

## Mogelpackung des Monats März 2014: Henkel Waschmittel

Stand: 28.02.2014

Keine saubere Sache! Laut Bilanz kletterte der Gewinn des Konsumgüterkonzerns Henkel 2013 um 7,8 Prozent auf rund 2,3 Milliarden Euro. Auch 2014 will Henkel weiter wachsen: Verbraucher sollten sich laut Vorstand darauf einstellen, für die Produkte des Konzerns tiefer in die Tasche greifen zu müssen.

Für verschiedene Waschmittelsorten aus dem Hause Henkel dürfen wir schon ab sofort mehr zahlen. Erkennbar ist dies allerdings erst auf den zweiten Blick. Zahlreiche Produkte der **Waschmittelmarken Persil, Weißer Riese und Spee** sind daher unsere **Mogelpackung des Monats März**. Henkel hat sowohl bei Pulver- als auch Flüssigwaschmitteln mit unveränderten Preisen im Handel die Füllmengen und damit die möglichen Waschladungen von 16 auf 15 reduziert.

So schrumpfte etwa stellvertretend für viele der Henkel'schen Pulverwaschmittel bei *Persil Universal Megaperls Lavendel Frische* und *Weißer Riese Megaperls 5* der Inhalt von 1.080 auf 1.012 Gramm. Beim *Universal Pulver der Marke Persil* bekommen Verbraucher nur noch 1.200 statt 1.280 Gramm für ihr Geld. Und auch bei den Flüssigwaschmitteln, wie zum Beispiel *Spee Color* oder *Persil Universal*, hat Henkel die Füllmenge von 1.168 auf 1.095 Milliliter reduziert.

Ob alte oder neue Packungen, die Waschmittel von Henkel gehen in fast allen Geschäften zum gleichen Preis über die Ladentheke. Der Verbraucher hat das Nachsehen, denn er zahlt letztendlich 6,7 Prozent mehr, um seine Wäsche sauber zu bekommen.

Die letzten Preiserhöhungen dieser Art fanden 2012 und 2011 statt. Damals reduzierte Henkel die Waschladungen bei vielen seiner Produkte von 18 auf 16 und im Jahr zuvor von 20 auf 18. Die aktuelle Füllmengenreduzierung ist also die dritte versteckte Preiserhöhung binnen drei Jahren.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/mogelpackung-des-monats-maerz-2014-henkel-waschmittel>