

ENTSCHLIESSUNGSSANTRAG

der Abgeordneten Peter Wurm, Christian Ries, Walter Rauch, Peter Schmiedlechner und weiterer Abgeordneter
betreffend **Stopp der „Shrinkflation“ in Österreich und der EU**

Das Thema „Shrinkflation“ nimmt in Österreich immer mehr an Tempo auf. Einerseits „Schrumpfpackungen“ im Handel, gleichzeitig Preistreiberei und Inflation nehmen die Konsumenten in die Doppelmühle. Das muss gestoppt werden, sowohl in Österreich als auch in der EU. Siehe dazu die jüngste Untersuchung des Vereins für Konsumenteninformation (VKI):¹

Shrinkflation: Weniger fürs gleiche Geld

Bleiben Verpackungsgröße und Preis gleich und schrumpft nur der Inhalt, spricht man von „Shrinkflation“. Besonders in Krisenzeiten greift die Industrie gerne zu diesem Trick.

Empfinden Sie beim Einkauf im Supermarkt in letzter Zeit auch schon einmal ein Gefühl von „Leichtigkeit“, wenn sie einen Becher Margarine oder eine Packung Chips aus dem Regal nehmen? Dann befinden Sie sich in guter Gesellschaft. Uns erreichen zunehmend Beschwerden von Verbrauchern, in Produkten würde weniger Inhalt stecken, obwohl sich an der Verpackungsgröße nichts geändert habe.

Weniger drin zum gleichen Preis

„Shrinkflation“ heißt neudeutsch der Begriff, der dieses Phänomen beschreibt. Das Wort setzt sich aus dem englischen „shrink“ (schrumpfen) und dem Begriff „Inflation“ zusammen. In den Duden hat es die Wortschöpfung zwar noch nicht geschafft, auf Wikipedia findet sich aber bereits ein Eintrag. Gemeint ist demnach das „Verkleinern der Portionierungsgrößen von Verbrauchsgütern oder das Abfüllen einer geringeren Menge, um Inflation zu verbergen.“

Teuerung durch die Hintertür

Shrinkflation ist ein Aufreger, weil es sich um eine völlig intransparente Teuerung durch die Hintertür handelt. Durch die gleichbleibende Packungsgröße und einen oft auch unveränderten Stückpreis wird den Konsumenten vorgegaukelt, dass sich nichts verändert habe. Denn wer hat schon die Füllmengen und Preise der Lebensmittel im Kopf, die regelmäßig im Einkaufssackerl landen? Betroffen von Shrinkflation sind alle Arten von Waren. Sie tritt bei Lebensmitteln genauso wie bei Kosmetika, Geschirrspül- oder Waschmitteln auf. Sogar bei Toilettenspülung wurde Shrinkflation bereits beobachtet (z. B. weniger Lagen, kleinere oder weniger Blätter).

Mogelei auf Kosten der Konsument:innen

Shrinkflation ist an sich keine Erfindung der aktuellen Wirtschaftskrise und Teuerung, sie wird schon seit Jahren, wenn nicht Jahrzehnten praktiziert. Doch inzwischen scheint sich die Mogelei zunehmender Beliebtheit zu erfreuen. Dies

¹ <https://konsument.at/shrinkflation>

schlägt sich etwa in der Anzahl der Meldungen nieder, die im Rahmen unseres Lebensmittel-Checks bei uns eingehen. Konfrontieren wir vom VKI die Hersteller mit ihrem zwielichtigen Geschäftsgebaren, rechtfertigen sich viele mit „gestiegenen Rohstoffpreisen“. Gelegentlich werden aber auch recht abenteuerliche Argumente ins Feld geführt. Etwa, dass sich die Konsumenten kleinere Portionen wünschten, oder dass es für Konsumenten leichter zu ertragen sei, wenn sie etwas weniger kaufen, als für die gleiche Menge mehr bezahlen zu müssen.

Verpackungdschungel

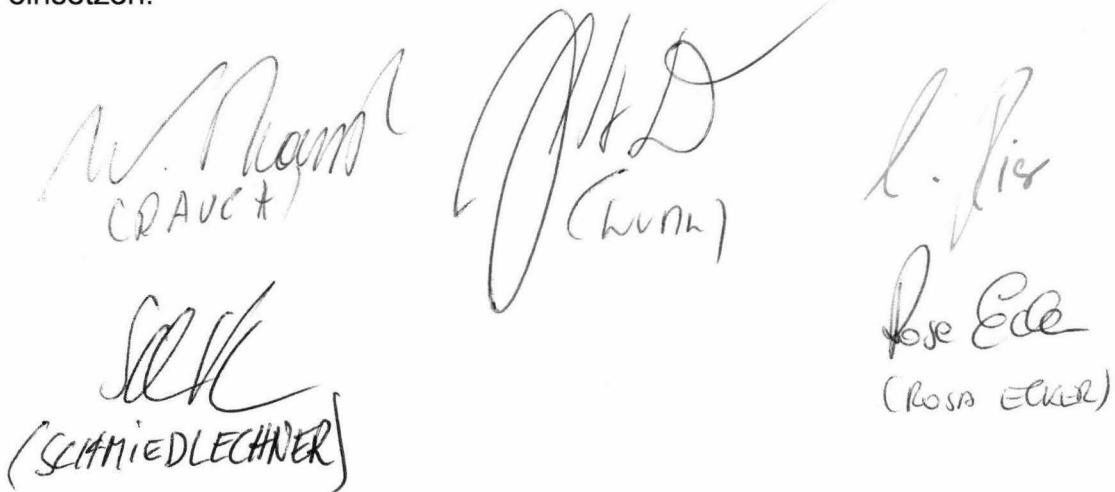
Die Argumentation der Anbieter ist auch insofern nicht nachvollziehbar, als Produkte oft in unterschiedlichen Ausführungen und Designs erhältlich sind, etwa in XXL-Editionen, „2+1 gratis“-Aktionen oder Familienpackungen. Im Verpackungdschungel ist es selbst für Konsumenten, die genauer hinsehen, schwierig, Veränderungen bei Füllmenge und Preis nachzuvollziehen. Zudem gehören die gesetzlichen Vorgaben für Packungsgrößen bereits seit dem Frühling 2009 der Vergangenheit an. Davor war für bestimmte Lebensmittel wie Milch, Fruchtsäfte, Schokolade oder Zucker vorgeschrieben, in welchen Packungsgrößen und Füllmengen sie im Handel angeboten werden dürfen.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher nachfolgenden

Entschließungsantrag

Der Nationalrat wolle beschließen:

„Der Bundesminister für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz und der Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft werden aufgefordert, dem Nationalrat eine Novellierung des Preisauszeichnungsgesetzes (BGBl. 146/1992), insbesondere § 10a, im Sinne des Konsumentenschutzes vorzulegen, die eine klare, deutliche und unmissverständliche Sicht- und Lesbarkeit des Preises je Maßeinheit und damit des Grundpreises vorsoeht. Alle verwendeten Maßangaben sind dabei einheitlich zu gestalten, um den Verbraucher bei seinen Preisvergleichen zu unterstützen. Gleichzeitig soll auch wettbewerbsrechtliche gegen Produzenten (Österreich und EU) vorgegangen werden, die in fortgesetztem Maße mit ‚Shrinkflation‘ arbeiten und diese einsetzen.“



(SCHMIDLECHNER)

In formeller Hinsicht wird die Zuweisung an den Ausschuss für Konsumentenschutz vorgeschlagen.

