

„Österreichische Pfirsiche“ kamen aus Ägypten: Spar verurteilt

Der Lebensmittelkette wurde die irreführende Werbung mit Herkunftsbezeichnungen in Bezug auf Pfirsiche und Paprika untersagt. Das Urteil ist nicht rechtskräftig.



Der Verein für Konsumenteninformation hatte in seiner Klage beantragt, dass derartige Methoden generell für Obst und Gemüse zu untersagen seien.

Foto: KEYSTONE

Salzburg - Die Handelskette Spar ist vom Landesgericht Salzburg verurteilt worden, weil sie ägyptische Pfirsiche als „Erntefrisch aus Österreich“ und Paprika aus Spanien als „Ein Produkt aus Österreich“ angeboten hat. Spar wurde die irreführende Werbung mit Herkunftsbezeichnungen in Bezug auf Pfirsiche und Paprika untersagt. Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) hatte in seiner Klage auch beantragt, dass derartige Methoden generell für Obst und Gemüse zu untersagen seien. Das war dem Gericht aber zu weitgehend. Das Urteil ist nicht rechtskräftig.

„Erntefrisch aus Österreich“

Das Unternehmen hatte im April 2011 in einem Werbeprospekt Pfirsiche mit einem rot-weiß-roten Banner und der Aufschrift: „Saisonstart: Erntefrisch aus Österreich!“ beworben. In einer nahezu unlesbaren Schrift mit ca. einem Millimeter Größe stand: „aus Ägypten Klasse 1“. Und im November 2011 wurden in einem burgenländischen Supermarkt grüne Paprika mit dem Werbeslogan „Ein Produkt aus Österreich“ angeboten; auf der Packung war „Herkunft Spanien“ zu lesen. Auch diese Herkunftsbezeichnung trat aufgrund der geringen Schriftgröße vollkommen in den Hintergrund.

Der VKI klagte Spar auf Unterlassung der irreführenden Werbung mit Herkunftsangaben. Im Verfahren argumentierte das Handelsunternehmen, dass einem „verständigen Verbraucher“ klar sein müsse, dass es im April keine einheimischen Pfirsiche geben könne. Und das rot-weiß-rote Banner sei nur durch einen Fehler bei der Drucklegung an dieser Stelle stehen geblieben. Das Gericht verwies dagegen darauf, dass gerade der hervorspringende Slogan „Erntefrisch aus Österreich“ den Angesprochenen zu einem raschen Kaufabschluss verleiten solle, ohne sich über die Richtigkeit der plakativen Ankündigung Gedanken zu machen. Das Herkunftsland von Früchten bilde „ein maßgebliches Argument für die Kaufentscheidung“, heißt es im Urteil vom 10. Oktober, das der APA vorliegt.

Spar wurde aufgetragen, die irreführende Werbung mit Herkunftsbezeichnungen in Bezug auf Pfirsiche und

Paprika zu unterlassen. Außerdem darf der VKI den betreffenden Teil des Urteils auf Kosten der Kette in einer Tageszeitung veröffentlichen. Das Begehren des Vereins, dass Spar derartige Werbemethoden bei Obst und Gemüse generell zu unterlassen habe, wies das Gericht als „überzogen“ zurück.

Urteil ist nicht rechtskräftig

„Es handelt sich um ein Produkt in einem regionalen Flugblatt in Niederösterreich, bei dem unserer Werbeabteilung ein Fehler passiert ist“, sagte Spar-Sprecherin Nicole Berkmann zur APA. „Da kann man uns nicht als Riesen-Betrüger hinstellen.“ Und die falsche Kennzeichnung von Paprika betreffe einen von 1500 Spar-Läden. Dort seien die österreichischen Paprika ausgegangen und spanische Paprika nachgefüllt worden. „Das frische Werbeschild war bereits gedruckt, aber noch nicht angebracht. Und genau in dieser kurzen Zeit wurde es fotografiert.“

Das Urteil ist nicht rechtskräftig. Ob die Lebensmittelkette berufen wird, konnte die Sprecherin noch nicht sagen. Das Urteil sei eben erst eingelangt und müsse von den Juristen noch geprüft werden. (APA)

Tiroler Tageszeitung, Onlineausgabe vom Di, 23.10.2012 11:39
aktualisiert: Di, 23.10.2012 11:52