

--

Vorblatt

Ziele

Ziel 1: Hintanhaltung von etwaigen Täuschungen der Konsumentinnen und Konsumenten durch "Shrinkflation" im Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandel

Inhalt

Das Vorhaben umfasst hauptsächlich folgende Maßnahme:

Maßnahme 1: Einführung einer Kennzeichnungspflicht für Produkte, die von „Shrinkflation“ betroffen sind

Wesentliche Auswirkungen

Das Vorhaben hat wesentliche Auswirkungen auf folgende Wirkungsdimension(en):

Finanzielle Auswirkungen

Finanzielle Auswirkungen auf den Bundeshaushalt und andere öffentliche Haushalte

Vereinfachte Darstellung der finanziellen Auswirkungen

Das geplante Bundesgesetz schafft mehr Klarheit betreffend Waren, deren Menge sich bei augenscheinlich gleichbleibender Verpackungsgröße verringert hat. Es ist davon auszugehen, dass diese Klarstellungen dazu beitragen, dass es deutlich weniger Verstöße gibt. Im Falle von Beschwerden werden die zuständigen Behörden im Rahmen der mittelbaren Bundesverwaltung im ersten Schritt Aufklärungen durchführen und im zweiten Schritt, falls es keine Korrekturen innerhalb angemessener Frist gibt, entsprechend der Verwaltungsstrafbestimmungen vorgehen. Aufgrund der sehr klaren Formulierungen ist von keinem großen Mehraufwand seitens der Behörden auszugehen.

Verhältnis zu den Rechtsvorschriften der Europäischen Union

Die vorgesehenen Regelungen fallen nicht in den Anwendungsbereich des Rechts der Europäischen Union

Besonderheiten des Normerzeugungsverfahrens

Keine

Vereinfachte wirkungsorientierte Folgenabschätzung

Anti-Mogelpackungs-Gesetz

Einbringende Stelle:	Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus		
Titel des Vorhabens:	Bundesgesetz, mit dem das Bundesgesetz über die Kennzeichnung von Waren, deren Menge sich ohne entsprechende Preissenkung verringert hat (Anti-Mogelpackungs-Gesetz), erlassen wird		
Vorhabensart:	Gesetz	Inkrafttreten/ Wirksamwerden:	2026
Erstellungsjahr:	2025	Letzte Aktualisierung:	20.11.2025

Beitrag zu Wirkungsziel oder Maßnahme im Bundesvoranschlag

Beitrag zu:

- Wirkungsziel: Erhöhung der Attraktivität des Wirtschaftsstandortes (Untergliederung 40 Wirtschaft - Bundesvoranschlag 2025)

Problemanalyse

Problemdefinition

Im Ministerratsvortrag vom 3. September 2025 betreffend „Herbst des Aufschwungs: Wachstum, leistbare Preise und standortpolitische Maßnahmen für alle“ hat die Bundesregierung unter anderem die Bekämpfung der Inflation zur Priorität erklärt. Als eine der Maßnahmen zur Bekämpfung der Inflation wurde die Schaffung einer gesetzlichen Regelung zur Kennzeichnung von Shrinkflation vorgesehen. Der Begriff „Shrinkflation“ setzt sich aus dem englischen Wort für „schrumpfen“ („to shrink“) und dem Wort „Inflation“ (Preissteigerung) zusammen. Darunter wird das Verringern der Füllmenge oder Stückzahl eines sich bereits auf dem Markt befindlichen Produkts bei gleichbleibender Verpackungsgröße verstanden, ohne dass dabei der Preis für das Produkt entsprechend reduziert wird, was zu einer Erhöhung des Preises je Maßeinheit führt. Da eine Änderung des Preises entweder gar nicht oder zumindest nicht im selben Verhältnis wie die Änderung der Füllmenge oder Stückzahl erfolgt, kann es sich um eine verdeckte Preissteigerung handeln. Dadurch ist dem Phänomen der „Shrinkflation“ eine gewisse Täuschungsgeignung der Verbraucherinnen und Verbraucher inhärent.

Ziele

Ziel 1: Hintanhaltung von etwaigen Täuschungen der Konsumentinnen und Konsumenten durch "Shrinkflation" im Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandel

Beschreibung des Ziels:

Im Falle einer Verringerung der Menge einer vorverpackten, als einheitliche Fertigpackung angebotenen Ware bei augenscheinlich gleichbleibender Verpackungsgröße, ohne entsprechende proportionale Reduktion des Preises, welche zu einer Erhöhung des Grundpreises führt, können Konsumentinnen und Konsumenten - trotz korrekter Angabe des Grundpreises - in die Irre geführt werden. Diese Gefahr besteht insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel und im Drogeriehandel und soll daher adressiert werden.

Umsetzung durch:

Maßnahme 1: Einführung einer Kennzeichnungspflicht für Produkte, die von „Shrinkflation“ betroffen

sind

Maßnahmen

Maßnahme 1: Einführung einer Kennzeichnungspflicht für Produkte, die von „Shrinkflation“ betroffen sind

Beschreibung der Maßnahme:

Dabei sollen Unternehmer des Lebensmitteleinzelhandels sowie Drogerien iSv § 1 verpflichtet werden, am Produkt oder am Regal oder in unmittelbarer Umgebung darauf hinzuweisen, dass die Ware von „Shrinkflation“ betroffen ist. Unternehmer mit höchstens fünf Filialen im Sinne des § 1 haben in jenen Betriebsstätten mit mehr als 400m² Verkaufsfläche ein gut lesbares Informationsschild in der Größe von DIN A1 im Eingangsbereich anzubringen.

Umsetzung von:

Ziel 1: Hintanhaltung von etwaigen Täuschungen der Konsumentinnen und Konsumenten durch "Shrinkflation" im Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandel

Abschätzung der Auswirkungen

Vereinfachte Darstellung zu den finanziellen Auswirkungen

Das geplante Bundesgesetz schafft mehr Klarheit betreffend Waren, deren Menge sich bei augenscheinlich gleichbleibender Verpackungsgröße verringert hat. Es ist davon auszugehen, dass diese Klarstellungen dazu beitragen, dass es deutlich weniger Verstöße gibt. Im Falle von Beschwerden werden die zuständigen Behörden im Rahmen der mittelbaren Bundesverwaltung im ersten Schritt Aufklärungen durchführen und im zweiten Schritt, falls es keine Korrekturen innerhalb angemessener Frist gibt, entsprechend der Verwaltungsstrafbestimmungen vorgehen. Aufgrund der sehr klaren Formulierungen ist von keinem großen Mehraufwand seitens der Behörden auszugehen.

Unternehmen

Finanzielle Auswirkungen auf Unternehmen insbesondere KMU

Das Vorhaben hat keine wesentlichen finanziellen Auswirkungen auf Unternehmen.

Erläuterung:

Durch die Kennzeichnungspflichten ist mit einem gewissen Mehraufwand für Unternehmen, insb Personalaufwand zu rechnen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind über die neuen Verpflichtungen entsprechend zu schulen und anzuweisen. Zudem müssen die Kennzeichnungsschilder entsprechend den Gesetzesbestimmungen hergestellt, angebracht, aktuell gehalten und wieder entfernt werden. Es fallen daher Verwaltungskosten für die Unternehmen an.

Ausgehend vom Geltungsbereich des Gesetzes in § 1 ist anzunehmen, dass der überwiegende Teil des Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandels von der neuen Kennzeichnungspflicht umfasst ist. Nur Betriebsstätten mit weniger als 400m², die nicht Teil eines Unternehmens mit mehr als fünf Filialen sind, sind vom Anwendungsbereich der Regelung ausgenommen. Insgesamt gibt es in Österreich rund 5 600 Filialen im Lebensmitteleinzelhandel (vgl Branchenuntersuchung Lebensmittel, BWB/BU Lebensmittel, S. 48) und rund 1060 Filialen im Drogerieeinzelhandel. Es ist davon auszugehen, dass der Großteil dieser Filialen in den Anwendungsbereich dieses Gesetzes fällt.

Es wird angenommen - wie auch Erfahrungen aus Frankreich zeigen, dass die Kennzeichnungspflicht auch eine abschreckende Wirkung haben wird und somit weniger von "Shrinkflation"-Produkte im Lebensmitteleinzelhandel künftig verkauft werden. Grob geschätzt darf von einer Halbierung der Fälle ausgegangen werden.

Konsumentenschutzpolitische Auswirkungen

Auswirkungen auf Konsumentinnen und Konsumenten in ihrem Verhältnis zu Unternehmen

Das Vorhaben hat keine wesentlichen Auswirkungen auf Konsumentinnen/Konsumenten in ihrem Verhältnis zu Unternehmen.

Erläuterung:

Das Vorhaben hat insbesondere vertrauensfördernde Auswirkungen auf Konsumentinnen und Konsumenten: Diese profitieren durch die Regelung aufgrund der erhöhten Transparenz im Falle von verdeckten Preiserhöhungen bei "Shrinkflation"-Produkten und die Kennzeichnung ermutigt mündige Konsumentinnen und Konsumenten auch den ausgezeichneten Grundpreis der betroffenen Ware näher zu beachten und dadurch eine fundierte Kaufentscheidung zu treffen.

Auch wenn ein Großteil der österreichischen Bevölkerung regelmäßig ein Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels aufsucht, ist die Täuschungsneigung von von "Shrinkflation" betroffenen

Waren nicht bei allen Konsumentinnen und Konsumenten gleichermaßen relevant: Wie auch das OLG Wien (24. Juni 2025, 4 R 197/24f) ausführt, ist die Täuschungseignung vor allem bei jenen Konsumentinnen und Konsumenten gegeben, die das betroffene Produkt kennen, da sie es regelmäßig kaufen.

Angaben zur Wesentlichkeit

Nach Einschätzung der einbringenden Stelle sind folgende Wirkungsdimensionen vom gegenständlichen Vorhaben nicht wesentlich betroffen im Sinne der Anlage 1 der WFA-Grundsatz-verordnung.

Wirkungsdimension	Subdimension der Wirkungsdimension	Wesentlichkeitskriterium
Unternehmen	Finanzielle Auswirkungen auf Unternehmen	Mindestens 10 000 betroffene Unternehmen oder 2,5 Mio. € Gesamtbe- bzw. entlastung pro Jahr
Konsumenten-schutzpolitik	Verhältnis der KonsumentInnen zu Unternehmen	<ul style="list-style-type: none"> - Mehr als 100 000 potenziell oder 5 000 aktuell betroffene KonsumentInnen pro Jahr oder - finanzielle Auswirkung von mehr als 500 000 € für alle KonsumentInnen oder mehr als 400 € pro Einzelfall bei mehr als 500 Personen pro Jahr

Dokumentinformationen

Vorlagenversion: V2.025
Schema: BMF-S-WFA-v.1.15
Fachversion: 0
Deploy: 2.13.23.RELEASE
Datum und Uhrzeit: 20.11.2025 09:12:25
WFA Version: 1.4
OID: 4956
B0|D0|F0|I0