



Rolle rückwärts beim Heinz Tomato Ketchup

Das Heinz Tomato Ketchup ist unsere Mogelpackung des Monats. Zwar sind jetzt 500 statt 400 Milliliter Ketchup in der Squeeze-Flasche, doch der Preis stieg unverhältnismäßig stark an. 11 Prozent beträgt die versteckte Preiserhöhung. Wer davon profitiert, ist unklar – Heinz oder die Händler. Seltsam finden wir, dass Kraft Heinz den Inhalt seiner Ketchup-Flaschen erst vor gut drei Jahren geschrumpft hatte – angeblich auf Wunsch der Verbraucher.



© colourbox.de

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Die Heinz Ketchup Kopfsteher-Squeezeflasche wird wieder mit 500 statt 400 Milliliter Ketchup verkauft. Der Ketchup kostet nun 2,49 Euro statt 1,79 Euro. Der Preis für 100 Milliliter steigt dadurch von knapp 45 Cent auf fast 50 Cent. Das Produkt ist

deshalb nun 11 Prozent teurer.

2. Neben dem Heinz Ketchup Classic sind auch die Sorten mit Chili, Curry sowie die Variante mit weniger Zucker und Salz vom Preisanstieg betroffen.
3. Erst 2015 hatte Heinz die Füllmenge vermeintlich auf Wunsch der Verbraucher von 500 auf 400 ml gesenkt und versteckt den Preis erhöht.

Stand: 26.03.2019

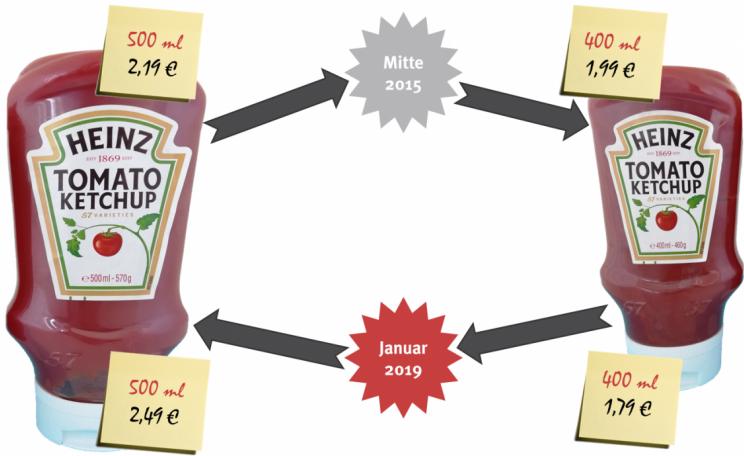
The Kraft Heinz Company hat zu Beginn des Jahres die Füllmenge für verschiedene ihrer Ketchup-Sorten in Kopfsteherflaschen verändert. 500 statt 400 Milliliter Ketchup werden nun pro Flasche verkauft. Schön, will man meinen, doch der Preis fürs Ketchup ist gleichzeitig überproportional gestiegen. So kostet die Flasche etwa bei Real, Kaufland und Rewe 2,49 Euro statt 1,79 Euro. Unterm Strich entspricht das einer verdeckten Preiserhöhung von 11,3 Prozent.

Betroffen ist nicht nur das *Heinz Original Tomato Ketchup*, sondern auch die Sorten *Tomato Ketchup 50 % weniger Zucker & Salz*, *Hot Chili Ketchup* sowie *Curry Ketchup*. Nur das *Tomato Ketchup Bio* ist laut Hersteller nicht von einer Füllmengenänderung betroffen.

Hersteller Heinz wäscht seine Hände in Unschuld und teilte uns mit, dass die Unverbindliche Preisempfehlung (UVP) für das Ketchup nur proportional zur höheren Füllmenge gestiegen ist. Von 1,99 Euro für 400 Milliliter auf 2,49 Euro für 500 Milliliter, was einem identischen Grundpreis von rund 50 Cent pro 100 Milliliter entspricht. Der tatsächliche Verkaufspreis im Laden lag aber meist bei 1,79 Euro pro Flasche, deshalb ist das Ketchup für Verbraucher teurer geworden.

Von 500 zu 400 Milliliter und wieder zurück

2015 hatte der Konzern den Inhalt der Ketchup-Flasche erst von 500 auf 400 Milliliter geschrumpft, was je nach Verkaufspreis im Handel eine verdeckte Preiserhöhung von 14 bis 28 Prozent nach sich zog.



Heinz schrieb 2015 erläuternd dazu:

„(...) Anlass für diese Neuausrichtung ist eine seit Längerem festzustellende Veränderung im Konsumentenverhalten, welche insbesondere darauf zurückzuführen ist, dass die Anzahl der Ein- und Zweipersonenhaushalte in den vergangenen Jahren stark zugenommen hat.(...)“

Drei Jahre später scheint diese Begründung null und nützig zu sein. Kraft Heinz stellt heute heraus, dass

„500 ml in Deutschland das bevorzugte und mit Abstand meistverkaufte Format ist (...)“

Unserer Meinung nach geht es natürlich nicht um die bevorzugten Formate der Kunden, sondern ausschließlich ums Geschäft. In den letzten Jahren fiel der Preis für Heinz Ketchup – zum Leidwesen des Konzerns – im Handel immer weiter. Wir vermuten: Heinz setzt nun wieder auf größere Flaschen, um diesen Preisverfall zu stoppen. Dem Handel macht der Konzern das neue Format als „Mehrwertstrategie“ schmackhaft. Die Flaschen würden „mehr Mehrwert und mehr Marge“ bringen. Außerdem wären Konsumenten laut Studien bereit, „25% mehr für Heinz zu bezahlen“. Kraft Heinz ist laut Presseveröffentlichungen mit einem Marktanteil von fast 50 Prozent in Deutschland unangefochtener Platzhirsch im Ketchup-Segment.

- Stellungnahme der The Kraft Heinz Company vom 15. Februar 2019

Kein Heinz Ketchup mehr bei Edeka

Edeka will bei diesem Füllmengenkarussel nicht mitspielen. Das Unternehmen sieht die Preiserhöhung als unbegründet an und will sie offenbar nicht akzeptieren. Laut Medienberichten stoppte Kraft Heinz die Belieferung von Edeka, weil man sich nicht auf einen Preis einigen konnte.

Ausgangspunkt des Konflikts ist der Einstieg von zwei Finanzinvestoren beim Lebensmittelhersteller. Der bekannte US-Investor Waren Buffett und die Investmentgesellschaft 3G Capital hatten zunächst Heinz und später Kraft übernommen. Ein Edeka-Manager wird dazu in der Lebensmittelzeitung zitiert: „Wir können nicht zulassen, dass Finanzinvestoren auf Kosten unserer Kunden und der Edeka-Kaufleute ihre Deals refinanzieren.“ In Werbeanzeigen wie „Wenn Heinz zu frech wird, kommt der Papa“ kündigt Edeka jetzt eine eigene Ketchup-Marke namens „Papa Joe's“



Werbeanzeigen von Kraft Heinz und Edeka in der Lebensmittelzeitung

Ähnlich wie beim Streit mit Nestlé wirft Edeka als größter deutscher Einzelhändler seine ganze Marktmacht in die Waagschale und versucht, sich als Händler darzustellen, der möglichst niedrige Preise für seine Kunden erstreitet. Das ist aus unserer Sicht ein schiefes Bild: Ein Blick in unsere lange Mogelpackungsliste offenbart, dass Edeka regelmäßig versteckte Preiserhöhungen der Hersteller akzeptiert, wenn der Händler sich mit seinem Widerstand nicht öffentlichkeitswirksam profilieren kann.

DANKE FÜR IHREN HINWEIS!

Immer wieder melden sich Verbraucher und Verbraucherinnen bei uns, weil sie sich über Mogelpackungen ärgern. Ob Schokoladentafel, Scheibenkäse oder Spülmittel – wir veröffentlichen auf unserer Website und unseren Social-Media-Kanälen regelmäßig aktuelle Beispiele.

Wenn Sie Mogelpackungen bzw. versteckte Preiserhöhungen entdecken, freuen wir uns über eine E-Mail, oder Sie nutzen unser Kontaktformular, um Informationen an uns weiterzugeben.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/rolle-rueckwaerts-beim-heinz-tomato-ketchup>