



**Antrag Nr. 05
der Fraktion ÖAAB/Christliche Gewerkschafter
an die 169. Vollversammlung
der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien**

AK-Aufklärungskampagne gegen Preistreiberei durch getarnte Mengenreduzierung bei Markenprodukten internationaler Großkonzerne

Die Vollversammlung der Wiener Arbeiterkammer regt eine dauerhafte Aufklärungskampagne in den Medien der AK sowie durch den VKI an, um ihre Mitglieder und andere Konsumenten/innen auf Preistreiberei durch getarnte Mengenreduzierung bei Markenprodukten internationaler Großkonzerne hinzuweisen und ungerechtfertigte Profitmaximierung auf Kosten der Konsument/innen zu bekämpfen.

Begründung:

Internationale Großkonzerne wie Nestlé, Mondelez, Mars, Pocter&Gamble oder Henkel tarnen seit einigen Jahren enorme Preiserhöhungen durch sogenanntes „Downsizing“ bzw. „Mogelpackungen“. Entweder wird bei gleicher Packungsgröße und gleichem Preis die Füllmenge gravierend reduziert oder es werden neue, kleinere Verpackungen eingeführt, die so gestaltet sind, dass eine deutliche Inhaltsreduzierung nicht sofort auffällt. Die jüngste EU-Richtlinie gegen genormte Produktmengen verstärkt diesen Trend.

Dies bewirkt z.B. bei Lebensmitteln oder Reinigungsprodukten eine plötzliche verschleierte Preiserhöhung von vielfach gut 20 Prozent, in Einzelfällen sogar über 50 Prozent. Eine stets aktuelle, auf Österreich gut umlegbare Beispielliste führt in Deutschland die Verbraucherzentrale Hamburg (siehe: <http://www.vzhh.de/ernaehrung/30287/die-mogelpackungsliste.aspx>).

Diesem Beispiel sollten AK-Konsumentenschutz und VKI in ihren Medien folgen. Die Kaufkraft von mehr als drei Millionen AK-Mitgliedern kann am Markt entscheidenden Druck aufbauen gegen ausschließlich profitorientierte preistreibende Machenschaften der Großindustrie. Die AK könnte damit ihren Mitgliedern zusätzlichen konkreten Nutzen bieten und den allgemeinen Preisauftrieb bremsen.

Angenommen

Zuweisung

Ablehnung X

Einstimmig

Mehrstimmig