

17.27

**Abgeordnete Irene Neumann-Hartberger (ÖVP):** Vielen Dank, Herr Präsident!

Geschätzte Frau Staatssekretärin! Wir sind jetzt am Ende der Diskussion über ein Maßnahmenpaket aus dem Konsumentenschutzausschuss. Fast täglich diskutieren wir über Lebensmittel – wir hören in den Medien davon –, über die Teuerung und die Belastung von Konsumentinnen und Konsumenten. In der vorangegangenen Debatte kam es, finde ich, sehr gut heraus, dass es eben genau bei diesen einen Vertrauensverlust gibt, und daran hat die Shrinkflation einen nicht unerheblichen Anteil.

Es ist mir unlängst beim Wocheneinkauf selbst passiert: Ich habe Schokolade für meinen Mann gekauft, gut gelaunt und glückselig, weil zu einem verlockend günstigen Preis angeboten. Zu Hause beim genaueren Hinsehen kam die Ernüchterung, weil die Verbilligung durch den geringeren Packungsinhalt wettgemacht wurde. 50 Gramm weniger sind für mich beim Griff zum Produkt im Regal nicht spürbar. Statt der gewohnten 400 Gramm waren nur 350 Gramm in der Packung, und das bei optisch gleicher Größe. – Profit oder Ersparnis gleich null, Enttäuschung und Zorn über Konsumentenirreführung groß. (*Beifall bei Abgeordneten der ÖVP.*)

Konsumentinnen und Konsumenten fordern daher zu Recht Verbesserungen, Transparenz und auch Vertrauen. Vertrauen beginnt bei den Urproduzenten, unseren Bäuerinnen und Bauern, die tagtäglich, 365 Tage im Jahr bemüht sind, beste Urprodukte wie Fleisch, Milch, Eier, Obst, Getreide und Gemüse zu liefern. Wir brauchen aber auch Verlässlichkeit und Vertrauen hinsichtlich verarbeiteter, verpackter Produkte, Vertrauen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, vom Produzenten über die Verarbeiter bis hin zum

Handel. Es braucht Maßnahmen, die für Klarheit sorgen, ohne Täuschung und mit klarer Aufschrift.

Jeder soll wissen, aber auch gut erkennen, was er für sein Geld erhält, und dass das, was mengenmäßig drinnen ist, auch konstant bleibt, denn der Mensch ist – da nehme ich mich nicht aus – ein Gewohnheitstier. Jede Form der Irreführung, sei es durch unklare Kennzeichnung, missverständliche Begriffe oder veränderte Inhalte und Größen sorgt für Verwirrung und schafft letztendlich Unzufriedenheit. Unser Anspruch ist es, dass Konsumentinnen und Konsumenten leicht erkennen sollen, was sie für ihr Geld bekommen. Deshalb braucht es Transparenz. Transparenz stärkt, Transparenz schützt und Transparenz sichert.

Gemeinsam setzen wir hier Maßnahmen, die das Vertrauen stärken, die Konsumentinnen und Konsumenten schützen und echte Übersicht und Sicherheit beim Lebensmitteleinkauf geben sollen. – Vielen Dank. (*Beifall bei der ÖVP.*)

17.30

**Präsident Peter Haubner:** Zu Wort ist dazu niemand mehr gemeldet. Die Debatte ist geschlossen.

Ist seitens der Berichterstattung ein Schlusswort gewünscht? – Das ist nicht der Fall.