

ENTSCHLIESSUNGSSANTRAG

des Abgeordneten Peter Wurm
und weiterer Abgeordneter
betreffend **Stopp der „Shrinkflation“ in Österreich**

„Shrinkflation“ ist nach wie vor ein großes Thema in Österreich. Einerseits „Schrumpfpackungen“ im Handel, andererseits Preistreiberei und Inflation nehmen die Konsumenten in die Doppelmühle. Aus Sicht der unterfertigten Abgeordneten muss das im Interesse der Konsumenten dringend gestoppt werden, siehe dazu auch eine entsprechende Untersuchung des Vereins für Konsumenteninformation (VKI):

„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 Auffüllen 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 Toilettenpapier 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 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.

Verpackungsduschungel

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 Verpackungsduschungel ist es selbst für Konsumenten, die genauer hinsehen, schwierig, Veränderungen bei Füllmenge und Preis nachzu vollziehen. 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 vorgeschrrieben, in welchen Packungsgrößen und Füllmengen sie im Handel angeboten werden dürfen.“¹

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher nachstehenden

Entschließungsantrag

Der Nationalrat wolle beschließen:

„Die Bundesregierung wird aufgefordert, dem Nationalrat eine Regierungsvorlage zur Novellierung des Preisauszeichnungsgesetzes (BGBl. 146/1992), insbesondere des § 10a, im Sinne des Konsumentenschutzes vorzulegen, mit der eine deutliche Sicht- und Lesbarkeit des Preises je Maßeinheit (Grundpreis) sichergestellt wird. Die Maßangaben sind dabei einheitlich zu gestalten. Insbesondere bedarf es einer klaren gesetzlichen Regelung in Bezug auf Mogelpackungen, was durch eine entsprechende, ergänzende Verordnung durch das Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Industrie auf Basis des Maß- und Eichgesetzes möglich wäre. Angelehnt an die Gesetzeslage in Deutschland soll dabei das Verhältnis von Füllmenge und Luftanteil eindeutig festgesetzt werden.

Die Bundesregierung wird weiters aufgefordert, in Gespräche mit der Wirtschaft und den Erzeugern einzutreten, damit künftig eine verpflichtende Kennzeichnung der Änderung der Füllmenge durch die Erzeuger auf der Vorderseite der Produktverpackung erfolgt.“



Alexander Kainz
(Alexander KAINZ)

In formeller Hinsicht wird ersucht, diesen Antrag dem Ausschuss für Konsumentenschutz zuzuweisen.

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

