Verbraucherzentrale Hamburg

Pressemitteilung vom 3. Juli 2018

Mogelpackungen auf dem Vormarsch

Verbraucherzentrale kritisiert versteckte Preiserhöhungen nach Rezepturänderungen

Im ersten Halbjahr 2018 ist die Zahl der von der Verbraucherzentrale Hamburg erfassten Lebensmittel, bei denen durch eine Reduzierung der Füllmenge der Preis versteckt erhöht wurde, deutlich gestiegen. Im Vergleich zum Durchschnittswert der letzten sieben Jahre meldeten Verbraucher in der zurückliegenden ersten Jahreshälfte 51 Prozent mehr sogenannte Mogelpackungen. Darunter waren auch Produkte, bei denen Hersteller den Zucker- oder Fettgehalt reduziert hatten. „Täglich erreichen uns Beschwerden, doch die Politik lässt die Verbraucher seit Jahren im Stich“, ärgert sich Armin Valet von der Verbraucherzentrale Hamburg.

Von Januar bis Ende Juni 2018 registrierten die Hamburger Verbraucherschützer mit insgesamt 31 Lebensmitteln eine Rekordzahl an versteckten Preiserhöhungen durch geringere Füllmengen und veröffentlichten diese in einer bundesweit einzigartigen Mogelpackungsliste. „Das ist mit Abstand der höchste ermittelte Wert, seit dem wir unsere Liste führen“, erklärt Valet. Dabei sei die Anzahl der betroffenen Produkte deutlich höher, denn verschiedene Sorten einer Produktmarke würden nicht extra gezählt.

Der durchschnittliche Preisanstieg pro Lebensmittel lag in den letzten sechs Monaten bei über 20 Prozent. Fast immer waren namhafte Markenprodukte betroffen. So füllte zuletzt beispielsweise Nestlé weniger Inhalt in die „Smarties Riesenrolle“ sowie den „Rolo 4er-Pack“. Die Deutsche Milchkontor GmbH wiederum verkauft seit März 2018 weniger Käse bei einigen Sorten der Marke Milram. Das Unternehmen The Lorenz Bahlsen Snack-World verteuert seit 2016 immer im Frühjahr mindestens ein Produkt aus seinem Sortiment: Saltletts Brezel, Naturals Chips, Erdnuss Flips und Crunchips waren es in den letzten drei Jahren.

Preisanstiege deuten sich auch im Zusammenhang mit der sogenannten Reformulierung von Lebensmitteln an. „Für weniger Zucker oder Fett im Nährwertprofil müssen Konsumenten nach unseren Beobachtungen oft tiefer ins Portemonnaie greifen“, berichtet Valet. Ein deutlich geringerer Fettgehalt war beispielsweise bei der Knorr „Pommes Sauce“ von Unilever mit einem Preisaufschlag von über 10 Prozent verbunden. Das neue Produkt „Fruitilicious“ von Haribo mit „30 % weniger Zucker“ wird im 160-Gramm-Beutel verkauft, was diese Fruchtgummis gegenüber den herkömmlichen Fruchtgummis in 200-Gramm-Packungen um 25 Prozent teurer macht. „Es darf nicht sein, dass Anbieter Lebensmittel pauschal teurer machen, wenn diese weniger süß oder weniger fettig sind. Die Politik muss diese Entwicklung stoppen, denn sie kann nicht im Sinne der eigentlich begrüßenswerten nationalen Strategie zur Reformulierung von Lebensmitteln sein“, meint Valet.

Die Verbraucherzentrale Hamburg fordert schon seit mehreren Jahren eine Transparenzplattform, auf der Unternehmen geänderte Füllmengen verbindlich veröffentlichen müssen. „So käme das ganze Ausmaß der Tricksereien endlich ans Tageslicht. Unsere Mogelpackungsliste stellt vermutlich nur die Spitze des Eisbergs dar“, sagt Valet. „Wir möchten, dass Anbieter fair mit ihren Kunden umgehen. Wenn die Produktion eines Lebensmittels teurer oder aufwendiger wird, darf nicht klammheimlich die Füllmenge verringert werden. Die Verbraucher müssen in der Lage sein, am Supermarktregal die Änderung transparent zu erkennen.“ Dass sich etwas ändern muss, belegen verschiedene Umfragen sowie die dauerhaft hohe Zahl an Beschwerden, die täglich bei den Hamburger Verbraucherschützern eingeht.

Hintergrundinformationen und Bildmaterial zu den verschiedenen Mogelpackungen sind veröffentlicht auf der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg unter www.vzhh.de.

Bitte beachten Sie, dass die Meldung den Stand der Dinge zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung wiedergibt.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/presse/mogelpackungen-auf-dem-vormarsch