Verbraucherzentrale Hamburg

WM-Nepp: Wie Händler und Hersteller Kasse machen

Zu sportlichen Großereignissen gibt es stets eine Flut an Sondereditionen im Handel. Auch jetzt wieder zur Fußball-Weltmeisterschaft. Viele Produkte haben ursprünglich zwar überhaupt nichts mit dem runden Leder zu tun, werden aber dennoch gern im Fußball-Look verkauft – häufig mit einem deftigen Preisaufschlag. Wir haben sieben Produkte zusammengestellt, die aus unserer Sicht ins Abseits gehören.

© karepa - Fotolia.com

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Der Handel ist voll mit Aktionsangeboten zur Fußball-Weltmeisterschaft, doch viele Sondereditionen werden mit einem deftigen Preisaufschlag verkauft.

2. Bis zu 90 Prozent mehr müssen Verbraucher für Produkte in unserer Stichprobe berappen.
3. Teilweise verschwenden die Sonderverpackungen mehr Ressourcen und verursachen am Ende mehr Müll.

Stand: 28.06.2018

Nach der Niederlage gegen Südkorea hat sich die Fifa Fußball-Weltmeisterschaft für Deutschland nun endgültig erledigt. Damit bleiben hoffentlich auch viele WM-Editionen im Laden stehen. Einige Produkte haben es wirklich verdient, nicht im Einkaufswagen zu landen, denn so mancher Fußball-Spaß ist ziemlich teuer.

Wir meinen: Die „Fußball-Preisaufschläge“ sind oft völlig überzogen. Wir haben in Zusammenarbeit mit dem ZDF eine Stichprobe gemacht und Aufschläge von bis zu 90 Prozent ermittelt.

Glückskekse mit Fußball-Sprüchen. Nette Idee, aber ganz schön teuer. Sie sind fast doppelt so teuer wie die identischen Glückskekse aus dem Asia-Laden.

Als Variante gibt es noch eine Torwand mit zwei Löchern als Verpackung. Ein kleiner Ball zum Schießen ist auch dabei. Ist Euch der Spaß einen Aufschlag von 4,37 Euro wert? Anders gerechnet: Die Kekse in der Sonderedition kosten fast 32 Cent pro Stück statt 12 Cent!

Rossmann will mit seinem Duschgel „Tor Tor Tor“ auch mitmischen. „Es weckt deine Fußballstimmung und belebt die Sinne“, meint der Hersteller. So ein Blödsinn! Dafür sollen Verbraucher 82 Prozent mehr zahlen, weil das Duschgel der Eigenmarke bei unserem Einkauf sogar noch im Sonderangebot war.

Hachez hat seine Schokotäfelchen für die WM einfach nur anders verpackt. Dafür bittet der Hersteller mit 25 Prozent Preisaufschlag die Verbraucher richtig zur Kasse.

Storck bietet seine Schokoküsse als Super Dickmann'schaft an. Das sind die normalen Schokoküsse, die in der Sonderverpackung aber in einer Reihe stehen statt im üblichen 3 mal 3 Format. Dafür verlangt der Hersteller einen Aufschlag von 64 Prozent.

Knusper-Erdnüsse von Lambertz in einer Spieldose, die die Nationalhymne krächzt. Bis zu 4,50 Euro Zuschlag gegenüber dem Verkaufspreis für die Erdnüsse pur müssen Verbraucher berappen.

Maoam Kracher von Haribo. Die Kaubonbons gibt es zur WM in den Farben Schwarz, Rot und Gold. Die Standardfarben der Kaubonbons sind andere. 34 Prozent mehr sollen Verbraucher für den Deutschland-Farbtupfer bezahlen.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/wm-nepp-wie-haendler-hersteller-kasse-machen