

Fünf Beispiele für Ausreden der Hersteller zu den versteckten Preiserhöhungen

Produkt Hersteller	Versteckte Preiserhöhung um	Ausrede (Zitat)	Tatsache
 <p><b>Frolic Rodeo mit Rind</b> Mars</p>	<p>50%</p>	<p>„...Bei der Umstellung haben wir uns – basierend auf intensiven Befragungen – voll und ganz an den Wünschen und Bedürfnissen der Verbraucher orientiert. Es hat sich gezeigt, dass die Mehrheit der Konsumenten eine Mengenreduzierung einer Preiserhöhung vorzieht...“ 26.5.2009</p>	<p>Diese Antwort beinhaltet ihre eigene Logik. Als wenn eine „Mengenreduzierung“ bei gleichem Preis keine Preiserhöhung wäre.</p>
 <p><b>Wasa roggen dünn</b> Barilla</p>	<p>34,1%</p>	<p>„... durch einen Anstieg der Energiepreise und Rohstoffbeschaffungskosten...“ 14.5.2009</p>	<p>Brotroggenpreise lt. Statistischem Bundesamt um die Hälfte gefallen zwischen Anfang 2008 und Mai 2009. Auch die Energiepreise sind in diesem Zeitraum dramatisch gefallen.</p>
 <p><b>Corny free Haselnuss</b> Schwartau</p>	<p>34,3%</p>	<p>„...verzichten wir bei den neuen Corny-Rezepturen gänzlich auf den Einsatz von Konservierungsstoffen, künstlichen Aromen, Farbstoffe und gehärteten Fetten“ 24.4.2009</p>	<p>Die Verbraucherzentrale Hamburg hat die Zutatenlisten der alten und neuen Packung geprüft: Die genannten Stoffe waren auch im Vorprodukt nicht enthalten.</p>



 <p><b>Pampers</b> Procter &amp; Gamble</p>	<p>Je nach Windelgröße bis zu <b>21,2%</b> innerhalb von weniger als drei Jahren</p>	<p>„Durch gestiegene Rohstoffpreise, ist das Produkt teurer geworden“ Köln Express 31.3.2009</p>	<p>In der Zeitung wurden höhere Rohstoffpreise lanciert, obwohl Rohstoffpreise für Zellstoff in den betreffenden Monaten in 2008 gefallen sind. Als die Verbraucherzentrale Hamburg nachfragt werden plötzlich andere Argumente präsentiert: „... wir sind bemüht, Pampers weiter zu verbessern und den Bedürfnissen unserer Kunden noch besser gerecht zu werden. Aufgrund dessen investieren wir in die Forschung, Entwicklung und Qualität unserer Produkte...“ (2.4.2009)</p>
 <p><b>Schokolinsen</b> Brandt</p>	<p><b>66,7%</b></p>	<p>„Sie finden in unseren Schokolinsen... keine künstlichen Farbstoffe...mehr“ 8.6.2009</p>	<p>Gegenüber der Verbraucherin wird eine Produktverbesserung angeführt. Als die Verbraucherzentrale Hamburg kritisch nachfragt, nimmt die Firma die Formulierung zurück und bestätigt, dass auch im Vorprodukt keine künstlichen Farbstoffe enthalten waren.</p>