVZ Österreich stellte im Jahr 2024 fest, dass zahlreiche chinesische Händler EU-Verbraucherschutzgesetze ignorieren. Dies führte vermehrt zu Beschwerden über mangelhafte Produkte, erschwerte Rückgabeprozesse und verweigerter Gewährleistungsansprüche. Auch bei Refurbed kam es häufig zu Problemen mit defekten Elektronikgeräten und verweigerten Reparaturen durch Drittanbieter.

Mietwagen-Plattformen: Versteckte Risiken & unfaire Praktiken: Verbraucher:innen berichteten, dass ihnen trotz vorheriger Buchung kein Mietwagen ausgehändigt wurde, wenn es aufgrund unverschuldeter Umstände wie Flugverspätungen zu einer verzögerten Abholung kam. Mietwagenunternehmen verweigerten Rückerstattungen und vermieteten die Fahrzeuge stattdessen neu.

Online-Reisebüros (OTAs): Versteckte Gebühren & gefälschte Kundenprofile: Viele Verbraucher:innen hatten Probleme mit unautorisierten Zusatzgebühren, erschwerten Rückerstattungen und separaten Transportverträgen ohne klare Information über die rechtlichen Folgen. Besonders problematisch war, dass OTAs gefälschte Kundenprofile erstellten, um Airline-Beschränkungen zu umgehen, da Fluggesellschaften Buchungen über OTAs nicht zulassen. Dies führte dazu, dass Verbraucher:innen beim Check-in auf Probleme stießen und zusätzliche Gebühren zahlen mussten.

Booking.com: Sicherheitsmängel & unfaire Geschäftspraktiken: Beschwerden betrafen Phishing-Betrug, irreführende Unterkunftsbeschreibungen, erschwerte Stornierungen und doppelte Abbuchungen. Zudem erhielten viele Verbraucher:innen keine Kontaktdaten der Vermieter:innen, was die Durchsetzung ihrer Rechte erheblich erschwerte.

Zahlungsdienste & „Buy Now, Pay Later“-Modelle: Zahlreiche Beschwerden betrafen Zahlungsdienstleister wie Klarna. Verbraucher:innen erhielten Mahnungen, obwohl sie Verträge widerrufen und Waren zurückgesandt hatten. Oft fehlte die Abstimmung zwischen den Händlern und Zahlungsdienstleistern.

Online-Coaching: Täuschung und finanzielle Risiken: Viele Beschwerden richteten sich gegen die Re-seller Plattform Copecart GmbH und Online-Coaches, die auf Social Media schnelle Reichtümer versprachen. Verbraucher:innen zahlten zwischen € 3.500,-- und € 100.000,-- für vermeintlich erfolgversprechende Kurse, die sich als wertlos erwiesen.

Das EVZ Österreich unterstützte Verbraucher:innen erfolgreich bei Vertragskündigungen und Rückerstattungen.

Das EVZ Österreich ist gemäß Art. 27 Abs. 1 VBKVO externe Warnstelle im Rahmen der Verbraucherbehördenkooperation (CPC). Die externe Warnmeldung des EVZ gegen die deutsche Copecart GmbH wurde von den österreichischen und deutschen Behörden (Bundeskartellanwalt, BEV, UBA) aufgegriffen und führte zu einer Klage vor dem Landgericht Berlin.

Digitale Gesundheitsversorgung: Im Jahr 2024 erhielt das EVZ Österreich zahlreiche Beschwerden von jungen Erwachsenen, die durch Influencer-Werbung zu DIY-Zahnkorrekturen der deutsche Firma Dr. Smile verleitet wurden. Diese Behandlungen, die fälschlicherweise als schnell und kostengünstig beworben wurden, verstießen gegen Verbraucherrechte, da die Beratung durch Vertriebsmitarbeiter:innen anstelle von Zahnärzt:innen erfolgte, das Widerrufsrecht unzulässig ausgeschlossen wurde und schwere Zahnschäden entstanden.

Dr. Smile, gegründet 2017, setzte auf ein rein digitales Behandlungsmodell mit Direktvertrieb über soziale Medien. Nach einer 3D-Scan-Erstellung durch Assistent:innen in Partnerpraxen erhielten Verbraucher:innen einen digitalen Behandlungsplan und wurden telefonisch von provisionsabhängigen Verkaufsmitarbeitern zum Vertragsabschluss gedrängt. Die Behandlung erfolgte per Post mit Aligner-Schienen, die Patientenfortschritte wurden über eine App dokumentiert – ohne persönliche ärztliche Betreuung.

Zwei Hauptkategorien von Beschwerden (über 350 Fälle)

Irreführende Vertragsabschlüsse: Verbraucher:innen glaubten, sich lediglich beraten zu lassen, wurden jedoch unerwartet an kostenpflichtige Verträge gebunden. Dr. Smile verweigerte Widerrufe mit Verweis auf die Ausnahme von Gesundheitsdienstleistungen nach dem FAGG.

Schwerwiegende Gesundheitsschäden: Viele Betroffene litten unter Zahnfleischrückgang, Zahnverlust, Kiefergelenksproblemen, Bruxismus, Migräne und Tinnitus. Korrekturbehandlungen kosteten oft über € 10.000,--. Die fehlende zahnärztliche Betreuung führte zu Verstößen gegen medizinische Vorschriften.

Das EVZ Österreich setze sowohl als externe CPC-Warnstelle als auch gemeinsam mit der Rechtsabteilung des VKI erfolgreiche Maßnahmen gegen Dr. Smile:

Landesgericht ZRS Wien, 46 R 68/23zw: Dr. Smile warb mit Zahnbehandlungskosten von € 33,-- pro Monat, ohne jedoch die tatsächlichen Gesamtkosten oder jährlichen Zinssätze transparent offenzulegen. Aufgrund dieser irreführenden Preisgestaltung wurde das Unternehmen mit einer Geldstrafe von € 77.500,-- belegt.

Verbandsklage, Handelsgericht Wien, 43 Cg 79/22y: Das Handelsgericht Wien stellte fest, dass Dr. Smile unzulässige Haftungsausschlüsse verwendete, um die Verantwortung für Behandlungsfehler und Schäden zu vermeiden. Zudem wurde die Haftung für gesundheitliche

Schäden unrechtmäßig ausgeschlossen. Zudem wurden Verbraucher:innen über ihren tatsächlichen Vertragspartner getäuscht, da nicht klar ersichtlich war, mit wem der Vertrag abgeschlossen wurde.

CPC External Alert Nr. 585016.1: Dr. Smile verstieß gegen die Button-Pflicht gemäß § 8 Abs. 2 des Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetzes (FAGG). Zudem wurde gegen die Pflicht zur unmittelbaren zahnärztlichen Behandlung nach § 24 des Zahnärztegesetzes und § 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verstoßen, da ausschließlich Zahnärzt:innen Patient:innen behandeln dürfen – nicht Influencer oder Finanz-Startups. Darüber hinaus wurde festgestellt, dass die Werbung von Dr. Smile irreführend war, da ein perfektes Lächeln, Einsparungen bei Zahnarztbesuchen und eine besonders kurze Behandlungsdauer versprochen wurden, ohne diese Behauptungen realistisch belegen zu können. Dies stellte einen Verstoß gegen § 73 Z 3,4 des Medizinproduktegesetzes in Verbindung mit § 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb dar.

Bezirksgericht Wien, BG Innere Stadt 37 C 341/23g, rechtskräftiges Urteil: Das Gericht stellte fest, dass Dr. Smile gegen das Exklusivrecht zur Ausübung der Zahnmedizin gemäß § 4 Abs. 3, § 24 und § 26 Abs. 3 Z 1 des Zahnärztegesetzes verstieß. Zudem wurde bestätigt, dass Dr. Smile keine Berechtigung zur Durchführung zahnmedizinischer Behandlungen in Österreich besitzt. Das Gericht erklärte den Behandlungsvertrag von Dr. Smile gemäß § 879 ABGB für nichtig, vergleichbar mit einem Glücksspielvertrag eines Anbieters ohne österreichische Lizenz.

Bezirksgericht Wien, BG Liesing 29C 187/23a, rechtskräftiges Urteil: Das Gericht entschied, dass Verbraucher:innen ein Widerrufsrecht gemäß den Vorschriften zum Haustürgeschäft zusteht (§ 3 KSchG), da die Verträge ausschließlich über Videoanrufe und Telefonate mit Nicht-Zahnärzten außerhalb einer Geschäftsstelle oder Zahnarztpraxis abgeschlossen wurden.

Dr. Smile zieht sich aus Österreich zurück: Ende 2024 zog sich Dr. Smile nach dem vorherigen Marktaustritt in Polen auch aus Österreich zurück. Dies ist ein bedeutender Erfolg für das EVZ Österreich, den VKI und das CPC-Netzwerk, insbesondere angesichts der schweren Gesundheitsschäden, die Dr. Smile bei zahlreichen jungen Erwachsenen verursacht hat. Die Maßnahmen gegen Dr. Smile waren daher von großer Bedeutung, um die Öffentlichkeit für die Gefahren digitaler Gesundheitsdienste zu sensibilisieren – insbesondere, wenn medizinische Aufsicht fehlt und "Do-it-yourself"-Methoden über soziale Medien wie Instagram und TikTok beworben werden.

Durch sein konsequentes Vorgehen hat das EVZ Österreich dazu beigetragen, weiteren gesundheitlichen Schaden für Verbraucher:innen im Jahr 2024 und darüber hinaus zu verhindern. Während digitale Gesundheitsversorgung erhebliche Vorteile bieten kann, wenn sie von qualifizierten Ärzt:innen verantwortungsbewusst umgesetzt wird, birgt sie ernsthafte Risiken, wenn nicht-medizinische Akteure primär auf Gewinnmaximierung statt auf das Wohl der Patient:innen fokussiert sind.

Dropshipping: Das EVZ Österreich stellte 2024 einen deutlichen Wandel im E-Commerce fest. Während Verbraucher:innen früher hauptsächlich bei bekannten Online-Händlern einkauften, werden nun vermehrt Webshops genutzt, die über soziale Medien beworben werden. Dieses Geschäftsmodell, bekannt als Dropshipping, führt zu erheblichen Problemen.

Beim Dropshipping verkaufen Händler Produkte, ohne selbst Lagerbestände zu führen. Stattdessen werden Bestellungen direkt an Drittanbieter, häufig außerhalb der EU (z. B. in China), weitergeleitet. Dies ermöglicht niedrige Einstiegshürden und hohe Gewinne, hat aber zu einer drastischen Zunahme an Beschwerden geführt, insbesondere seit der COVID-19-Pandemie. Viele Dropshipping-Webshops nutzen irreführende Werbung, mangelnde Transparenz und unzureichenden Kundenservice. Verbraucher:innen gehen oft davon aus, bei einem seriösen europäischen Händler zu kaufen, erhalten jedoch Ware aus Nicht-EU-Ländern, was zu langen Lieferzeiten, versteckten Zollgebühren, mangelhafter oder unsicherer Produktqualität und Problemen bei Rücksendungen führt.

Finanzbetrug: Im Jahr 2024 verzeichnete das EVZ Österreich einen starken Anstieg von Finanzbetrug und Investitionsscams, wobei Betrüger zunehmend künstliche Intelligenz (KI) einsetzen, um ihre Täuschungsmethoden zu perfektionieren.

Besonders besorgniserregend ist der Einsatz von Deepfake-Videos und KI-gesteuerter Stimmklonung, mit denen Betrüger bekannte Persönlichkeiten täuschend echt imitieren. Dadurch gelingt es ihnen, Verbraucher:innen zu Investitionen in Kryptowährungen und NFTs zu verleiten. Die zunehmende technische Raffinesse erschwert es den Opfern, Betrug zu erkennen.

Mehrere Fälle in Österreich zeigen, dass Betrüger prominente Persönlichkeiten wie Miriam Weichselbraun, Arnold Schwarzenegger und Armin Assinger für ihre Fake-Profile nutzen. Eine Konsumentin fiel auf ein Deepfake-Video und KI-generierte Stimmnahmen herein und überwies € 50.000,-- an Betrüger, nachdem sie glaubte, mit der ORF-Moderatorin Miriam Weichselbraun zu kommunizieren. In ähnlichen Fällen wurden Deepfake-Videos von Arnold Schwarzenegger und Armin Assinger eingesetzt, um Menschen von vermeintlich sicheren Investitionsmöglichkeiten zu überzeugen.

Ein weiteres Beispiel ist der Fall einer 18-jährigen Studentin, die über die Dating-App Tinder mit einer Person in Kontakt kam, die sich als aus Großbritannien nach Wien gezogener Expat ausgab. Nach dem Aufbau einer Vertrauensbasis gab der Betrüger vor, als Finanzinvestor tätig zu sein, und bot der Studentin an, mit einer Investition von € 5.000,-- in Kryptowährungen eine Rendite von € 20.000,-- zu erzielen. Aufgrund der emotionalen Bindung und der überzeugenden Kommunikation überwies die Studentin das Geld. Kurz darauf brach der Betrüger den Kontakt ab, löschte sein Profil und das Geld konnte weder durch die Polizei noch durch die Bank zurückgeholt werden.

Diese Fälle verdeutlichen das wachsende Problem von KI-gestütztem Finanzbetrug, bei denen Betrüger modernste Technologie nutzen, um Menschen zu finanziellen Entscheidungen zu manipulieren. Die Integration von KI in diese Betrugsmaschinen verstärkt deren Wirkung erheblich, weshalb Verbraucher:innenbildung eine zentrale Rolle spielt. Es ist entscheidend, das Bewusstsein für diese neuen Betrugsmethoden zu schärfen und Verbraucher:innen mit den notwendigen Kenntnissen auszustatten, um solche Betrugsversuche frühzeitig zu erkennen und sich davor zu schützen.

Online-Streitbeilegung (ODR)

Das Europäische Verbraucherzentrum Österreich (EVZ) nimmt seit 15. Februar 2016 die Unterstützungsaufgaben gemäß Artikel 7 der ODR-Verordnung (VO Nr. 524/2013) als nationale OS-

Kontaktstelle wahr. Das Europäische Verbraucherzentrum Österreich (EVZ) nimmt zudem seit dem 15. Februar 2016 Unterstützungsaufgaben gemäß Artikel 14 der Richtlinie 2013/11/EU sowie § 20 des Alternative-Streitbeilegungs-Gesetzes (AStG) wahr. Verbraucher:innen erhalten Unterstützung bei grenzüberschreitenden Streitigkeiten aus Kauf- und Dienstleistungsverträgen, indem sie über die zuständigen Alternativen Streitbeilegungsstellen (AS-Stellen) und das jeweilige Streitbeilegungsverfahren im betreffenden EU-Mitgliedstaat informiert werden.

Das Europäische Verbraucherzentrum Österreich erhielt im Berichtszeitraum 1.1.2024 bis 31.12.2024 225 Anfragen über die E-Mail-Adresse odr@europakonsument.at und 127 Anfragen über die von der Europäischen Kommission bereitgestellte Online-Streitschlichtungsplattform (OS-Plattform). Es zeigte sich, dass sowohl Konsument:innen als auch Unternehmen überwiegend per E-Mail mit dem Europäischen Verbraucherzentrum Österreich in Kontakt traten. Die E-Mail-Kommunikation wurde der Nutzung der OS-Plattform vorgezogen, wobei das Verhältnis bei 64 % E-Mail zu 36 % OS-Plattform lag. Seit Mai werden die E-Mails über ein vom VKI neu eingeführtes Ticketsystem erfasst, welches die Fallbearbeitung erheblich effizienter und strukturierter gestaltet.

Von den Anfragen, die direkt über die OS-Plattform eingingen, wurden 121 Anfragen von Konsument:innen und 6 Anfragen von Unternehmen registriert:

Erhalten	Beschwerde/Direktes Gespräch
GESAMT	127
Vom Verbraucher	121
Vom Händler	6
Von der Streitbeilegungsstelle	0
Von der nationalen Kontaktstelle	0

Abbildung 6: Beratungsstatistik 2024

Bei der OS-Plattform handelt es sich um ein Streitschlichtungsportal, welches von der Europäischen Kommission betrieben wird. Sowohl Verbraucher:innen als auch Unternehmen können sich an die OS-Plattform wenden. Die OS-Plattform enthält ein standardisiertes Beschwerdeformular in allen Amtssprachen der Europäischen Union sowie Funktionen wie insbesondere die Ermittlung der für Beschwerdeführer:innen zuständigen nationalen Alternativen Streitbeilegungsstelle.

Themenschwerpunkte

Das Europäische Verbraucherzentrum Österreich erhielt überwiegend Anfragen zu Waren für Verbraucher:innen sowie zu Verkehrsdienstleistungen – dabei nahezu ausschließlich zum Flugverkehr. Die Beschwerdefälle betrafen vor allem Flugstornierungen und Flugverspätungen, bei denen Airlines unter anderem eine Ausgleichszahlung nach der VO (EG) 261/2004 zu Unrecht

verweigerten. Die meisten Beschwerden im Bereich Flugverkehr richteten sich gegen die Fluglinien Ryanair und Wizz Air.

Die Anfragen zu Waren für Verbraucher:innen betrafen hauptsächlich Beschwerden zum Widerrufsrecht im Fernabsatz. Ein weiteres häufiges Thema waren Account-Probleme bei Online-Dienstanbietern, insbesondere bei Social-Media-Plattformen.

Sowohl Konsument:innen als auch Unternehmen wandten sich mit technischen Fragen zur Nutzung der OS-Plattform an das Europäische Verbraucherzentrum Österreich. Verbraucher:innen benötigten insbesondere Unterstützung bei der Einreichung eines direkten Gesprächs mit einem Unternehmen sowie bei der Übermittlung einer Beschwerde unter Angabe einer Alternativen Streitbeilegungsstelle. Unternehmen aus Österreich ersuchten vor allem um technische Hilfe bei der Registrierung auf der OS-Plattform, beim Zugriff auf erhaltene direkte Gespräche und Beschwerden sowie bei der Verknüpfung von Beschwerden mit ihrem Unternehmensaccount.

Weitere Anfragen betrafen die Informationspflicht von Unternehmen über die OS-Plattform gemäß Art 14 ODR Verordnung. Unternehmen sind verpflichtet, Konsument:innen über einen Link in ihrem Webshop über die Online-Streitbeilegungsplattform zu informieren: „Verbraucher haben die Möglichkeit, Beschwerden an die Online-Streitbeilegungsplattform der EU zu richten: <https://ec.europa.eu/odr>“

Abschließend ist festzuhalten, dass viele Konsument:innen irrtümlich annahmen, das Europäische Verbraucherzentrum als nationale OS-Kontaktstelle sei der Kundendienst des jeweils betroffenen Unternehmens. Das Europäische Verbraucherzentrum Österreich hat daher die Europäische Kommission gebeten, die Informationen über die Aufgaben der nationalen OS-Kontaktstellen klarer und verständlicher zu gestalten, um künftig Verwechslungen mit Unternehmenskundendiensten zu vermeiden.

1.1.2.1 Art 20 der Dienstleistungsrichtlinie

Diskriminierung aufgrund des Wohnsitzes/der Staatsangehörigkeit: Seit dem 3.12.2018 ist die Geoblocking Verordnung 2018/302 bei Diskriminierung von Konsument:innen aufgrund ihrer Nationalität oder ihres Wohnsitzes bei grenzüberschreitenden Einkäufen anwendbar. Neben der Geoblocking Verordnung bestimmt Art 20 Abs. 2 der Dienstleistungsrichtlinie (DL-RL), dass allgemeine Bedingungen für den Zugang zu einer Dienstleistung keine auf der Staatsangehörigkeit oder dem Wohnsitz von Konsument:innen beruhenden diskriminierenden Bestimmungen enthalten dürfen. Unterschiede in den Zugangsbedingungen sind nur zulässig, sofern diese unmittelbar durch objektive Kriterien gerechtfertigt sind. Art 20 Absatz 2 DL-RL findet insoweit Anwendung wie die Geoblocking Verordnung keine spezielleren Bestimmungen festlegt (Art 1 Abs. 7 Geoblocking Verordnung).

Das EVZ Österreich erhielt im fünfzehnten Berichtszeitraum Anfragen zu nachfolgenden Branchen hinsichtlich Art 20 Abs. 2 DL-RL und hinsichtlich der Geoblocking Verordnung:

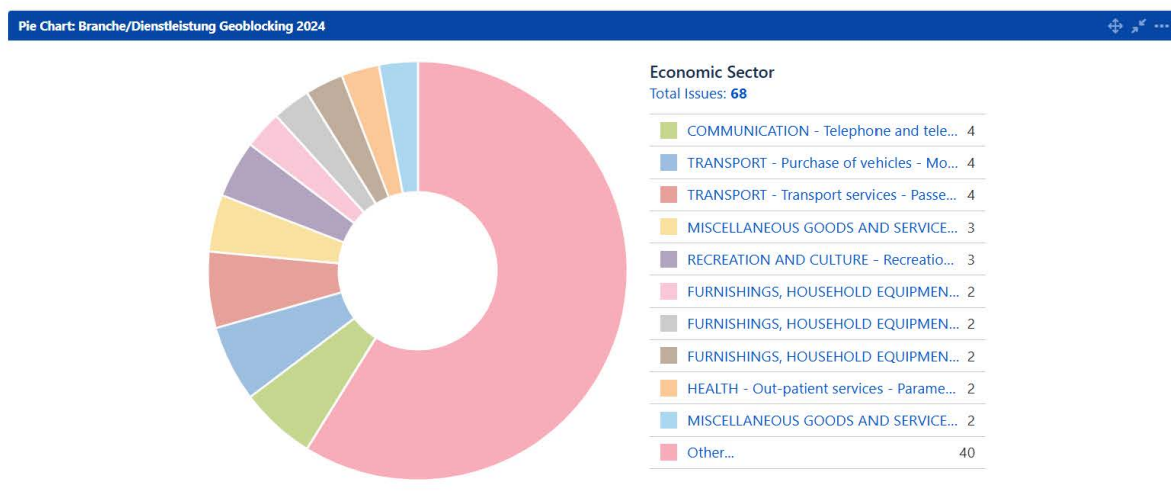


Abbildung 7: Pie Chart: Branche/Dienstleistung Geoblocking 2024

Die überwiegende Anzahl der Anfragen betraf die Branche Transport. Die Anfragen bezogen sich dabei u. a. auf den grenzüberschreitenden Autokauf, Einheimischen Tarife und andere Ticketregelungen (Flug und Bahn). Die Branche Haushaltszubehör beinhaltete vordergründig Anfragen zu den großen Preisunterschieden zwischen den beiden Ländern Österreich und Deutschland und damit verbundenen Lieferbeschränkungen. Mehrere Anfragen erhielt das EVZ Österreich außerdem in der Branche Kommunikation. Die Anfragen betrafen in erster Linie den beschränkten Zugang zu Werbeaktionen und Herstellergarantien beim Kauf von Mobilfunkgeräten. Im Bereich Erholung und Kultur erhielt das EVZ Österreich u. a. Anfragen zu Videospielen, Streaming Plattformen und zum Zugang zu Handyapplikationen.

Bemerkenswert ist, dass das EVZ Österreich im Jahr 2024 auch mehrere Anfragen zu Themen aus dem Gesundheitssektor sowie dem Banken- und Versicherungssektor erhielt. Diese Bereiche sind zwar vom Anwendungsbereich der Geoblocking-Verordnung und der Dienstleistungsrichtlinie ausgenommen, dennoch zeigen die eingegangenen Beschwerden, dass dort zunehmend Ungleichbehandlungen auftreten.

Zum Beispiel wurde in einem Fall für ein deutsches Bankkonto keine österreichische Telefonnummer zur Authentifizierung zugelassen. Auch, wenn Banken vom Anwendungsbereich der Geoblocking Verordnung ausgenommen sind, war dies als mit dem Gleichheitsgrundsatz (Art 21 Grundrechtecharta) unvereinbar zu werten. Darüber hinaus waren etwaige vertragsrechtliche Grundlagen beachtlich (§ 864a ABGB und § 879 Abs 3 ABGB).

Das EVZ Österreich hat die EU-Kommission daher auf diesen Regelungsbedarf aufmerksam gemacht.

Das EVZ Österreich erhielt im fünfzehnten Berichtszeitraum Anfragen von Verbraucher:innen aus Österreich zu nachfolgenden EU-Staaten hinsichtlich Art 20 Abs. 2 DL-RL und hinsichtlich der Geoblocking Verordnung:

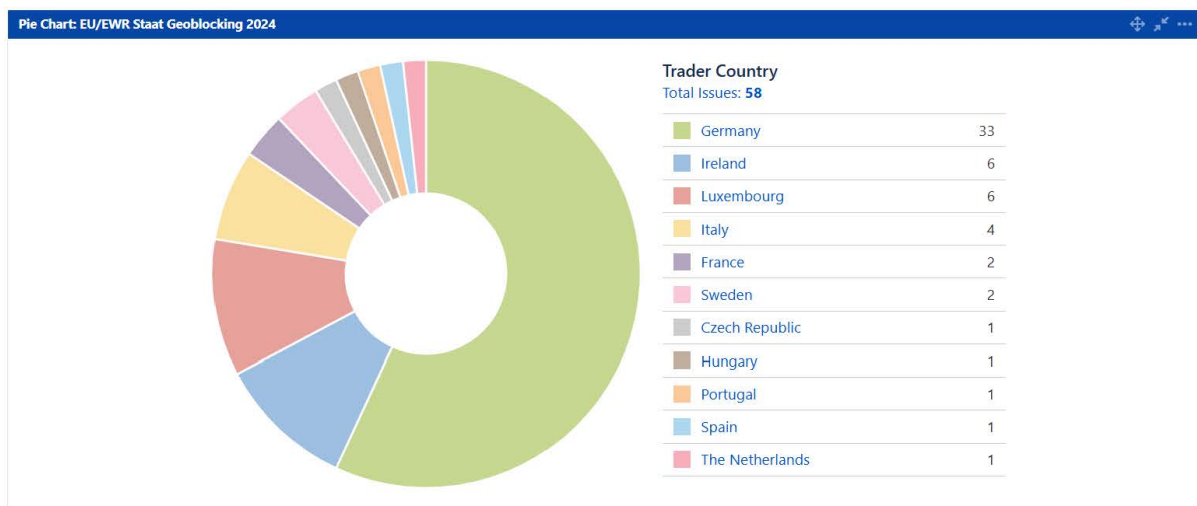


Abbildung 8: Pie Chart: EU/EWR Staat Geoblocking 2024

Über 50 % der Anfragen betraf deutsche Unternehmen, darunter zahlreiche Online-Shops (u. a. XXX Lutz, Hornbach, OBI, DM und Emma Matratze), die Deutsche Post, das Mobilfunkunternehmen Samsung, sowie die Autoherstellerinnen BMW und VW. Weitere Anfragen wurden außerdem zu deutschen Banken und Versicherungen registriert (z. B. ING und Debeka).

Der zweitgrößte Anteil der Anfragen betraf die irischen Unternehmen Google und Apple, sowie Ryanair. Weitere Anfragen betrafen das in Luxemburg sitzenden Unternehmen Amazon als Verkaufsplattform aber auch als direkte Vertragspartnerin.

Das EVZ Österreich erhielt im fünfzehnten Berichtszeitraum 10 Anfragen von Art. 8-Stellen aus nachfolgenden EU-Mitgliedsstaaten hinsichtlich Art 20 Abs. 2 DL-RL und hinsichtlich der Geoblocking Verordnung:

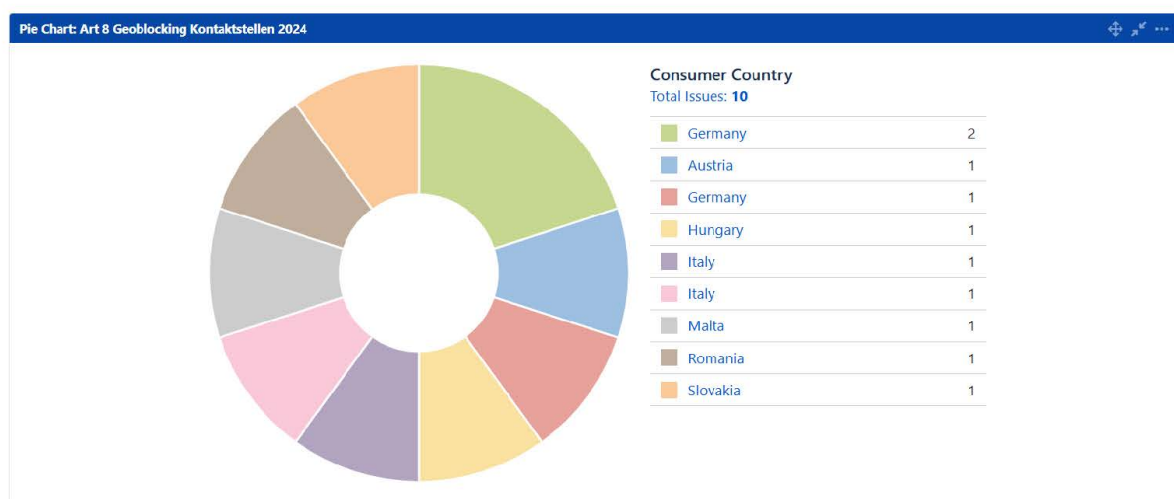


Abbildung 9: Pie Chart: Art 8 Geoblocking Kontaktstellen 2024

Die Anfragen betrafen u. a. die Verweigerung des Verkaufs von Skipässen und Saisonkarten zu vergünstigten Tarifen, Ticketbestimmungen der Austrian Airlines und die CTS Eventim Austria GmbH als Veranstalterin der Taylor Swift Konzerte in Wien. Des Weiteren wurden Anfragen zu österreichischen Versicherungen und Banken registriert (z. B. Raiffeisen und Allianz).

Die Anfragen zu den genannten Fluglinien wurden gemäß Art. 23 der Verordnung (EG) Nr. 1008/2008 beraten.

1.1.2.2 Art 21 Dienstleistungsrichtlinie

Das Europäische Verbraucherzentrum Österreich (EVZ), angesiedelt beim Verein für Konsumenteninformation (VKI), nimmt seit 1. Jänner 2010 die Informationsaufgaben nach Art 20 und 21 der Dienstleistungsrichtlinie (DL-RL) und seit 3. Dezember 2018 die Informationsaufgaben nach Art 8 der Geoblocking Verordnung im Hinblick auf Verbraucher:innen aus Österreich und anderen EU/EWR-Staaten wahr.

Im fünfzehnten Berichtszeitraum (01.01.2024 – 31.12.2024) verzeichnete das EVZ Österreich insgesamt 911 Anfragen – ein Zuwachs von 2,94 % gegenüber dem Vorjahr (885 Anfragen) 758 Anfragen wurden von Konsument:innen registriert, 143 Anfragen von Art 21 Stellen (Dienstleistungsrichtlinie) und 10 Anfragen von Art 8 Geoblocking Kontaktstellen. 843 Anfragen betrafen grenzüberschreitende Dienstleistungen (Art 21 Abs. 1 lit a – c), 68 Anfragen betrafen Geoblocking (Art 20 Abs. 2 DL-RL/Geoblocking Verordnung). Die Bearbeitungsdauer war abhängig von der Fallkonstellation, der Durchschnittswert lag bei 35 Minuten bis 2,4 Stunden.

Laut einer Studie der EU-Kommission reichen lediglich 5 – 10 % der betroffenen Verbraucher:innenbeschwerden wegen Verstößen gegen die Geoblocking-Verordnung bzw. Dienstleistungsrichtlinie ein. Die tatsächliche Zahl der Betroffenen in diesen Rechtsbereichen liegt daher höher. Die Richtlinie 2006/123/EG über Dienstleistungen im Binnenmarkt erleichtert die Erbringung von Dienstleistungen in EU bzw. EWR-Mitgliedstaaten. Gemäß Art. 21 der Dienstleistungsrichtlinie (DL-RL) haben Konsument:innen das Recht, in ihrem Mitgliedstaat Unterstützung zu den rechtlichen Rahmenbedingungen – insbesondere den Verbraucherschutzvorschriften – zu grenzüberschreitenden Dienstleistungen zu erhalten. Ziel der Bestimmung ist das Vertrauen von Konsument:innen in den EU-Binnenmarkt zu stärken.

Das EVZ Österreich erhielt im fünfzehnten Berichtszeitraum Anfragen zu nachfolgenden Branchen:

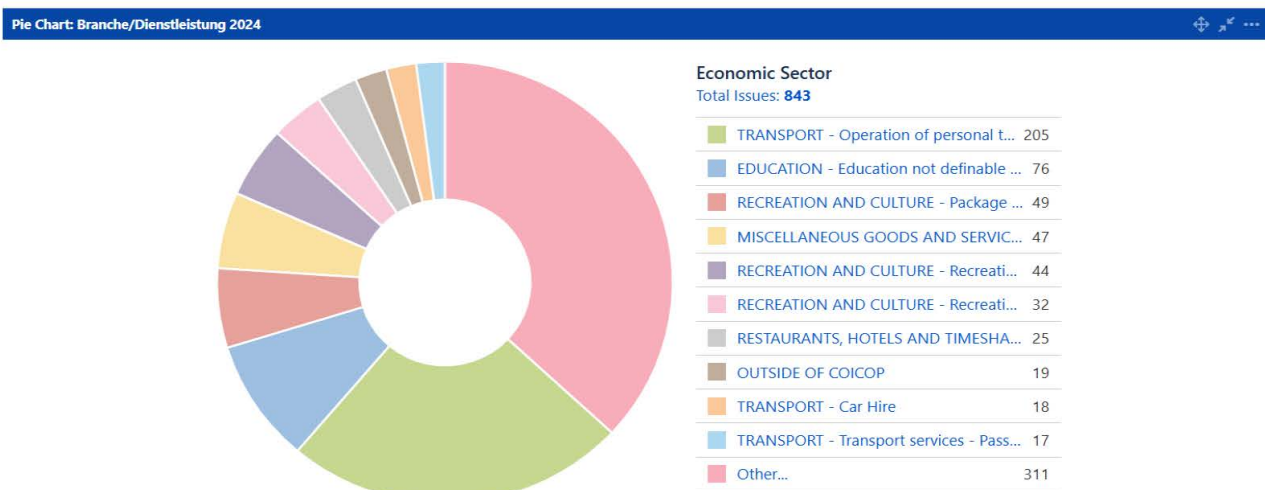


Abbildung 10 – Branche/Dienstleistung 2024

Die höchste Anzahl der Anfragen betraf erneut die Branche Transport. Die Beschwerden richteten sich dabei größtenteils gegen die Autobahnen- und Schnellstraßen-Finanzierungs-Aktiengesellschaft (ASFINAG). Kern des Sachverhalts war die Behauptung, dass Konsument:innen die Autobahnvignette entweder falsch oder gar nicht angebracht hätten und daher zur Zahlung einer Ersatzmaut aufgefordert wurden.

Weitere Beschwerden betrafen Bußgelder wegen Vergehen gegen die italienische Straßenverkehrsordnung bzw. Maut oder Parkstrafen. Viele Autourlauber:innen erhielten nach ihrer Rückkehr aus Italien, Kroatien oder Ungarn Mahnschreiben diverser Inkasso- oder Anwaltsbüros.

Das EVZ Österreich erhielt im Jahr 2024 wieder zahlreiche Beschwerden zu Online-Coaching. Angesichts steigender Preise suchten viele Konsument:innen nach zusätzlichen Einkommensquellen. Auffallend war, dass sich die Beschwerden im Vergleich zu den beiden Vorjahren nicht hauptsächlich auf die Reseller Plattformen Copecart GmbH oder Digistore24 GmbH beschränkten, sondern von diversen Coaches auch direkt angeboten wurden (z. B. von dem deutschen Coach Philipp Lang).

Das EVZ Österreich erhielt im fünfzehnten Berichtszeitraum Anfragen von Verbraucher:innen aus Österreich zu nachfolgenden EU-Staaten:

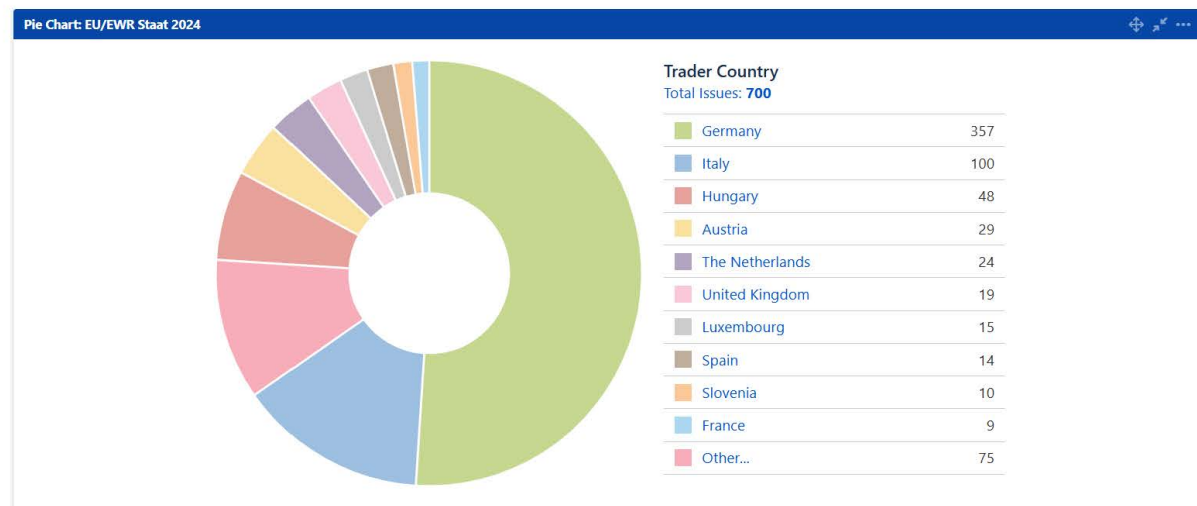


Abbildung 11: Pie Chart: EU/EWR Staat 2024

Die Statistik zeigt, dass Konsument:innen aus Österreich vorwiegend Waren und Dienstleistungen von deutschen Unternehmen beziehen. Die Anfragen betrafen deutsche Coaching Anbieter (u. a. die Reseller-Plattformen CopeCart und Digistore24, die „Agentur zur Freiheit“ von Philipp Lang bzw. die Bodo Schäfer Akademie). Zahlreiche Beschwerden gingen zu abgesagten Veranstaltungen ohne Rückerstattung (den abgesagten Laufevent Color Obstacle Rush in Wien der deutschen VE Volkslauf Events GmbH, Konzerte des Veranstalters media.one GmbH) ein. Ein zentrales Thema waren Insolvenzen, insbesondere des deutschen Reiseveranstalters FTI Touristik GmbH sowie der Internetstores GmbH.

Zahlreiche Beschwerden betrafen 2024 erneut Italien. Diese bezogen sich größtenteils auf Bußgeldforderungen wegen angeblicher Vergehen gegen die italienische Straßenverkehrsordnung (Einfahrt in die verkehrsberuhigte Zone in italienischen Innenstädten, Befahren der Busspur, nicht bezahlte Maut oder Parkstrafen). Die Bußgelder wurden massenhaft von italienischen bzw. österreichischen Inkassogesellschaften (Nivi SpA, ETI Experts GmbH, EWD Inkasso GmbH) eingetrieben. Diese Vorgehensweise war als illegal einzustufen, da private Inkassogesellschaften keine Verwaltungsstrafen nach dem EU-Verwaltungsstrafvollstreckungsgesetz eintreiben dürfen, die Eintreibung ist den Verwaltungsbehörden vorbehalten.

Auch Ungarn betreffen Beschwerden und standen größtenteils im Zusammenhang mit Verkehrsstrafen und der ungarischen Autobahnmaut. Weitere Beschwerden betrafen den Handwerkssektor sowie Abo- und Kostenfallen diverser Datingseiten, welche von dem ungarischen Unternehmen Howlogic Kft betrieben werden.

Das EVZ Österreich erhielt im fünfzehnten Berichtszeitraum Anfragen von Art. 21-Stellen aus nachfolgenden EU-Staaten:

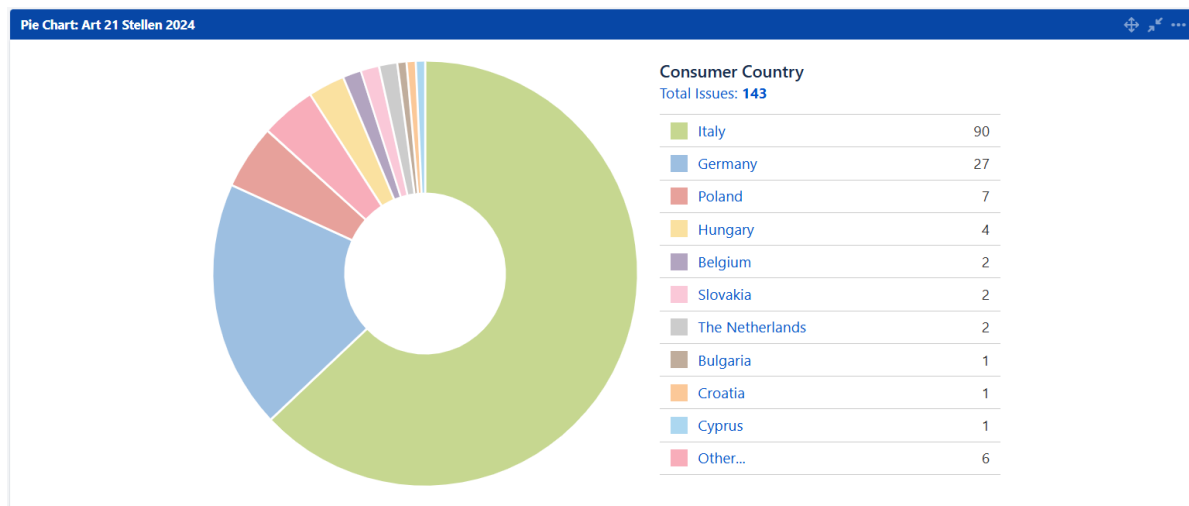


Abbildung 12: Pie Chart: Art. 21 Stellen 2024

Das EVZ Österreich erhielt den Großteil der Anfragen von der Art. 21-Stelle Italien. Diese konzentrierten sich fast ausschließlich auf das österreichische Unternehmen ASFINAG. Ähnliche Anfragen erhielt das EVZ Österreich auch aus Polen und Ungarn. Beschwerden aus Deutschland richteten sich u. a. gegen verschiedene österreichische Online-Coaching Unternehmen (Vinnit-X GmbH, Ladylight GmbH, Sitya Institut für neues Energiebewusstsein GmbH & Co KG oder Tiles Media GmbH).

Art 21 Abs 1 lit a DL-RL

Gemäß Art 21 Abs. 1 lit a DL-RL haben Konsument:innen das Recht, Informationen zu Dienstleistungsunternehmen aus anderen EU/EWR Mitgliedstaaten zu erhalten, insbesondere über Anforderungen bezüglich der Aufnahme und der Ausübung von Dienstleistungstätigkeiten sowie über den Verbraucherschutz. Das EVZ Österreich erteilte diesbezüglich in Zusammenarbeit mit den zuständigen Artikel 21-Stellen nachfolgende Auskünfte:

- Eintragungspflicht im Handelsregister/Übermittlung eines Handelsregistorauszuges
- Erfordernis einer Gewerbeberechtigung (Baugewerbe)
- Erfordernis von Haftpflichtversicherungen (Baugewerbe)
- Bonität inklusive Überprüfung zu Insolvenzverfahren
- Anzuwendendes Recht und Gerichtsstand
- Fragen über das Recht des Heimatstaates der Dienstleistungsunternehmen (Gewährleistung/Schadenersatz, Kostenpflicht von Kostenvoranschlägen, Höhe von Anzahlungen)
- Abgleich in den Datenbanken der nationalen Verbraucherschutzinstitutionen hinsichtlich möglicher Verbraucherbeschwerden

Bezüglich grenzüberschreitenden Baudienstleistungen wurden Konsument:innen informiert, dass diese aufgrund der Dienstleistungsfreiheit möglich sind. In den Verträgen mit EU-ausländischen Bauunternehmen könne eine Rechtswahl getroffen werden, mangels Rechtswahl gelte österreichisches Recht, da die gewerbliche Tätigkeit in Österreich erbracht wird (Art 6 Abs. 1 Rom-I-Verordnung). Bezüglich der Mehrwertsteuer wurden Konsument:innen informiert, dass Leistungen, die sich im Zusammenhang mit einem Grundstück ergeben, dort umsatzsteuerlich

erfasst werden, wo sich das Grundstück befindet, die Umsatzsteuerpflicht somit in Österreich bestehe und die Rechnung mit österreichischer Umsatzsteuer auszustellen ist.

Weiters wurde informiert, dass Bautätigkeiten in Österreich zu den reglementierten Gewerben zählen (§ 94 Gewerbeordnung). EU-ausländische Bau- und Handwerksbetriebe haben die Aufnahme der Tätigkeit vorab dem Wirtschaftsministerium schriftlich anzuzeigen (§ 373a Gewerbeordnung). Konsument:innen wurden über die Möglichkeit informiert, oben genannte Dienstleistungsanzeige in dem Dienstleistungsregister des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft zu überprüfen.

Konsument:innen wurden auch informiert, dass EU-ausländische Bau- und Handwerksunternehmen im Falle der Entsendung von Arbeitnehmer:innen die Bestimmungen des Arbeitsvertragsrechts-Anpassungsgesetzes (AVRAG) und des Gesetzes gegen Lohn- und Sozialdumping einzuhalten haben (Meldepflichten, Einhaltung der österreichischen Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen). Diesbezüglich wurden Konsument:innen auf die Entsendeplattform des BMAW zu grenzüberschreitender Entsendung von Arbeitnehmer:innen aus der EU verwiesen.

Die Anfragen zu grenzüberschreitenden Baudienstleistungen betrafen unter anderem Bauunternehmen aus den Ländern Ungarn, Tschechien, Polen, Italien, den Niederlanden, Slowenien, Slowakei und Deutschland (Fertigteilhäuser, Dachdeckerarbeiten, Klimageräte, Thermenwartungs- und Installationsdienste, Schlüsseldienste, Verandabau, Poolbau, Photovoltaikanlagen, Installation von Wandpaneelen und Bodenfliesen, Lieferung und Einbau von Fenstern, Kästen und Türen).

Weiters konnte auf die europäische Unternehmensplattform verwiesen werden. Konsument:innen können auf der Webseite zentral nach Informationen aus den nationalen Handelsregistern suchen.

Weitere Anfragen betrafen den Onlinehandel. Konsument:innen ersuchten um Auskunft, ob der von ihnen im Internet aufgefundene Webshop korrekt in Europa registriert ist und ob es gegenüber dem Webshop bereits Beschwerden gibt. Viele der angefragten Webshops wurden zwar in Europa registriert (vor allem in Deutschland und den Niederlanden), jedoch mit direkter Warenlieferung aus China (sogenanntes Dropshipping). Dropshipping ist eine Art des Onlinehandels, bei dem Unternehmen die Waren, die sie verkaufen, nicht selbst produzieren oder besitzen, sondern über ein Großhandelsunternehmen, das in den allermeisten Fällen in China ansässig ist, verschicken lassen. Verbraucher:innen sind klar im Nachteil (keine Information über die direkte Lieferung der Ware aus Asien, lange Lieferzeiten, gefälschte Produkte oder Produkte von minderer Qualität, Nichtakzeptanz der Gewährleistung, Probleme mit dem Zoll und der Rücksendung im Fernabsatz). Von Bestellungen konnte abgeraten werden.

Konsument:innen wurden zusätzlich informiert, dass die Registrierung einer Website (z. B. .at oder .de) von dem Sitz des Betreibers/der Betreiberin des Webshops zu unterscheiden ist. Eine Website mit einer .at Domain kann auch von einem chinesischen Unternehmen betrieben werden. Bei den angefragten Webseiten erfolgte auch eine Abklärung mit den jeweiligen Art 21 Stellen sowie ein Abgleich auf der Informationsplattform Watchlist Internet und Fakeshop.at.

Art 21 Abs 1 lit b und c DL-RL

Gemäß Art 21 Abs. 1 lit b und c DL-RL haben Konsument:innen im Falle eines Konflikts mit Dienstleistungsunternehmen das Recht, über die ihnen zustehenden Rechte, Rechtsbehelfe und Verbände und Organisationen, die im Streitfall beraten und unterstützen, informiert zu werden.

Die Tätigkeit des EVZ Österreich als Art 21-Stelle, stellt diesbezüglich eine One-Stop-Shop-Funktion dar. Konsument:innen erhalten rasch und unbürokratisch Auskunft über ihre Rechte, das in ihrem Fall anzuwendende Recht, den Gerichtsstand sowie entsprechende Rechtsbehelfe.

Bezüglich der Verbände und Organisationen, die im Streitfall unterstützen, kann direkt auf das EVZ-Netzwerk verwiesen werden. Konsument:innen werten es als positiv, dass dieselbe Stelle, die allgemeine Informationen zu dem Beschwerdefall erteilt, sich zugleich auch individuell um den Beschwerdefall annehmen und bei den betroffenen Unternehmen intervenieren kann.

Asfinag: Die EU-Richtlinie 520/2021 sieht seit dem 19.10.2021 den EU-weiten Austausch von Fahrzeughalterdaten über das Datenaustauschverfahren EUCARIS auch für Mautvergehen vor. Mit der Novellierung des Bundesstraßenmautgesetzes 2002 wurde die genannte EU-Richtlinie in nationales österreichisches Recht umgesetzt (Veröffentlichung am 27.07.2021, BGBl. I Nr. 155/2021). Die ASFINAG als Mautbetreiberin in Österreich ist seither befugt, bei Verdacht einer Mautprellerei einen automationsunterstützten Datenabruf aus Fahrzeugzulassungsregistern anderer EU-Mitgliedstaaten zu veranlassen und Ersatzmautforderungen grenzüberschreitend einzutreiben.

In der Regel sahen sich EU-ausländische Konsument:innen, vor allem aus Italien, mit der Behauptung konfrontiert, dass sie die Vignette falsch oder gar nicht an der Windschutzscheibe ihres Fahrzeuges angebracht hätten. Sie erhielten aus diesem Grund entweder eine Aufforderung zur Zahlung von € 120,-- (Ersatzmautforderung) oder gleich eine Mitteilung, dass die Ersatzmautforderung storniert wurde und ein Verwaltungsstrafverfahren bei der zuständigen Bezirksverwaltungsbehörde eingeleitet wurde. Die Konsument:innen erhielten jedoch hierzu keine Beweisbilder, die es ihnen ermöglicht bzw. erleichtert hätten, die Rechtmäßigkeit der Forderung nachzuprüfen. Nach Intervention des EVZ Österreich wurden unrechtmäßige Zahlungsforderungen storniert und berechnete Zahlungsfristen verlängert. Konsument:innen erhielten Beweisfotos sowie Sendungsnummern für nicht zugestellte Ersatzmautforderungen.

In Kooperation mit dem Europäischen Verbraucherzentrum Italien wurde eine Informations- bzw. Präventionskampagne erarbeitet, die auch von der italienischen Tageszeitung La Repubblica aufgegriffen wurde.¹ Der Erfolg der gemeinsamen Informationskampagne spiegelt sich im deutlichen Rückgang der Beschwerden gegen die ASFINAG im Vergleich zum Vorjahr wider. Zum Vergleich: Während das EVZ Österreich als Art. 21-Stelle im vierzehnten Berichtszeitraum 247 Beschwerden aus Italien erhielt, lagen die Beschwerden im fünfzehnten Berichtszeitraum bei 90.

¹ https://www.euroconsumatori.org/de/broschueren_maut_vignette_osterreich

Online-Coaching: Zahlreiche Beschwerden richteten sich 2024 gegen Online-Coaching Unternehmen. Bedingt durch Preissteigerungen waren viele Konsument:innen auf der Suche nach Nebeneinkünften. Besonders betroffen waren junge Erwachsene, alleinerziehende Mütter, Arbeitslose und Pensionist:innen.

Nach vorgetäuschten „Bewerbungsgesprächen“ wurden Konsument:innen von eigens geschul-ten Verkaufsagent:innen (sogenannten Closer) per Telefon oder Videocall zum Erwerb von teuren Coaching Dienstleistungen gedrängt. Die Kosten hierfür lagen meist im vier-, nicht selten auch im fünfstelligen Bereich.

Das Geschäftskonzept hinter derartigen Online-Coachings ist fragwürdig. Ziel sei es, sich ein passives Einkommen aufzubauen (z. B. durch einen eigenen Dropshipping-Webshop, durch den Verkauf von Internet-Domains, durch Affiliate Marketing oder um selbst Coach oder Closer zu werden - oder auch um mit der Ablichtung der eigenen Füße Geld zu verdienen). Verkauft wurden in der Regel vorab aufgezeichnete Coaching-Videos von minderer Qualität, in denen lediglich Binsenweisheiten erklärt wurden. Das von den Coaches versprochene monatliche fünfstell-ige Zusatzeinkommen (Zitat von Coach Philipp Lang: „Ich helfe Menschen in 33 Tagen € 10.000,-- - € 25.000,-- pro Monat zu verdienen“) konnte in keinem einzigen Fall erzielt werden. Neben den Versprechungen, das große Geld zu verdienen, wurden auch einige Coaching-Ver-träge im Zusammenhang mit der persönlichen Entwicklung (Umgang mit Sensibilität oder „Nar-zissten“, Flirt-Coachings etc.) registriert.

Auch in diesem Jahr wurden wie o.a. zahlreiche Beschwerden gegen die Reseller Plattformen Digistore24 und CopeCart registriert. Es handelt sich hierbei um Reseller-Plattformen, auf de-nen Verträge über Check-out Links (keine Webshops) abgeschlossen werden. Einige Verträge wurden jedoch nicht durch Reseller Plattformen, sondern durch die Coaches (bzw. deren Un-ternehmen) direkt abgeschlossen.

Bei den genannten Coaching-Verträgen waren zahlreiche Rechtsverstöße festzustellen: Ver-stoß gegen die Doppelbestätigungspflicht bei telefonisch abgeschlossenen Verträgen, rechts-widriger Ausschluss des Widerrufsrechts nach dem Fernabsatz, auffallendes Missverhältnis zwischen Preis und Leistung (Laesio enormis, Wucher), arglistige Täuschung und Irreführung, Verstoß gegen das deutsche Fernunterrichtsschutzgesetz.

Public Enforcement: Aufgrund der Vielzahl der Beschwerden, v.a. im letzten Berichtszeitraum, wurde das deutsche Unternehmen Copecart GmbH von dem EVZ Österreich im Rahmen der Verbraucherbehördenkooperation (CPC) am 20.2.2023 angezeigt (externe Warnmeldung Num-mer, 485837). Die zuständige österreichische Behörde (Bundeskartellanwalt) leitete daraufhin basierend auf dieser Meldung ein Durchsetzungsersuchen an die deutschen Behörden weiter. In weiterer Folge wurde die CopeCart GmbH vor dem Landgericht Berlin verklagt, das Verfahren ist aktuell anhängig.

Der Fall verdeutlicht die zentrale Rolle des EVZ Österreich als externe CPC-Warnstelle und die enge Zusammenarbeit innerhalb des CPC-Netzwerks. Die koordinierte Vorgehensweise zw-ischen dem EVZ Österreich, den Verbraucherbehörden und der Justiz zeigt, wie effektive be-hördliche Kooperation letztlich zu gerichtlichen Maßnahmen, wie der Klage in Berlin, führen kann.

Unterlassungsklageverfahren des vzbv gegen CopeCart nach Warnmeldung EVZ Österreich

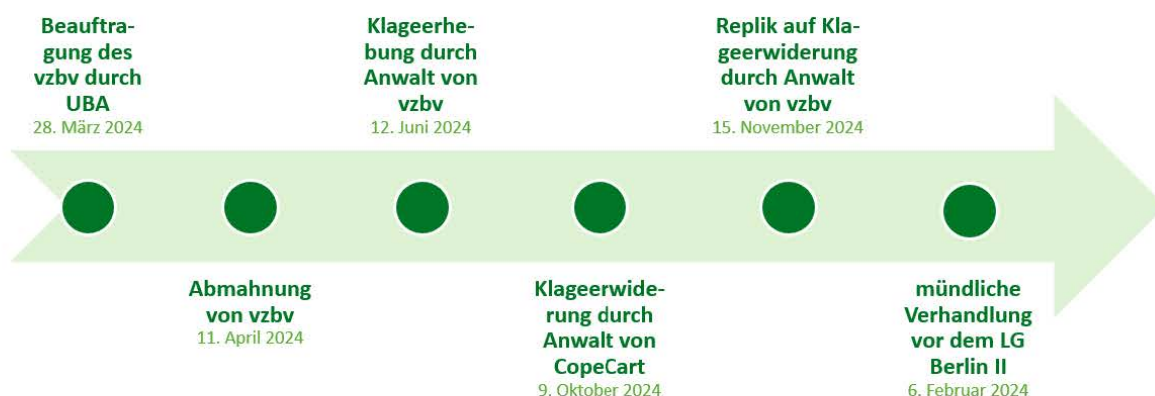


Abbildung 13: Unterlassungsklageverfahren des vzbv gg CopeCart nach Wahrnehmung EVZ Österreich

Private Enforcement: Das Unternehmen Copecart GmbH wurde nach Anzeige des EVZ Österreich von der Rechtsabteilung des Vereins für Konsumenteninformation geklagt. Online-Coaching Unternehmen versuchen die verbraucherrechtlichen Bestimmungen zu umgehen, indem sie behaupten, es handle sich um Unternehmensgeschäfte. Das österreichische Recht ist hier im europäischen Vergleich großzügiger, in dem es gemäß § 1 Abs 3 KSchG auch sog. Vorbereitungsgeschäfte als Verbrauchergeschäfte einstuft. Sitzt das Unternehmen nun aber in Deutschland, muss zunächst geklärt werden, ob der Coachingvertrag auf EU-rechtlicher Ebene als Verbrauchergeschäft einzustufen ist, bevor vor den österreichischen Gerichten (unter der Anwendung des günstigeren österreichischen Rechts) geklagt werden kann.

Im Dezember 2024 hat das HG Wien entschieden, dass grundsätzlich ein Verbrauchergeschäft gemäß Art 17 EuGVVO vorliegt. Diese Entscheidung hat erhebliche Auswirkung auf bestehende und künftige Coaching-Verträge.

Online-Coaching und verbundene Kreditverträge: In dem Zusammenhang fiel auf, dass diverse Online-Coachings gemeinsam mit einem Kreditvertrag angeboten wurden. Die Konsument:innen erhielten in diesen Fällen keine ausreichenden vorvertraglichen Informationen, es wurde keine Bonitätsprüfung durchgeführt und die Konsument:innen sahen sich mit einem sehr hohen Zinssatz konfrontiert (z. B. Klarna Bank mit 17,90 % effektiver Jahreszinssatz).

In einem gemeinsamen Zoom-Meeting des EVZ Österreich mit Klarna am 9.9.2024 wurde dieses Geschäftsmodell beleuchtet und stark kritisiert. Etwaige Coaching-Webseiten wurden Klarna zur Überprüfung weitergeleitet. Klarna hat daraufhin die Zusammenarbeit mit der Coaching-Seite Fußbusiness.de beendet.

Autokauf: Weitere Beschwerden betrafen den Autokauf sowie Reparaturarbeiten, Ersatzteilkäufe oder die fehlerhafte Verrechnung der Mehrwertsteuer beim Neuwagenkauf.

Bußgeldforderungen:

Bußgelder Italien: Eine hohe Anzahl an Beschwerden betraf Bußgeldforderungen wegen angeblicher Vergehen gegen die italienische Straßenverkehrsordnung (Einfahrt in die verkehrsberuhigte Zone in italienischen Innenstädten, Befahren der Busspur, nicht bezahlte Maut oder Parkstrafen). Die Bußgelder wurden massenhaft von italienischen und österreichischen Inkassogesellschaften (Nivi SpA, ETI Experts GmbH, EWD Inkasso GmbH) eingetrieben.

Betroffene Konsument:innen konnten informiert werden, dass es sich bei den Bußgeldern um Verwaltungsstrafen handelt, die grenzüberschreitend nur von den zuständigen Verwaltungsbehörden eingetrieben werden dürfen (EU-VStVG). Das Vorgehen der österreichischen Inkassogesellschaften wurde als illegal eingestuft.

Für italienische Verkehrstrafen beträgt die Verfolgungsverjährung ab Gesetzesübertretung 360 Tage. In vielen Fällen war diese Frist bereits verstrichen. Zum Teil erhielten Konsument:innen erst mehrere Jahre später die erste Mitteilung. Konsument:innen wurden über die Verjährungsbestimmungen informiert, von einer Zahlung der Bußgelder konnte abgeraten werden.

Slowenisches Anwaltsbüro Dr. Tischler: Im fünfzehnten Berichtszeitraum erhielt das EVZ Österreich zusätzliche Beschwerden gegen das slowenische Anwaltsbüro Dr. Tischler. Der Anwalt treibt Parkstrafen z. B. aus Kroatien ein, wobei er unverhältnismäßig hohe Gebühren aufschlägt. In einigen Fällen konnte eine Reduktion der Forderung erreicht werden. Auf dem Study Visit in Innsbruck (16.12.2024 - 18.12.2024) wurde die Problematik dieser unlauteren Geschäftspraxis des Anwaltsbüros mit dem anwesenden EVZ Kroatien besprochen. Dr. Tischler wurde in weiterer Folge von dem EVZ Kroatien bei der slowenischen Rechtsanwaltskammer angezeigt, ein Disziplinarverfahren wurde in Slowenien eingeleitet.

Bearbeitungsgebühren Mietauto: Wurden Mautvergehen, Verkehrsstrafen oder Parkstrafen mit Mietautos begangen, wurden Konsument:innen zum Teil zusätzlich Bearbeitungsgebühren in der Höhe von ca. € 50,- vom Mietunternehmen verrechnet. Die italienische Wettbewerbsbehörde hat im Juni 2022 entschieden, dass eine solche Bearbeitungsgebühr unzulässig ist (<https://ecc-netitalia.it/en/news/car-rental-the-contractual-term-establishing-a-penalty-in-the-event-of-a-traffic-ticket-is-abusive/>). Auch nach dem österreichischen Recht sind die Gebühren als gröblich benachteiligend und dementsprechend als unzulässig einzustufen. Die Beschwerdefälle wurden der Rechtsabteilung des VKI vom EVZ Österreich zwecks gerichtlicher Rechtsverfolgung angezeigt.

Insolvenzen, Veranstaltungsabsagen und Gutscheinregelungen: Im fünfzehnten Berichtszeitraum gab es eine erhöhte Zahl an Anfragen zu Insolvenzverfahren österreichischer und EU-ausländischer Unternehmen. Besonders die Insolvenz des deutschen Pauschalreiseveranstalters FTI sowie des luxemburgischen Unternehmens itravel, das in derselben Branche tätig ist, führte zu einem hohen Beschwerdeaufkommen. Zudem erhielt das Europäische Verbraucherzentrum Österreich als Art. 21-Stelle weitere Anfragen zur Kika/Leiner-Insolvenz. In all diesen Fällen wurden Konsument:innen umfassend über ihre insolvenzrechtlichen Möglichkeiten und Ansprüche beraten.

Weitere Beschwerden betrafen diverse Veranstaltungsabsagen. Einerseits gingen zahlreiche Beschwerden zu abgesagten Konzerten von Taylor Swift und Nicki Minaj ein, andererseits betrafen sie auch außergewöhnlichere Events wie den Shrek Rave oder die Mongol Rally.

Im Fall von Taylor Swift nahm das EVZ Österreich direkt Kontakt mit ihrem Management auf und konnte so nicht nur die Rückerstattung der Ticketkosten durchsetzen, sondern auch die Durchführung von VIP-Packages mit Taylor Swift ermöglichen.

Auffallend viele Beschwerden betrafen die Absage der „90's Super Show“ im Jahr 2023 durch die deutsche Veranstalterin media.one GmbH. Das Unternehmen erstattete die Ticketpreise monatelang nicht zurück. Aus demselben Grund wurden zahlreiche Beschwerden gegen das deutsche Unternehmen VE Volkslauf Events GmbH eingereicht, das für den Laufevent Color Obstacle Rush in Wien am 31.08.2024 verantwortlich war. Auch hier verweigerte das Unternehmen über Monate hinweg die Rückerstattung der Ticketpreise.

Das EVZ Österreich konnte den betroffenen Konsument:innen erfolgreich helfen – einerseits durch die Einleitung Europäischer Mahnverfahren bzw. Europäischer Bagatellverfahren bei den zuständigen Bezirksgerichten, andererseits durch gezielte Interventionen bei Banken und Kreditkartenunternehmen, um Rückbuchungen (Chargebacks) zu erreichen.

Weiters wurden mehrere Anfragen zum Thema Gutscheinverjährung an das EVZ Österreich herangetragen. Hier fiel v.a. das Missverständnis auf, dass die (rechtlich zulässigen) Ablauffristen in den einzelnen EU-Ländern unterschiedlich geregelt sind und die österreichische Rechtsprechung (30 Jahre bei Wertgutscheinen) im Vergleich sehr großzügig ist. Auf einen Teil der Anfragen war diese Rechtsprechung aufgrund des Art 6 Abs 1 Rom I VO anwendbar. Wenn es aber z. B. um Hotelgutscheine im Ausland ging, wurden Konsument:innen nach Rücksprache mit der betroffenen Art. 21-Stelle über das anwendbare ausländische Recht informiert. Das EVZ Österreich sieht in diesem Bereich die Notwendigkeit einer einheitlichen europäischen Lösung, um Rechtssicherheit für Verbraucher:innen zu schaffen.

Abo-, Kostenfallen und Abzocke: Eine Vielzahl an Beschwerden betraf das Thema Abo- bzw. Kostenfallen. Hervorzuheben ist das deutsche Unternehmen VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG. Das Unternehmen lockt v. a. ältere Konsument:innen mit kostenlosen Online-Angeboten, z. B. auf der Seite www.computerwissen.de. Überrascht werden diese dann von Zahlungsaufforderungen, da das als gratis beworbene Abo in ein kostenpflichtiges übergelaufen sei. Auf eine etwaigen Kostenpflicht wurde jedoch zu keinem Zeitpunkt hingewiesen, diese wurde auch entgegen der Buttonpflicht nie bestätigt. Auch Erinnerungen zur etwaigen automatischen Vertragsverlängerungen blieben aus.

Wie bereits o.a. betrafen zahlreiche Beschwerden das ungarische Unternehmen Howlogic Kft, welches diverse Datingseiten betreibt. Das Unternehmen lockt mit kostenlosen bzw. kostengünstigen Probeabos. Nach Ablauf des Probeabos werden die Konsument:innen von hohen Abbuchungsbeträgen überrascht. Ohne diesbezügliche Information oder Benachrichtigung verlängern sich die Probeabos automatisch, weiters aktivieren sich andere Mitgliedschaften, die nie von den Konsument:innen bestellt wurden. Es wurde festgestellt, dass das ungarische Unternehmen die Verbraucherrechterichtlinie in mehreren Punkten verletzt.

Andere Anfragen betrafen mangelhafte Unterkünfte z. B. von Ungeziefer befallene. Auch wurden mehrere Beschwerden zu betrügerischen Handwerksdiensten eingebracht. Beispielsweise stellte sich heraus, dass der Klempner Verbund Deutschland eine Betrugseite ist, die Fake-Handwerker schickt, die Konsument:innen anschließend zur Zahlung einer sehr hohen Summe drängt. Anzumerken ist an dieser Stelle, dass im betreffenden Fall mit Kreditkarte bezahlt

wurde, der rechtzeitig eingereichte Chargeback-Antrag bei der betroffenen Bank abgelehnt wurde. Das EVZ Österreich kritisiert, dass im Betrugsfall nach eigenem Ermessen entschieden wird, ob eine Abbuchung rückgängig gemacht wird oder nicht. Eine diesbezügliche gesetzliche Verankerung ist daher in diesem Bereich notwendig.

Faksimile-Abzocke: Auch Faksimile-Betrugsmaschen waren dieses Jahr Thema. Die Faksimile-Betrugsmaschen liefen dabei, wie von den Betroffenen geschildert, immer auf die gleiche Weise ab. Von der Betrugsmasche betroffene Personen sind größtenteils ältere, alleinstehende Menschen. Diese werden zu Hause besucht und zum Abschluss des Kaufs von mittelalterlichen Büchern und Bibeln überredet. Es handelt sich in Wahrheit um völlig wertlose Bücher, die als sehr wertvoll angepriesen und um mehrere tausend Euro verkauft werden.

Die Betroffenen werden anschließend regelmäßig von diversen österreichischen oder deutschen Unternehmen angerufen oder aufgesucht, um ihnen weitere Kaufverträge oder Bücherregisterverträge anzudrehen. Die sehr hohen Kosten wurden oft durch zusätzlich aufgedrängte Kreditverträge bezahlt. Die Zusammenarbeit einzelner Banken mit den offensichtlich höchst unseriösen Unternehmen wird vom EVZ Österreich stark kritisiert (<https://vki.at/Presse/PA-Faksimile-2024>).

1.1.2.3 Geoblocking Verordnung 2018/302

Seit dem 3.12.2018 ist die Geoblocking Verordnung 2018/302 bei Diskriminierung von Konsument:innen aufgrund ihrer Nationalität oder ihres Wohnsitzes bei grenzüberschreitenden Einkäufen anwendbar. Die Geoblocking Verordnung geht somit der Bestimmung des Art 20 Abs. 2 DL-RL als *lex specialis* vor und ist ein direkt anwendbarer Rechtsakt der Europäischen Union, der in allen EU-Mitgliedstaaten unmittelbar gilt.

Die Europäische Verbraucherzentren wurden mit der Aufgabe der Kontaktstelle für Verbraucher:innen gemäß Art 8 der Geoblocking Verordnung betraut. Das EVZ Österreich ist entsprechend der Geoblocking Verordnung österreichische Kontaktstelle und unterstützt Konsument:innen im Falle von Streitigkeiten mit Unternehmen, die sich aus der Verordnung ergeben.

Es hat sich als sinnvoll erwiesen, die Europäischen Verbraucherzentren mit der Tätigkeit der Unterstützung von Verbraucher:innen nach Art 8 der Geoblocking Verordnung zu betrauen. Es konnte auf diese Weise auf bestehende Synergien und Erfahrungen des EVZ-Netzwerkes zurückgegriffen werden.

Am 19.02.2024 wurde das EVZ Österreich im Rahmen eines Hearings durch den EU-Rechnungshof geprüft. EVZ-Direktor Reinhold Schranz wurde dabei zur Tätigkeit des EVZ Österreich als Geoblocking-Kontaktstelle in Österreich befragt. Zudem erkundigte sich der EU-Rechnungshof nach der Wirkung der Geoblocking-Verordnung seit ihrem Inkrafttreten im Jahr 2018.

In seinem Untersuchungsbericht vom 22.01.2025 würdigte der EU-Rechnungshof die Arbeit des EVZ Österreich zur Bekämpfung von Geoblocking als besonders vorbildlich. Hervorgehoben wurden insbesondere die Maßnahmen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit und zur Bekämpfung von Diskriminierung in den Medien – bereits vor Inkrafttreten der Geoblocking-Verordnung. Zudem lobte der Rechnungshof die Rolle des EVZ Österreich als Geoblocking-Kontaktstelle und

betonte die Transparenz der bereitgestellten Informationen. Insbesondere wurde die eigene Rubrik auf der EVZ-Website positiv bewertet, da sie Verbraucher:innen umfassend über die Geoblocking-Verordnung, ihre Ausnahmen, Diskriminierung bei Zahlungen und Möglichkeiten der Rechtsdurchsetzung informiert.

Die Mehrzahl der Beschwerden zu der Geoblocking Verordnung betraf den Zugang zu Waren und Dienstleistungen (Art 4), gefolgt von Beschwerden zu Ungleichbehandlungen in Zusammenhang mit Zahlungen (Art 5) und Vereinbarungen über den passiven Verkauf (Art 6).

1.1.2.4 Art 3 Zugang zu Webseiten und Online-Benutzeroberflächen

Art 3 Abs 1 verbietet die Zugangssperre und -beschränkung zu Webseiten und Online-Benutzeroberflächen. Gemäß Art 3 Abs 2 ist es außerdem untersagt, Kund:innen aus Gründen des Wohnsitzes oder der Staatsangehörigkeit zu einer anderen speziell auf den Wohnsitz oder die Staatsangehörigkeit zugeschnittenen Seite weiterzuleiten, wenn der Kunde/die Kundin seine/ihre Zustimmung nicht ausdrücklich erteilt.

Im fünfzehnten Berichtszeitraum erhielt das EVZ Österreich eine Beschwerde gegen den deutschen Online-Shop OTTO. Der in Österreich wohnende Kunde wollte auf der deutschen Seite www.otto.de (mit einer deutschen Lieferadresse) bestellen. Als er die österreichische Rechnungsadresse eingab, wurden sämtliche Waren automatisch aus dem Warenkorb gelöscht.

Die Erklärung von OTTO dazu lautete:

Hallo Lucas,

vielen Dank für deine Anfrage. Ich habe mir dein Kundenkonto gleich angesehen. Nicht jede Nachricht kann positiv sein. Bitte sei deshalb nicht allzu enttäuscht, dass ich heute verneinen muss. Natürlich erkläre ich dir auch, warum:

Eine Änderung der Rechnungsadresse ist leider nicht möglich. OTTO beliefert entsprechend der AGB nur innerhalb Deutschlands (Nr. 4 der AGB). Somit ist es nicht möglich, eine außerhalb Deutschlands liegende Anschrift im Kundenkonto als Rechnungsadresse zu hinterlegen. Unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen sprechen dagegen.

Solltest du noch weitere Fragen haben oder Hilfe brauchen, kannst du uns jederzeit anrufen. Unter 040-3603 3070 sind wir von Montag bis Freitag von 6 - 24 Uhr für dich da. Und am Wochenende erreichst du uns von 8 - 24 Uhr.

Ich wünsche dir noch ein schönes Wochenende und sende viele Grüße.

Alexandra
aus dem OTTO-Kredit-Team

Abbildung 14: Antwort Otto Online-Shop an Kunden

Neben der eindeutigen Verletzung des Art 4 lit a war dieser Vorgang außerdem auch als Verletzung des Art 3 Abs 2 zu werten. Nach erfolgreicher Intervention des EVZ Deutschlands wurde es dem Kunden ermöglicht, die Ware mit einer österreichischen Rechnungsadresse zu bestellen. Der Online-Bestellprozess wurde von OTTO angepasst. Durch die Intervention des EVZ wurde nicht nur die individuelle Bestellung ermöglicht, sondern auch die Geschäftspraktik des Unternehmens nachhaltig geändert, was eine weitreichende Wirkung für zukünftige Bestellungen mit österreichischer Rechnungsadresse hatte.

1.1.2.5 Art 4 Zugang zu Waren und Dienstleistungen

Verkauf von Waren (Art 4 Abs 1 lit a)

Der überwiegende Anteil der Beschwerden betraf die Verweigerung des Verkaufs von Waren aufgrund der Staatsangehörigkeit oder des Wohnsitzes (Art 4 Abs. 1 lit a).

Das EVZ Österreich stellte fest, dass Konsument:innen nach Geltung der Geoblocking Verordnung fälschlicherweise von einer EU-weiten Lieferpflicht der Unternehmen ausgehen. Konsument:innen wurden informiert, dass eine derartige Lieferpflicht nach der Geoblocking Verordnung nicht besteht und Unternehmen das Liefergebiet selbst festlegen können.

Sofern ein:e Konsument:in jedoch über eine Lieferadresse in einem von dem Unternehmen festgelegten Liefergebiet verfügt, ist das gewünschte Produkt an den:die Konsument:in zu denselben Konditionen wie lokalen Kund:innen zu verkaufen. Weiters wurden Konsument:innen informiert, dass eine Selbstabholung bzw. Selbstorganisation der Lieferung seitens der Konsument:innen nur möglich ist, sofern das Unternehmen diese Abholung auch in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen anbietet.

Ein Teil der diesjährigen Beschwerden betraf die Ungleichbehandlung von Konsument:innen beim Autokauf aufgrund ihrer österreichischen Staatsbürgerschaft oder ihres Wohnsitzes.

Die Beschwerden richteten sich konkret gegen drei schwedische Kfz-Händler:innen sowie die deutsche Händlerin Autohaus Schmidt. Diese verweigerten den Verkauf von Neuwagen an Konsument:innen mit Wohnsitz in Österreich unter Verweis auf Herstellervorgaben von Mercedes Benz oder VW, wonach sie ausschließlich an nationale Kund:innen verkaufen dürften.

Eine weitere Beschwerde bezog sich auf länderspezifische Garantiebedingungen von Citroën. Dabei hatte ein ungarischer Staatsbürger ein Auto bei der österreichischen Händlerin Raiffeisen-Lagerhaus GmbH gekauft. Die österreichische Herstellergarantie war im vorliegenden Fall großzügiger als die ungarische, der Kunde wollte diese in Anspruch nehmen, da er das Auto auch in Österreich erworben hatte. Aufgrund seines ungarischen Wohnsitzes wurde ihm dies verweigert.

Weitere Beschwerden betrafen erneut das deutsche Unternehmen Samsung Electronics GmbH. Beschwerdepunkt war die Teilnahmeverweigerung an einer Cashback Aktion aufgrund des österreichischen Wohnsitzes sowie eine auf Deutschland beschränkte Herstellergarantie. In all diesen Fällen hatten die Konsument:innen die Samsung-Produkte von Amazon erworben. Die jeweiligen Beschwerden konnten durch Intervention des EVZ Österreich gemeinsam mit den EVZ Luxemburg und Deutschland vollständig gelöst werden.

Ähnlich gelagert richteten sich weitere Beschwerden erneut gegen das in Irland ansässige Unternehmen Google, welches eine Aktion bewarb, bei der Konsument:innen bei Kauf eines Google Mobiltelefons gratis einen Promocode bzw. Zubehör erhalten würden. Konsument:innen wurde jedoch aufgrund ihres Wohnsitzes in Österreich die Teilnahme an der Aktion verweigert.

Weitere Anfragen betrafen unterschiedliche Online-Shops hinsichtlich der Verkaufsverweigerung von Artikeln (wie unter Art 3 angeführt OTTO) oder Einschränkung einer Herstellergarantie (Dyson Deutschland). In einem weiteren Fall wurde, nach Vertragsrücktritt gegenüber dem

deutschen Unternehmen Karaca Porzellan, von diesem ein Rücksendelabel ausgestellt, welches lediglich in Deutschland verwendet werden konnte. Die Ware wurde von dem Unternehmen ursprünglich allerdings nach Österreich geliefert.

Einer österreichischen Konsumentin wurde zudem in einer tschechischen Apotheke die Herausgabe eines Medikamentes verweigert, obwohl sie ein österreichisches Rezept vorweisen konnte. Gemäß der Richtlinie 2012/52/EU sind ärztliche Verschreibungen aus anderen Mitgliedsstaaten anzuerkennen. Es war im Ergebnis von einem Verstoß gegen Art 4 Abs 1 lit a auszugehen.

Preisdiskriminierung als großes Thema: Zahlreiche Beschwerden betrafen 2024 erneut das Thema Preisdiskriminierung aufgrund des Wohnsitzes oder der Staatsangehörigkeit. Konsument:innen beschwerten sich, dass sie für diverse Produkte lediglich aufgrund ihres österreichischen Wohnsitzes einen höheren Nettokaufpreis zu zahlen hätten. Im Zentrum stand dabei der gravierende Preisunterschied zwischen dem österreichischen und deutschen Markt. Anfragen betrafen unter anderem IKEA, Obi, Hornbach, DM, einen Bettenkauf bei dem deutschen Unternehmen TICAA, das deutsche Unternehmen Emma Matratze und das portugiesische Unternehmen Knotkids (Kinderkleidung). Hervorzuheben ist an dieser Stelle auch das Ergebnis der VKI-Erhebung zu 200 Lebensmittelprodukten: Österreicher:innen kaufen im Schnitt um 15 bis 20 % teurer ein als deutsche Konsument:innen (<https://vki.at/Presse/PA-Preisvergleich-2024>).

Beispiel 1:

Auf der österreichischen Seite vom XXX Lutz wurde eine Stehleuchte um € 319,20 angeboten, die idente Stehleuchte im deutschen Webshop um € 199,90.

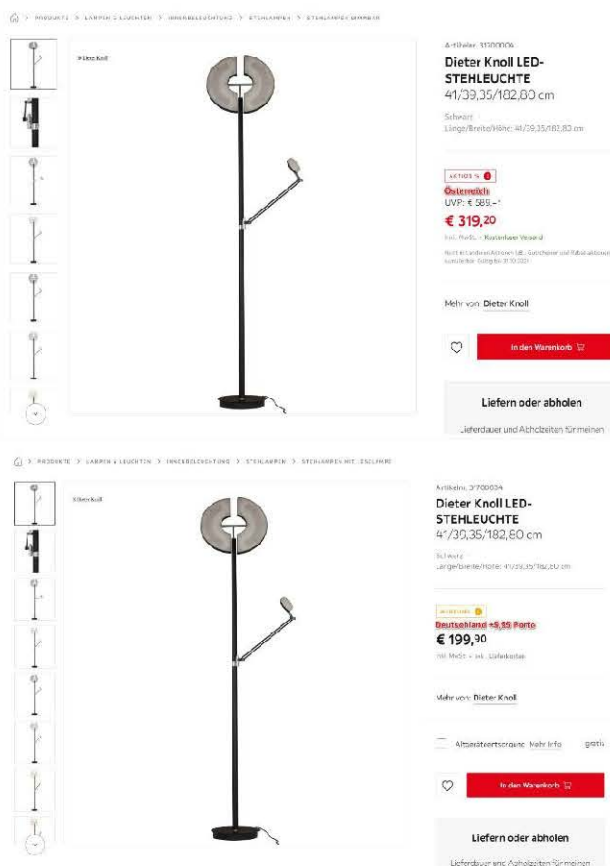


Abbildung 15: Screenshot österreichische/deutsche Seite XXX Lutz

Beispiel 2:

Auf der deutschen Seite Rehashop.de wurde der Rollator Vita um € 59,95 angeboten, auf der österreichischen Seite Rehashop.at um € 84,95.

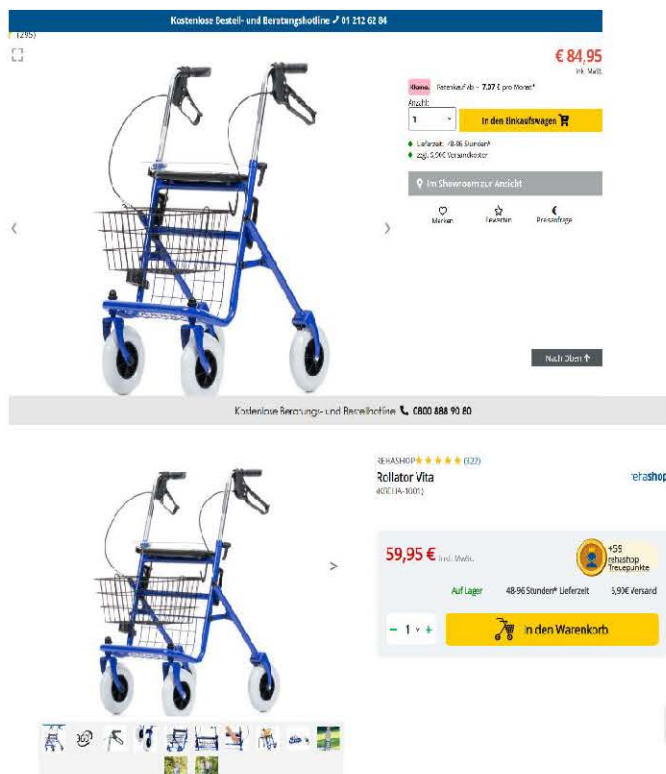


Abbildung 16: Screenshot österreichische/deutsche Seite Rehashop.at

Das EVZ Österreich sah keine Rechtfertigung in den gravierenden Preisunterschieden. Den Konsument:innen wurde mitgeteilt, dass derartige Verträge auf Grundlage einer Verkürzung über die Hälfte anfechtbar sind. Gleichzeitig ist im Einzelfall zu prüfen, ob kartell- oder wettbewerbsrechtliche Regelungen verletzt werden.

Die Problematik der Preisdiskriminierung blieb von Seiten der EU nicht unkommentiert. Der Pressemitteilung des EU-Parlaments vom 13.12.2023 zufolge sind über 50 % der Online-Einkaufsvorgänge von Lieferbeschränkungen betroffen.

Das EU-Parlament appelliert zur Senkung der Transportkosten und zur Ausweitung des Zugangs zur grenzüberschreitenden Paketzustelldiensten. Außerdem soll die Einbeziehung aktuell ausgenommener Bereiche (E-Books, Online-Spiele, sowie Software und Streaming) geprüft werden. Abschließend lautet es „Wir verstärken unsere Bemühungen zur Bekämpfung von Preisdiskriminierung und wollen es einfacher machen, grenzüberschreitende Lieferungen zu erhalten oder zu vereinbaren.“ (<https://www.europarl.europa.eu/news/de/press-room/20231208IPR15768/geoblocking-vorschriften-uberarbeiten-verbleibende-hindernisse-beseitigen>).

Spannungsverhältnis Geoblocking zu sonstigen Rechtsakten: Das EVZ Österreich erhielt weiters eine Anfrage zur Altersverifizierung bei Amazon. Beim Kauf von Filmen oder Video-Spielen wurde abhängig von dem Wohnsitz des Kaufenden beurteilt, ob eine (kostenpflichtige) Altersprüfung durchgeführt wird. Das EVZ Österreich hat den Konsumenten informiert, dass eine Ungleichbehandlung (gemäß der Leitlinien - der Geoblocking Verordnung, Punkt 21) zulässig ist, um die Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung aus Rechtsvorschriften der Union oder von dem Unionsrecht entsprechenden Rechtsvorschriften eines Mitgliedstaats, denen der Anbieter unterliegt, weil er in diesem Mitgliedstaat tätig ist, zu gewährleisten.

Durch derartige Rechtsvorschriften kann der Zugang von Kunden zu bestimmten Waren oder Dienstleistungen beschränkt werden, etwa durch das Verbot der Darstellung bestimmter Inhalte in einzelnen Mitgliedstaaten.

Grundstückskauf: Eine weitere Beschwerde bezog sich auf einen Grundstückskauf in Österreich. Der Konsument mit Wohnsitz im EU-Ausland wurde informiert, dass unbewegliche Sachen (i.e. Grundstücke), nicht der Geoblocking Verordnung unterliegen.

Verkauf von elektronisch erbrachten Dienstleistungen (Art 4 Abs 1 lit b)

Art. 4 Abs. 1 lit b der Geoblocking Verordnung bezieht sich auf elektronisch erbrachte Dienstleistungen, deren Hauptmerkmal nicht die Bereitstellung des Zugangs zu urheberrechtlich geschützten Werken oder sonstigen Schutzgegenständen und deren Nutzung ist. Gemeint sind in diesem Zusammenhang elektronisch erbrachte Dienste, wie z. B. Cloud-Services, Data-Warehousing oder Website-Hosting. Das EVZ Österreich erhielt unter anderem eine Beschwerde gegen das deutsche Unternehmen WeightWatchers. Da das Unternehmen in Österreich seine Geschäftstätigkeit einstellte, wollte die betroffene Konsumentin Online-Kurse des Unternehmens in Deutschland besuchen. Aufgrund ihres österreichischen Wohnsitzes wurde sie von der Teilnahme ausgeschlossen.

Eine weitere Beschwerde wurde an das EVZ Österreich von einem österreichischen Konsumenten herangetragen, der nach abgeschlossener und konsumierter Buchung auf der Online-Plattform Booking.com eine Bewertung unter seinem richtigen Vornamen „Adolf“ abgeben wollte. Booking.com verweigerte dem Konsumenten die Abgabe. Da die Einschränkung von Booking.com österreichische Staatsbürger benachteiligte, war dies grundsätzlich als Verstoß der Geoblocking Verordnung zu werten. Der Konsument wurde allerdings über die bereits o.a. Leitlinien informiert, dass im vorliegenden Fall eine gesetzliche Regelung der Niederlande (zu denken ist an Maßnahmen gegen Widerbetätigung) die Einschränkung objektiv rechtfertigen kann. Rechtsklarheit kann in diesem Fall nur über den Europäischen Gerichtshof erzielt werden.

Urheberrechtlich geschützte Werke: Wie bereits in früheren Berichtszeiträumen, wurden auch dieses Jahr Anfragen zur Zugangsbeschränkung von PlayStation Spielen registriert. Zwar unterliegen urheberrechtlich geschützte Werke nicht dem Schutz des Art 4 der Geoblocking Verordnung, die Zugangsbeschränkung war jedoch anhand des Art 20 Abs 2 2006/123/EG als unzulässig anzusehen. Da es sich um Vorgaben der deutschen Herstellerin Sony handelte, war dies außerdem unter Art 6 der Geoblocking Verordnung zu subsumieren und als Wettbewerbsverstoß zu werten. (vgl.: <https://europakonsument.at/strafen-gegen-betreiber-von-steam-rechtmaessig/67100>).

Eine weitere Anfrage betraf die deutsche Streaming Anbieterin DAZN. Audiovisuelle Dienste sind aktuell sowohl von der Geoblocking Verordnung als auch der Dienstleistungsrichtlinie ausgenommen. Der Konsument wurde dementsprechend informiert.

Der EU-Rechnungshof warnte am 20.1.2025 diesbezüglich vor unberechtigtem Geoblocking: „Bestimmte als problematisch eingestufte Bereiche wie audiovisuelle Dienste und Online-Dienste, die Zugang zu urheberrechtlich geschützten Inhalten bieten, fallen nicht unter die Verordnung. Da diese demnächst überarbeitet werden soll, fordern die Prüfer, die Vor- und Nachteile einer möglichen Ausweitung des Geltungsbereichs zu analysieren. Die EU-Kommission wird aufgefordert, eine entsprechende Studie durchzuführen. Weiters sollte die Kommission ihre Leitlinien für die Behörden der Mitgliedstaaten aktualisieren sowie den Austausch zwischen diesen fördern.“

Verkauf von vor Ort erbrachten Dienstleistungen (Art 4 Abs 1 lit c)

Mehrere Beschwerden, die das EVZ Österreich im fünfzehnten Berichtszeitraum erhielt, betrafen die Anmietung eines Postfaches bei der Deutschen Post. Diese verlangte, dass die Konsument:innen einen Meldezettel mit deutschem Hauptwohnsitz vorlegten. In Österreich wohnenden Konsument:innen wurde die Anmietung zu Unrecht (Verletzung der Geoblocking Verordnung) verwehrt.

Das EVZ Österreich erhielt zudem eine Beschwerde einer slowakischen Konsumentin gegen die Veranstalterin CTS Eventim Austria GmbH. In Österreich wohnhaften Konsument:innen wurde nach Absage des Taylor Swift Konzertes in Wien neben der Ticketkostenrückerstattung auch das inkludierte VIP-Paket zugesandt. Die in der Slowakei wohnende Konsumentin erhielt zwar die Rückerstattung, allerdings kein solches Paket. Dies war als Verstoß gegen die Geoblocking Verordnung zu werten. Nach Intervention des EVZ Österreich direkt bei dem Konzertveranstalter sowie Management von Taylor Swift wurden die VIP-Pakete an die Konsumentin in der Slowakei zugesandt.

Eine weitere Beschwerde betraf die von BMW angebotene (kostenpflichtige) Übergabe eines Neuwagens in der BMW Welt München. Auf Anfrage wurde der betroffenen österreichischen Konsumentin von BMW mitgeteilt, dass das Service nur für Personen mit deutschem Wohnsitz angeboten werde:

vielen Dank für Ihre Anfrage beim BMW Welt Infoservice.

Die Abholungen können in der BMW Welt nur stattfinden wenn Sie in Deutschland gemeldet sind.

Für Kunden aus dem Ausland bieten wir leider keine BMW Welt Abholung an.

Abbildung 17: Antwort BMW

Die Ablehnung war als eindeutiger Verstoß gegen Art 4 Abs 1 lit c zu werten. Nach Intervention des EVZ Österreich gemeinsam mit dem EVZ Deutschland wurde die Übergabe des Neuwagens in der BMW Welt München ermöglicht.

Einheimischen Tarife für den Zugang zu österreichischen Schigebieten waren im fünfzehnten Berichtszeitraum erneut Thema. Anzumerken ist, dass sich Seilbahnunternehmen nach wie vor darauf berufen, dass die von ihnen erbrachte Dienstleistung eine reine Verkehrsdienstleistung sei und die Geoblocking Verordnung daher nicht anwendbar sei.

Nach Rechtsansicht des EVZ Österreich in Rücksprache mit der EU-Kommission kommt die Geoblocking Verordnung bezüglich des Erwerbs von vergünstigten Tarifen zu Skigebieten zur Anwendung. Bei dem Erwerb von Tickets und Saisonkarten zu Skigebieten handelt es sich um keine reinen Beförderungsverträge, sondern um gemischte Werkverträge, bei denen die Transportleistung mit der Leistung des Zugangs zum Skigebiet verbunden ist. Die Betreiber:innen der Skigebiete und Bergbahnen müssen zudem die Pisten beschneien, präparieren, warten und sichern. Ein reiner Beförderungsvertrag liegt daher nicht vor.

Weitere Beschwerden zu ungleichen Ticketbedingungen wurden außerdem im Rahmen von Beförderungsverträgen an das EVZ Österreich herangetragen. Bei den Beschwerden handelte es sich um uneinheitliche Gutscheinregelungen der Fluglinie Ryanair (unterschiedliche Verjährungsfristen für unterschiedliche Länder), einheimische Seniorentarife von Südtirolmobil, sowie interregionale vs. regionale Tickets der ungarischen Bahn MAV. Weiters wurde gemeldet, dass die Austrian Airlines in ihren ABB (zur Nachkalkulation bei geänderter Streckenführung) bessere Bedingungen für Passagiere mit Wohnsitz in Österreich vorsah:

3.3.2. Sofern Sie sich für einen Tarif entschieden haben, der die Einhaltung einer festen Couponreihenfolge vorsieht, beachten Sie bitte, dass wenn Sie die Beförderung nicht auf allen oder nicht in der im Flugschein angegebenen Reihenfolge der einzelnen Teilstrecken bei ansonsten unveränderten Reisedaten antreten, wir den Flugpreis entsprechend Ihrer geänderten Streckenführung nachkalkulieren werden. Dabei wird der Flugpreis ermittelt, den Sie in Ihrer Preisgruppe am Tag Ihrer Buchung für Ihre tatsächliche Streckenführung zu entrichten gehabt hätten. Dieser kann höher oder niedriger sein als der ursprünglich bezahlte Flugpreis.

War die von Ihnen ursprünglich gebuchte Preisgruppe für die geänderte Streckenführung am Tag der Buchung nicht verfügbar, wird für die Nachkalkulation die günstigste verfügbar gewesene Preisgruppe für Ihre geänderte Streckenführung zugrunde gelegt.

Sofern am Tag der Buchung für Ihre geänderte Streckenführung ein höherer Flugpreis zu entrichten gewesen wäre, werden wir unter Anrechnung des bereits gezahlten Flugpreises die Differenz nacherheben. Bitte beachten Sie, dass wir die Beförderung davon abhängig machen können, dass Sie den Differenzbetrag gezahlt haben.

Sollten Sie über ein nach den Tarifbedingungen erstattbares Ticket verfügen und noch keine Teilstrecke abgeflogen haben, steht es Ihnen frei, sich den Ticketpreis gemäß den Tarifbestimmungen erstatten zu lassen. Sie verlieren damit Ihren Beförderungsanspruch.

Dieser Artikel 3.3.2 gilt nicht für Beförderungen von Verbrauchern mit Wohnsitz in Österreich.

3.3.3. Für Beförderungen von Verbrauchern mit Wohnsitz in Österreich gilt folgendes:

Sofern Sie sich für einen Tarif entschieden haben, der die Einhaltung einer festen Flugscheinreihenfolge vorsieht, beachten Sie bitte, dass wenn Sie die Beförderung nicht auf allen oder nicht in der im Flugschein angegebenen Reihenfolge der einzelnen Teilstrecken bei ansonsten unveränderten Reisedaten antreten, wir den Flugpreis entsprechend Ihrer geänderten Streckenführung nachkalkulieren werden. Dies gilt nicht, wenn sich schlicht Ihre Reisepläne ändern oder wenn Sie aufgrund höherer Gewalt, Krankheit oder aus einem anderen von Ihnen nicht zu vertretenden Grund daran gehindert sind, die Beförderung auf allen oder in der im Flugschein angegebenen Reihenfolge der einzelnen Teilstrecken anzutreten. Bitte teilen Sie uns nach Möglichkeit die diesbezüglichen Gründe unverzüglich nach Kenntniserlangung mit. Im Falle der Nachkalkulation wird der Flugpreis ermittelt, den Sie in Ihrer Preisgruppe am Tag Ihrer Buchung für Ihre tatsächliche Streckenführung zu entrichten gehabt hätten. Dieser kann höher oder niedriger sein als der ursprünglich bezahlte Flugpreis.

Abbildung 18: Uneinheitliche Gutscheinregelungen der Fluglinie Ryanair

Da Beförderungsverträge nicht vom Anwendungsbereich der Geoblocking Verordnung umfasst sind, war in den vorliegenden Fällen von einer unzulässigen Diskriminierung im Sinne der Bahn-gastrechteverordnung und der Luftverkehrsdienste-Verordnung (EG) Nr. 1008/2008 auszuge-hen.

Eine weitere Beschwerde betraf die uneinheitlichen Gutscheinregelungen der Fluglinie Ryanair. Die betroffene österreichische Konsumentin kaufte auf der Webseite von Ryanair (www.ryanair.com) einen Gutschein, welcher bereits nach einem Jahr verfiel. In der englischen Sprach-version der Seite ist in den AGB von 12 Monaten Gültigkeitsdauer die Rede, in der deutschen 36 Monate, in der irischen 5 Jahre. Nach Intervention des EVZ Österreich wurde die Gültigkeits-dauer im Einzelfall durch 5 Jahre ersetzt.

Weitere Anfragen betrafen eine Eintrittsgebühr für die italienische Stadt Venedig. Ab dem Jahr 2024 war an bestimmten Tagen eine Eintrittsgebühr für den Besuch der italienischen Stadt zu bezahlen. Ausgenommen waren u. a. Personen, die in der Gemeinde Venedig wohnhaft sind. Die Geoblocking Verordnung findet grundsätzlich auch auf öffentlich-rechtliche Personen Anwen-dung, wenn diese unternehmerisch tätig sind. Da es sich bei der Eintrittsgebühr jedoch um eine öffentliche Tourismusabgabe handelt, war die Eintrittsgebühr nicht als Anwendungsfall der Ge-oblocking Verordnung zu beurteilen. Der betroffene Konsument wurde daher an die hierfür zu-ständige Stelle SOLVIT, die Beschwerden gegen Behörden entgegennimmt, verwiesen.

1.1.2.6 Art 5 Diskriminierung in Zusammenhang mit der Zahlung

Unternehmen ist es untersagt, im Rahmen der von ihnen akzeptierten Zahlungsmethoden auf-grund der Staatsangehörigkeit/des Wohnsitzes von Konsument:innen, des Standorts des Zah-lungskontos, des Ortes der Niederlassung des Zahlungsdienstleisters oder des Ausstel-lungsorts des Zahlungsinstruments innerhalb der Europäischen Union unterschiedliche Bedin-gungen für einen Zahlungsvorgang anzuwenden. Bei Zahlvorgängen innerhalb der Europäi-schen Union ist eine Diskriminierung aufgrund des Wohnsitzes verboten.

Das EVZ Österreich erhielt im fünfzehnten Berichtszeitraum erneut Beschwerden gegen das irische Unternehmen Apple. Dieses forderte für die Zahlung etwaiger Apple-Dienste eine Kre-ditkarte, welche von einer Bank ausgegeben wurde, in deren Mitgliedstaat Konsument:innen auch ihren Wohnsitz haben. Ein in Österreich wohnender Konsument konnte seine von einer deutschen Bank ausgegebene Kreditkarte nicht zur Zahlung verwenden. Die Europäische Kom-mission hat aufgrund einer diesbezüglichen Warnmeldung des EVZ Österreich bereits eine ko-ordinierte Aktion gegen Apple eingeleitet (s. u. Art 7).

1.1.2.7 Art 6 Vereinbarungen über den passiven Verkauf

Die Beschwerden über Vereinbarungen zu passiven Verkäufen konzentrierten sich im fünfzehn-ten Berichtszeitraum erneut auf den Fahrzeughandel und Vertriebsvereinbarungen von Fahr-zeughersteller:innen. Ein passiver Verkauf liegt dann vor, wenn sich ein Kunde/eine Kundin von außerhalb des dem Unternehmen zugewiesenen Gebiets aus eigener Initiative an dieses Unter-nehmen wendet, um eine Ware zu kaufen. Das Unternehmen hat diesfalls den Kunden/die Kun-din nicht direkt angesprochen und sich daher passiv verhalten.

Hervorzuheben sind, wie bereits o.a., die Autoherstellerinnen Mercedes und VW in Bezug auf die Verweigerung von Autoverkäufen an österreichische Konsument:innen außerhalb Österreichs. Wie o.a. waren auch die Zugangsbeschränkungen von Videospielen der deutschen Herstellerin Sony als Verstoß gegen Art 6 zu beurteilen.

Das EVZ Österreich geht in diesen Fällen neben einem Verstoß gegen Art. 6 der Geoblocking Verordnung auch von Verstößen gegen Art. 101 AEUV (Verbot von selektiven Vertriebsvereinbarungen bei passiven Verkäufen) aus. Aufgrund der Überschneidung mit dem Wettbewerbsrecht ist in diesen Fällen ein Tätigwerden von Vollzugsbehörden nach Art 7 der Geoblocking Verordnung in Kooperation mit Wettbewerbsbehörden sinnvoll.

1.1.2.8 Art 7 Einleitung von Vollzugsverfahren

Den Vollzugsbehörden kommt in der Durchsetzung der Geoblocking Verordnung besondere Bedeutung zu.

Die Geoblocking Verordnung ist auch Teil des Verbraucherbehördenkooperationsgesetzes (CPC), das EVZ Österreich gemäß Art. 27 Abs. 1 VBKVO externe Warnstelle im Rahmen der Verbraucherbehördenkooperation (CPC).

Nachfolgende externe Warnmeldungen wurden von dem EVZ Österreich zur Anzeige gebracht:

- **Google Ireland Limited (External Alert Nr. 494251.1)**
Google verstieß mehrfach gegen die Geoblocking-Verordnung (EU) 2018/302. Konsument:innen aus Österreich konnten keine Google Pixel Mobiltelefone über EU-ausländische Google Stores kaufen, da ihre österreichische Lieferadresse und Kreditkarte abgelehnt wurden. Selbst bei Nutzung von Nachsendeadressen in Deutschland wurden Bestellungen storniert. Dies verstieß gegen Art. 4 Abs. 1 lit. a, da Konsument:innen mit einer Lieferadresse im festgelegten Liefergebiet nicht benachteiligt werden dürfen. Zudem lag ein Verstoß gegen Art. 5 vor, da Google zwar Zahlungen per Visa und Mastercard in Euro akzeptierte, diese jedoch für österreichische Konsument:innen verweigerte.

Auch bei Werbeaktionen diskriminierte Google Konsument:innen aus Österreich, indem ihnen die Teilnahme aufgrund ihres Wohnsitzes verwehrt wurde, selbst wenn sie eine Lieferadresse in einem der festgelegten Länder nutzten. Dies widersprach erneut Art. 4 Abs. 1 lit. a, da die Geoblocking-Verordnung keine Wohnadresse vorschreibt, sondern eine Lieferadresse im festgelegten Gebiet ausreicht.

Das EVZ Österreich erstattete in diesem Zusammenhang eine externe Warnmeldung an die Verbraucherbehörden im Rahmen des CPC-Netzwerks. Diese Meldung wurde von der EU-Kommission aufgegriffen und führte zu einer koordinierten CPC-Untersuchung gegen Google.

Im Zuge dieser Untersuchung verpflichtete sich Google zur Einhaltung der Geoblocking Vorschriften, insbesondere wurde zugesichert, dass Verbraucher:innen künftig Zahlungsmittel aus jedem EU-Land im Google Store verwenden können.

- **Apple Distribution International Ltd. (External Alert Nummer: 383872.1)**
Die externe Warnmeldung des EVZ Österreich betraf das US-amerikanische Unternehmen Apple mit europäischem Firmensitz in Irland. Konsument:innen aus Österreich wollten beispielsweise nach dem Kauf eines neuen iPhones die Apple Care+ Garantieerweiterung mit in Deutschland ausgegebenen Kreditkarten erwerben. Die Bestellungen wurden mit der Begründung verweigert, dass die Abrechnungsinformationen mit dem Land des Wohnsitzes übereinstimmen müssen. Konsument:innen aus Österreich verfügen jedoch auch über Kreditkarten oder Bankkonten von EU-ausländischen Gesellschaften. Zu denken ist hier zum Beispiel an Kund:innen der Bank N26, die ihren Sitz in Deutschland hat. Die Vorgehensweise von Apple war somit als Verstoß gegen Art. 5 der Geoblocking Verordnung zu werten.

Die EU-Kommission hat nach der externen Warnmeldung des EVZ Österreich unzulässige Geoblocking-Praktiken im Bereich der Apple Media Services offiziell festgestellt.

Dies betraf insbesondere den App Store, Apple Arcade, Music, iTunes Store, Books und Podcasts. Apple wurde von der EU-Kommission aufgefordert, die genannten Dienstleistungen an die Geoblocking-Vorschriften anzupassen.

Im Jahr 2024 fanden mehrere Koordinierungstreffen zwischen der EU-Kommission und dem EVZ Österreich im Zusammenhang mit der externen Warnmeldung zu Apple statt.

Die oben genannten externen CPC-Alerts des EVZ Österreich erwiesen sich als äußerst wertvoll, da sie von der EU-Kommission aufgegriffen und in die nun eingeleiteten Maßnahmen gegen Apple und Google einbezogen wurden. Dies unterstreicht die zentrale Rolle des EVZ Österreich als Geoblocking-Kontaktstelle und externe CPC-Warnstelle bei der Identifizierung und Meldung von Verstößen gegen die Geoblocking Verordnung.

1.2 Bericht zur Auflage gem. § 4 Abs. 3.: Webseiten und soziale Medien

1.2.1 Webseiten

Im Zuge des neuen Corporate Designs und dem damit einhergehenden optischen als auch inhaltlichen Relaunchs des Print-Magazins KONSUMENT wurden auch die Websites dem neuen Erscheinungsbild angepasst. Eine Überarbeitung der Navigation und des Aufbaus ist in diesem Zuge noch nicht erfolgt. Sie wird ein Ergebnis des aktuell laufenden Strategie-Prozesses sein und im Laufe des Jahres 2025 Form annehmen.

VKI.at (Zeitraum: 01.01.2024-31.12.2024)

Visits und Page Impressions

KPIs gesamt 2024:

Visits: 445.457

Page Impressions: 670.870

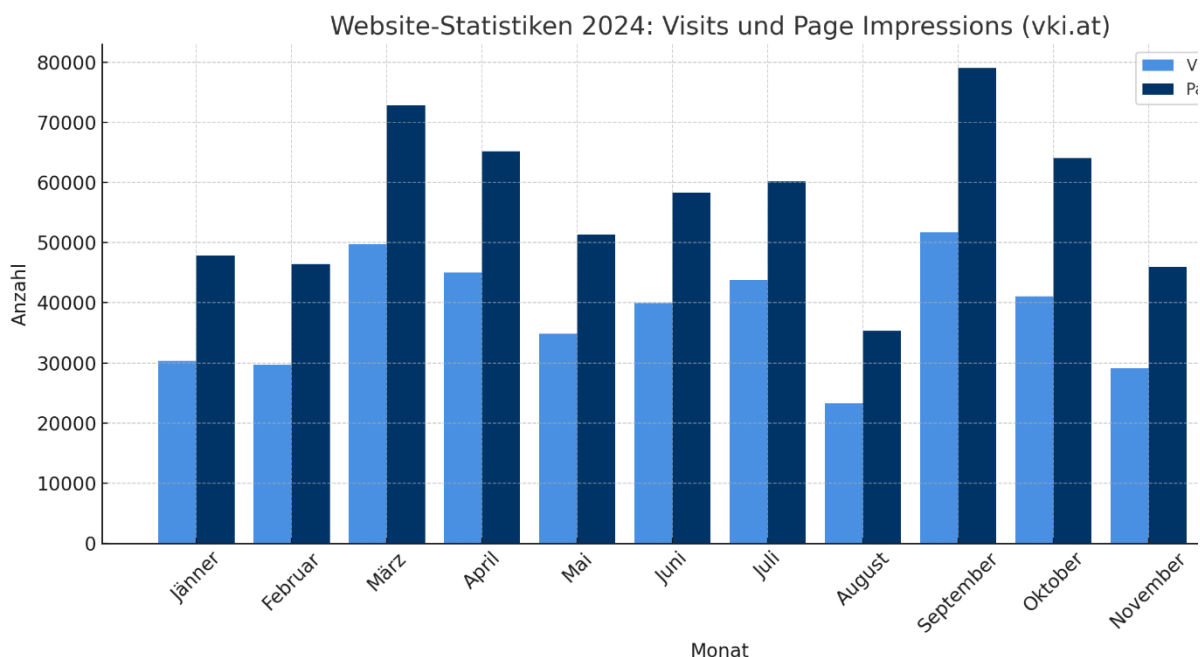


Abbildung 19: uneinheitliche Gutscheinregelungen der Fluglinie Ryanair

Top 10 Artikel

- <https://vki.at/Presse/PA-Aktion-Wien-Energie-2024> (61.005 Views)
- <https://vki.at/produktueckrufe> (44.837 Views)
- <https://vki.at/beratung> (41.911 Views)
- <https://vki.at/kontakt-vki> (33.793 Views)
- <https://vki.at/rueckruf/konditorei-artikel> (15.192 Views)
- <https://vki.at/Presse/PA-Verbund-2024> (15.009 Views)
- <https://vki.at/search-index> (13.086 Views)
- <https://vki.at/datenschutzerklaerung> (12.289 Views)
- <https://vki.at/energiekosten-stop> (11.888 Views)
- <https://vki.at/wer-wir-sind> (11.274 Views)

Wiederkehrende Besuche 99.134

Die demographische Struktur

- Länder:
 - Österreich: 397.906 Visits
 - Deutschland: 30.663 Visits
 - Schweiz: 2.842 Visits
 - Italien: 1.535 Visits
- Regionen:
 - Wien: 253.941 Visits
 - NÖ: 30.355 Visits

- OÖ: 28.550 Visits
- Steiermark: 23.562 Visits
- Salzburg: 14.222 Visits
- Tirol: 13.712 Visits
- Kärnten: 5.517 Visits
- Burgenland: 4.800 Visits
- Vorarlberg: 3.378 Visits
- Gerätetyp:
 - Smartphone: 254.227 Visits
 - Desktop: 167.025 Visits
 - Phablet: 14.020 Visits
 - Tablet: 9.078 Visits

Konsument.at

Visits und Page Impressions

KPIs gesamt 2024:

Visits: 1.913.829

Page Impressions: 3.214.906

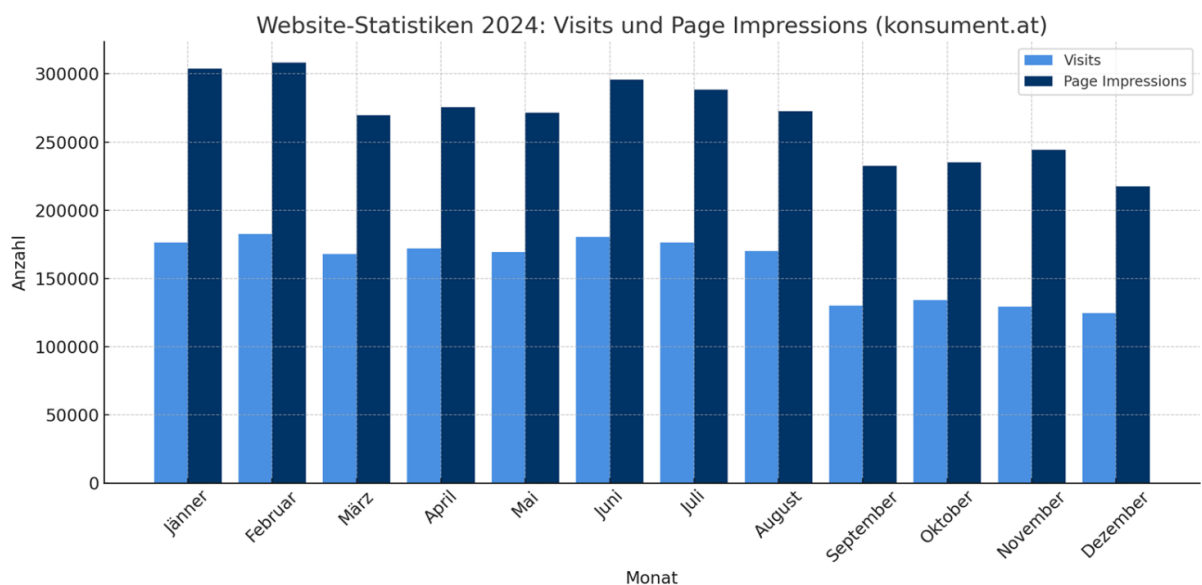


Abbildung 20: uneinheitliche Gutscheinregelungen der Fluglinie Ryanair

Top 10 Artikel

- <https://konsument.at/solaranlagen-zum-einstecken> (59.519 Views)
- <https://konsument.at/test/sonnencreme-im-test-2024> (52.737 Views)
- <https://konsument.at/alle-tests> (52.520 Views)
- <https://konsument.at/test/sonnencreme-gesicht-test-lsf-50> (30.098 Views)
- <https://konsument.at/test/butter-test-vegane-butter-testsieger-2024> (27.054 Views)
- <https://konsument.at/shop/paywall-angebote> (25.602 Views)

- <https://konsument.at/olivenoel23> (20.191 Views)
- <https://konsument.at/test-akku-und-bodenstaubsauger> (18.084 Views)
- <https://konsument.at/servicepauschale-ak-klagt-a1-magenta-drei> (17.886 Views)
- <https://konsument.at/blutdruck-app> (16.525 Views)

Wiederkehrende Besuche 354.518

Clicks pro Visit: Derzeit ist Click-Tracking nicht in Matomo eingerichtet.

Demographische Struktur (Hinweis s.o.)

- **Länder:**
 - Österreich: 1.454.163 Visits
 - Deutschland: 360.422 Visits
 - Schweiz: 39.141 Visits
 - Italien: 9.136 Visits
- **Regionen:**
 - Wien: 820.875 Visits
 - OÖ: 133.962 Visits
 - NÖ: 111.313 Visits
 - Steiermark: 107.621 Visits
 - Tirol: 70.284 Visits
 - Salzburg: 64.371 Visits
 - Kärnten: 26.628 Visits
 - Vorarlberg: 21.674 Visits
 - Burgenland: 21.182 Visits
- **Gerätetyp:**
 - Smartphone: 1.198.107 Visits
 - Desktop: 610.127 Visits
 - Tablet: 55.963 Visits
 - Phablet: 43.024 Visits

Verbraucherrecht.at

Visits und Page Impressions

KPIs gesamt 2024:

Visits: 1.131.864

Page Impressions: 1.786.775

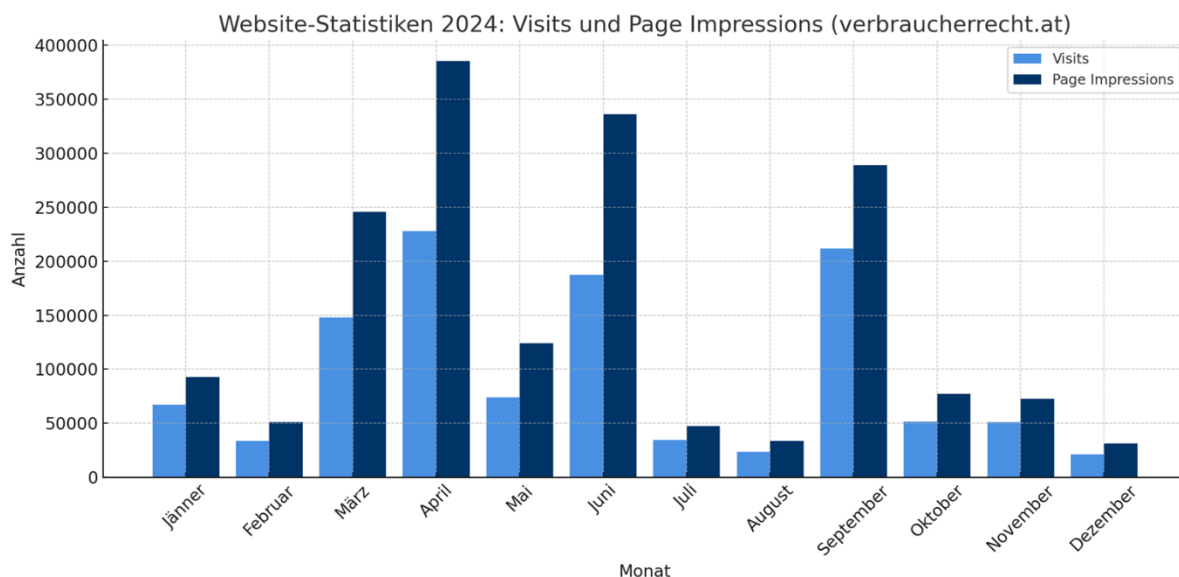


Abbildung 21: uneinheitliche Gutscheinregelungen der Fluglinie Ryanair

Top 10 Artikel

- <https://verbraucherrecht.at/wienenergie-aktion2024> (891.528 Views)
- <https://verbraucherrecht.at/verbund-aktion2024> (302.503 Views)
- <https://verbraucherrecht.at/sammelaktionen> (26.524 Views)
- <https://verbraucherrecht.at/ba-gebuehren-kampagnenpage> (24.612 Views)
- <https://verbraucherrecht.at/ba-gebuehren> (24.029 Views)
- <https://verbraucherrecht.at/erfolg-bei-servicepauschale-gegen-telekommunikationsanbieter/67776> (18.162 Views)
- <https://verbraucherrecht.at/lebensversicherungen-Sammelaktion> (17.505 Views)
- <https://verbraucherrecht.at/Auszahlung-VW> (15.793 Views)
- <https://verbraucherrecht.at/ogh-beurteilt-kreditbearbeitungsgebuehr-der-wsk-bank-als-unzulaessig/67508> (14.081 Views)
- <https://verbraucherrecht.at/rueckforderung-kick-back-zahlungen-sammelintervention-gegen-bank-austria-erste-bank-und-sparkassen> (10.993 Views)

Wiederkehrende Besuche 350.604

Clicks pro Visit: Derzeit ist Click-Tracking nicht in Matomo eingerichtet.

Demographische Struktur (Hinweis s.o.)

- Länder:
 - Österreich: 1.076.703 Visits
 - Deutschland: 29.481 Visits
 - Schweiz: 2.649 Visits
 - Italien: 2.647 Visits

- Regionen:
 - Wien: 771.797 Visits
 - NÖ: 75.775 Visits
 - OÖ: 66.116 Visits
 - Steiermark: 47.832 Visits
 - Salzburg: 24.975 Visits
 - Tirol: 17.124 Visits
 - Kärnten: 10.821 Visits
 - Burgenland: 8.284 Visits
 - Vorarlberg: 5.162 Visits
- Gerätetyp:
 - Smartphone: 657.102 Visits
 - Desktop: 421.989 Visits
 - Phablet: 30.657 Visits
 - Tablet: 18.618 Visits

1.2.2 Social Media

Die Social Media-Agenden wurden 2024 im Bereich Content & Information zusammengefasst. Ein modernes Posting-Management-Tool, das seit Herbst 2024 im Einsatz ist, erleichtert die Steuerung von Multi-Channel-Posting ebenso wie die Community-Arbeit und das Reporting.

Facebook: KONSUMENT

Bei eher geringem Wachstum im Vergleich zum Vorjahr (2023: 93.176 Follower) konnte die Reichweite um 76 % gesteigert werden (2023: 1,474.002).

Die größte Usergruppe ist weiblich, urban und zwischen 35 und 44 Jahre alt.

Die Top 3 Postings bilden die erfolgreichsten Posting-Gruppen ab: Produktrückruf (Woom Kinderfahrrad), allgemeine Information (neues Einweg-Flaschenpfand), Produkttests (Tiefkühlbeeren).

Mit einem KONSUMENT-Facebook-Adventkalender konnte die Reichweite im Dezember noch weiter gesteigert werden: Die Follower:innen erreichte jeden Tag ein Posting mit unterschiedlichen Formaten (Information, Abo-Angebot, Umfrage).

Fans/Follower: 98.482 (2023: 93.176)
Reichweite: 2,6 Millionen (2023: 1.4 Millionen)

Demographische Struktur

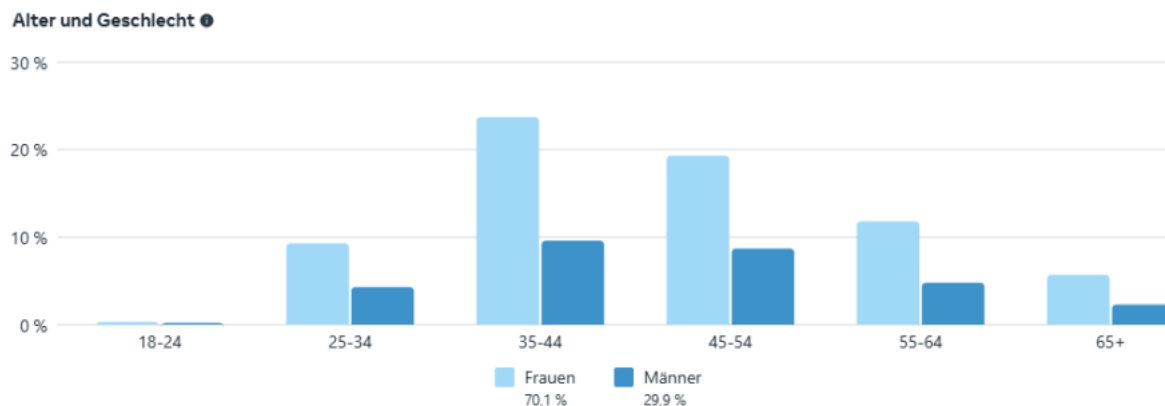


Abbildung 22: uneinheitliche Gutscheinregelungen der Fluglinie Ryanair

Top-Postings 2024

- Rückruf Kinderfahrrad woom ([Link](#))
- Einwegpfand ([Link](#))
- Tiefkühlbeeren ORF-Beitrag ([Link](#))
- Erfolgskonto Kündigung Bank Austria ([Link](#))
- Nasenspray bei Angststörungen ([Link](#))
- Produktrückruf Coca Cola ([Link](#))
- Adventskalender 2. Türchen Olivenöl-Test ([Link](#))
- Pfefferminztee-Test ([Link](#))

Facebook: Verbraucherrecht

Auf der Facebook-Seite von Verbraucherrecht werden – parallel zur Veröffentlichung auf [verbraucherrecht.at](https://www.verbraucherrecht.at) - vornehmlich höchst- und instanzgerichtliche Entscheidungen präsentiert, die vom VKI im Auftrag des Sozialministeriums in Erfüllung des „Klagswerkvertrags“ geführten Verfahren erzielt wurden (siehe die entsprechende Verpflichtung in § 4 Abs 3 des Basisförderungsvertrags). Darüber hinaus werden Aktionen und Sammelklagen des VKI beworben.

Follower:innenzahl und Reichweite sind im Vergleich zum Vorjahr stabil mit leichtem Wachstum. Die Hauptusergruppe ist weiblich, urban und zwischen 35 und 44 Jahren alt.

Fans/Follower: 28.043 (2023: 27.708)
 Reichweite: 890.964 (2023: 835.000)

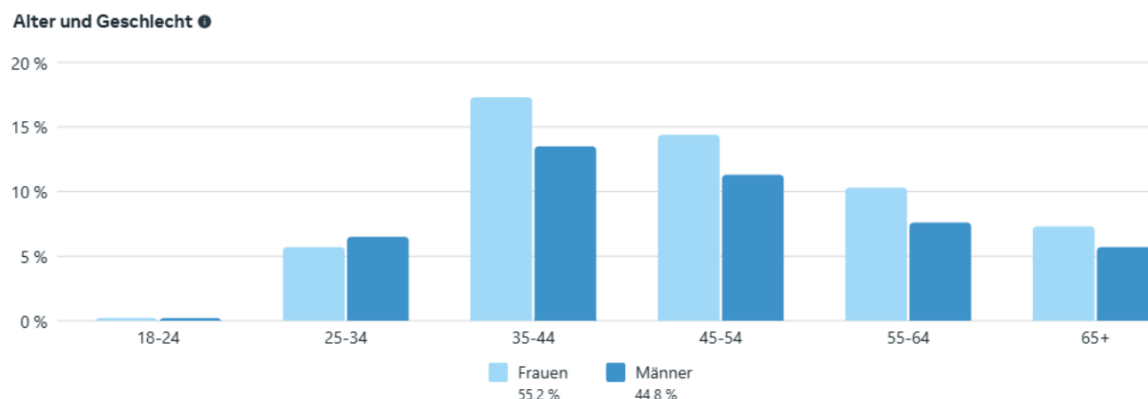
Demographische Struktur:

Abbildung 23: uneinheitliche Gutscheinregelungen der Fluglinie Ryanair

Top-Postings

- Zupfdi.at Erfolg – ORF-Beitrag ([Link](#))
- Zupfdi.at Erfolg ([Link](#))
- Erfolg gegen Gröbi Waldbeere ([Link](#))
- Amazon Prime Klage ([Link](#))
- OGH-Urteil gegen Hutchison Drei ([Link](#))
- VKI-Sammelaktion zu Verbund ([Link](#))
- OGH-Urteil gegen Ö-Bonus Club ([Link](#))
- FTI Touristik Insolvenz ([Link](#))

LinkedIn: VKI Verein für Konsumenteninformation

Der Aufbau des LinkedIn-Auftritts des VKI wurde in 2024 weiter vorangetrieben. Die Plattform bietet mit seiner business-orientierten Klientel die Möglichkeit, einerseits Erfolge des VKI einer Corporate Community näherzubringen und andererseits zahlt der Auftritt auf das Ziel ein, den VKI als moderne und effiziente Verbraucherorganisation zu positionieren. Nicht zuletzt ist Employer Branding hier ein wichtiges Stichwort.

Der LinkedIn-Auftritt hat den Twitter-Auftritt hinsichtlich Veröffentlichungen bezüglich Verbraucherrecht abgelöst. Grund für die Entscheidung war die logische Zusammenführung aller VKI-Inhalte auf LinkedIn und die Steuerung des nötigen Community-Monitorings, die für LinkedIn leichter zu planen ist.

Fans/Follower: 547
Reichweite: 321.695

Top-Postings

- HNO-Ratgeber Buchvorstellung -
- Vorstellung KONSUMENT-Produkte
- Webinar Greenwashing
- Irreführende Umweltangaben (Studie EU-Kommission)
- Jakob Zarari zu Gast bei Ö1
- Kika/Leiner Pleite – Maximilian Eder zu Gast bei Ö1
- Energiegemeinschaften
- Konsument-Online-Abo als Geschenkidee
- Nachhaltiger Weihnachtsbaum
- Warnung vor dem Energy-Drink Pulver Holy Energy

TikTok VKI

Der TikTok-Auftritt des VKI hat im Jahr 2024 eine eklatante Reichweitensteigerung erfahren. Bei der jungen Zielgruppe sind Tiktoks zu Themen aus dem Bereich Lebensmittel-Check und Rechtsdurchsetzung besonders gut angekommen.

Fans/Follower: 18.580 (2023: 15.100)
Reichweite: 4,8 Millionen (2023: 119.100)

Demographische Struktur

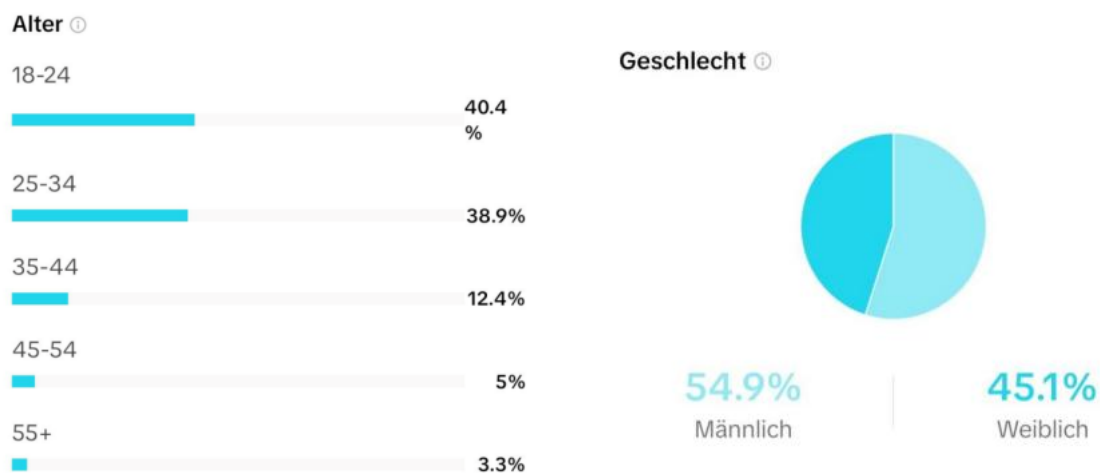


Abbildung 24: uneinheitliche Gutscheinregelungen der Fluglinie Ryanair

- Reichweite
 - Videoaufrufe: 5.076.784
 - Erreichtes Publikum: 4.398.288
 - Profilaufufe: 31.790
- Interaktion:
 - Likes: 62.251
 - Freigaben/Shares: 8.990
 - Kommentare: 7.960

Top 10 Postings (nach Views)

- KONSUM-Ente 2024 Voting (1.4M Views, 1.2K Likes, 37 Comments, 69 Shares)
- Wien Energie Ausgleichszahlung (453.3K Views, 1.2K Likes, 134 Comments, 601 Shares)
- Test Sonnenschutz (227.7K Views, 4.5K Likes, 173 Comments 1.3K Shares)
- Pringles Original (201.1K Views, 4.4K Likes, 509 Comments, 1.5K Shares)
- Test Passierte Tomaten (172.8K Views, 3.7K Likes, 122 Comments, 398 Shares)
- Gröbi Waldbeere (162.8K Views, 4.5K Likes, 410 Comments, 131 Shares)
- Reis, Nudeln & Co. aufwärmen (156.9K Views, 1.9K Likes, 150 Comments, 1.7K Shares)
- Pietro Pizzi Salami (154.9K Views, 2.6K Likes, 296 Comments, 73 Shares)
- KONSUM-Ente 2023 (143.9K Views, 2.8K Likes, 69 Comments, 129 Shares)
- Holy Energy Zitrus & Kalamansi (82.8K Views, 662 Likes, 129 Comments, 182 Shares)

1.3 Tests und Untersuchungen

1.3.1 Tests und Reports

Im Berichtsjahr wurden 136 Untersuchungen durchgeführt. Sie wurden als Tests und Reports auf konsument.at und in der KONSUMENT-Printausgabe veröffentlicht, ausgewählte Themen wurden via Pressearbeit an die Medien kommuniziert.

Im Sinne der internationalen Zusammenarbeit unter Verbraucherorganisationen wurden 49 Untersuchungen in Kooperation mit der deutschen Stiftung Warentest oder der ICRT (International Consumer Research & Testing) durchgeführt, mit letzterer auch eine große Umfrage zur Reparatur von Haushaltsgeräten. Der VKI hat im Herbst 2024 ein Meeting der ICRT Nordic Group in Wien gehostet, die Stiftung Warentest war im Sommer 2024 beim VKI zu Gast. Ziel dieser Gespräche waren Austausch und Planung künftiger Kooperationen.

Auflistung der durchgeführten Untersuchungen nach im Jahr 2024 gültigen Themengruppen laut konsument.at:

Markt & Dienstleistung

1	Edelmetall Anlage
2	Phising
3	Bundesschatz
4	Fondssparpläne für Aktien und Fonds
5	Kauf auf Pump
6	Geschenkgutscheine online
7	Bar vs Digital
8	Amazon Prime Day Betrug
9	Edelmetall als Anlage
10	Private Krankenversicherung-BASICS
11	Private Krankenversicherung
12	Wintersport und Versicherung
13	Krebsversicherungen + FAQs
14	Reiseschutz für Junge
15	Mietwagen
16	Versicherungen für Studierende + Risiko-Check NEU
17	Urteil zu Klauseln im Uniqa-Bonusprogramm
18	Dynamic Pricing Sikigebiete/Liftkarten
19	Autoversicherung
20	Bausparen
21	Haushaltsversicherungen
22	Rechtsschutzversicherungen
23	FAQ Unfallversicherungen
24	Geldanlage-Strategie online
25	Preisgestaltung im Supermarkt
26	Zinsentwicklung (Sparen, Kredite)
27	Lidl-Preisschilder
28	Reparaturbonus für "normale" Fahrräder

Essen & Trinken

29	Ernährung und Krebs
30	Lebensmittelkennzeichnung: Verloren im Supermarkt
31	Gepantschter Honig
32	Fleischersatz
33	Veganer Käse
34	Milchalternativen
35	Vegane Joghurts
36	Kochcremen
37	Butter
38	Vegane Butter
39	Kaffee kapseln + Warenkunde Kaffee
40	Ostereierfärben

41	Jugendgetränke
42	Reis
43	Hot Chip Challenge
44	Cup Nudeln
45	Krapfen
46	Proteindrinks
47	Reis
48	Quetschies
49	Greenwashing-Check Barilla
50	Greenwashing-Check Vöslauer
51	Konsum Ente 2023
52	Farbstoffe in Lebensmittel
53	Passierte Tomaten
54	Mozzarella
55	EM-Snacks
56	Applejuicification
57	Erfolgsbilanz LM-Check
58	Passierte Tomaten
59	Mozzarella
60	Tiefkühl-Beeren

Auto & Transport

61	Fahrradhelme
62	Autokindersitze
63	Sommerreifen
64	Ganzjahresreifen
65	Winterreifen

Heim & Garten

66	Batterien (Einwegbatterien)
67	Luftreiniger
68	Östrogene im Trinkwasser
69	Umfrage Large Household Appliances
70	Allzweckreiniger
71	Küchenreiniger
72	Dampfbügeleisen
73	Mähroboter
74	Kaffeefollautomaten
75	Portionskaffeemaschinen
76	Greenwashing-Check Bellaflora

Freizeit & Familie

77	Sport-BHs
78	Katzenfeuchtfutter
79	Test UV-Patches
80	Fahrradjacken
81	Kinderspielzeug
82	Kinderspielzeug CSR
83	Buggys
84	Schwimmlernhilfen
85	Kinderhochstühle
86	Greenwashing-Check Wizz Air

Computer & Telekom und Bild & Ton

87	TV-Geräte
88	Beamer
89	Bluetooth- & WLAN-Lautsprecher
90	Soundbars
91	Headphones 2024
92	Handy selbst reparieren
93	Notebooks
94	Tablets 2024
95	Smartphones
96	Smartwatches
97	Laserdrucker
98	Multifunktionsdrucker

Gesundheit & Kosmetik

99	Antibiotika
100	Pfefferminztee
101	Nahrungsergänzungsmittel für Kinder
102	elektrische Zahnbürsten
103	Nahrungsergänzungsmittel für Gelenke
104	Gehörschutz (Ohrstöpsel)
105	Smarte Waagen mit Gesundheitsfunktion
106	Snacks für Hunde
107	Blutzuckermessgeräte
108	Massagepistolen
109	Kosmetik Check - Swiss o Par Haarwachs
110	Kosmetik Check - Aromaderm Aloe Vera
111	Naturkosmetik Check - Beinpflegeprodukte
112	Kosmetik Check - Cara by Nussy Tagescreme
113	Kosmetik Check - Oliveda Corrective Face Cream

114	Kosmetik Check - Penaten Babyseife
115	Kosmetik Check - Kaufmanns Kinder Creme
116	Kosmetik Check - Bebe pflegende Reinigungstücher
117	Kosmetik Check - Hawaiian Tropic mineral translucent sun protection powder SPF 30
118	Kosmetik Check - Yeauty Eye Pad Mask
119	Kosmetik Check - Kerastase Elixir Ultime
120	Kosmetik Check - Pantene ProV Serum Shots
121	Kosmetik Check - Wie gut ist festes Duschgel?
122	Ist alte Sonnencreme krebserregend?
123	Schwermetalle in Tampons
124	Individuelles Makeup
125	Bisphenol in Unterwäsche (Tox FREE)
126	Conditioner
127	Sonnenschutzmittel fürs Gesicht
128	Lippenpflege
129	Eyelinier
130	Gesichtscremen für trockene Haut
131	Sonnenschutzmittel
132	Leave in-Conditioner
133	D4/D5/D6: Geschmeidige Oberfläche?
134	Toilettenpapier
135	Zahnpasten
136	Kinderzahnpasten

1.3.2 Lebensmittel-Check

Im Kalenderjahr 2024 sind insgesamt 733 Meldungen von Konsument:innen bei uns eingelangt, das entspricht durchschnittlich 61 Meldungen pro Monat. Dabei wurden die meisten Meldungen im Jänner 2024 und Februar 2024 verzeichnet. Die Meldungsanzahl pro Jahr ist konstant hoch, waren es 2022 noch 694 Meldungen und 2023 773 Meldungen. 51 % der Meldungen stammten von Frauen und 49 % von Männern.

Die meisten Meldungen erreichten uns zu versteckten Preiserhöhungen bzw. Abweichungen des Gewichts diverser Lebensmittel (34,2 % der Meldungen; 2023: 38,4 %). Auch 2023 wurde bei vielen Lebensmitteln die Füllmenge verringert, während die Verpackung und der Stückpreis meist gleichblieben („Shrinkflation“). An zweiter Stelle folgten Meldungen zum Thema Verpackung und Aufmachung (23,3 % der Meldungen; 2023: 25,1 %), viele Konsument:innen ärgern sich hierbei über Verpackungen, die von außen mehr Inhalt versprechen als tatsächlich enthalten ist („Mogelpackungen“). Bei 15,2 % der gemeldeten Lebensmittel wurde die Zusammensetzung kritisiert (2023: 12,2 %). Auf diverse Produkt-Auslobungen bezogen sich 9,6 % der Meldungen (2023: 7,8 %). 7,4 % der Meldungen betrafen Qualitätsmängel oder Gesundheitsgefahren bei gekauften Lebensmitteln (2023: 7,0 %).

Betrachtet man die Zuschriften auf Ebene der Lebensmittelkategorien, erhielten wir auch in diesem Jahr die meisten Zuschriften zu Süßigkeiten und Snacks (26,2 %; 2023: 21,2 %) gefolgt von Meldungen zu Getreideprodukten (11,2 %; 2023: 9,1 %). In diesen Kategorien werden häufig

Mogelpackungen und überraschende Zusammensetzungen kritisiert. Zum Thema Milch und Milchprodukte erreichten uns 10,2 % der Meldungen (2023: 7,9 %). Vorrangig versteckte Preiserhöhungen oder unklare Herkunftskennzeichnungen bei Käse waren hier Gegenstand der Meldungen. 10 % der Meldungen bezogen sich auf alkoholfreie Getränke (2023: 7,6 %). In dieser Produktkategorie werden häufig teure und exotische Zutaten ausgelobt, die jedoch nur zu einem geringen Prozentsatz enthalten sind.

Insgesamt wurden 105 Checks im vergangenen Jahr auf der Plattform sowie auf Facebook veröffentlicht. Diese 105 Checks setzen sich aus 85 regulären Lebensmittel-Checks sowie 20 Re-Checks zusammen. Unter Re-Checks werden zusätzliche Einträge zu bereits veröffentlichten Produkten verstanden, welche meist über positive Produkt-Änderungen berichten.

Im vergangenen Jahr wurden 63 Produkte, bei denen beispielsweise eine mögliche Irreführung der Konsument:innen besteht, an die amtliche Lebensmittelkontrolle gemeldet.

Im Jahr 2024 besuchten 5.604 Personen die Startseite der Homepage www.lebensmittel-check.at. 142.824-Mal wurden diverse Artikel der Website besucht.

Auf der Homepage wurden am häufigsten folgende drei Lebensmittel-Checks aus vergangenen Jahren aufgerufen: Lidl Backshop (keine Zutatenlisten angegeben), Kotányi Zimt (Zimtsorte nicht angegeben) und Ovomaltine Getränkpulver (hoher Zuckergehalt).

42.086 Personen haben unsere Facebook-Seite mit „Gefällt mir“ markiert und 43.053 Personen haben die Lebensmittel-Check-Facebook-Seite abonniert. Facebook ist und bleibt ein wichtiges Tool, um unsere Inhalte zu bewerben sowie um spezielle Zielgruppen zu erreichen. Folgende Tipps wurden auf Facebook am häufigsten gelesen: „Indianerbanane – Verzehr nicht empfohlen“, „Reis – Aus Österreich?“ sowie „Kornelkirsche – Heimisches Superfood“.

Folgende Checks haben viele Facebook-User:innen erreicht: Manner Mozart Mignon-Schnitten (Re-Check: Verpackung nun verkleinert), Kinder Schoko Bons (Re-Check: Tierische Zutat Schellack gegen pflanzliche Zutat ausgetauscht), Billa Bio Linzerstangerl (Auslobung zur Herkunft einzelner Zutaten führt zu Verwirrung), Bresso Wildkräuter (die verwendeten Kräuter gelten nicht unbedingt als Wildkräuter) sowie Walnüsse in der Schale der Lidl-Marke Alesto (2024 weiterhin verkauft, obwohl Ernte im Jahr 2021 und ranziger Geschmack).

Im vergangenen Jahr wurden mehrere Umfragen durchgeführt. Themen der Umfragen waren u. a. die erwartete Zusammensetzung bei einem „Frozen Yogurt“-Produkt und die Einstellung von Konsument:innen gegenüber „Laborfleisch“.

Der Lebensmittel-Check ist aktuell auch auf der Videoplattform TikTok vertreten. Unsere VKI-Kolleg:innen stellen dabei besonders ärgerliche Produkte vor, die einem Lebensmittel-Check unterzogen und veröffentlicht wurden. Besonders bei jüngeren Altersgruppen ist diese Plattform sehr beliebt. Das TikTok-Video zu den Stapelchips „Pringels Original“ wurde beispielsweise von über 199.700 Personen angeschaut.

Der Newsletter wird jeden 2. Mittwoch im Monat versandt. Mittlerweile zählen wir 1.723 Abonnent:innen. Zu den beliebtesten Lebensmittel-Checks gehörten Schärdinger Bergbauern Joghurt Heidelbeere (enthält fast ebenso viele Johannisbeeren wie Heidelbeeren), Billa Bio Dinkel

Linzerstangerl (Herkunftsauslobung einzelner Zutaten verwirrt), Rauch Happy Day Honigmelone (enthält nur 5 % Honigmelonensaft) sowie Biogena Moments Beauty Bites (die Süßigkeit wirbt mit Schönheit für Haut, Haare und Nägel).

In diesem Jahr haben wir erneut ein Resümee über die ärgerlichsten Lebensmittelprodukte des Jahres 2024 gezogen, der „Sieger“ erhält schlussendlich den Titel „KONSUM-Ente 2024“. Dazu haben wir über die beliebtesten im Laufe des letzten Jahres auf www.lebensmittel-check.at gemeldeten Produkte abstimmen lassen. 7.879 Leser:innen der Print- und Online-Kanäle haben sich an der Abstimmung beteiligt. Die Ergebnisse werden im Testmagazin KONSUMENT Ende Jänner 2025 veröffentlicht und von Pressearbeit begleitet. Der diesjährige Sieger ist die „Grill Gemüse“-Gewürzmischung der Marke Kotányi. Die Dose dieser Gewürzmischung ist nur zu rund einem Drittel gefüllt und geht somit als klassische "Mogelpackung" durch.

Viele Kolleg:innen schreiben im VKI-Blog über diverse Themen. Der Lebensmittel-Check findet regelmäßig Erwähnung bei den unterschiedlichsten Beiträgen in der Kategorie „Prost, Mahlzeit!“. Im vergangenen Jahr wurde beispielsweise ein Blogbeitrag zum Trendprodukt „Pistaziencroissants“ veröffentlicht.

Den vollständigen Bericht finden Sie unter 3. Anhang.

2. ZAHLENMÄßIGER NACHWEIS

2.1 Leistungszahlen

Kostenträger	Ist 2023	Ist 2024
Konsument Online	8.633	8.573
Bücher	8.626	8.183
Konsument in der Schule	37	39
Lebensmittelcheck	103	106
Test	122	136
Anfragen per Telefon		31.000
Anfragen über Ticketing-System		56.000
Beratung gesamt	15.116	6.236
nationale persönliche Beratung		884
nationale Onlineberatung		4.549
nationale Interventionen		803
ECC AT gesamt	8.401	7.041
EVZ-Questions		4033
EVZ-Complaints		3008
Rechtsartikel zur Konsumenteninformation	1	1
Webinare für Rechtsberater	6	0
Rechtliche Fachartikel	135	83

Definitionen

Kostenträger	
Lebensmittelcheck	Anzahl der veröffentlichten Lebensmittel Checks
Test	Anzahl der veröffentlichten Tests/Untersuchungsprojekte
Beratung	Summer der Beratungsanfragen (Anzahl der durchgeführten Termine, Anzahl der erstellten Tickets zur Rechtsberatung, Anzahl der durchgeführten Interventionen) – neue Definition gegenüber 2023
ECC AT	Summer der Beratungsanfragen (Questions und Complaints)
Rechtsartikel zur Konsumenteninformation	Der Förderwerber verpflichtet sich überdies zum Betrieb der Website www.verbraucherrecht.at , mit der verbraucherrelevante gerichtliche Entscheidungen für rechtlich Interessierte aufbereitet werden. Mit diesen Inhalten sind auch andere soziale Medien, wie facebook und twitter zu bespeisen.
KONSUMENT Online	Tatsächlicher Abostand inkl. kostenfreie Abos - bereinigt um Tagesabos, Umstiegsbonus etc. - exkl. Drittanbieter
Bücher	Anzahl verkaufter Bücher im Eigenvertrieb - exkl. Kommissionsware (=Handel) - exkl. Gutscheine
Konsument in der Schule	Anzahl der teilnehmenden Schulkassen
Webinare für Rechtsberater	Anzahl der durchgeführten Webinare/Seminare mit fachlichem Schwerpunkt im Bereich des Verbraucherrechts

rechtliche Fachartikel	Anzahl der in einem rechtswissenschaftlichen Fachmedium (VbR) veröffentlichten Artikel
------------------------	--

3. ANHANG

JAHRESBERICHT

Lebensmittelcheck 2024

Berichtszeitraum 1.1.2024 – 31.12.2024

GZ 2022-0.849.504

Vertraulichkeit: **Vertraulich**

Empfängerkreis: **BMSGPK**

INHALT

INHALT	I
1. Zusammenfassung	1
2. Meldungen	3
2.1 Registrierte Meldungen.....	3
2.2 Geschlechterverteilung.....	4
2.3 Themenentwicklung	4
2.4 Shrinkflation	7
2.5 Beispiele von veröffentlichten Lebensmittel-Checks	9
2.6 Gemeldete Lebensmittelkategorien.....	12
3. Portal Lebensmittel-Check	19
3.1 Veröffentlichte Lebensmittel-Checks	19
3.2 Re-Checks.....	22
3.3 Lebensmittelrechtlich beanstandete Produkte	25
3.4 Meldungen an amtliche Lebensmittelkontrolle.....	28
4. Besuchszahlen Homepage	31
4.1 Visits nach Einstiegsquelle	32
4.2 Meist aufgerufene Lebensmittel-Checks.....	32
5. Soziale Medien	33
5.1 Facebook.....	33
5.2 TikTok.....	40
5.3 YouTube	40
5.4 Umfragen	41
5.5 Newsletter.....	47
5.6 Best of Lebensmittel-Check: „KONSUM-Ente 2024“	49
5.7 Blog.....	51
5.8 Vorträge.....	51

Herausgeber:
 Verein für Konsumenteninformation (VKI)
 Linke Wienzeile 18, 1060 Wien
 Stand: Jänner 2025

1. ZUSAMMENFASSUNG

Im Kalenderjahr 2024 sind insgesamt 733 Meldungen von Konsument:innen bei uns eingelangt, das entspricht durchschnittlich 61 Meldungen pro Monat. Dabei wurden die meisten Meldungen im Jänner 2024 und Februar 2024 verzeichnet. Die Meldungsanzahl pro Jahr ist konstant hoch, waren es 2022 noch 694 Meldungen und 2023 773 Meldungen. 51 % der Meldungen stammten von Frauen und 49 % von Männern.

Die meisten Meldungen erreichten uns zu versteckten Preiserhöhungen bzw. Abweichungen des Gewichts diverser Lebensmittel (34,2 % der Meldungen; 2023: 38,4 %). Auch 2023 wurde bei vielen Lebensmitteln die Füllmenge verringert, während die Verpackung und der Stückpreis meist gleichblieben („Shrinkflation“). An zweiter Stelle folgten Meldungen zum Thema Verpackung und Aufmachung (23,3 % der Meldungen; 2023: 25,1 %), viele Konsument:innen ärgern sich hierbei über Verpackungen, die von außen mehr Inhalt versprechen als tatsächlich enthalten ist („Mogelpackungen“). Bei 15,2 % der gemeldeten Lebensmittel wurde die Zusammensetzung kritisiert (2023: 12,2 %). Auf diverse Produkt-Auslobungen bezogen sich 9,6 % der Meldungen (2023: 7,8 %). 7,4 % der Meldungen betrafen Qualitätsmängel oder Gesundheitsgefahren bei gekauften Lebensmitteln (2023: 7,0 %).

Betrachtet man die Zuschriften auf Ebene der Lebensmittelkategorien, erhielten wir auch in diesem Jahr die meisten Zuschriften zu Süßigkeiten und Snacks (26,2 %; 2023: 21,2 %) gefolgt von Meldungen zu Getreideprodukten (11,2 %; 2023: 9,1 %). In diesen Kategorien werden häufig Mogelpackungen und überraschende Zusammensetzungen kritisiert. Zum Thema Milch und Milchprodukte erreichten uns 10,2 % der Meldungen (2023: 7,9 %). Vorrangig versteckte Preiserhöhungen oder unklare Herkunftskennzeichnungen bei Käse waren hier Gegenstand der Meldungen. 10 % der Meldungen bezogen sich auf alkoholfreie Getränke (2023: 7,6 %). In dieser Produktkategorie werden häufig teure und exotische Zutaten ausgelobt, die jedoch nur zu einem geringen Prozentsatz enthalten sind.

Insgesamt wurden 105 Checks im vergangenen Jahr auf der Plattform sowie auf Facebook veröffentlicht. Diese 105 Checks setzen sich aus 85 regulären Lebensmittel-Checks sowie 20 Re-Checks zusammen. Unter Re-Checks werden zusätzliche Einträge zu bereits veröffentlichten Produkten verstanden, welche meist über positive Produkt-Änderungen berichten.

Im vergangenen Jahr wurden 63 Produkte, bei denen beispielsweise eine mögliche Irreführung der Konsument:innen besteht, an die amtliche Lebensmittelkontrolle gemeldet.

Im Jahr 2024 besuchten 5.604 Personen die Startseite der Homepage www.lebensmittelcheck.at. 142.824-Mal wurden diverse Artikel der Website besucht.

Auf der Homepage wurden am häufigsten folgende drei Lebensmittel-Checks aus vergangenen Jahren aufgerufen: Lidl Backshop (keine Zutatenlisten angegeben), Kotányi Zimt (Zimtorte nicht angegeben) und Ovomaltine Getränkepulver (hoher Zuckergehalt).

42.086 Personen haben unsere Facebook-Seite mit „Gefällt mir“ markiert und 43.053 Personen haben die Lebensmittel-Check-Facebook-Seite abonniert. Facebook ist und bleibt ein

wichtiges Tool, um unsere Inhalte zu bewerben sowie um spezielle Zielgruppen zu erreichen. Folgende Tipps wurden auf Facebook am häufigsten gelesen: „Indianerbanane – Verzehr nicht empfohlen“, „Reis – Aus Österreich?“ sowie „Kornelkirsche – Heimisches Superfood“.

Folgende Checks haben viele Facebook-User:innen erreicht: Manner Mozart Mignon-Schnitten (Re-Check: Verpackung nun verkleinert), Kinder Schoko Bons (Re-Check: Tierische Zutat Schellack gegen pflanzliche Zutat ausgetauscht), Billa Bio Linzerstangerl (Auslobung zur Herkunft einzelner Zutaten führt zu Verwirrung), Bresso Wildkräuter (die verwendeten Kräuter gelten nicht unbedingt als Wildkräuter) sowie Walnüsse in der Schale der Lidl-Marke Alesto (2024 weiterhin verkauft, obwohl Ernte im Jahr 2021 und ranziger Geschmack).

Im vergangenen Jahr wurden mehrere Umfragen durchgeführt. Themen der Umfragen waren u. a. die erwartete Zusammensetzung bei einem „Frozen Yogurt“-Produkt und die Einstellung von Konsument:innen gegenüber „Laborfleisch“.

Der Lebensmittel-Check ist aktuell auch auf der Videoplattform TikTok vertreten. Unsere VKI-Kolleg:innen stellen dabei besonders ärgerliche Produkte vor, die einem Lebensmittel-Check unterzogen und veröffentlicht wurden. Besonders bei jüngeren Altersgruppen ist diese Plattform sehr beliebt. Das TikTok-Video zu den Stapelchips „Pringels Original“ wurde beispielsweise von über 199.700 Personen angeschaut.

Der Newsletter wird jeden 2. Mittwoch im Monat versandt. Mittlerweile zählen wir 1.723 Abonnent:innen. Zu den beliebtesten Lebensmittel-Checks gehörten Schärdinger Bergbauern Joghurt Heidelbeere (enthält fast ebenso viele Johannisbeeren wie Heidelbeeren), Billa Bio Dinkel Linzerstangerl (Herkunftsauslobung einzelner Zutaten verwirrt), Rauch Happy Day Honigmelone (enthält nur 5 % Honigmelonensaft) sowie Biogena Moments Beauty Bites (die Süßigkeit wirbt mit Schönheit für Haut, Haare und Nägel).

In diesem Jahr haben wir erneut ein Resümee über die ärgerlichsten Lebensmittelprodukte des Jahres 2024 gezogen, der „Sieger“ erhält schlussendlich den Titel „KONSUM-Ente 2024“. Dazu haben wir über die beliebtesten im Laufe des letzten Jahres auf www.lebensmittel-check.at gemeldeten Produkte abstimmen lassen. 7.879 Leser:innen der Print- und Online-Kanäle haben sich an der Abstimmung beteiligt. Die Ergebnisse werden im Testmagazin KONSUMENT Ende Jänner 2025 veröffentlicht und von Pressearbeit begleitet. Der diesjährige Sieger ist die „Grill Gemüse“-Gewürzmischung der Marke Kotányi. Die Dose dieser Gewürzmischung ist nur zu rund einem Drittel gefüllt und geht somit als klassische "Mogelpackung" durch.

Viele Kolleg:innen schreiben im VKI-Blog über diverse Themen. Der Lebensmittel-Check findet regelmäßig Erwähnung bei den unterschiedlichsten Beiträgen in der Kategorie „Prost, Mahlzeit!“. Im vergangenen Jahr wurde beispielsweise ein Blogbeitrag zum Trendprodukt „Pistaziencroissants“ veröffentlicht.

2. MELDUNGEN

2.1 Registrierte Meldungen

Im Jahr 2024 (Jänner bis Ende Dezember 2024) wurden insgesamt 733 Meldungen zu verschiedenen Lebensmitteln registriert. Das entspricht circa 61 Meldungen pro Monat. Die Anzahl der Meldungen ist weiterhin konstant hoch (Abbildung 1).

Die Anzahl der Meldungen in Abbildung 1 bezieht sich jeweils auf das Kalenderjahr. 2021 erfolgte die Auswertung für den Jahresbericht erstmals für das Kalenderjahr, in den Jahren davor wurde jeweils von Jänner bis Jänner ausgewertet. Dadurch findet man in den Jahresberichten vor 2021 andere Zahlen als in Abbildung 1.

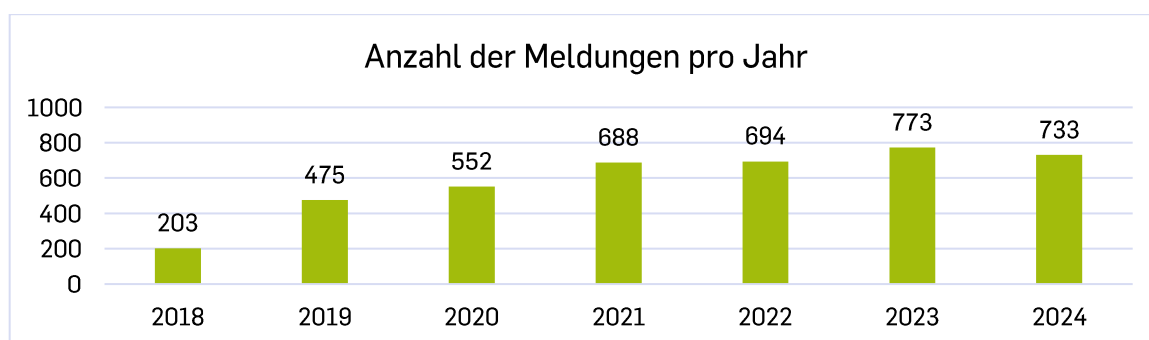


Abbildung 1: Anzahl der Meldungen pro Kalenderjahr von 2018 bis 2024

Die meisten Meldungen gingen im Jänner 2024 ein, gefolgt vom Februar 2024. In diesen Monaten wurde die KONSUM-Ente 2024 veröffentlicht und von Medienarbeit begleitet (das ärgerlichste Lebensmittel des vergangenen Jahres). Durch diese Veröffentlichung erhalten wir erfahrungsgemäß zahlreiche Meldungen von Konsument:innen zu weiteren ärgerlichen Lebensmittelprodukten.

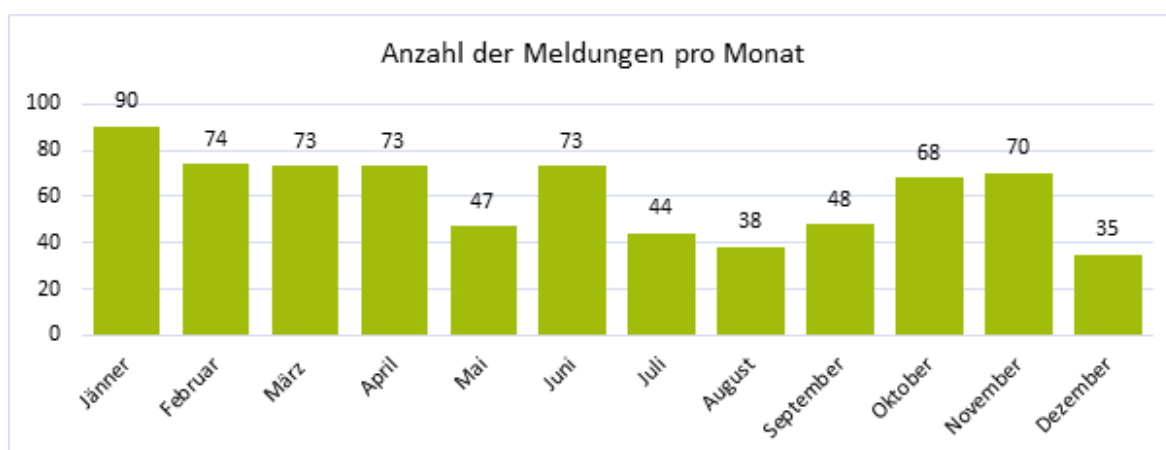


Abbildung 2: Anzahl der Meldungen pro Monat (2024)

Von diesen 733 Meldungen erreichten uns 592 via Online-Meldeformulare ^{2,3} und E-Mail, ebenso ein geringer Anteil per Anruf und Post. 141 Meldungen erhielten wir über soziale Medien (Facebook und TikTok).

Die Anzahl der Meldungen über Social Media ist im Vergleich zum vergangenen Jahr etwas angestiegen (+ 49 Meldungen).

Art der Zuschrift	Anzahl der Meldungen
Online-Meldeformulare, E-Mail, Post und telefonisch	592
Soziale Medien (Facebook, TikTok)	141

Tabelle 1: Anzahl der Meldungen nach Art der Zuschrift

2.2 Geschlechterverteilung

2024 wurden rund 51 % der Produkte von Frauen und 49 % von Männern gemeldet. Auch in diesem Jahr ist das Verhältnis relativ ausgeglichen.

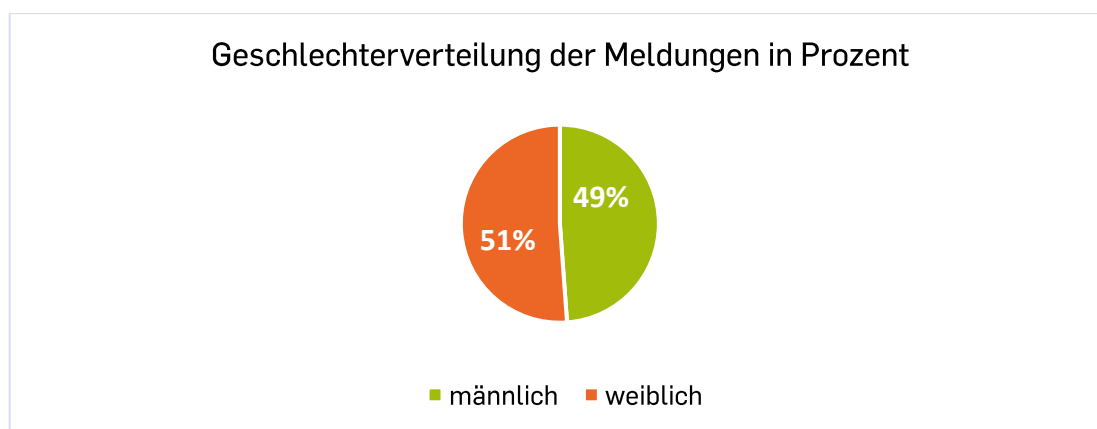


Abbildung 3: Geschlechterverteilung der Meldungen 2024 (Angaben in Prozent)

2.3 Themenentwicklung

Die meisten Meldungen erreichten uns das vergangene Jahr zum Thema Preis/Gewicht (34,2 %; 2023: 38,4 %). Zuschriften zu diesem Thema beziehen sich u. a. auf versteckte Preiserhöhungen (aktuell auch als „Shrinkflation“ bekannt) oder Abweichungen des gewogenen Gewichts von der angegebenen Nettofüllmenge. In diesem Jahr erhielten wir anteilmäßig etwas weniger Meldungen in diesem Themenbereich (siehe auch Punkt 2.4).

Auch in diesem Jahr findet sich das Thema Verpackung/Aufmachung auf Platz 2 der Meldungen (23,3 %), der Anteil ist im Vergleich mit dem vergangenen Jahr leicht gesunken (2023: 25,1 %). Viele Konsument:innen ärgern sich über Verpackungen, die mehr Inhalt versprechen als tatsächlich enthalten ist. Diese überdimensionierten Packungen werden auch „Mogelpackungen“ genannt und sind häufig im Sortiment von Knabbergebäck, Müsli oder Gewürzen zu finden.

² Lebensmittel-Check: Meldeformular

³ VKI Anfrage Formular

Die Zusammensetzung von Produkten ist auch in diesem Jahr auf Platz 3 (15,2 %; 2023: 12,2 %) der Themen. Der Anteil der Meldungen ist im Vergleich zum letzten Jahr leicht gestiegen. In diesen Themenbereich fallen Produkte, die durch Abbildungen oder Auslobungen bestimmter Zutaten eine andere Zusammensetzung vermuten lassen, wie es z. B. bei Smoothies oder anderen Getränken häufig der Fall ist. Bei diesen Produkten wird oft mit teuren, exotischen Früchten geworben, obwohl Apfel- oder Traubensaft den Hauptanteil der Getränke darstellen. Zu diesem Thema haben wir 2024 auch einen Report veröffentlicht.

Unter den Punkt „Auslobung“ (Platz 4) fallen Angaben auf Produkten, die nicht zulässig oder für Konsument:innen nicht eindeutig oder unverständlich sind (9,6 %; 2023: 7,8 %). Konsument:innen ärgerten sich im vergangenen Jahr beispielsweise über Fruchtsirup „ohne Zuckersirup“, der allerdings „mit Apfeldicksaft gesüßt“ wurde, wie es auf der Verpackung zu lesen war.

In den Themenbereich „Qualitätsmängel/Geschmack“ entfielen dieses Jahr 7,4 % der Meldungen (2023: 7,0 %). Dieser Punkt umfasst z. B. Meldungen zum frühzeitigen Verderb oder Fremdkörpern in Produkten. Im Falle einer potentiellen Gesundheitsgefahr wurde die amtliche Lebensmittelkontrolle verständigt bzw. den Konsument:innen die Kontaktdaten der zuständigen Behörde weitergeleitet.

Die Herkunft von Lebensmitteln wurde auch im vergangenen Jahr am sechsthäufigsten kritisiert (4,5 %; 2023: 4,7 %). Konsument:innen ärgerten sich beispielsweise über weitgereiste asiatische Nudeln einer Discounter-Handelsmarke. Diese wurden laut Packungsangaben in China mit Weizen aus Australien hergestellt.

3,0 % der Meldungen bezogen sich auf eine oder mehrere Zutaten in Lebensmitteln (2023: 2,1 %). Bei diesem Punkt werden zumeist Zutaten bekrittelt, die man im jeweiligen Produkt nicht erwarten würde (z. B. Zusatzstoffe oder Palmöl).

Der Punkt Lesbarkeit umfasst Zuschriften zu Produkten, die eine für Konsument:innen unleserliche Angabe, z. B. beim Mindesthaltbarkeitsdatum, aufweisen. Zu diesem Themenbereich erhielten wir 1,6 % der Zuschriften (2023: 1,8 %).

Wird Werbung generell bemängelt (also nicht auf dem Produkt platzierte Reklame), fällt dies unter den Punkt „Werbung generell“. Dazu zählt z. B. auch die Bewerbung der Produkte auf der Homepage oder Fernsehspots. Zu diesem Themenbereich haben wir, wie auch schon im letzten Jahr, die anteilmäßig wenigsten Meldungen erhalten (1,5 %; 2023: 1,0 %).

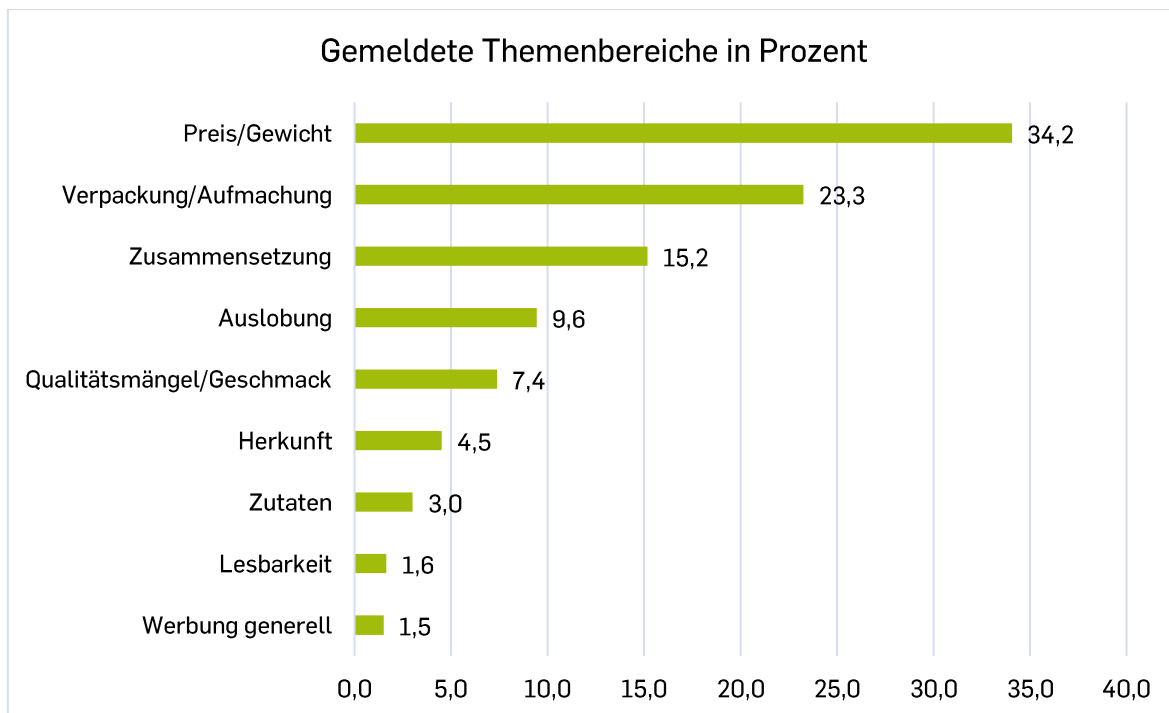


Abbildung 4: Kategorisierung der Zuschriften von 2024 in Themenbereiche (Angaben in Prozent)

Die Abbildung auf der folgenden Seite zeigt überblickshalber, wie sich die Themenbereiche und deren prozentueller Meldungsanteil in den Jahren 2022 bis 2024 verändert haben. Folgende Veränderungen sind beispielsweise aufgefallen:

- Leichter Rückgang der Meldungen zu versteckten Preiserhöhungen und Abweichungen des gewogenen Gewichts von der angegebenen Nettofüllmenge mit 2024 (Themenbereich „Preis/Gewicht“)
- Leichter Rückgang der Meldungen zu übermäßig großen, luftgefüllten Packungen („Mogelpackungen“) seit 2022 (Themenbereich „Verpackung/Aufmachung“)
- Kontinuierlicher Anstieg der Meldungen zu unerwarteten Zusammensetzungen von Lebensmitteln (Themenbereich „Zusammensetzung“)
- Weiterhin geringer Anteil der Meldungen zur Herkunft von Lebensmitteln seit 2023 (Themenbereich „Herkunft“)

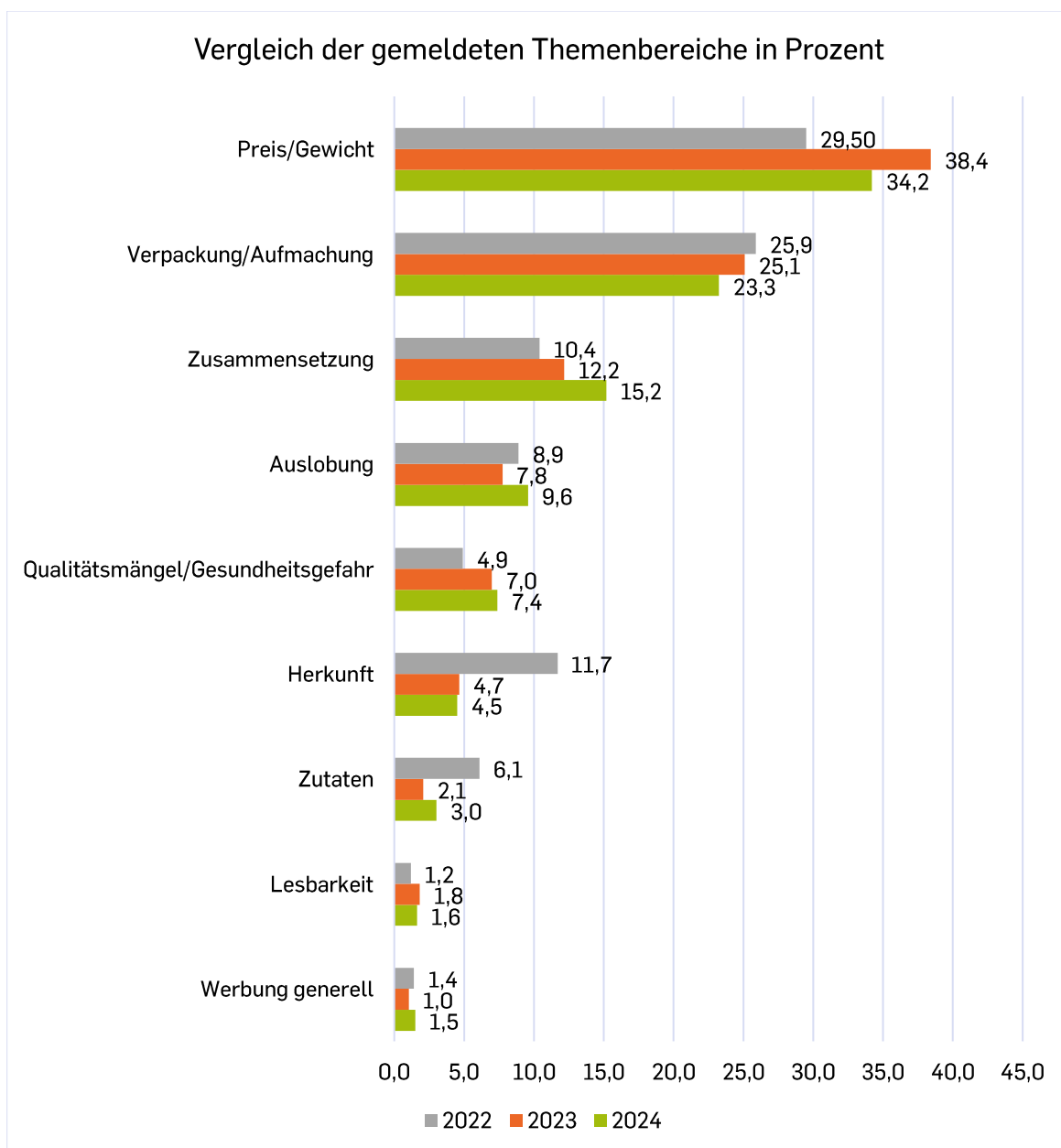


Abbildung 5: Vergleich der Zuschriften von 2022 bis 2024 nach Themenbereichen (Angaben in Prozent)

2.4 Shrinkflation

Wie in Kapitel 1.3 bereits thematisiert, erhielten wir auch 2024 zahlreiche Meldungen zu Produkten, deren Füllmenge reduziert wurde, während der Preis und die Verpackung meist gleichblieben. Diese Art der versteckten Preiserhöhung ist mittlerweile auch als „Shrinkflation“ bekannt.

Auch der Begriff der „Skimpflation“ wird immer geläufiger. Hierbei wird nicht die Füllmenge reduziert, sondern die Qualität eines Produkts bewusst verschlechtert, z. B. qualitativ wertvollere und teurere Zutaten gegen billigere von minderer Qualität ausgetauscht oder in ihrer Menge reduziert. Auch solche Produktveränderungen wurden uns gemeldet, z. B. ein verringerter Fruchtsaftgehalt in einem Kindergetränk.

Die untenstehende Grafik zeigt, dass der Anteil der Meldungen zu Produkten mit dem Ärgernis Shrink- bzw. Skimpflation von 2021 (5 % der Meldungen) bis 2023 (21 % der Meldungen) angestiegen ist. 2024 kam es erstmals zu einer leichten Reduktion der Meldungen, der Anteil ist mit 18 % aber weiterhin hoch und liegt über dem Niveau von 2022 (14 %).

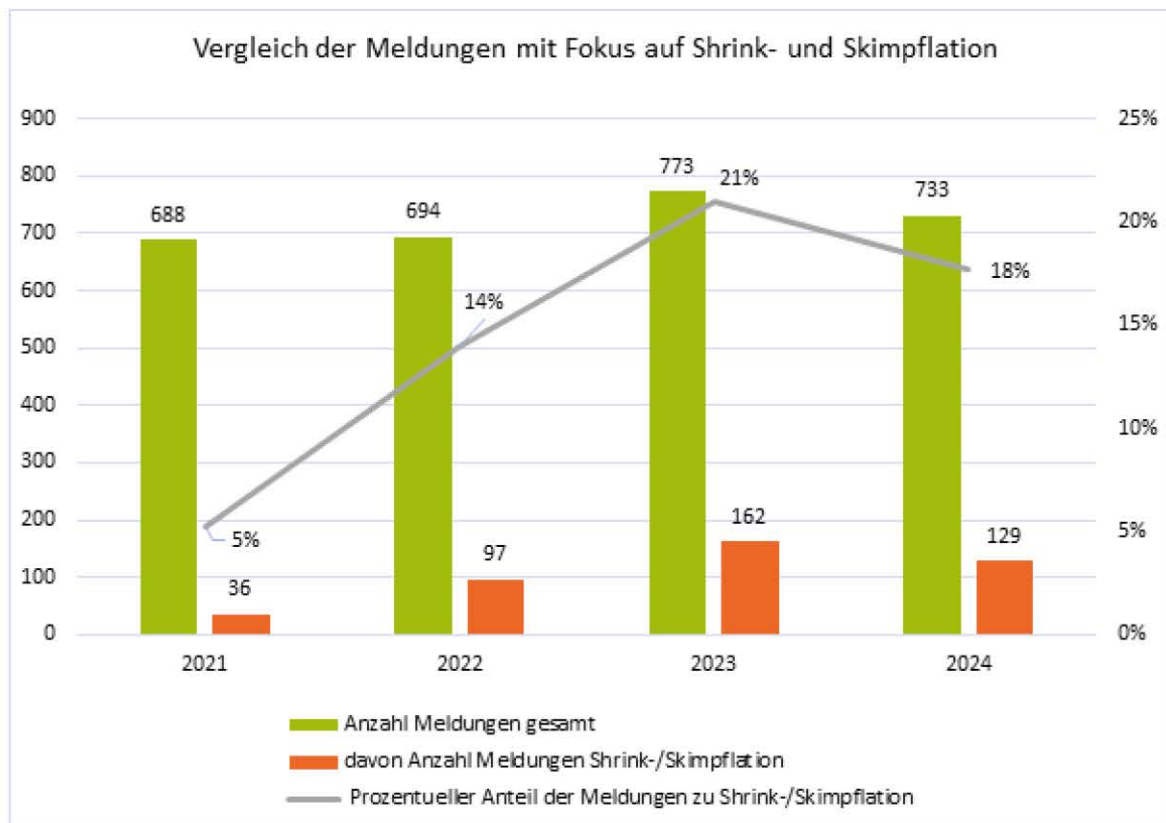


Abbildung 6: Vergleich der Zuschriften von 2021 bis 2024 mit Fokus auf Shrink- und Skimpflation

Nicht jede Meldung erweist sich allerdings als korrekt oder aktuell, viele Füllmengen von Produkten wurden teils schon vor Jahren verändert. Beispielsweise erhielten wir auch 2024 noch Meldungen zur Margarine der Marke Rama, obwohl diese bereits seit Ende 2021 mit neuer, verringerter Füllmenge erhältlich ist.

Teilweise wurde auch der Stückpreis bei Reduktion der Füllmenge entsprechend angepasst, wodurch zum Zeitpunkt der Erhebung keine Preissteigerung vorlag.

Der Großteil der Meldungen zur Shrink- und Skimpflation bezogen sich auf Lebensmittel. Doch auch sonstige Artikel wie Toilettenpapier, Katzenfutter und Geschirrspültabs wurden teilweise in der Füllmenge verringert und über das Lebensmittel-Check-Formular gemeldet. Diese sonstigen Artikel sind in der Abbildung 6 ebenfalls inkludiert, stellen allerdings nur einen geringen Anteil dar.

Auf unserer Homepage aktualisieren wir regelmäßig die [Auflistung der Lebensmittel](#), bei denen Shrink- bzw. Skimpflation festgestellt wurde. Zu diesen Produkten liegt uns auch jeweils die Stellungnahme des Herstellers vor. Um eine bunte Themenmischung bei unseren veröffentlichten Lebensmittel-Checks zu gewährleisten, wird nicht jedes „geschrumpfte“ bzw. in

der Qualität verschlechterte Lebensmittel einzeln mit einem umfangreichen Lebensmittel-Check veröffentlicht.

Auf den folgenden Seiten werden Beispiele für gemeldete und veröffentlichte Produkte (unsere sogenannten „Lebensmittel-Checks“), kategorisiert nach dem Themenbereich, dargestellt. Beim ersten Produkt „Efko Krautsalat mit Speck“ handelt es sich beispielsweise um einen Fall von Shrink- und Skimpflation.

2.5 Beispiele von veröffentlichten Lebensmittel-Checks

2.5.1 Beispiel Preis/Gewicht: Efko Krautsalat mit Speck

Der Hersteller Efko hat die Füllmenge seines Produktes "[Krautsalat mit Speck](#)" von 400 g auf 350 g reduziert. Diese Änderung blieb jedoch im Endpreis unberücksichtigt, wodurch es zu einer (versteckten) Preiserhöhung von 14 % kam.

Beide Versionen des Produkts, die alte mit 400 g und die neue mit 350 g, wurden zum gleichen Preis von 2,69 € angeboten. Gleichzeitig gab es Anpassungen in der Rezeptur: Der Anteil an Räucherspeck wurde reduziert (von 3 auf 2 %), jedoch wurde der Fettgehalt durch den Zusatz von Rapsöl erhöht, und auch der Salzgehalt ist leicht gestiegen (von 0,8 g/100 g auf 1 g/100 g). Das Design des Produktes wurde minimal abgeändert. Für die breite Masse ist die Reduktion von Füllmenge und Speckgehalt nicht nachvollziehbar. Zumindest Kenner:innen des Produktes könnte es durch die veränderte Aufmachung des Produktes auffallen, dass eine Überarbeitung von Füllmenge oder Rezeptur stattgefunden hat.

Laut der Firma Efko sei die Umstellung Teil eines Trends zu kleineren Portionsgrößen, der auf die Bedürfnisse kleinerer Haushalte abziele und Lebensmittelverschwendung reduzieren solle. Auch die höheren Rohstoffpreise haben zur Notwendigkeit der Preisanpassung geführt. Die Firma betont, dass die finale Preisgestaltung dem Handel obliegt und nicht in ihrem Einflussbereich sei.



Abbildung 7: Efko Krautsalat mit Speck – links 400 g, rechts 350 g Füllmenge (Foto: VKI)

2.5.2 Beispiel Verpackung/Aufmachung: Fuchs Tonkabohnen

Bei den [Fuchs Tonkabohnen](#) zeigte sich ein erhebliches Missverhältnis zwischen Verpackungsgröße und tatsächlichem Inhalt. Die Dose enthält nur fünf Tonkabohnen, die auf einem doppelten Boden platziert sind, was die ohnehin geringe Füllmenge noch deutlicher macht. Diese überdimensionierte Verpackung steht in starkem Kontrast zur erwarteten Menge, da die Größe der Dose suggeriert, dass mehr Bohnen enthalten sind. Das Problem wird durch das schmale Sichtfenster im Deckel sowie die Kennzeichnung der enthaltenen Füllmenge nur geringfügig gemildert.

Der Hersteller argumentiert, dass einheitliche Verpackungen zur optimalen Präsentation in den Supermarktregalen erforderlich seien, und plant seine Verpackungslösungen zu überarbeiten. Wir werden die Entwicklung beobachten.

Übergroße Verpackungen führen zu unnötigem Ressourcenverbrauch und zu falschen Erwartungen von Konsument:innen bezüglich der enthaltenen Menge. Auch Gewürze anderer Firmen werden häufig in zu großen Verpackungen verkauft, wie wir regelmäßig auf der Plattform Lebensmittel-Check berichten.



Abbildung 8: Fuchs Tonkabohnen – Ärgerliche Mogelpackung (Foto: VKI)

2.5.3 Beispiel Zusammensetzung: Rio Mare Thunfisch-Pesto mit Pistazien und Zitrone

Das Produkt "[Rio Mare Thunfisch-Pesto mit Pistazien und Zitrone](#)" überraschte Konsument:innen mit seiner tatsächlichen Zusammensetzung. Die Verpackung und Abbildung des Produkts ließen erwarten, dass Thunfisch und Pistazien die dominierenden Zutaten sind. Erst durch das Lesen der Zutatenliste wurde deutlich, dass grüne Bohnen (Fisolen) an erster Stelle stehen und somit mengenmäßig den größten Anteil ausmachen (rund 37 %), an zweiter Stelle steht Olivenöl. Die beworbenen Zutaten Thunfisch und Pistazien sind nur zu 20 % bzw. 5 % im Produkt enthalten. Diese Diskrepanz zwischen Produktaufmachung und tatsächlichem Inhalt führte zu enttäuschten Erwartungen bei den Verbraucher:innen und der Forderung nach mehr Transparenz.

Die Zusammensetzung des "Rio Mare Thunfisch-Pesto mit Pistazien und Zitrone" entspricht nicht den üblichen Erwartungen an ein Pesto. Während Olivenöl eine typische Zutat ist, sind

grüne Bohnen als Hauptbestandteil ungewöhnlich und sollten klar auf der Verpackung erkennbar sein. Die grün färbenden Bohnen suggerieren zusätzlich einen höheren Pistazienanteil.

Der Hersteller Bolton GmbH argumentiert, dass grüne Bohnen eine untergeordnete Rolle spielen und daher nicht prominent auf der Verpackung erwähnt werden müssen. In jedem Fall müssen Verbraucher:innen auch bei diesem Produkt sorgfältig die Zutatenliste lesen, um die Zusammensetzung zu erkennen.

Das Produkt war auch im Rennen um den Titel „[KONSUM-Ente 2024](#)“.



Abbildung 9: Rio Mare Thunfisch-Pesto mit Pistazien und Zitrone – Mit 20 % Thunfisch und 5 % Pistazien (Foto: VKI)

2.5.4 Beispiel Auslobung: Shiva Salat

Im Lebensmittel-Check wurde der „[Shiva Salat](#)“ aufgrund seiner widersprüchlichen und verwirrenden Kennzeichnungen aufgegriffen. Eine Konsumentin meldete, dass die Angaben "pestizidfreier Anbau" und "aus pestizidfreiem Anbau" auf der Verpackung mit einem Permanentmarker durchgestrichen waren. Die Auslobungen konnten aber weiterhin gelesen werden. Dadurch kam bei der Konsumentin die Frage auf, ob und in welchem Ausmaß Pestizide bei diesem Salat verwendet wurden. Zudem sorgte die Auslobung „verbraucht 85 % weniger Wasser als Salat aus konventionellem Anbau“ für Verwirrung, da damit suggeriert wurde, dass das Produkt aus biologischem Anbau stamme. Die Verpackung enthielt darüber hinaus unklare und unzulässige Umweltversprechen wie „umweltfreundlich“ und „schützt den Planeten“, ohne entsprechende Belege oder Erklärungen bereitzustellen. Ein QR-Code auf der Verpackung, der eigentlich zu weiteren Informationen führen sollte, brachte ebenfalls keine Aufklärung. Diese Unklarheiten und der Mangel an Belegen erwecken den Eindruck von Greenwashing, was in einer Zeit, in der Verbraucher:innen verlässliche und transparente Informationen fordern, besonders problematisch ist.

Der Hersteller Panorganix antwortete auf unsere Anfrage und erklärte, dass es sich beim „Shiva“ Salat nicht um ein Bio-Produkt handle und sich der Vergleich der Wassereinsparung auf herkömmlichen Anbautechniken beziehe. Bei der hier angewandten Hydroponik-Methode

werde der Wasserverbrauch durch präzise Bewässerung und Kreislaufsysteme stark reduziert. Zudem wurde der Hinweis auf „pestizidfreien Anbau“ gestrichen, da der Einsatz von Pestiziden nicht ausgeschlossen werden könne.

Wir meinen: Kennzeichnungen auf Lebensmitteln müssen klar und verständlich sein. Umweltaussagen müssen zudem mit gut nachvollziehbaren und aussagekräftigen Belegen untermauert werden.



Abbildung 10: Shiva Salat – Durchgestrichene Auslobung "Pestizidfreier Anbau" (Foto: VKI)

2.6 Gemeldete Lebensmittelkategorien

Jede eingelangte Meldung wurde einer der folgenden Lebensmittelkategorien zugeordnet:

- alkoholfreie Getränke
- alkoholische Getränke
- Frühstück/Backzutaten/Nüsse
- Fertiggerichte
- Fette/Öle/Butter
- Fisch
- Fleisch- und Wurstwaren/Eier
- Gemüse/Obst
- Getreideprodukte
- Gewürze/Salz/Saucen
- Kinderlebensmittel
- Milch und Milchprodukte
- Nahrungsergänzungsmittel (NEM)
- Süßigkeiten/Snacks
- vegetarische/vegane Produkte

Unter dem Punkt „Sonstiges“ (2,9 % der Meldungen) wurden Meldungen zusammengefasst, die keine Lebensmittel betreffen (z. B. Kosmetik oder Tierfutter), aber über unser Lebensmittel-Check-Meldeformular bei uns eingelangt sind.

Auch dieses Jahr erhielten wir die meisten Meldungen zum Thema „Süßigkeiten/Snacks“ (26,2 %; 2023: 21,2 %). Der Anteil ist dabei im Vergleich zum Vorjahr weiter angestiegen. Hierbei wurden u. a. übergroße Verpackungen oder auch unerwünschte Zutaten wie Palmfett kritisiert.

Zu Getreideprodukten erhielten wir in diesem Jahr 11,2 % der Meldungen und somit etwas mehr als 2023 (2023: 9,1 %). Zu dieser Produktkategorie erhalten wir beispielsweise Meldungen zu Verpackungen mit einem hohen Luftanteil („Mogelpackungen“), wie es teilweise bei Porridge-Pulver, Nudeln oder Flockenmischungen der Fall ist.

Der Anteil der Meldungen zu Milch und Milchprodukten hat sich im Vergleich zum letzten Jahr weiter erhöht (10,2 %; 2023: 7,9 %). Bei Milch- und Milchprodukten erhielten wir beispielsweise Meldungen zu verringerten Füllmengen bei Fruchtyoghurt.

Zu alkoholfreien Getränken erhielten wir ebenso etwas mehr Meldungen als im Vorjahr (10 %; 2023: 7,6 %). Bei alkoholfreien Getränken werden beispielsweise häufig ausgelobte Früchte bekritzelt, die nur in geringer Menge oder als Aroma im Getränk enthalten sind.

An fünfter Stelle der Meldungen befindet sich die Lebensmittelkategorie Gemüse und Obst, der im vergangenen Jahr weniger Meldungen entfallen sind als 2023 (9,3 %; 2023: 11,4 %). Bei den Meldungen zu Gemüse und Obst werden z. B. falsche Herkunftsdeklarationen am Regal oder auch überraschende Herkünfte bei eingelegtem Gemüse kritisiert.

Zur Lebensmittelkategorie „Fleisch-/Wurstwaren/Eier“ erreichten uns dieses Jahr 5,6 % der Meldungen (2023: 7,5 %). In dieser Kategorie werden häufig geringe Gehalte an wertbestimmenden Zutaten, z. B. bei Kalbsleberaufstrich, oder fehlende Stempel auf Eiern kritisiert.

Auf Fertiggerichte entfielen 5,0 % der Meldungen, das sind weniger Meldungen als im Vorjahr (2023: 7,4 %). Bei Fertiggerichten wurden beispielsweise hohe Zuckergehalte bei Fertigsalaten gemeldet.

Auf die Kategorie Gewürze, Salz und Saucen entfielen 4,2 % der Meldungen (2023: 4,4 %). Darunter fallen beispielsweise verringerte Füllmengen bei Gewürzen oder übergroße, luftgefüllte Packungen.

4,1 % der Meldungen entfielen 2024 auf die Kategorie der Frühstückszutaten (wie Honig, Kakaopulver, Marmelade), Backzutaten und Nüsse (2023: 4,0 %). Hier wurden z. B. die Herkunftsangaben bei Honig oder verringerte Füllmengen bei Marmelade kritisiert.

Die Anzahl der Meldungen zu Fisch und Fischprodukten ist im Vergleich zum letzten Jahr etwas gesunken (3,0 %; 2023: 4,1 %). Besonders bei tiefgekühlten Fischprodukten ärgern sich Konsument:innen immer wieder über luftige Mogelpackungen.

Zur Lebensmittelkategorie Nahrungsergänzungsmittel (NEM) erreichten uns dieses Jahr 2,6 % der Meldungen, das sind etwas mehr als im Vorjahr (2023: 1,9 %). Hier verärgerten z. B. missverständliche Auslobungen zu enthaltenen Wirkstoffmengen.

Zu den vegetarischen und veganen Produkten verzeichneten wir 2024 weniger Meldungen als im Vorjahr (2,5 %; 2023: 4,1 %). Hier wurden z. B. von der Aufmachung abweichende Zusammensetzungen bei veganen Drinks gemeldet.

1,5 % der Meldungen bezog sich auf die Kategorie „Fette/Öle/Butter“ (2023: 3,2 %). Hier wurden beispielsweise Preiserhöhungen bei Olivenöl kritisiert.

1,0 % der Meldungen bezog sich auf alkoholische Getränke (2023: 1,2 %). Hierbei wurden z. B. gewünschte, aber fehlende Zutatenlisten bei alkoholischen Getränken bekräftigt.

Auf die Kategorie Kinderlebensmittel entfiel 0,8 % der Meldungen (2023: 0,5 %). Unter diesem Punkt wurden beispielsweise Kaugummizigaretten für Kinder gemeldet.

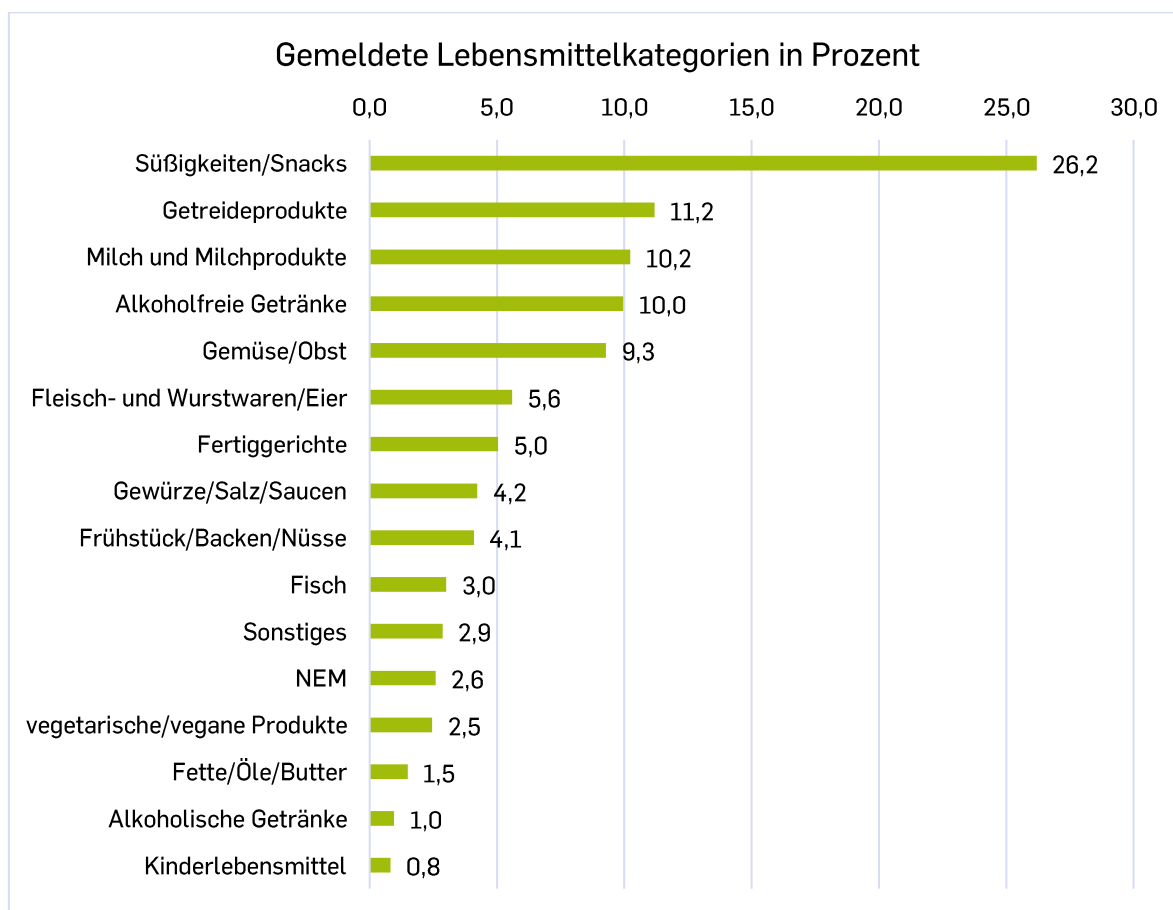


Abbildung 11: Meldungen kategorisiert nach Lebensmittelkategorien 2024 (Angaben in Prozent)

Im Anschluss werden weitere Beispiele von veröffentlichten Lebensmittel-Checks, kategorisiert nach der zugehörigen Lebensmittelkategorie, näher beschrieben.

2.6.1 Beispiel Süßigkeiten/Snacks: Billa Erdbeerroulade

Bei der [Billa Erdbeerroulade](#) zeigte sich ein erheblicher Mangel an tatsächlichem Erdbeeranteil, obwohl die Produktbezeichnung und das Aussehen der Roulade einen entsprechenden Gehalt erwarten ließen. Laut Zutatenliste waren lediglich 0,1 % gefriergetrocknete Erdbeerstücke in der Erdbeerroulade enthalten. Bei einem Gesamtgewicht von 400 g entspricht dies 0,4 g gefriergetrocknete Erdbeeren. Umgerechnet auf das Frischgewicht sind somit nur etwa 4 g frischen Erdbeeren pro 400 g-Roulade enthalten – ein verschwindend geringer Anteil im Vergleich zu anderen Herstellern, die deutlich mehr frische Erdbeeren verwenden.

Die Zutatenliste zeigte zudem, dass die Füllung zusätzlich mit roten Rüben gefärbt und durch Aroma ergänzt wurde, um den vermutlich fehlenden Erdbeergeschmack zu kompensieren.

Der Hersteller argumentierte, dass ein Fehler bei der Deklaration vorlag und er die Zutatenliste korrigieren wird. Der tatsächliche Anteil an gefriergetrockneten Erdbeeren im Gesamtprodukt blieb aber auch nach der Korrektur unverändert gering.



Abbildung 12: Billa Erdbeerroulade – Mit 0,1 % gefriergetrockneten Erdbeeren (Foto: VKI)

2.6.2 Beispiel Getreideprodukte: Campo Verde Goldhirse

Ein Konsument meldete uns Goldhirse der Marke "Campo Verde", da eine gute Lesbarkeit der Angaben nicht möglich war. Beim betroffenen Produkt waren die Angaben in weißer Schrift auf hellgelbem Hintergrund gedruckt, wodurch diese schwer lesbar waren. Aus unserer Sicht widerspricht dies den Vorgaben der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV).

Wir erhielten vom Hersteller Campo Verde die Rückmeldung, dass dieser das Problem bereits erkannt habe und ein neues und kontrastreicheres Verpackungsdesign entwickelt habe. Aus ethischen und ökologischen Gründen werden jedoch die bestehenden Bestände mit der alten Gestaltung weiterhin verkauft, um unnötige Verschwendung zu vermeiden.

Neben der kritisierten Kennzeichnung haben wir auch die Herkunft der "Demeter Campo Verde Goldhirse" begutachtet. Während Hirseprodukte häufig aus Asien oder Afrika importiert werden, stammt die Goldhirse von Campo Verde erfreulicherweise aus Österreich.



Abbildung 13: Campo Verde Goldhirse – Schlecht lesbare Kennzeichnungen (Foto: VKI)

2.6.3 Beispiel Frühstück/Backen/Nüsse: Alesto Walnüsse in der Schale

Im Dezember 2023 kaufte ein Konsument bei Lidl "[Alesto Walnüsse in der Schale](#)" mit einem Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) bis Juni 2024. Bei genauerem Hinsehen stellte er fest, dass die Nüsse aus der Ernte 2021 stammten. Aufgrund der langen Lagerzeit waren die Walnüsse laut den Angaben des Konsumenten bereits ranzig, was bei ölhaltigen Nüssen häufig ist. Auch wir fanden ähnliche Qualitätsmängel bei einer anderen Packung dieser Charge. Lidl reagierte auf unsere Anfrage mit der Ankündigung verstärkter Qualitätskontrollen und bot dem betroffenen Kunden einen Gutschein als Entschädigung an.

Die Festlegung des MHD erfolgt durch die Hersteller. Produzenten und Verkäufer sind verantwortlich, dass die Produkte bis zum MHD ihre Qualität behalten. Verbraucher:innen sollten verdorbene Produkte reklamieren und sich gegebenenfalls an die Lebensmittelaufsicht wenden, wenn wiederholt Mängel auftreten.



Abbildung 14: Alesto Walnüsse in der Schale – Erntejahr 2021 (Foto: VKI)

2.6.4 Beispiel Fleisch- und Wurstwaren/Eier: Hofer Preisauszeichnung bei Fleisch

Die Untersuchung der Preisangaben bei [Fleischwaren von Hofer](#) zeigte, dass die verwendeten Beispielpreise für Verbraucher:innen verwirrend sein können. Statt den tatsächlichen Preis der Packung auszuweisen, bezog sich der groß hervorgehobene Betrag auf ein fiktives Beispielgewicht, das seitlich in kleiner Schrift und teils von einer Österreich-Fahne verdeckt angegeben war. Dies führte dazu, dass Kund:innen die Fleischpackungen günstiger einschätzten, als sie tatsächlich waren. Der an der Kasse berechnete Preis basierte auf der variablen Füllmenge – das Füllgewicht und somit auch der Endpreis fielen häufig höher aus, als es das Preisbeispiel vorrechnete.

Diese Art der Preisauszeichnung ruft berechtigte Kritik hervor, da sie Fehlannahmen fördert und Kaufentscheidungen beeinflusst. Zwar ist die Angabe von Beispielgewichten gesetzlich erlaubt, doch erscheint sie in der vorliegenden Form für Verbraucher:innen entbehrlich. Der tatsächliche Preis pro Packung wird auf dem Etikett jeder Fleischverpackung angegeben, ergänzt durch den Kilopreis auf dem Regalschild. Eine transparentere Preisauszeichnung ohne Beispielgewichte wäre im Sinne der Kund:innen wünschenswert, um Missverständnisse zu vermeiden.

Hofer hat auf die Kritik reagiert und eine interne Überprüfung der Preisschilder und der Platzierung der Österreich-Fahne angekündigt.



Abbildung 15: Hofer Preisauszeichnung bei Fleisch – der groß geschriebene Preis bezieht sich auf das nebenstehende Beispielgewicht von 504 g (Foto: VKI)

2.6.5 Beispiel Alkoholfreie Getränke: Hohes C Juicy Balance Multi Fruchtsaftgetränk

Die Verpackung des Fruchtsaftgetränks „[Hohes C Juicy Balance Multi](#)“ zeigt aufgeschnittene Früchte und Wasserspritzer. Zusätzlich wird mit der „perfekten Balance aus Frucht und Frische“ sowie „40 % weniger Zucker“ auf dem Verbundkarton geworben. Die Produktaufmachung und die Platzierung im Regal neben anderen Fruchtsäften lassen einen fruchtigen Saft vermuten, der erfreulicherweise weniger Zucker enthält. Tatsächlich handelt es sich um ein Saftgetränk mit einem Fruchtanteil von lediglich 56 %, das mit 44 % Wasser verdünnt wird. Dass die Zuckerreduktion durch das Verdünnen mit Wasser erreicht wird, ist für Konsument:innen nicht augenscheinlich.

Auch der Preis lässt ein Produkt mit hohem Fruchtgehalt vermuten: Trotz des hohen Wasseranteils kostet das Getränk der Marke Hohes C mit rund 2 bis 2,40 € pro Liter mehr als so manche Säfte mit 100 % Fruchtgehalt anderer Hersteller.

Um Missverständnisse zu vermeiden, sollte der Wasseranteil auf der Vorderseite der Verpackung kommuniziert werden. Einfache Wasserspritzer reichen nicht aus, um Verbraucher:innen transparent über den Grad der Verdünnung zu informieren. Eine Stellungnahme des Herstellers zu den Kritikpunkten steht bislang aus.



Abbildung 16: Hohes C Juicy Balance – Fruchtgehalt beträgt lediglich 56 % (Foto: VKI)

3. PORTAL LEBENSMITTEL-CHECK

3.1 Veröffentlichte Lebensmittel-Checks

Im Kalenderjahr 2024 wurden 85 Lebensmittel-Checks auf www.lebensmittel-check.at veröffentlicht. Zusätzlich wurden 20 Re-Checks online gestellt. Unter Re-Checks werden ergänzende Einträge zu bereits veröffentlichten Produkten verstanden, welche in der Regel über positive Produktveränderungen berichten.

Pro Woche wurden zwei Lebensmittel-Checks bzw. Re-Checks online gestellt.

Veröffentlicht wurden Produkte, die über unsere Online-Meldeformulare gemeldet wurden. Zudem erhalten wir zahlreiche Produktmeldungen über Facebook und über die Videoplattform TikTok sowie Anrufe und Briefe, wie in Kapitel 2.1 beschrieben. Auch diese werden überprüft und gegebenenfalls auf www.lebensmittel-check.at veröffentlicht.

In der untenstehenden Tabelle werden die 85 veröffentlichten Checks des Jahres 2024 aufgelistet. Die Reihung erfolgt nach Veröffentlichungsdatum. Die 20 veröffentlichten Re-Checks werden in Kapitel 0 näher beschrieben.

Nr.	Produkt	Problem
1	Kettlhof Country Pops Popcorn	100 % Herkunft Österreich suggeriert, enthalten aber Kokosfett
2	PopCorn Time Popcorn Butter und Cheese	Kennzeichnungsfehler und kein Warnhinweis bzgl. Azofarbstoffe
3	Helga Bio Algencracker	Nur 5 % Algen enthalten
4	Takis Fuego	Kennzeichnungsfehler und kein Warnhinweis bzgl. Azofarbstoffe
5	Ovomaltine Der Klassiker Dose	Mogelpackung
6	Veganz Doppelkeks Original	Shrinkflation: Von 400 g auf 330 g reduziert
7	Vanini Mostarda Purée Feigensauce	Shrinkflation: Von 200 ml auf 150 ml reduziert
8	Spar Powidl naturrein	Fruchtgehalt wurde von 350 g auf 260 g je 100 g reduziert
9	Felix Sugo 5 Kräuter	Enthält nur 0,2 % Kräuter
10	Schärdinger Yoghurt Greek Style	Shrinkflation: Von 200 g auf 175 g reduziert
11	Govinda Vegane Bio Pralines Dattel-Marzipan	Mogelpackung
12	Biogena Moments Beauty Bites	Eine Süßigkeit für "schöne Haut, Haare und Nägel"
13	Hohes C Juicy Balance Multi Frucht-saftgetränk	Schwer erkennbar, dass der Fruchtsaft mit 44 % Wasser aufgespritzt ist
14	NOA Bockshornklee Scheiben	Zutat Olivenöl beworben, aber primär Kokosöl (20 %) enthalten
15	Billa Bio Dinkel Linzerstangerl	Auslobung "Mehl, Eier, Butter & Zucker aus Österreich?" verwirrt
16	Efko Krautsalat mit Speck	Shrinkflation: Von 400 g auf 350 g reduziert und Skimpflation: Räucherspeck von 3 auf 2 % reduziert

Nr.	Produkt	Problem
17	Crownfield Müsli-Riegel Cranberry	Auslobung auf Überkarton ("7,2 % Cranberries") widerspricht Auslobung auf Einzelriegel ("3,6 % Cranberries")
18	Rauch Happy Day Cocos Ananas	Enthält nur 0,5 % Kokoswasser, dafür aber Aroma für den Kokosgeschmack
19	Alesto Walnüsse in der Schale	Erntejahr 2021 laut Deklaration, Mindesthaltbarkeitsdatum 2024
20	Julius Meinl Konfitüren	Shrinkflation: Von 500 g auf 350 g reduziert
21	Mr. Brownie Galactic Brownies	Kalorienangabe pro Stück falsch
22	Twix Riegel	Shrinkflation: Von 4*2 Stück auf 3*2 Stück reduziert
23	Wertvoll Soulfood Bio Käferbohnen	Gleichzeitig mit österreichischer und internationaler Herkunft beworben
24	Oryza Milchreis	Shrinkflation: Von 500 g auf 350 g reduziert
25	Spar Rollfondant rot	Als vegan gekennzeichnet, enthält aber tierischen Farbstoff (Echtes Karmin)
26	Steinhaus Gyoza Gemüse	Verpackung ist für 10 Teigtaschen konzipiert, enthält aber nur 8 Teigtaschen
27	Share Honig Mandel Riegel	Mit "Honig Mandel" beworben, enthält aber 38 % Erdnüsse
28	Dm Sportness Protein Linsen Chips	Mogelpackung
29	Vegavita Filet Huhn-Art	Mogelpackung
30	Schärdinger Bio-Hummus Natur	Produktname "Hummus" aber keine Sesampaste (Tahin) enthalten
31	Katjes Yoghurt-Gums	Shrinkflation: Von 200 g auf 175 g reduziert
32	Bear Fruit Rolls Raspberry	Nur 1 % Himbeeren enthalten
33	Kelly's Mini Fritts Salz	Mogelpackung
34	Fuchs Tonkabohnen	Mogelpackung
35	Wrigley's Orbit Multipack Peppermint Kaugummi	Shrinkflation: Von 5 Packungen auf 4 Packungen reduziert
36	Campo Verde Goldhirse	Schlechte Lesbarkeit der Kennzeichnung
37	Multinorm Vegan Protein Powder	Mogelpackung
38	Pringles Original Stapelchips	Shrinkflation: Innerhalb von 1,5 Jahren von 200 g auf 185 g und schlussendlich auf 165 g reduziert
39	Bresso Wildkräuter Aufstrich	Rosmarin, Thymian und Schnittlauch gelten nicht unbedingt als Wildkräuter
40	Familia Brain-Food Mindful Flakes n' Clusters Cerealien	Mogelpackung
41	Spar Natur Pur Bio-Haferbrei Natur	Bewerbung des enthaltenen Hafers, enthält aber auch 40 % Weizen
42	Shiva Salat	Auslobung "aus pestizidfreiem Anbau" wurde mit Permanentmarker durchgestrichen, aber weiterhin lesbar
43	Billa Erdbeerroulade	Enthält nur 0,1 % gefriergetrocknete Erdbeerstücke
44	Dm Bio Waldfrucht Tee Schwarze Johannisbeere & Heidelbeere	Enthält nur 7 % Johannisbeeren und 6 % Heidelbeeren

Nr.	Produkt	Problem
45	Rio Mare Thunfisch-Pesto mit Pistazien und Zitrone	Enthält nur 20 % Thunfisch und 5 % Pistazien, an 1. Stelle der Zutatenliste steht "grüne Bohnen"
46	Rapunzel Kakao & Haselnussmus mit Dattel	Enthält 48 % Kokosnuss
47	Rapunzel Hefeflocken	Mogelpackung
48	Joya Kokos Drink	Enthält neben 12 % Kokosmilch auch 10,3 % Reis
49	Knusperli Knusper Müsli 0 % Zuckerzusatz Waldbeer	Shrinkflation: Von 525 g auf 375 g reduziert
50	Schapfen Mühle Hafer Porridge Klassik	Enthält Zutaten, die man in einer Porridge-Getreidebasis nicht erwarten würde
51	Falcone Amaretti Pistacchio	Mogelpackung
52	Billa Erdnusscreme	Mindesthaltbarkeitsdatum schlecht lesbar
53	Bisland Lemon Precious Kekse	Keine deutsche Kennzeichnung vorhanden
54	Rapunzel Peanut Revolution Creamy	"Hergestellt in Bayern" aber kein Hinweis zur abweichenden Herkunft der Primärzutaten (Erdnüsse)
55	Boom Box Granola & Pops Crunchy Berry Cerealien	Mogelpackung und enthält nur 0,9 % Beeren
56	Kotanyi Grill Gemüse Gewürzmischung	Mogelpackung
57	Eristoff Fire	Shrinkflation: Von 275 ml auf 250 ml reduziert
58	Capri-Sun Orange	Skimpflation: Orangensaftgehalt von 7 % auf 5 % reduziert
59	Le Gusto Backerbsen	Enthält weiterhin Palmöl
60	Billa Karamell Dinkel Flakes	Mogelpackung
61	Vemondo Vegane Fruitballs Dattel Espresso Banane	Auslobung "ohne Zusatz- und Konservierungsstoffe", aber ein Zusatzstoff enthalten
62	Lindt Maitre Chocolatier Vollmilch	Shrinkflation: Von 110 g auf 100 g reduziert
63	Lay's Bugles	Shrinkflation: Von 95 g auf 75 g reduziert
64	Hofer Preisauszeichnung Fleisch	Unübersichtliche und verwirrende Preisauszeichnung mit Beispielgewichten
65	XOXO Tropical Sparkling Drink	Auslobung "Low Calorie", aber dafür zu hoher Gehalt an Kilokalorien gemäß HCVO
66	Pastiglie Leone Mandarine Pastillen	Shrinkflation: Von 30 g auf 27 g reduziert
67	Dulano Puten Salami	Hinweis zur Herkunft der primären Zutat kaum zu finden bzw. schlecht lesbar
68	Rauch Happy Day Honigmelone	Enthält nur 5 % Honigmelonensaft
69	Rauch Juice Bar Schwarzer Tee Zitrone Ingwer	"Ohne Zuckerzusatz", aber 23 % Apfelsaft enthalten
70	Kellogg's Extra Classic Müsli	Shrinkflation: Von 500 g auf 450 g reduziert, zusätzlich Schrift schwer lesbar
71	Spar Fruchtsirup Ribisel	Wirbt mit 50 % Fruchtgehalt und Ribiseln, enthält aber nur 26 % Ribiselsaft und zusätzlich Apfelsaftkonzentrat
72	Firma Crazy Cheese	Konsument:innen berichten über exorbitante Preise und unfaire Verkaufstaktiken

Nr.	Produkt	Problem
73	BI Life Flohsamenschalen gemahlen	Enthält nur 15 % Flohsamenschalen
74	Crownfield Crunchy Muesli Choco & Nuts	Enthält nur 2 % Nüsse
75	Golden Bridge Protein Müsliriegel Erdbeer-Himbeer	Mogelpackung und Erdbeeranteil unklar
76	Allin Protein Mahlzeit Joghurt Johannisbeere	Enthält nur 5 % schwarzen Johannisbeersaft, aber 33% Traubensaft
77	Holy Energy Zitrus & Kalamansi	Enthält gleiche Koffeinmenge wie 2 Red Bull-Dosen, ansprechendes Design für Kinder
78	Alete Kinderkeks	Vom Hersteller ab dem 8. Monat empfohlen, enthält aber Haushaltszucker
79	Vegavita Cheezi-Griller	"Mit Erbsenprotein" (9 %), aber auf Kokosfettbasis (20 %)
80	Schärdinger Protein Traum Kakao	Skimpflation: Proteingehalt reduziert, von 45 g auf 35 g pro Flasche (750 g)
81	Mars Protein Riegel	Produkt ist auch als "Protein"-Variante kein gesunder Snack
82	Kaugummi Sticks mit Raucheffect	Kaugummi-Zigaretten, die speziell Kinder ansprechen sollen
83	Lambertz Lebkuchen	Mogelpackung
84	Blaschke Kokoskuppeln	Shrinkflation: Von 30 g auf 27,5 g reduziert und Palmöl gegen Kokosfett ausgetauscht
85	Hermann.Bio Fungi Pad	Im Handel fälschlicherweise als "vegan" gekennzeichnet

Tabelle 2: Veröffentlichte Lebensmittel-Checks 2024

3.2 Re-Checks

Auf unserem Internetportal werden auch Veränderungen von Produkten veröffentlicht, welche zuvor in einem Lebensmittel-Check kritisiert wurden. Dabei geben uns Hersteller ihre Änderungen bekannt oder wir sehen nach einigen Monaten nach, ob das Produkt geändert wurde. Oftmals machen uns auch Konsument:innen auf Produkte aufmerksam, bei denen eine positive Produktänderung stattgefunden hat.

2024 ist bei 20 Produkten aufgefallen, dass Verpackungen, Auslobungen oder Abbildungen geändert wurden. Diese Produkte wurden dann als „Re-Checks“ veröffentlicht (siehe Tabelle 3).

Die Verpackung der Manner Mozart Mignon Schnitten wurde, nach unserer erfolgreichen Klage 2023, im Jahr 2024 zwei Mal überarbeitet.

Nr.	Produkt	Problem
1	Recheis Fadennudeln glutenfrei	Verpackung verkleinert
2	Ausseer Lebkuchen Pressburger	Zuvor enthielten gleiche Produkte unterschiedliche Zutatenlisten, nun wurde die Kennzeichnung überarbeitet
3	Spar Pommes Frites Homemade Style	Nun kein Palmöl mehr enthalten
4	Manner Mozart Mignon Schnitten	Füllhöhe wird nun auf der Vorderseite deklariert

Nr.	Produkt	Problem
5	NOA Brotaufstrich Kichererbse-Avocado	Mindesthaltbarkeitsdatum nun besser lesbar
6	Kinder Schokobons	Nun kein Schellack mehr enthalten
7	Pesendorfer Papaya Spezial	Kennzeichnung überarbeitet
8	Spar Käse mit Aktionsersparnis	Nun Preisersparnis korrekt auf der Rechnung ausgewiesen
9	Søstrene Grene Vanilla Fudge	Enthält weiterhin Palmöl, wird aber nicht mehr als "luxuriöses" Produkt beworben
10	Manner Mozart Mignon Schnitten	Verpackung wurde nochmals verkleinert
11	Wholey Crunchy Granola	Zuckergehalt verringert und Auslobungen angepasst
12	Mr. Brownie Galactic Brownies	Kalorienangabe pro Stück nun korrekt
13	Wertvoll Soufflé Bio Käferbohnen	Auslobung zur österreichischen Herkunft nun eindeutig
14	Kuner Mayonnaise Original	Neben dem Hinweis "Hergestellt in Österreich" auf der Vorderseite ist nun auch zu lesen "mit Freilandeiern und Sonnenblumenöl aus der EU"
15	Leaton Complete Nahrungsergänzungsmittel	Health Claims sind nun auch auf der Vorderseite aufgedruckt
16	Vegavita Filet Huhn-Art	Verpackung wurde verkleinert
17	Crownfield Müsli-Riegel Cranberry	Auslobungen zum Cranberry-Gehalt auf Überkarton und Einzelriegel stimmen nun überein
18	Schär Meisterbäckers Classic mit Sauerteig	Produktname angepasst
19	Kellogg's Extra Granola Classic	Kennzeichnung nun besser lesbar
20	Teekanne Foursenses Alpenkräuter	Verpackungshöhe bei gleichbleibender Füllmenge verkleinert (von 16 auf 13 cm)

Tabelle 3: Veröffentlichte Re-Checks 2024 mit positiver Veränderung

Zusätzlich zu den bereits erfolgten Re-Checks im Jahr 2024 wurde bei rund 25 der 85 Checks von 2024 rückgemeldet, dass die Verpackung bzw. die Auszeichnung vom Hersteller überprüft und eventuell geändert wird. Falsche Regalauszeichnungen, z. B. Herkunftsauslobungen bei Obst und Gemüse, sind bei diesen rund 25 Checks nicht inbegriffen.

Ein erneutes Überprüfen unsererseits macht vor allem bei Marken- und Eigenmarkenprodukten Sinn, während Falsch-Auszeichnungen bei Obst und Gemüse in der Regel nicht erneut überprüft werden. Viele Check-Produkte sind nach einiger Zeit nicht mehr erhältlich, auch diese können dann nicht erneut begutachtet werden.

Doch auch nach Jahren fallen uns teils Produkte auf, die zuvor in einem Check kritisiert wurden und schlussendlich verbessert wurden. Ein Beispiel ist der 2019 veröffentlichte Check des Noa Brotaufstrichs Kichererbse-Avocado. 2024 ist uns das Produkt mit einem nun gut auffindbaren und lesbaren Mindesthaltbarkeitsdatum aufgefallen (siehe Tabelle 3, Zeile 5).

Die Re-Checks werden ebenso laufend auf www.lebensmittel-check.at veröffentlicht.

Auf den folgenden Seiten werden zwei erfreuliche Re-Check-Produkte näher beschrieben.

3.2.1 Beispiele für geänderte Produkte

3.2.1.1 Recheis Fadennudeln glutenfrei

Die Verpackung der "[Recheis Fadennudeln glutenfrei](#)" wurde überarbeitet. Zuvor hatten Konsument:innen kritisiert, dass die Verpackung deutlich zu groß für die enthaltenen 400 g Nudeln sei. Das zeigte auch das Sichtfenster des Kartons. Der Hersteller erklärte damals, dass technische Gründe für das Zusammensinken der Nudeln verantwortlich sind, versprach jedoch eine Optimierung der Verpackung.

Der überarbeitete Verpackungskarton ist nun fünf Zentimeter niedriger, wodurch die Verpackung besser gefüllt ist. Die Füllmenge blieb mit 400 g unverändert. Ein minimaler Leerraum bleibt technisch bedingt, fällt jedoch nicht mehr negativ auf.



Abbildung 17: Re-Check Recheis Fadennudeln glutenfrei: Links alte Verpackung, rechts neue Verpackung (Foto: VKI)

3.2.1.2 Wertvoll Soulfood Bio Käferbohnen

Die „[Wertvoll Soulfood Bio Käferbohnen](#)“ weisen nun eine klare Herkunftsangabe auf. Zuvor wurde auf der Schauseite der Dose „100 % Österreich“ unter einer rot-weiß-rot gefärbten Österreichkarte ausgelobt. Doch unterhalb der Zutatenliste befand sich der Hinweis: „Käferbohnen aus internationaler Herkunft, verarbeitet in Österreich“.

Diese Kennzeichnung sorgte für Verwirrung bei Konsument:innen. Trotz der prominenten Darstellung der österreichischen Herkunft widersprachen die rückseitigen Angaben diesem Versprechen.

Der Hersteller Estyria Naturprodukte erklärte, dass tatsächlich ausschließlich Bio-Käferbohnen aus Österreich verarbeitet werden, und bedauerte die missverständliche Etikettierung. Der Fehler wurde bereits zum Zeitpunkt der Kritik erkannt und eine Korrektur der Kennzeichnung eingeleitet. Gleichzeitig betonte der Hersteller, dass die Auslobung auf der Vorderseite korrekt sei.

Inzwischen wurde die Kennzeichnung überarbeitet, und der irreführende Hinweis zur „internationalen Herkunft“ wurde auf der Rückseite der Dose entfernt. Auf den neuen Etiketten wird die österreichische Herkunft der Bio-Käferbohnen nun eindeutig deklariert.



Abbildung 18: Re-Check Wertvoll Soulfood Bio Käferbohnen – Nun korrekt gekennzeichnet (Foto: VKI)

3.3 Lebensmittelrechtlich beanstandete Produkte

Auch Produkte bzw. Angebote die lebensmittelrechtlich bzw. im Sinne des unlauteren Wettbewerbs nicht korrekt gekennzeichnet sind, werden von uns aufgegriffen.

3.3.1 Gröbi zuckerfrei Waldbeere

Der VKI hatte im Auftrag des BMSGPK die DrinkStar GmbH wegen irreführender Produktaufmachung geklagt. Konkret ging es um das Erfrischungsgetränk „Gröbi Waldbeere“, dass keinen Fruchtsaftanteil 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. Der Oberste Gerichtshof (OGH) wies das Revisionsbegehren der DrinkStar GmbH zurück. Das Urteil ist rechtskräftig.



Abbildung 19: Gröbi Zuckerfrei Waldbeere (Foto: VKI)

3.3.2 Römerquelle Bio Limo leicht Zitrone Limette Minze

Im Auftrag des BMSGPK hatte der VKI die Coca-Cola HBC Austria GmbH (Coca Cola) und die Römerquelle Trading GmbH (Römerquelle) wegen des von ihnen in Verkehr gebrachten Erfrischungsgetränks „Römerquelle bio limo leicht“ in der Geschmacksrichtung „Zitrone/Limette/Minze“ geklagt.

Am Frontetikett waren eine Limette, vier Minzblätter und eine aufgeschnittene Zitrone naturgetreu abgebildet. Ins Auge fielen außerdem der Schriftzug „bio limo leicht“ und „zitrone limette minze“. Auf der Webseite von Römerquelle und von zwei Supermärkten wurde das Getränk mit folgenden Beschreibungen beworben: „Ihr Fruchtanteil besteht aus Obst aus biologischem Anbau“ und „Die Kombination aus prickelndem Römerquelle Mineralwasser und Anteilen biologisch angebaute Zitrone, Limette und Minze“. Jedoch: Der Minzgeschmack wurde lediglich durch natürliches Minzaroma erzeugt, der Limettengeschmack durch eine Mischung aus Zitrusfrüchte-Aromen, die nur zu einem untergeordneten Teil aus natürlichem Limettenaroma bestehen.

Der VKI sah darin eine wettbewerbsrechtlich relevante Irreführung. Der OGH bestätigte die Entscheidung der Vorinstanz und beurteilt die konkrete Aufmachung des Getränks als irreführend, weil Limette und Minze bloß in Form von natürlichen Aromen beigesetzt waren.



Abbildung 20: Römerquelle Bio Limo Leicht (Foto: VKI)

3.3.3 Spar Frozen Yogurt

Der VKI hat im Auftrag des BMSGPK die Spar Österreichische Warenhandels-AG (Spar) geklagt. Grund dafür war die irreführende Produktaufmachung des von ihr vertriebenen „Spar Frozen Yogurt“. Auf der Etikettenvorderseite des Milch-Joghurt-Erzeugnisses war eine weiße, Joghurt ähnliche Masse abgebildet. Der Joghurtanteil betrug bei allen Sorten nur 10 %, während Produkte anderer Hersteller einen weit höheren Joghurtanteil aufweisen.

Bereits das Landesgericht (LG) Salzburg hatte das Produkt als irreführend beurteilt. Das OLG Linz bestätigt das Urteil, weil Verbraucher:innen mehr als den vorhandenen 10-prozentigen Joghurtanteil erwarten dürfen. Das Urteil ist rechtskräftig.



Abbildung 21: Spar Frozen Yogurt (Foto: VKI)

Weitere Produkte befinden sich derzeit in Begutachtung, in einem laufenden Verfahren oder sind noch nicht rechtskräftig.

3.4 Meldungen an amtliche Lebensmittelkontrolle

Seit Februar 2020 werden Produkte, bei denen beispielsweise eine mögliche Irreführung der Konsument:innen vermutet wird, an die amtliche Lebensmittelkontrolle gemeldet. Insgesamt 63 Meldungen wurden 2024 an die Behörden in den unterschiedlichen Bundesländern weitergeleitet.

Um einen raschen Ablauf und die Bereitstellung der notwendigen Informationen an die Behörde zu gewährleisten, wurde den Konsument:innen zum Teil die direkte Kontaktaufnahme mit der zuständigen Behörde empfohlen.

Folgende Meldungen wurden an die amtliche Lebensmittelkontrolle übermittelt:

Nr.	Produkt	Problem
1	Rauch Happy Day Cocos Ananas	Enthält nur 0,5 % Kokoswasser, dafür aber Aroma für den Kokosgeschmack
2	Crownfield Müsliriegel Cranberry	Widersprüchliche Angaben zum Cranberry-Gehalt auf Außenkarton und Einzelverpackung
3	Wertvoll Soulfood Bio Käferbohnen	Widersprüchliche Herkunftsdeklaration
4	Aura Natura Fermentura Ginseng Plus	Wird in Tageszeitung mit unzulässigen Health Claims beworben
5	Rauch Happy Day Honigmelone	Enthält nur 5 % Honigmelonensaft
6	Mr Brownie Galactic Brownies	Falsche Kalorienangabe pro Stück Brownie
7	Proteini.si Protein Shake Chocolate	Keine deutsche Kennzeichnung am Produkt vorhanden
8	Spar Rollfondant rot	Als „vegan“ ausgelobt, enthält aber tierische Zutat (Farbstoff Echtes Karmin)
9	F*** THE SUGAR Produkte	Irreführender Markenname, da zuckerreiche Produkte wie Obstsaft und Fruchtmüslis ebenso unter der Marke verkauft werden; unzulässige Verwendung von Nährwert-Claims
10	Dm Bio Waldfrucht Tee - Schwarze Johannisbeere & Heidelbeere	Produktaufmachung verspricht hohen Anteil an Beeren, aber nur 7 % Johannisbeeren und 6 % Heidelbeeren enthalten
11	Campo Verde Hirse	Weißer Schrift auf gelbem Hintergrund bedingt die schlechte Lesbarkeit der Angaben
12	Shiva Salat	Auslobung "aus pestizidfreiem Anbau" wurde mit Permanentmarker durchgestrichen, andere Auslobung könnte Salat aus biologischem Anbau vermuten lassen
13	Billa Erdbeer Roulade	Enthält nur 0,1 % gefriergetrocknete Erdbeeren
14	BILLA immer gut Freiland Eier 10 Stück	Karton von gekennzeichneten Freilandhaltungseiern enthielt Eier aus Bodenhaltung
15	Krenwurz bei Interspar	Fehlende Angaben zu Kilopreis und Nettogewicht am Produkt
16	Golden Sail Brand Jasmin Tea	Widersprüchliche Herkunftsangaben
17	Familia Mindful Flakes n' Clusters	Mogelpackung
18	Spar Natur Pur Bio-Haferbrei Natur	Enthält überraschenderweise 40 % Weizen
19	Iglo Röstgemüse	Mäusekopf in Produkt gefunden

Nr.	Produkt	Problem
20	Rapunzel Kakao & Haselnussmus mit Dattel	Enthält überraschenderweise 48 % Kokosnuss
21	Rio Mare Thunfisch-Pesto Pistazie Zitrone	Enthält nur 20 % Thunfisch und 5 % Pistazien, an 1. Stelle der Zutatenliste steht "grüne Bohnen"
22	Warheads Watermelon Soda Sour	Fehlende Warnhinweise bzgl. der enthaltenen Azofarbstoffe
23	Jell-O Gelatin Dessert	Fehlende Warnhinweise bzgl. der enthaltenen Azofarbstoffe
24	Die Steirische Hagebutte Hagebutten Fruchtaufstrich	"Aus 100 % Hagebutten" aber laut Zutatenliste 40 % Zucker zugesetzt
25	Dorfinger Jumbo Knoblauch	Etikett suggeriert österreichische Herkunft am ersten Blick, der Knoblauch stammt aber aus Spanien
26	Beldessert Lava Cake	Als "glutenfrei" gekennzeichnet, aber Spurenhinweis zu Gluten
27	Falcone Amaretti Pistacchio	Zahlreiche Kennzeichnungsfehler
28	Bisland Lemon Precious	Keine deutschsprachige Kennzeichnung vorhanden
29	Peanut Revolution Creamy	Abweichende Herkunft der primären Zutat (Erdnüsse) nicht gekennzeichnet
30	Da komm ich her! Oberösterreichische Erdbeeren	Füllgewichte liegen deutlich unter den angegebenen Nettofüllgewichten
31	Bipa Calcium Elefanten Nahrungsergänzungsmittel	Falsche Einheit bei Deklaration des Vitamin D-Gehaltes angegeben
32	Chupa Chups Lollipops	Erstickungsgefahr
33	Haferlöwe	Produkt wirbt mit unzulässigen gesundheits- und krankheitsbezogenen Angaben
34	XOXO Sparkling Tropical Fruit Limonade	Auslobung "low calorie" widerspricht dem angegebenen Kaloriengehalt
35	Vemondo Fruit Balls Dattel Espresso Banane	Auslobung "ohne Zusatz- und Konservierungsstoffe", aber Emulgator enthalten
36	Nelatti Limette Brombeere Eis	Auslobung "Brombeere", aber laut Zutatenliste keine Brombeeren enthalten
37	Spar Preisauszeichnung im Getränkeregale	Keine Preise, lediglich Strichcodes am Preisschild angegeben
38	Rauch Schwarztee Zitrone Ingwer	"Ohne Zuckerzusatz" aber 23 % Apfelsaft enthalten; Aufmachung suggeriert generell keinen Zusatz von Apfelsaft.
39	Spar Fruchtsirup Ribisel	Wirbt mit 50 % Fruchtgehalt und Ribiseln, enthält aber nur 26 % Ribiselsaft und zusätzlich Apfelsaftkonzentrat
40	BI Life Flohsamenschalen	Unzulässige Health Claims; Produktaufmachung verspricht zudem andere Zusammensetzung
41	Golden Bridge Protein Müsliriegel Erdbeer-Himbeer	Erdbeeren ausgelobt und abgebildet, aber der Erdbeergehalt ist nicht angegeben
42	Nussyy Bio Nuss-Müsli Ovenbaked + Protein ohne Zuckerzusatz	"Ohne Zuckerzusatz", aber mit Dattelpüree

Nr.	Produkt	Problem
43	Greenland TK-Beerenmischung	Aufmachung suggeriert andere Beeren-Anteile als diese tatsächlich beim Öffnen der Packung vorliegen
44	BioCool TK-Beerenmischung	Aufmachung suggeriert andere Beeren-Anteile als diese tatsächlich beim Öffnen der Packung vorliegen
45	Lambertz Lebkuchen in Vollmilchsokolade	Mogelpackung und verpflichtende Kennzeichnungsbestandteile nicht lesbar
46	Ferrero Kinder Joy	Allergische Reaktion nach Konsum einer Konsumentin, obwohl das Allergen Nuss nicht deklariert ist
47	Kartoffelmehl eines Bauernladens	Kein Mindesthaltbarkeitsdatum angegeben
48	Steirerfleisch Karree	Geburt und Aufzucht des Schweines in Deutschland widerspricht Markennamen "Steirerfleisch"
49	Lieferando Graz	Oft keine Nährwerte und Zutaten bei den teilnehmenden Restaurants ausgewiesen
50	Gewußt wie Bio Heidelbeer Sirup	Produkt wird "mit Bio-Apfeldicksaft gesüßt", aber gleichzeitig mit "ohne Zuckerzusatz" beworben
51	S-Budget Studentenfutter Trail Mix	Produktabbildung zeigt viele Nüsse, aber hauptsächlich Rosinen enthalten
52	Unkuri Pflanzenöl mit Sanddornöl	Enthält 65 % Sonnenblumenöl
53	Billa Erdnusscreme	Mindesthaltbarkeitsdatum schlecht lesbar
54	Billa Karamell Dinkelflakes	Mogelpackung
55	Billa Immer Gut Rote Früchte Porridge	Mogelpackung
56	Suwine Genius Trüffelpchips	Laut Zutatenliste kein Trüffel enthalten
57	Mars Protein Riegel	Proteingehalt des Produktes wird getrennt von der Nährwertdeklaration angegeben
58	Ja! Natürlich Bio Maroni gegart	Genusstauglichkeit möglicherweise nicht gegeben
59	Hohes C Juicy Balance Multi Frucht-saftgetränk	Auslobung zu Immunsystem sollte gemäß HCVO nicht zulässig sein
60	YesVegan Spermidin	Die auf der Vorderseite beworbene Menge Spermidin ("6 mg") ist nicht in einer Kapsel enthalten, sondern in zwei Stück
61	Südobst Gurken Sticks	Kein Senf in Zutatenliste angegeben, aber Senfkörner enthalten
62	Kürbischhof Koller Kürbiskerne Wasabi	Keine Wasabiwurzel enthalten, zusätzlich zahlreiche Kennzeichnungsfehler
63	Rana Kartoffel Gnocchi Classici	Als "freschi" (dt. "frisch") ausgelobt, aber Konservierungsstoff enthalten

Tabelle 4: Meldungen an die amtliche Lebensmittelkontrolle 2024

4. BESUCHSZAHLEN HOMEPAGE

Von Jänner 2024 bis Dezember 2024 wurde die Homepage von www.lebensmittel-check.at 5.604-Mal⁴ aufgerufen. Die Anzahl der diversen Artikel der Website, die im Jahr 2024 besucht wurden, beträgt 142.824.

Die nachfolgende Grafik gibt die Besuchszahlen pro Monat wieder (inklusive Mehrfachaufrufe):

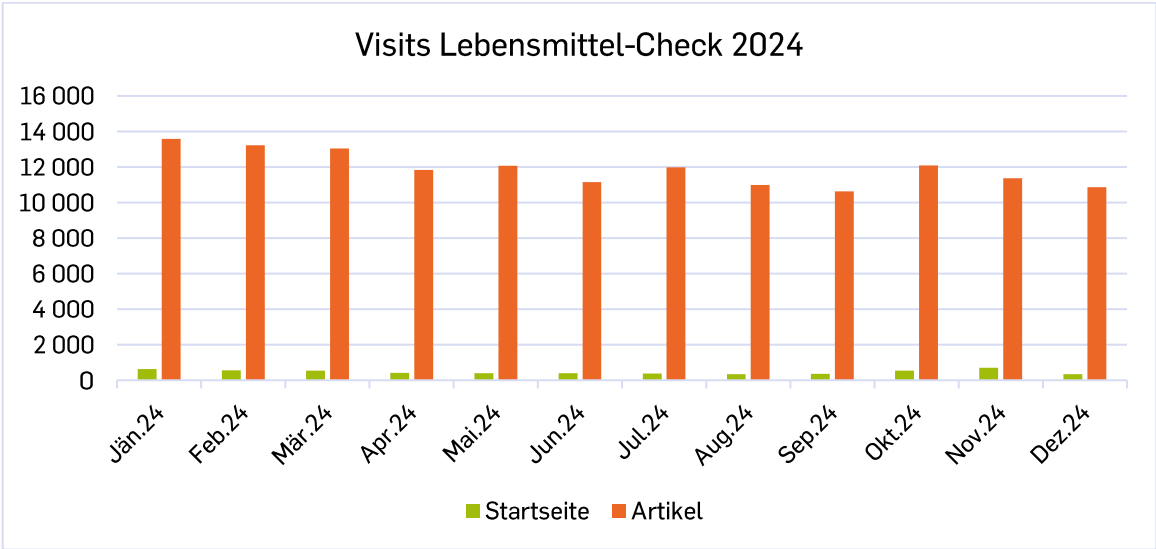


Abbildung 22: Besucher auf www.lebensmittel-check.at von Jänner bis Dezember 2024

Die Startseite des Lebensmittel-Checks wurden im November 2024 am häufigsten aufgerufen. Der Grund dafür könnte die damals laufende KONSUM-Enten-Umfrage gewesen sein. Einzelne LMC-Artikel wurden im Jänner, Februar und März am häufigsten gelesen.

Tabelle 5 gibt einen Überblick über die monatlichen Aufrufe der Startseite sowie der Artikel und nennt die Gesamtsumme der Besuche von Jänner bis Dezember 2024 (inklusive Mehrfachaufrufe).

Monat	Startseite	Artikel
Jänner 2024	632	13 578
Februar 2024	560	13 225
März 2024	548	13 049
April 2024	414	11 844
Mai 2024	388	12 073
Juni 2024	389	11 144
Juli 2024	387	11 978

⁴ Anmerkung zur Zählweise: Die Webstatistiken werden mithilfe des Tools Matomo Analytics erstellt. Die Zahlen für diesen Bericht werden durch folgende Analyseparameter ausgewertet: Seiten-URL | „Startet mit“ | <https://konsument.at/lebensmittel-check>.

Monat	Startseite	Artikel
August 2024	336	10 993
September 2024	361	10 628
Oktober 2024	541	12 079
November 2024	698	11 373
Dezember 2024	350	10 860
SUMME	5 604	142 824

Tabelle 5: Webseitenbesuche Jänner bis Dezember 2024

4.1 Visits nach Einstiegsquelle

Nachfolgend ist aufgelistet, woher die Besucher:innen unserer Website www.konsument.at kommen:

- Direkt: 82 %
- Suchmaschinen: 14 %
- Websites: 2 %
- Soziale Netzwerke: 1 %
- Sonstige Kanäle: 1 %

4.2 Meist aufgerufene Lebensmittel-Checks

Nachfolgend sind jene Artikel aufgelistet, die zwischen Jänner und Dezember 2024 am häufigsten besucht wurden. Besonders großes Interesse wurde dem Artikel zu den fehlenden Zutatenlisten im Lidl Backshop entgegengebracht, obwohl der Artikel aus 2022 stammt. Unter den Top 10 der am häufigsten aufgerufenen Lebensmittel-Checks sind zwei Checks aus dem Jahr 2024: [Takis Fuego Knabbergebäck](#) und [Pringles Chips](#).

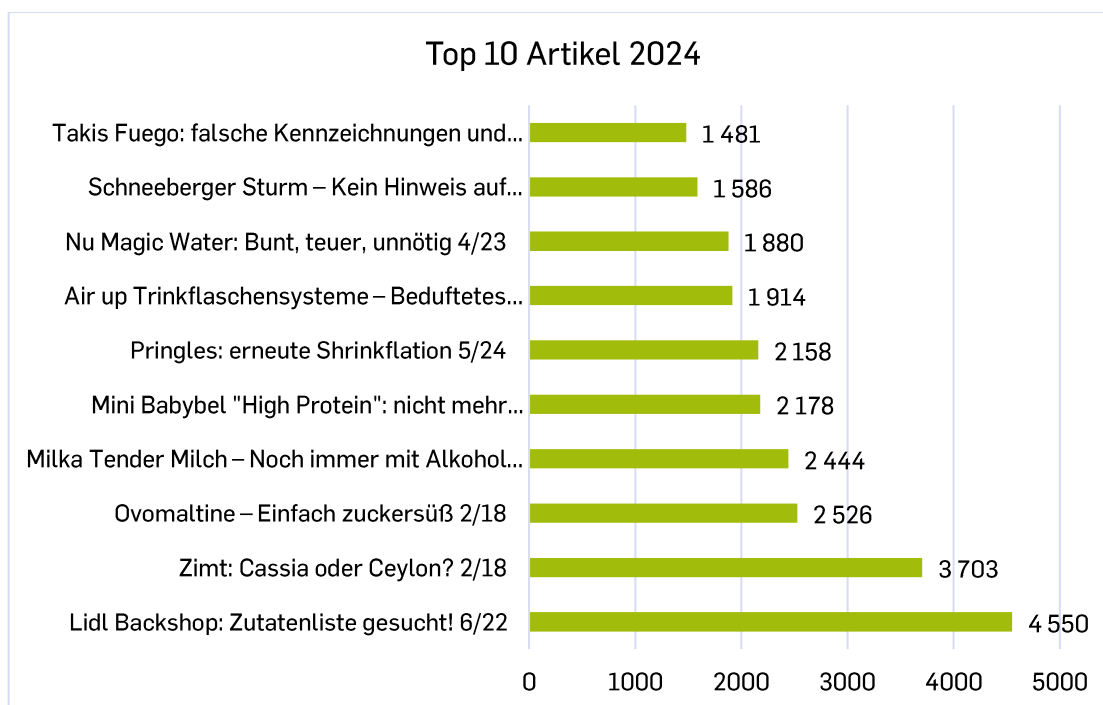


Abbildung 23: Top 10 Artikel 2024 (inkl. Veröffentlichungsmonat + -jahr)

5. SOZIALE MEDIEN

5.1 Facebook

42.086 Personen haben unsere Seite mit „Gefällt mir“ markiert (Stand: 02.01.2025).

Im vergangenen Jahr haben noch mehr Personen unsere Seite abonniert: Mit 02.01.2025 waren es 43.053 Personen (Stand 15.01.2024: 42.756). Wir bekommen Produktmeldungen auch direkt auf unsere Facebook-Seite oder aber über die KONSUMENT-Facebook-Seite zugesandt. Siehe auch facebook.com/lebensmittelcheck.at.

Durch die Interaktion mit den User:innen erhalten wir wertvolles Feedback, beispielsweise welche Inhalte am meisten aufregen oder welche Themen aktuell stark diskutiert werden. Facebook ist für uns nach wie vor ein wichtiges Tool, um Stimmungsbilder zu diversen Themen zu erhalten.

Mit den verschiedenen Aktionen wie Gewinnspielen oder Umfragen konnte auch in diesem Jahr verstärkt mit den User:innen in Kontakt getreten werden.

58 % der Nutzer:innen der Lebensmittel-Check Facebook-Seite sind zwischen 25 und 44 Jahren alt. Der Großteil unserer Follower:innen (rund 81 %) ist nach wie vor weiblich.

In der Nutzer:innenstruktur hat sich in den letzten Jahren wenig verändert. Frauen und Männer zwischen 35 und 44 Jahren machen weiterhin unsere größte Gruppe an Follower:innen aus. Danach folgt die Altersgruppe 25 bis 34 Jahre und danach die Altersgruppe 45 bis 54 Jahre.

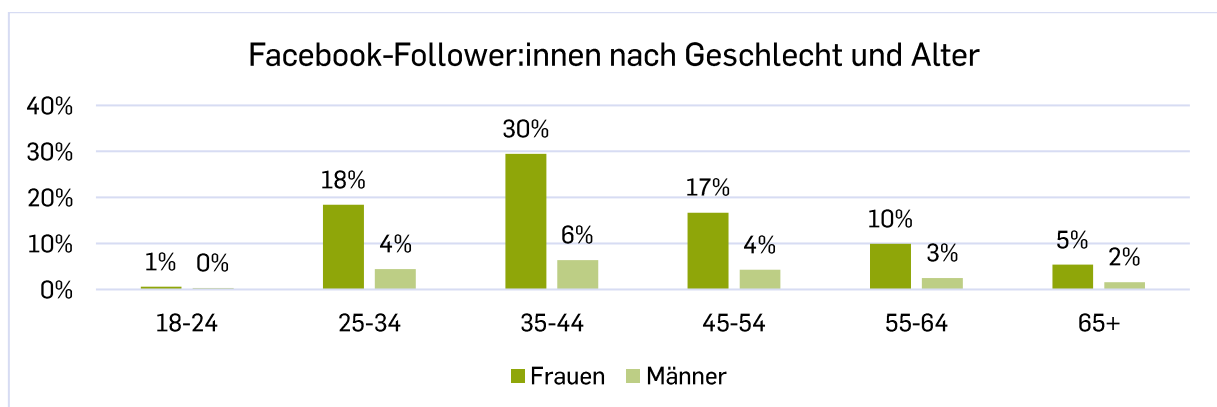


Abbildung 24: Facebook-Follower:innen 2024 nach Alter und Geschlecht

Auf der Facebook Seite werden mind. fünf Meldungen pro Woche veröffentlicht, wobei immer zwei Lebensmittel-Checks dabei sind. Der Rest verteilt sich auf Produktwarnungen (Rückrufe der AGES), Tipps bzw. FAQ zu Lebensmittel und Ernährung, Umfragen, Blog-Beiträge, Videos, TV-Beiträge, Interviews sowie tagesaktuelle Meldungen.

5.1.1 Beliebte Tipps auf Facebook

5.1.1.1 Indianerbanane – Verzehr nicht empfohlen

Mit unserer Warnung vor dem Verzehr der [Indianerbanane](#) haben wir über 27.000 User:innen erreicht.



Abbildung 25: Facebook-Tipp: Indianerbanane – Verzehr nicht empfohlen

5.1.1.2 Reis – Aus Österreich?

[Reis](#) wird bereits in Österreich angebaut. Auch bei diesem Info-Posting wurden über 27.000 User:innen auf Facebook erreicht.


Lebensmittel-Check
 Gepostet von Teresa Bauer
 · 15. August · 🌐

🚩 **Wo wird Reis bei uns angebaut?**
 In Österreich wird Reis unter anderem in Niederösterreich (Gerasdorf, Marchfeld), im Burgenland (Seewinkel) und in der südlichen Steiermark angebaut.

🚩 **Warum wird der Reis in Österreich im Trockenanbau kultiviert?**
 Rund 80 % des weltweiten Reisanbaus geschieht im Nassreisanbau. Die permanente Flutung der Felder kann Unkraut eindämmen, gleichzeitig entweichen aber große Mengen an klimaschädlichem Methangas. Zudem nehmen die Reisswurzeln Schwermetalle wie Arsen stärker auf. Der Nassreisanbau ist auf Böden angewiesen, die das Wasser dauerhaft halten können. Diese Voraussetzung ist in Österreich nicht gegeben.

👉 Der Trockenreisanbau (mit Bewässerung nach Bedarf) ist somit hierzulande die einzige Möglichkeit, Reis anzubauen.

🚩 **Warum ist Reis aus Österreich teurer als Importreis?**
 Beim Bio-Trockenanbau muss "Unkraut" händisch entfernt werden, gleichzeitig sind die Erträge weitaus geringer als im Nassanbau. Auch bei der Verarbeitung und beim Verpacken ist meist manuelle Arbeit notwendig. Arbeiter:innen erhalten in Österreich zudem eine bessere Entlohnung als z.B. in asiatischen Ländern.



Reis
Aus Österreich?



[Insights und Anzeigen ansehen](#)
[Beitrag bewerben](#)

 117
 26 Kommentare
11 Mal geteilt

Abbildung 26: Facebook-Tipp: Reis – Aus Österreich?

5.1.1.3 Kornelkirsche – heimisches Superfood

Mit unserem Facebook-Beitrag zur [Kornelkirsche](#) (Dirndl) konnten wir über 40.000 User:innen erreichen.



Abbildung 27: Facebook-Tipp: Kornelkirsche – Heimisches Superfood

5.1.2 Beliebteste Lebensmittel-Checks auf Facebook

Unten angeführt finden sich die beliebtesten Lebensmittel-Checks und Re-Checks auf Facebook, die im Jahr 2024 veröffentlicht wurden.

Die Reichweite beschreibt wie viele Personen diesen Beitrag mindestens einmal gesehen haben.

Nr.	Produkt	Problem	Reichweite
1	Manner Mozart Mignon (Re-Check)	Verpackung wurde nach VKI-Klage verkleinert	126.076
2	Kinder Schoko Bons (Re-Check)	Das Produkt enthält kein Schellack mehr (tierischer Zusatzstoff)	109.377
3	Billa Bio Dinkel Linzerstangerl	Auslobung "Mehl, Eier, Butter & Zucker aus Österreich?" lässt Fragen aufkommen, woher die Zutaten tatsächlich stammen	82.416
4	Bresso Wildkräuter	Rosmarin, Thymian und Schnittlauch gelten nicht unbedingt als Wildkräuter	51.098
5	Alesto Walnüsse in der Schale	Erntejahr 2021 laut Deklaration, 2024 weiterhin verkauft	50.050
6	Billa Erdnusscreme	Mindesthaltbarkeitsdatum schlecht lesbar	31.738
7	Mr. Brownie Galactic Brownies (Re-Check)	Kalorienangabe pro Stück nun korrekt	26.318
8	Vanini Mostarda Purée Feigensauce	Shrinkflation: Von 200 ml auf 150 ml reduziert	20.477
9	Hohes C Juicy Balance Multi Fruchtsaftgetränk	Schwer erkennbar, dass der Fruchtsaft mit 44 % Wasser aufgespritzt ist	18.149
10	Hofer Preisauszeichnung Fleisch	Unübersichtliche und verwirrende Preisauszeichnung mit Beispielgewichten	18.096

Tabelle 6: Beliebteste Lebensmittel-Checks auf Facebook mit Reichweite

5.1.3 Thema „Obst des Monats“

Einmal monatlich wurde auf Facebook ein Beitrag zum „Obst des Monats“ veröffentlicht. Dabei wurden jene Sorten ausgewählt, die zu diesem Zeitpunkt gerade Saison hatten und aus österreichischem Anbau im Handel erhältlich waren. Viele Obst- und Gemüsesorten sind ganzjährig verfügbar, werden in Übergangszeiten aber auch importiert oder mit hohem Energieaufwand in Glashäusern produziert. Diese Postingreihe soll u. a. Bewusstsein schaffen, welche Obstsorten auch in der kalten Jahreszeit eine gute Wahl sind und motivieren, auch beim Obst abwechslungsreich zu essen und verschiedenste Sorten auszuprobieren.



Abbildung 28: Facebook-Postingreihe: Obst des Monats – Stachelbeeren

5.1.4 Gewinnspiel

Auch in diesem Jahr haben wir ein Gewinnspiel auf Facebook veranstaltet. Um zu gewinnen, mussten die Teilnehmer:innen die Kalorien eines klassischen Weihnachtsmarkt-Menüs schätzen.

VKI

Lebensmittel-Check
 Gepostet von Swat.io
 · 30. November um 11:00 ·

Unser Kanal feiert sein 10-jähriges Jubiläum und Weihnachten rückt auch immer näher – gleich zwei gute Gründe zum Feiern! 🎉🎄

Wir haben uns deshalb für euch ein tolles Gewinnspiel überlegt. 🍷 Insgesamt 3 glückliche Gewinner:innen dürfen sich über ein 3-Monats-Onlineabo von KONSUMENT und weitere Geschenke wie zum Beispiel einen Brotbeutel freuen. 🍷

So nimmst du teil:

Auf dem Bild siehst du ein „Weihnachtsmarktmenu“. Was schätzt du: Wie viele Kalorien haben 3 kleine Kartoffelpuffer mit Joghurtsauce, 1 Tasse Punsch und 6 Vanillekipferl insgesamt? Schreibe uns deine Antwort in die Kommentare und schon nimmst du am Gewinnspiel teil! Jene Teilnehmer:innen, die mit ihrer Schätzung dem tatsächlichen Kaloriengehalt am nächsten liegen, gewinnen. Sollten dies mehr als 3 Personen sein, dann wird per Zufall ausgewählt. Wir wünschen allen viel Glück. 🍀🍷

Teilnahmebedingungen:

Das Gewinnspiel läuft vom 30. November bis zum 31. Dezember 2024. Teilnahme ist kostenlos. Teilnahmeberechtigt sind alle österreichischen Bürger:innen ab 18 Jahren. Die Teilnahme ist an die Teilnahmebedingungen gebunden. Die Teilnahme ist an die Teilnahmebedingungen gebunden. Die Teilnahme ist an die Teilnahmebedingungen gebunden.

Unsere Datenschutzerklärung findest du hier: <https://www.facebook.com/notes/334817974285688/>

●

GEWINNSPIEL

●

Den Lebensmittel-Check auf Facebook gibt es bereits seit 10 Jahren!

Insights und Anzeigen ansehen

Beitrag bewerben

Abbildung 29: Facebook-Gewinnspiel

5.2 TikTok

Ausgewählte Lebensmittel-Checks werden auch im [TikTok](#)-Kanal des Vereins für Konsumenteninformation vorgestellt.

Durch diese Kurzvideos können wir noch mehr Aufmerksamkeit für unsere Themen erlangen, Konsument:innen informieren und weitere Produktmeldungen erhalten. Besonders bei jüngeren Altersgruppen ist diese Plattform sehr beliebt.

Als „View“ wird die Ansicht eines Videos gewertet. Mehrfachansichten werden als einzelne „Views“ gezählt. Die hohe Anzahl der „Views“ in der untenstehenden Tabelle verdeutlichen, dass die Inhalte des Lebensmittel-Checks bei den TikTok-User:innen sehr gut ankommen.

Nr.	Produkt	Problem	Reichweite
1	Pringles Original	Shrinkflation: Innerhalb 1,5 Jahren von 200 g auf 185 g und schlussendlich auf 165 g reduziert	199.700
2	Manner Mozart Mignon (Re-Check)	Verpackung wurde nach VKI-Klage verkleinert	62.300
3	Takis Fuego	Kennzeichnungsfehler und kein Warnhinweis bzgl. Azofarbstoffe	58.000
4	Efko Krautsalat mit Speck	Shrinkflation: Von 400 g auf 350 g reduziert und Skimpflation: Räucherspeck von 3 auf 2 % reduziert	43.400
5	Twix	Shrinkflation: Von 4*2 Stück auf 3*2 Stück reduziert	30.900
6	Fuchs Tonkabohnen	Mogelpackung	19.100
7	Kotanyi Grill Gemüse	Mogelpackung	12.800
8	Kinder Schoko Bons (Re-Check)	Das Produkt enthält kein Schellack mehr (tierischer Zusatzstoff)	11.900
9	Spar Rollfondant rot	Als vegan gekennzeichnet, enthält aber tierischen Farbstoff (Echtes Karmin)	11.600
10	Recheis Fadennudeln glutenfrei (Re-Check)	Verpackung verkleinert	5.500

Tabelle 7: Beliebteste Lebensmittel-Checks auf TikTok

5.3 YouTube

2024 haben wir einige Videos auf [YouTube](#) veröffentlicht, die Lebensmittel-Themen behandeln und auch für die User:innen des Lebensmittel-Checks interessant sind.

Zum Beispiel haben wir ein [Video](#) veröffentlicht, das ein Rezept für veganen Mozzarella vorstellt und auch die Zubereitung dafür wiedergibt.



Abbildung 30: YouTube-Video – Rezept für veganen Mozzarella

5.4 Umfragen

Die Umfragen, welche wir regelmäßig auf Facebook oder in unseren Newslettern veröffentlichen, liefern uns wertvolle Informationen für unsere zukünftige Arbeit. Wir erhalten Informationen, was Konsument:innen aufregt, wo es Schwachstellen in der Kennzeichnung gibt bzw. was Konsument:innen über diverse Themen wissen. Die gewonnenen Informationen verwenden wir für Vorträge, Postings auf der Facebook-Seite des Lebensmittel-Checks und Heft-Beiträge.

Auf den folgenden Seiten werden Beispiele für 2024 durchgeführte Facebook-Umfragen gezeigt.

5.4.1 Umfrage Frozen Yogurt

Für die geplante Klage des Spar Frozen Yogurt (Kapitel 0) wurde im Vorfeld eine kleine Umfrage auf Facebook durchgeführt. Dabei wurde die Erwartungshaltung und gesundheitliche Einschätzung von einem als „Frozen Yogurt Natur“ (ohne Topping) genannten Produktes abgefragt. An der Umfrage beteiligten sich 170 Personen.

Bei den Ergebnissen zeigte sich, dass ein solches Produkt von der Mehrheit der Teilnehmer:innen (54,1 %) gesünder als Speiseeis eingestuft wird.

Der Großteil der Teilnehmer:innen erwartet zudem, dass Joghurt die Hauptzutat eines „Frozen Yogurts“ ist (63,5 %).

74,4 % der Teilnehmer:innen gehen davon aus, dass „Frozen Yogurt“ zumindest über 15 % Joghurt enthält (siehe Abbildung 34).

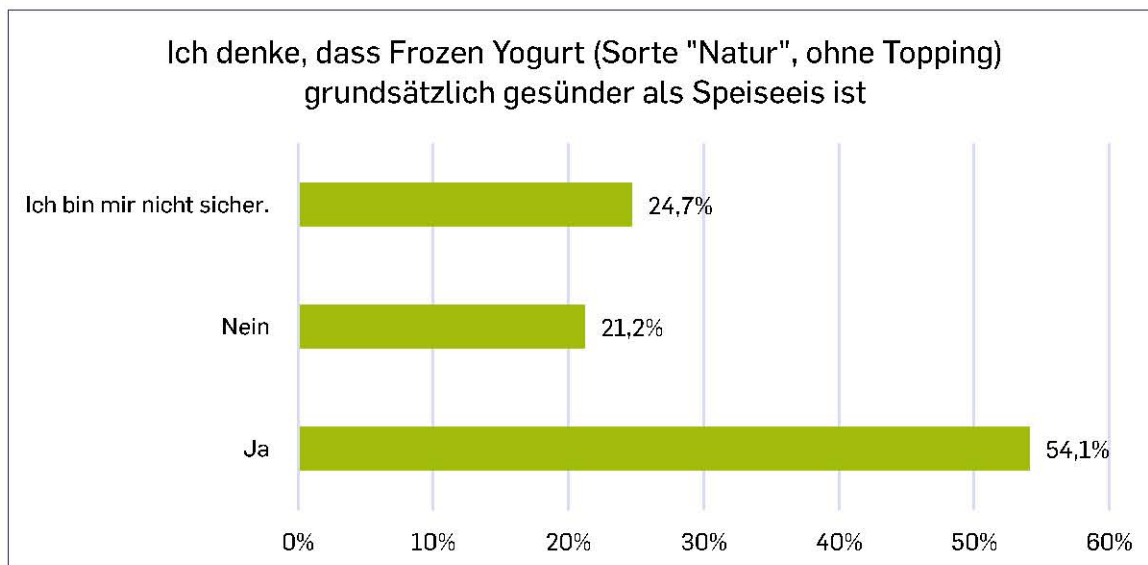


Abbildung 31: Umfrage Frozen Yogurt – Ist es gesünder als Speiseeis?



Abbildung 32: Umfrage Frozen Yogurt – Vermutungen, warum Frozen Yogurt gesünder als Speiseeis ist

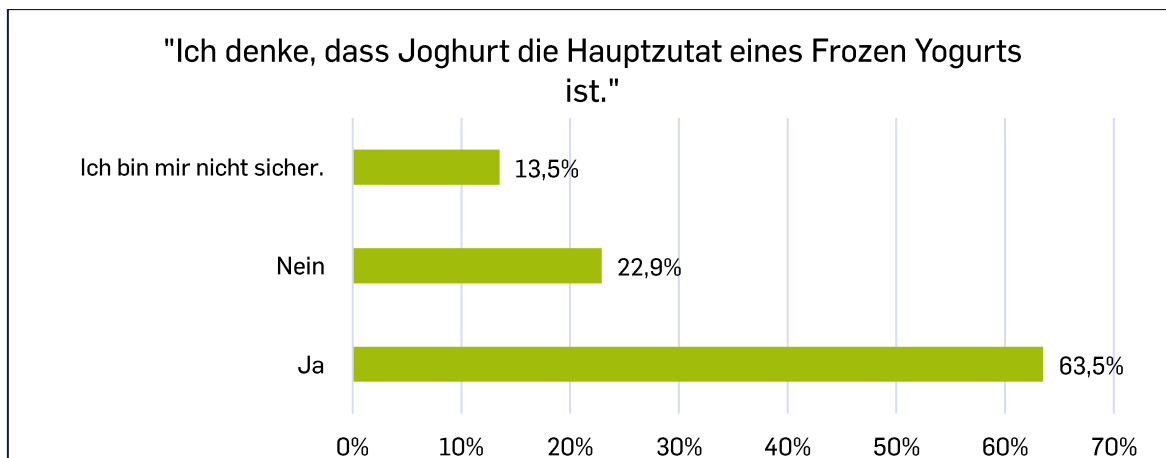


Abbildung 33: Umfrage Frozen Yogurt – Ist Joghurt die Hauptzutat eines Frozen Yogurts?

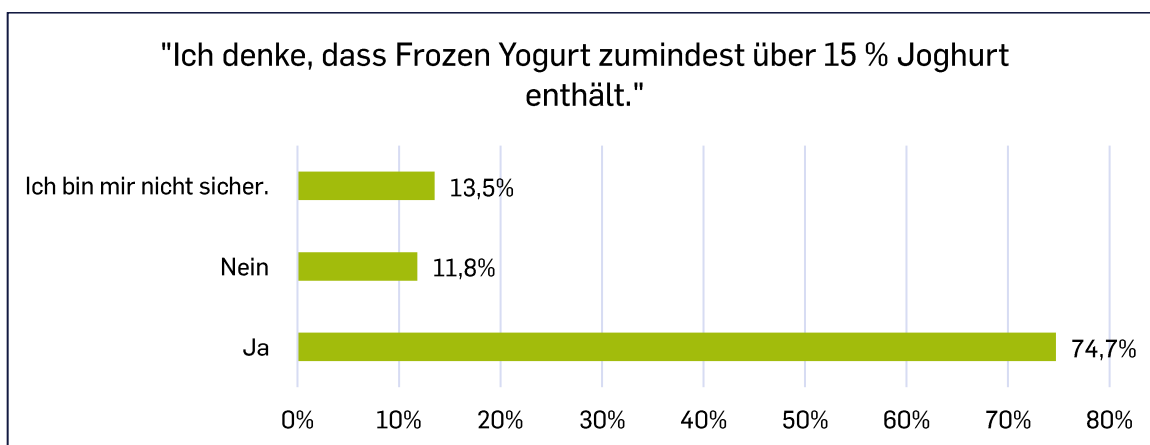


Abbildung 34: Umfrage Frozen Yogurt – Vermuteter Joghurtanteil über 15 %

5.4.2 Umfrage Tiefkühlobst

Für einen Test wurde der Verzehr von Tiefkühlobst abgefragt (n = 105).

Tiefgekühlte Himbeeren (70 %) und tiefgekühlte Beerenmischungen mit unterschiedlichen Beerensorten (64 %) werden dabei am häufigsten von den Teilnehmer:innen gekauft.

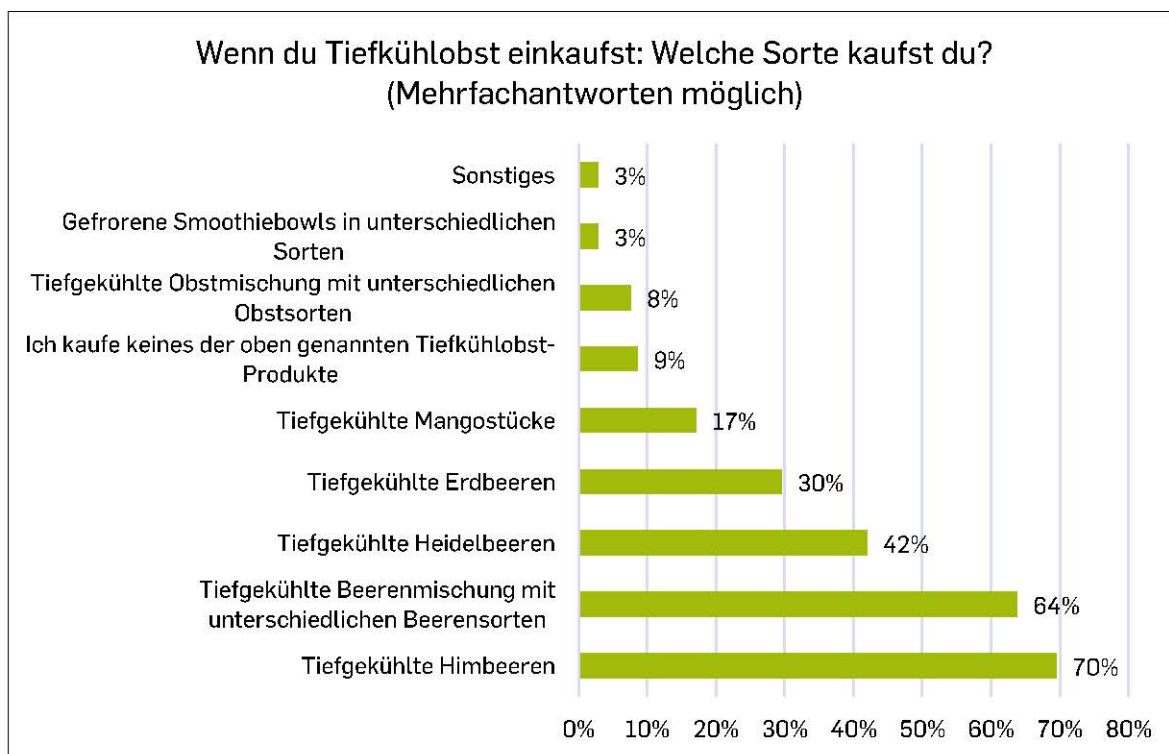


Abbildung 35: Umfrage Tiefkühlobst – Welche Sorten werden gekauft?

69 % der Teilnehmer:innen denken, dass Tiefkühlobst gesund ist. 23 % der Teilnehmer:innen sind sich in diesem Punkt nicht sicher.



Abbildung 36: Umfrage Tiefkühlobst – Ist Tiefkühlobst gesund?

Unerhitzte oder unzureichend erhitzte Tiefkühlbeeren können eine Gefahr für die Gesundheit darstellen, wenn sie mit Noro- oder Hepatitis A-Viren kontaminiert sind. 28 % der Teilnehmer:innen verzehren Tiefkühlbeeren primär tiefgekühlt bzw. aufgetaut, ohne Erhitzung. Ebenfalls 28 % der Teilnehmer:innen verzehren Tiefkühlbeeren vorrangig in erhitztem Zustand. Auf die potentiellen Gefahren bei unerhitztem Verzehr wurde auch im [Test Tiefkühlbeeren](#) hingewiesen.

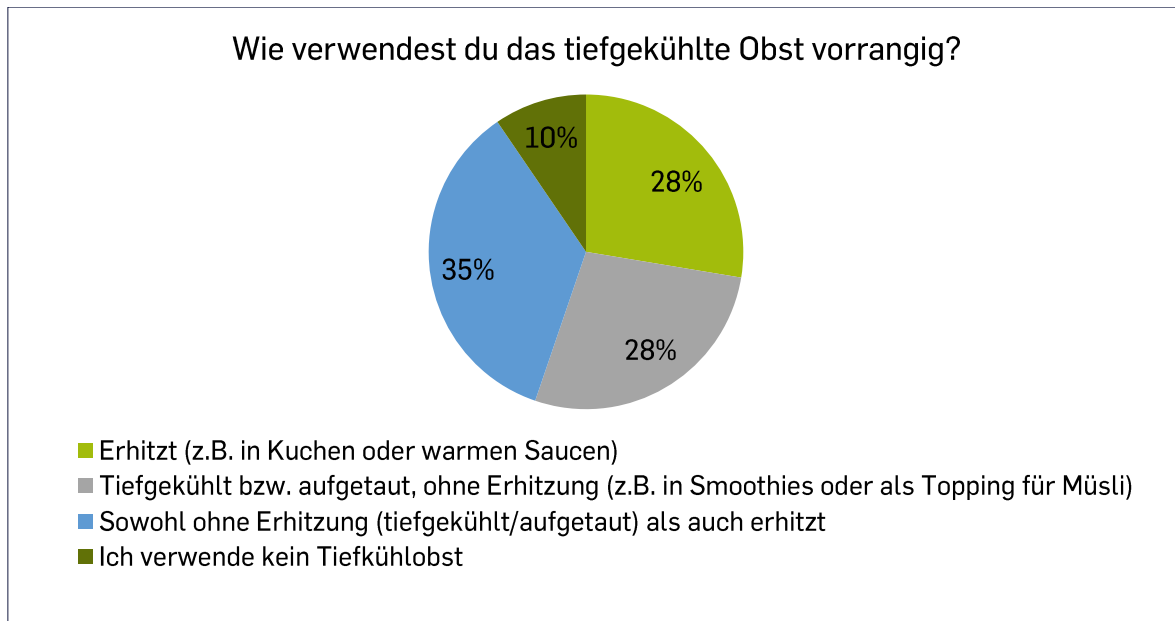


Abbildung 37: Umfrage Tiefkühlobst – Vorrangige Zubereitungs- und Verzehrsweisen

5.4.3 Umfrage Laborfleisch

In den Medien wurde 2024 regelmäßig von „Laborfleisch“ berichtet. In einer Mini-Umfrage haben wir die Einstellung der Facebook-User:innen zu diesen neuartigen Fleischprodukten erhoben. Von den 112 gültigen Stimmen gaben rund 81 % an, dass sie Laborfleisch ablehnen. Rund 19 % der Teilnehmer:innen würden Laborfleisch durchaus probieren.



Abbildung 38: Umfrage Laborfleisch – Ablehnung oder Probierwunsch?

5.4.4 Umfrage Müsli

Für einen Test wurde der Kauf und Verzehr von Knuspermüsli und Müsli-Mischungen abgefragt (n = 81). Spannend sind dabei vor allem die Ergebnisse, nach welchen Kriterien Knuspermüslis oder Müslimischungen ausgewählt werden. Als wichtigstes Kaufkriterium wurde die Zutatenliste am häufigsten genannt (53 %). Nahezu gleich oft wurden als Kaufargumente der Preis pro Kilogramm (37 %), Auslobungen zu einem verringerten Zuckergehalt (36 %) und die Nährwerte in der Nährwerttabelle (36 %) genannt.

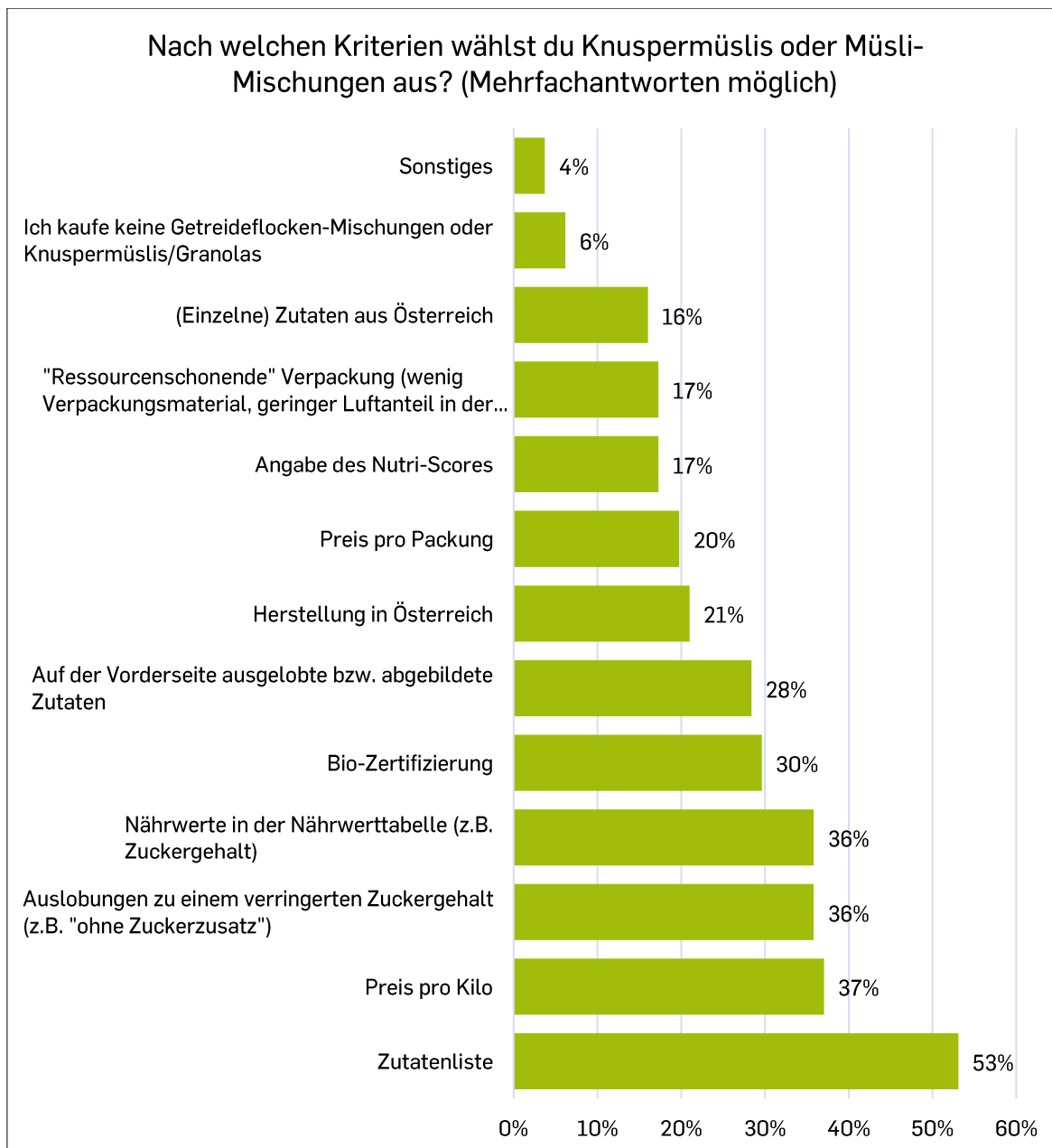


Abbildung 39: Umfrage Müsli – Kriterien beim Müsli-Kauf

5.5 Newsletter

Erscheinungsdatum unseres monatlichen Newsletters ist der zweite Mittwoch im Monat. Der Newsletter widmet sich jeden Monat einem bestimmten Thema und gibt dazu Tipps und Informationen. Auch der Lebensmittel-Check des Monats und ein auf TikTok präsentierter Lebensmittel-Check werden in jedem Newsletter vorgestellt. Aktuelle Tests und Reports zu Lebensmittel- und Ernährungsthemen finden sich ebenso im Newsletter wie Lebensmittel-News.

Bis Mitte Dezember 2024 haben sich 1.723 Personen für den Newsletter registriert, das sind etwas mehr Empfänger:innen als im Vorjahr. Der Durchschnitt der Öffnungsraten⁵ unseres Newsletters liegt bei rund 40 %, was als sehr gut zu bewerten ist. Eine hohe allgemeine Öffnungsrate spricht für ansprechende Betreffzeilen sowie relevante Inhalte. Als Öffnungsrate wird im E-Mail-Marketing das prozentuale Verhältnis zwischen Anzahl der Öffnungen und Anzahl der zugestellten Emails bei einem Versand bezeichnet.

- Zu den beliebtesten Tipps zählten:
 - Käserinde – Immer essbar?
 - Haltbarkeit von Tiefgekühltem
 - Bitterstoffe bei Kürbis und Zucchini
 - Video: Frische Eier erkennen
 - Fußball-EM-Snacks im Nährwert-Check
 - Ingwershots – Scharfe Sache
 - Teures Gemüse: Wie gesunde Ernährung trotz hoher Preise gelingt
 - Alte Äpfel? - Erntezeitpunkt keine Pflichtangabe
 - Erntezeit – Vergiftungen vermeiden

Zu den beliebtesten Lebensmittel-Checks gehörten Schärdinger Bergbauern Joghurt Heidelbeere (enthält fast ebenso viele Johannisbeeren wie Heidelbeeren), Billa Bio Dinkel Linzerstangerl (Herkunftsangabe einzelner Zutaten verwirrt), Rauch Happy Day Honigmelone (enthält nur 5 % Honigmelonensaft) sowie Biogena Moments Beauty Bites (die Süßigkeit wirbt mit Schönheit für Haut, Haare und Nägel).

⁵ <https://www.inxmail.de/files/files/de/downloads/Inxmail-Studie-E-Mail-Marketing-Benchmark-2017-DE.pdf>

LEBENSMITTEL-CHECK

Enthält vor allem Apfel

Rauch Happy Day Honigmelone

"Rauch Happy Day Honigmelone" sieht nach Honigmelonensaft aus, schmeckt und riecht auch so – doch wie ist das bei einem Gehalt von nur fünf Prozent Honigmelone möglich?


Lesen Sie mehr

THEMA: KNOLLEN- & WURZELGEMÜSE

REPORT

Topinambur

Die unterirdisch wachsende heimische Knolle ist verwandt mit der Sonnenblume und wird zwischen Oktober und März geerntet. Was sollte man beim Anbau berücksichtigen und worauf muss man bei der Lagerung achten?



FACEBOOK

Knollensellerie

Die Knolle ist ein günstiges und nährstoffreiches Wintergemüse. Für den typischen Geruch und Geschmack sind die ätherischen Öle verantwortlich. Im Gemüsefach sind die ganzen Knollen etwa 2 Wochen haltbar.




Abbildung 40: Newsletter-Ausschnitt 11/2024

5.6 Best of Lebensmittel-Check: „KONSUM-Ente 2024“

In diesem Jahr haben wir erneut ein Resümee über die ärgerlichsten Lebensmittelprodukte des Jahres 2024 gezogen. Welches Lebensmittel hat besonders verärgert? Um diese Frage zu beantworten haben wir über fünf Produkte abstimmen lassen, die von Ende September 2023 bis Ende September 2024 auf www.lebensmittel-check.at veröffentlicht wurden.

Für die Auswahl der Kandidaten wurde die Beliebtheit der jeweiligen Lebensmittel-Checks (via Reichweite auf Facebook und TikTok) herangezogen. Weiters wurde das jeweilige Irreführungspotential abgeglichen und geprüft, ob die Produkte noch im Handel erhältlich sind und ob sie sich geändert haben.

7.879 Personen haben sich an der Abstimmung beteiligt. Die Ergebnisse werden Ende Jänner 2025 im Testmagazin KONSUMENT veröffentlicht und von Pressearbeit begleitet.

Als „Sieger“ der diesjährigen KONSUM-Ente setzte sich die [„Grill Gemüse“-Gewürzmischung](#) der Marke Kotányi durch. Rund 47 % der Teilnehmer:innen stimmten für dieses Produkt. Das Gewürz ist in einer blickdichten Dose verpackt. Diese Dose ist wiederum nur zu rund einem Drittel mit der Gewürzmischung gefüllt und geht bei Konsument:innen somit als klassische „Mogelpackung“ durch. Schon 2016 berichteten wir über diese „Luftpackung“, durch erneute

Zuschriften von Konsument:innen wurde 2024 ein neuerlicher Check zu diesem Produkt veröffentlicht.

Durch die Wahl zur „KONSUM-Ente 2024“, die von Medienarbeit begleitet wurde, konnte auch in diesem Jahr der Bekanntheitsgrad des Lebensmittel-Checks weiter gesteigert werden.



Abbildung 41: Die fünf Kandidaten der KONSUM-Ente 2024 (Foto: VKI)

Nr.	Produkt	Problem	Reichweite
1	Rio Mare Thunfisch-Pesto mit Pistazien und Zitrone	Das Pesto enthält nur 20 % Thunfisch und 5 % Pistazien, dafür aber rund 37 % grüne Bohnen.	Link
2	Kotányi Grill Gemüse Gewürzmischung	Die blickdichte Dose ist nur zu rund einem Drittel mit der Gewürzmischung gefüllt.	Link
3	Rauch Happy Day Cocos Ananas	Das Getränk enthält nur 0,5 % Kokosnusswasser. Für den deutlich wahrnehmbaren Kokosgeschmack wird mit Aroma nachgeholfen.	Link
4	Hohes C Juicy Balance Multi Fruchtsaftgetränk	Die Aufmachung des Produktes lässt einen höheren Fruchtanteil erwarten. Der Fruchtgehalt beträgt jedoch nur 56 %. Der niedrigere Zuckergehalt wird durch die Zugabe von Wasser (rund 44 %) erreicht.	Link
5	Lindt Maître Chocolatier Schokotafeln	Die Schokotafeln der Produktlinie „Lindt Maître Chocolatier“ wurden von 110 g auf 100 g Füllmenge reduziert. Sie kosten allerdings gleich viel wie zuvor – eine Preissteigerung von 10 %.	Link

Tabelle 8: Die fünf Kandidaten der KONSUM-Ente 2024 mit jeweiliger Problembeschreibung

5.7 Blog

Der VKI-Blog findet sich unter www.blog.vki.at. Viele Kolleg:innen schreiben im VKI-Blog über diverse Themen. Der Lebensmittel-Check findet regelmäßig Erwähnung bei den unterschiedlichsten Beiträgen in der Kategorie „Prost, Mahlzeit!“.

Besonders beliebt war 2024 beispielsweise der Blogbeitrag „[Süß, nussig, unwiderstehlich? Pistazien-Croissants im Trendcheck](#)“. In diesem Blogbeitrag wurde der aktuelle Trend rund um Pistazien und Pistazien-Croissants näher beleuchtet. Beispielsweise fanden sich in diesem Blogbeitrag Verlinkungen zu thematisch passenden Lebensmittel-Checks, eine Nährwerteinschätzung der Pistazien-Croissants und Ideen, wie man ein solches Croissant selbst herstellen kann.



Abbildung 42: Blogbeitrag "Pistazien-Croissants im Trendcheck"

5.8 Vorträge

Auch in diesem Jahr wurde der Lebensmittel-Check im Rahmen von Vorträgen vorgestellt und beworben:

- qualityaustria Lebensmittelforum, Tagung Lebensmittelrecht.up2date am 23.10.2024
- ÖGE-Jahrestagung 2024 am 12.11.2024
- Codex-Plenum am 25.11.2024