Verbraucherzentrale Hamburg

Mogelpackung des Monats Juli 2015: Bebe Kindercreme Johnson & Johnson

Stand: 22.07.2015

Auf den ersten Blick ist kein Unterschied bei der neuen Bebe Zartpflege Kindercreme festzustellen. Bis auf den Spatz, der ganz unschuldig „den Kleinen von seinen fröhlichen Entdeckungstouren“ (Zitat Pressemitteilung Johnson & Johnson, 21.04.2015) erzählen soll. Aber der Piepmatz hat's faustdick hinter den Ohren, denn mit ihm will der Konzern Johnson & Johnson von einer gewaltigen Preiserhöhung ablenken: **Bis zu 84 Prozent teurer** als bisher sind die neuen Döschen! Darüber hinaus haben wir etliche Beschwerden von Verbrauchern zu dieser Creme erhalten, deshalb ist die Kindercreme Bebe Zartpflege unsere **Mogelpackung des Monats**.

Die verschiedenen Größen der Bebe Kindercreme: vorne die neuen, hinten die alten Packungen

© Verbraucherzentrale Hamburg

So reduziert Johnson & Johnson die Menge

Die Preiserhöhung hat ihre Ursache vor allem in der Füllmengenreduzierung. Es gibt weiterhin drei Größen, die allesamt jetzt weniger Inhalt haben: Statt der 250-ml-Dose

wird eine Variante mit 150 ml angeboten. Die 75-ml-Verpackung ist auf 50 ml geschrumpft und die Kleinpackung von 30 auf 25 ml. Bei der Preisgestaltung waren Rechenkünstler am Werk – mal steigt der Preis, mal fällt er, mal bleibt er unverändert. Logisch und nachvollziehbar ist das für Verbraucher nicht.

Alte Packung / Preis	Neue Packung / Preis	Versteckte Preiserhöhung
Große Dose		
250 ml 2,45 €	150 ml 2,29 €	56 %
Mittlere Dose		
75 ml 1,05 €* 1,19 €*	50 ml 1,29 € 1,29 €	84 % 63 %
Kleine Dose		
30 ml 0,79 €	25 ml 0,79 €	20 %

Preisvergleich beim Drogeriemarkt Budnikowsky in Hamburg
** Preise in zwei unterschiedlichen Filialen*

So kaschiert Johnson & Johnson weniger Inhalt

Besonders dreist: Sowohl bei der großen als auch der kleinen Dose hat sich der Durchmesser nicht verändert. Da fällt so manchem die Füllmengenreduzierung gar nicht sofort auf. Zusätzlich versteckt Johnson & Johnson die Mengenangabe auf der Rückseite. Erst im Vergleich von alter und neuer Packung nebeneinander, lässt sich die unterschiedliche Höhe der großen Dose und damit der Mengenunterschied erkennen. Bei der kleinen Packung bleibt auch die Höhe identisch, doch auf der Unterseite der neuen Packung verbirgt sich eine Einbuchtung, so dass weniger Inhalt in die Dose passt. Nur die mittlere Größe der Bebe Zartpflege ist deutlich kleiner als die alte Variante.

© Verbraucherzentrale Hamburg

So verdienen Johnson & Johnson und der Handel

Wir wollten von der Tochtergesellschaft des amerikanischen Pharmazie- und Konsumgüterkonzernhersteller mit einem Jahresumsatz von rund 75 Milliarden wissen, warum die Preise versteckt erhöht wurden. Johnson & Johnson antwortet nur ausweichend. Auf die wichtigsten Fragen gar nicht, zum Beispiel bei der Frage nach den alten unverbindlichen Preisempfehlungen (UVP).

- **Anfrage der Verbraucherzentrale Hamburg und Antwort von Johnson & Johnson**

Hersteller dürfen aus kartellrechtlichen Gründen keinen Einfluss auf den Verkaufspreis im Handel nehmen. Die UVP können einen Anhaltspunkt geben, wer an dieser unverschämten Preiserhöhung verdient: der Handel oder der Hersteller oder beide. Nach unseren Recherchen im Internet haben wir alte UVP für die Produkte gefunden. Danach geht tatsächlich nur ein Teil der Preiserhöhung auf den Hersteller zurück, der Handel greift ebenfalls in die Taschen der Verbraucher. Bei der großen Packung macht man anscheinend „halbe-halbe“, denn nach den Zahlen einer früheren Pressemitteilung des Konzerns liegt der neue UVP um 28 Prozent höher als der alte. Die Drogeriekette Budnikowsky verlangt aber nach unseren Recherchen 56 Prozent mehr.

Lieferpause für die Creme?

Wir haben über Wochen die Preise und die Produkte in verschiedenen Budni-Filialen überprüft. Auffällig war, dass keine neuen Produkte nachgeliefert wurden, obwohl schon beträchtliche Lücken im Regal waren. Dabei lautet der Grundsatz im Handel: Die Regale müssen voll sein. Da liegt der Verdacht nahe, dass man eine Überschneidung

von alten und neuen Dosen im Handel offenbar vermeiden wollte, um die krasse Preiserhöhung besser vertuschen zu können.

Neue Creme mit Konservierungsstoff!

Das ist dreist: Johnson & Johnson erhöht nicht nur versteckt die Preise, sondern jubelt seinen Kunden klammheimlich den Konservierungsstoff "Phenoxyethanol" unter. Treue Kunden werden nicht erfreut sein, denn die neue Creme enthält mehr Chemie. Warb bisher der Hersteller Johnson & Johnson noch mit dem Hinweis "ohne Konservierungsstoffe", sucht man jetzt auf den neuen Dosen vergeblich danach. Phenoxyethanol gilt als weniger bedenklich als viele Parabene, die häufig bei Kosmetika als Konservierugnsmittel eingesetzt werden. Wir hatten Johnson & Johnson übrigens nach Rezepturänderungen für den Relaunch befragt. Eine ehrliche Antwort haben wir nicht erhalten: Auf den Zusatz von Konservierungsstoffen haben sie nicht hingewiesen. Sie sprachen vielsagend "von kleineren Optimierungen der Rezeptur". Transparenz sieht anders aus.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/mogelpackung-des-monats-juli-2015-bebe-kindercreme-johnson-johnson