Verbraucherzentrale Hamburg

Pressemitteilung vom 3. Januar 2020

Welches Produkt soll »Mogelpackung des Jahres 2019« werden?

Verbraucherzentrale Hamburg startet Online-Abstimmung

Die Verbraucherzentrale Hamburg sucht die »Mogelpackung des Jahres 2019«. Fünf Lebensmittel, bei denen versteckte Preiserhöhungen besonders raffiniert durchgesetzt wurden, stehen auf der Shortlist für den Negativpreis. Verbraucherinnen und Verbraucher können vom 3. bis 20. Januar 2020 online auf umfrage.vzhh.de abstimmen.

Diese fünf Kandidaten sind nominiert:

Kandidat 1: Die neue Margarine **»Rama Unser Meisterstück«** von Upfield wird im kleineren Becher mit 350 statt 500 Gramm verkauft und ist dadurch bei gleichem Preis bis zu 43 Prozent teurer als andere Aufstriche von Rama. Auch scheint die Rezeptur der Margarine gar nicht so meisterhaft neu zu sein wie vom Hersteller versprochen.

Kandidat 2: Die 2019 eingeführte Schokolade **»Milka Darkmilk«** von Mondelez ist nur 85 Gramm schwer, sieht aber aus wie eine Standardtafel mit 100 Gramm. Weil sie nicht weniger kostet, ist die Darkmilk Schokolade bis zu 18 Prozent teurer als viele andere Milka-Schokoladen. Die Angabe zur Füllmenge ist gut versteckt auf der Rückseite der Verpackung.

Kandidat 3: Beim Nudelgericht **»Mirácoli«** von Mars ist der Käse aus der Packung verschwunden. Doch damit nicht genug, der Hersteller füllt auch noch einen Klecks Tomatensauce sowie eine Prise Würzmischung weniger ab. Verkauft wird das Produkt aber zum alten Preis.

Kandidat 4: Kellogg hat die Füllmenge seiner **»Frosties«** Cerealien von 375 auf 330 Gramm reduziert. Bei gleichbleibendem Verkaufspreis entspricht das einer versteckten

Preiserhöhung von 14 Prozent. Auch andere Cerealien-Produkte sind davon betroffen. Die Größe der Kartons hat sich nicht verändert, sodass nun noch mehr Luft in den übergroßen Umverpackungen steckt.

Kandidat 5: Der Inhalt des **»Bio Direktsaft Karotte«** von Hipp in der Einwegglasflasche schrumpfte von 500 auf 330 Milliliter. Darüber hinaus stieg der Verkaufspreis für das Getränk im Handel zusätzlich an. Unterm Strich führte diese „doppelte Preiserhöhung“ zu einem drastischen Preisanstieg von bis zu 115 Prozent.

„Mogelpackungen durch versteckte Preiserhöhungen sind leider gang und gäbe in deutschen Supermärkten. Verbraucher werden mit dieser Masche ausgetrickst, denn die Pflichtangaben zum Inhalt sind oft nur im Kleingedruckten auf der Rückseite der Verpackung zu finden. Freiwillige Hinweise zu verringerten Inhaltsmengen sucht man vergebens“, sagt Armin Valet von der Verbraucherzentrale Hamburg. Durch den stetig schrumpfenden Inhalt der Produkte entstünde außerdem immer mehr Verpackungsmüll. „Auch der Handel mischt bei den versteckten Preiserhöhungen kräftig mit. Die Supermärkte legen schlussendlich fest, zu welchem Preis ein Produkt über die Ladentheke geht. Eine Win-win-Situation für Händler und Hersteller auf Kosten der Verbraucher.“

Die Verbraucherzentrale Hamburg erreichen immer mehr Beschwerden zu überdimensionierten Verpackungen und versteckten Preiserhöhungen. 2019 gingen über 2.500 Meldungen bei den Verbraucherschützern ein.

Weitere Informationen zur Wahl der »Mogelpackung des Jahres«, die bereits zum sechsten Mal stattfindet, sind zu finden auf der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg unter: **www.vzhh.de/mogelpackung-des-jahres**

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

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/presse/welches-produkt-soll-mogelpackung-des-jahres-2019-werden