

## INFORMATION

zur Pressekonferenz

mit

**Landesrat Rudi Anschober**

**KR Dr. Erich Schönleitner**  
Geschäftsführer Pfeiffer Holding

**Dr. Georg Rathwallner**  
Leiter der Konsumenteninformation der Arbeiterkammer OÖ

am 19. April 2013

zum Thema

**"Nein zu Multipack-Aktionen – Eine Initiative gegen  
Lebensmittel im Müll"**

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:  
Amt der Oö. Landesregierung  
Direktion Präsidium  
Abteilung Presse  
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-114 12  
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88  
landeskorrespondenz@ooe.gv.at  
www.land-oberoesterreich.gv.at

DVR: 0069264

**Rückfragen-Kontakt:**

**Mag.<sup>a</sup> Petra Danhofer (+43 732) 7720-12083 oder (+43 664) 600 72-12083**

## **Nein zu Multipack-Aktionen – Eine Initiative gegen Lebensmittel im Müll**

Im Rahmen des neuen Schwerpunkts "Besser essen" wird das Oö. Umweltressort auch Initiativen für weniger Lebensmittel im Müll setzen. Denn mehr als 40 Prozent unserer Lebensmittel landen im Mistkübel. Ein durchschnittlicher oberösterreichischer Haushalt wirft laut Restmüllanalyse jedes Jahr Lebensmittel im Wert von 277 Euro weg. Eine von vielen Ursachen sind die vielen Multipack-Aktionen im Lebensmittelhandel. Sie verführen viele Kund/innen dazu, mehr zu kaufen, als sie essen oder verarbeiten können. Ein Teil der gekauften Lebensmittel verdirbt daher oder überschreitet das Mindesthaltbarkeitsdatum und landet im Müll. Umwelt-Landesrat Rudi Anschober will die enormen Mengen an Lebensmittelmüll massiv verringern. Dazu wurde bereits im Frühjahr 2012 mit Vertreter/innen von Handelsketten, Sozialpartner/innen, Sozialinitiativen, den Sozialmärkten und Fachexpert/innen ein Arbeitsprozess gestartet. Erstes Ergebnis ist der Start von Kochshows zur Thematisierung des Problems, die zweite Konsequenz ist die Gründung einer Plattform gegen Lockangebote im Lebensmittelhandel. Unter der Federführung von Umweltressort, Arbeiterkammer OÖ und der Pfeiffer Handelsgruppe wurde ein Positionspapier entworfen, mit dem vor allem ein freiwilliger Verzicht auf Aktions-Großpackungen gefordert wird. Neben den genannten haben es diese Woche auch die Volkshilfe OÖ, Schuldnerberatung OÖ, Schuldnerhilfe OÖ, Slow Food Oberösterreich, Südwind und die Katholische Arbeitnehmer/innen Bewegung OÖ unterzeichnet. Die Pfeiffer Handelsgruppe mit Zielpunkt, Nah&Frisch und Unimarkt geht seit knapp einem Jahr mit gutem Beispiel voran und setzt es als einziges Unternehmen im Frischebereich bereits um. Weitere Supermarktketten sollen dazu bewegt werden.

## **Positionspapier Plattform gegen Lockangebote**

"Produkte zum Billigstpreis, satte fünfzig Prozent Nachlass gegenüber dem Normalpreis, 'Nimm 3, zahl' 2' – da fragen sich selbst hemmungsloseste Bestpreisjäger/innen: Wer zahlt da drauf? Die Antwort: ALLE! Der Handel selbst, die Produzent/innen und die Konsument/innen. Und wo landen die Reste der unseligen Preis-Schlacht schließlich: Im MÜLL!

Die Kosten derartiger Lockangebote tragen laut ungeschriebenem Branchengesetz die Handelsketten und Markenartikelhersteller/innen je zur Hälfte. Der Handel verzichtet dabei auf die Spanne und die Hersteller/innen zahlen bei den Dumpingaktionen durch billigere Verkaufspreise mit. Das Preisgefüge wird mittelfristig ruiniert.

Die Lebensmittelskandale der vergangenen Wochen sprechen hier allerdings auch eine andere Sprache. Die hohe Konzentration im Lebensmittelhandel und der dadurch stimulierte Konkurrenzkampf der großen Handelsunternehmen haben zum Teil zu einem Preiswettbewerb insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel geführt. Von den Niedrigpreisstrategien der Handelsunternehmen geht auf die Dauer auch eine Gefahr für die Qualität von Lebensmitteln aus.

Verhaltensweisen der Konsument/innen werden vor allem mit verstärkter Werbung angesprochen. Besonders Preisreduktionen sind ein starker Anreiz, mehr zu kaufen als man verbrauchen kann. Zudem geht das Konzept der Großpackungen an den heutigen Konsument/innen vorbei. Es gibt immer mehr Einzelpersonenhaushalte, die keine Großpackungen brauchen und mit deren Verbrauch überfordert sind. Dem Vorwurf, dass in Österreich so insgesamt ca. 96.000 Tonnen an verpackten und unverpackten Lebensmitteln

jährlich im Restmüll landen, muss sich jede/r Marktteilnehmer/in stellen: Hersteller/innen, Handel und Verbraucher/innen. Jeder Haushalt wirft pro Jahr durchschnittlich Lebensmittel im Wert von 277 Euro weg.

Lebensmittel gehen uns unter die Haut, sie wachsen, können geteilt werden und haben vor allem einen WERT! Auf allen Ebenen müssen wirksame Maßnahmen zur Beseitigung dieser Lebensmittel-Verschwendung ergriffen werden. Gegen Tiefstpreise und Lockangebote vorzugehen, ist eine konkrete Möglichkeit, Lebensmittel im Müll zu verhindern.

Die Unterzeichner/innen unterstützen eine freiwillige Verpflichtung des Lebensmittelhandels gegen Aktions-Großpackungen, vor allem im Frischebereich. Sparen muss auch ab dem ersten Produkt möglich sein. Genussfähige Produkte, die in den Filialen nicht mehr verkauft werden können, weil beispielsweise die Packungen beschädigt sind oder nahe an der Mindesthaltbarkeit stehen, werden Sozialeinrichtungen kostenlos zur Verfügung gestellt. Damit soll ein wirksamer Beitrag gegen Lebensmittel-Verschwendung und Lebensmittel im Müll geleistet werden."

### **Initiative der Pfeiffer Handelsgruppe: "Raus aus den Mehrpack-Aktivitäten"**

*"Die Pfeiffer Handelsgruppe unterstützt als Gründungsmitglied gerne die Plattform gegen Lockangebote, weil durch die Vermeidung von Mehrpack-Aktivitäten nicht nur Müll vermieden werden kann, sondern auch die Wertigkeit von Lebensmitteln wieder gehoben wird", so Geschäftsführer Erich Schönleitner.*

Zur Pfeiffer Handelsgruppe gehören die Lebensmittelmärkte Unimarkt und Nah&Frisch sowie die Zielpunkt-Beteiligung. Bereits im Vorjahr wurde die Initiative "Raus aus den Mehrpack-Aktivitäten" gestartet. Zur Strategie der Pfeiffer Handelsgruppe gehört es, wirtschaftlich nachhaltig erfolgreich zu sein und ressourcenschonend vorzugehen. Pfeiffer will für Kund/innen und Mitarbeiter/innen einen Mehrwert schaffen und einen fairen Umgang mit Partner/innen pflegen.

**Die Pfeiffer Handelsgruppe ist ein expliziter Gegner von Multi-Packs und vermeidet diese seit knapp einem Jahr im Frischebereich konsequent.**

Alternativen:

Raus aus Multi-Pack und rein in sinnvolle Aktionspolitik.

Mündige Konsument/innen entscheiden selbst, welche Menge sie kaufen möchten!

**Bei uns erhalten Konsument/innen die kleinstmögliche Einheit zum besten Preis.**

Beispiel: 1 Flasche, 1 Dose, 1 Joghurt...

Die Konsument/innen werden dadurch nicht zum Mehrkauf verleitet.

Die Vorteile liegen nicht nur in der Müllvermeidung – die Konsument/innen gehen öfter einkaufen, haben dafür aber immer frische Ware. Sie können genau das kaufen, was sie brauchen und wie viel sie brauchen!



Folgende Aktivitäten hat Pfeiffer u.a. bereits 2012 im Rahmen des CSR-Programmes "jetzt für morgen" gestartet:

- Ausstieg aus den Mehrpack-Aktivitäten im Frischebereich
- Alternativen zu Plastiktragetaschen
- Zusammenarbeit mit dem MSC-Siegel
- Gründung einer Mitfahrbörse zur Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes

Folgende Aktivitäten sind u.a. für 2013 geplant:

- Unterstützen der Konsument/innen bei der Vermeidung von Verpackungen beim Einkaufen
- Prüfen und Optimieren des Einsatzes der Energieressourcen
- alternative Verpackungen
- Kooperation mit SOMA weiterentwickeln, den die Pfeiffer Handelsgruppe bereits seit der Gründung als erster Lieferant unterstützt

Ziele:

- Raus aus den Mehrpack-Aktivitäten
- Sparen ab dem 1. Produkt
- Maßnahmen zur Steigerung der Lebensmittelwertigkeit
- Bei Zielpunkt werden Kund/innen ermutigt, in der Sortimentierung mitzuentcheiden
- Einbindung der Industrie

**EU-Parlament ruft 2014 zum "Europäischen Jahr gegen Lebensmittelverschwendung" aus**

- Die EU will den Anteil weggeworfener Lebensmittel (89 Mio. t, davon 42 % im Haushalt, 5 % im Einzelhandel) bis 2025 halbieren.

- 179 kg Lebensmittel pro EU-Bürger/in werden jährlich weggeworfen.
- 79 Mio. EU-Bürger/innen leben unterhalb der Armutsgrenze.

### **Multipack-Aktionen bringen den Konsument/innen keine Vorteile**

*"Werbung und gesellschaftlicher Druck führen zu Kaufhandlungen, die bei rationaler Entscheidung nicht passieren würden. Multipack-Aktionen führen eindeutig dazu, dass Konsumentinnen und Konsumenten mehr kaufen als sie konsumieren können", sagt der Leiter der Konsumenteninformation der Arbeiterkammer OÖ, Dr. Georg Rathwallner, "bei Lebensmitteln führt das dazu, dass diese teilweise im Müll landen. Im Endeffekt sind diese 'Schnäppchen' damit teuer! Ich bin sehr froh, dass der Lebensmittelhandelskonzern Pfeiffer auf diese Mehrpack-Aktionen im Frischebereich verzichtet. Mit der von der Konsumenteninformation der AK organisierten Plattform wollen wir diese vorbildliche Vorgangsweise unterstützen."*