

Mogelpackung des Monats Oktober 2016: Lenor Waschmittel Procter & Gamble

Stand: 30.09.2016



© Verbraucherzentrale Hamburg

Die neuen Waschmittelsorten der Marke „Lenor“ von Procter & Gamble sind unsere Mogelpackung des Monats. Das neue Lenor soll uns jetzt mit „Premiumdüften“ betören. Offensichtlich so sehr, dass wir wie von Sinnen sind... Denn mit dem Relaunch des Waschmittels kommt es zu einer doppelten Preiserhöhung. Zum einen steigt der Preis indirekt durch Füllmengenreduzierungen: Die Anzahl der Waschladungen des Flüssigwaschmittels sinkt von 18 auf 16 (siehe oben), beim Pulver von 16 auf 15 Waschladungen (siehe unten).

Gleichzeitig hat der Handel die Preise erhöht. Von 3,45 Euro auf 3,79 Euro beispielsweise bei der Hamburger Drogeriekette Budnikowsky für das Flüssigwaschmittel oder beim Pulver von 2,95 Euro auf 3,75 Euro bei dm. Unterm Strich wurde die „Weltneuheit“ bis zu 36 Prozent teurer.



© Verbraucherzentrale Hamburg

Händler und Hersteller arbeiten Hand in Hand: Dieses Beispiel zeigt deutlich, dass sowohl Hersteller als auch Händler an der Preisschraube drehen. dm hat inzwischen den Preis für das Pulver wieder ein wenig gesenkt, und zwar auf 3,25 Euro. Doch selbst dann bleibt noch eine Preiserhöhung von knapp 18 Prozent bestehen.

Preiserhöhung durch verbesserte Rezeptur

Procter & Gamble betont in einer Stellungnahme auf Anfrage der Verbraucherzentrale Hamburg die neuen verbesserten Rezepturen bei Lenor:

„Neue Premiumdüfte sorgen dafür, dass das Dufterlebnis beim Tragen der Wäsche noch intensiver wird. Zusätzlich haben wir das Verpackungsdesign der Produkte überarbeitet und hochwertiger gestaltet.“

Die Frage, warum eine bessere Rezeptur mit einer Füllmengenreduzierung einhergehen muss, bleibt unbeantwortet.

- Vollständige Stellungnahme von Procter & Gamble

Mangelhaft für „altes Lenor“ von Stiftung Warentest

Das alte Colorwaschmittelpulver Lenor ist übrigens noch bei der aktuellen Untersuchung der Stiftung Warentest durchgefallen. **Es wurde mit „mangelhaft“ bewertet.** Die Experten fällten ein vernichtendes Urteil für ein Markenwaschmittel.

- Lenor säubere sehr schlecht,
- lasse Farben schnell verblassen und
- verhindere Farbübertragungen schlecht.

Da war der Produkt-Relaunch wohl bitter nötig. Ob das „neue Lenor“ – unsere Mogelpackung des Monats – tatsächlich besser wäscht, wird sich wohl erst beim nächsten Waschmittel-Test zeigen.

Weichspüler ebenfalls mit weniger Inhalt



Geschrumpft ist auch der Lenor Weichspüler. **Statt 38 (950 ml) sind es jetzt nur noch 32 Waschladungen (800 ml)** pro Flasche – bei gleichem Preis von 1,99 Euro beispielsweise bei Real in Hamburg (siehe links). Das entspricht einer Preiserhöhung von knapp 20 Prozent.

Allerdings möchten wir nicht unerwähnt lassen, dass der „alte“ Weichspüler noch bis mindestens Ende 2014 bei Real sogar 2,49 Euro gekostet hat. Legt man diesen höheren Preis zugrunde, dürfen sich Verbraucher sogar über einen leichter Preisrückgang von 5 Prozent freuen.

So oder so, Procter & Gamble begründet die Füllmengenreduzierung wie schon beim Waschmittel mit Verbesserungen in der Rezeptur.

„Die „Neue Anti-Age3 Technologie schützt und pflegt die mit Lenor Weichspüler gewaschene Wäsche und Kleidung vor Fusselbildung, Farb- und Formverlust und beugt damit der Faseralterung und damit dem Verschleiß vor“,

erklärt uns die Unternehmenskommunikation von Procter & Gamble. Nachprüfen können wir diese Aussagen nicht.

Procter & Gamble ist Wiederholungstäter

Der Lenor Weichspüler ist im Hinblick auf Füllmengenänderungen ein Wiederholungstäter. Schon im November 2014 bekam das Produkt von uns die wenig schmeichelhafte Auszeichnung „Mogelpackung des Monats“ verliehen.

Mit Zahlenakrobatik wollte P&G Verbrauchern damals suggerieren, dass „+30 % mehr Wäschen“ in der zu diesem Zeitpunkt neuen Flasche sind. Weil wir in dieser Werbung eine Irreführung sahen, haben wir den Konzern verklagt – mit Erfolg.

<https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/mogelpackung-des-monats-oktober-2016-lenor-waschmittel-procter-gamble>