Verbraucherzentrale
Hamburg

Smarties, Lion und Kitkat – wieder einmal alles teurer

Unsere Mogelpackung des Monats ist nicht nur ein Produkt, sondern das „halbe“ Süßwarensortiment von Nestlé. Durch reduzierte Füllmengen wurden die Preise für Smarties, Lion und Kitkat versteckt um bis zu 25 Prozent erhöht. Diese Masche wendet Nestlé nicht zum ersten Mal an.



© Nestlé Deutschland

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Sechs Produkte der Marken Kitkat, Lion und Smarties von Nestlé sind durch Füllmengenreduzierungen teurer geworden.
2. Die versteckten Preiserhöhungen liegen zwischen 12 und 25 Prozent.

3. Nestlé begründet den Preisanstieg mit höheren Produktionskosten und nachhaltigeren Verpackungslösungen.
4. Nestlé ist Wiederholungstäter – bei fünf von sechs Produkten wurde die Weniger-drin-Preis-gleich-Masche in den letzten Jahren mehrfach angewendet. Die Smarties Minis zum Beispiel sind zwischen 2014 und 2021 um über 60 Prozent teurer geworden.

Stand: 10.05.2021

Bitte beachten Sie, dass dieser Artikel den Stand der Dinge zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wiedergibt.

Jede Menge Beschwerden erhielten wir in den letzten Wochen zu den Süßigkeiten von Nestlé. Der Grund: versteckte Preiserhöhungen durch reduzierte Füllmengen bei Produkten der Marken Kitkat, Smarties und Lion. Alle Verdachtsfälle stellten sich nach unseren Recherchen als richtig heraus. Betroffen sind nach unserem heutigen Kenntnisstand die folgenden Produkte:

- Kitkat Sammelpack
- Kitkat Minis
- Lion Sammelpack
- Lion Minis
- Smarties Sammelpack
- Smarties Minis

Wir sind gespannt, ob es dabei bleibt oder Nestlé noch andere Süßwaren „optimiert“ hat.

Besonders großer Preisanstieg bei Kitkat

Kitkat hat aktuell die größte Preiserhöhung zu verzeichnen. Den **Kitkat Sammelpack** gibt es jetzt nicht mehr mit fünf Riegeln (5 x 41,5 Gramm), sondern nur noch mit vier (4 x 41,5 Gramm). Im Handel kostet die Packung trotzdem meist weiterhin 1,99 Euro. Dadurch

werden die Schokoriegel um **25 Prozent** teurer.

Ganz ähnlich sieht es bei den **Kitkat Minis** aus. Da werden nur noch 13 Packungen (217 Gramm) statt 15 Packungen (250 Gramm) für 2,99 Euro verkauft. Das entspricht einem Preisanstieg von gut **15 Prozent**.

Prinzipiell gilt: Die Verkaufspreise dürfen nach Kartellrecht nur von den Händlern und nicht von den Herstellern festgelegt werden.



© Verbraucherzentrale Hamburg



© Verbraucherzentrale Hamburg

Die Masche ist nicht neu. In regelmäßigen Abständen hebt der Lebensmittelkonzern auf diese Weise die Preise für seine Kitkat-Riegel, aber auch für Lion und Smarties-Produkte sowie viele andere Süßigkeiten aus seinem Portfolio an.

Lion schrumpft zum „Kätzchen“

Auch der Sammelpack von Lion hat eine lange Geschichte versteckter Preiserhöhungen hinter sich. Bei der aktuellen Schrumpfung des **Lion Sammelpacks** hat Nestlé die Anzahl der Riegel pro Packung von sechs (6 x 30 Gramm) auf fünf reduziert (5 x 30 Gramm). Bei gleichem Preis von 1,99 Euro ist die Packung mit den Riegeln dadurch um **20 Prozent** teurer geworden.

Auch bei den **Minis von Lion** wird getrickst. Die Zahlen dazu: 234 Gramm statt 270 Gramm in der Packung. Das Format der Umverpackung hat sich ein wenig geändert; der Preis im Handel liegt dennoch häufig weiterhin bei 2,99 Euro. **15,4 Prozent** beträgt somit der versteckte Preisanstieg.



© Verbraucherzentrale Hamburg



© Verbraucherzentrale Hamburg

Weniger bunte Smarties in der Packung

Auch die Smarties von Nestlé blieben nicht verschont. Der **Sammelpack** ist von 4 x 38 Gramm auf 4 x 34 Gramm geschrumpft. Bei gleichem Preis sind die bunten Schokolinsen dadurch knapp **12 Prozent** teurer geworden. Erfreulich an dieser Sache ist lediglich, dass die Papprollen mit Smarties nicht mehr in einer zusätzlichen Verpackung aus Plastik stecken, sondern gänzlich plastikfrei mittels Perforation aneinander geheftet sind.

Die **Minis** von Smarties sind ebenfalls geschrumpft – von 216 auf 187 Gramm bei gleichem Preis von meist 2,99 Euro. Das ergibt eine versteckte Preiserhöhung von **über 15 Prozent**. Die Verpackung der Minis wurde laut Nestlé auf Papier umgestellt, um Plastik zu sparen. Wir haben uns das genauer angeschaut.



© Verbraucherzentrale Hamburg



© Verbraucherzentrale Hamburg

Nestlé nimmt Stellung

Nestlé begründet die Preisanstiege bei Kitkat, Lion und Smarties vor allem mit höheren Produktionskosten:

„ (…) Mit dieser Anpassung reagieren wir auf gestiegene Kosten in den letzten Jahren. Beispielsweise investieren wir in unsere Produktionsanlagen – etwa um die Waffelqualität bei KitKat weiter zu erhöhen. Außerdem haben wir auch kontinuierlich Kosten durch Initiativen und Kooperationen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit, beispielsweise im Kakaoanbau (…)“

Beim Kakao verwundern uns die höheren Kosten etwas. Der Kakao für die Kitkat-Riegel beispielsweise stammt seit Jahren von Bauern, die die Vorgaben des Nestlé Cacao Plans erfüllen müssen. Das Nachhaltigkeitsprogramm steht immer wieder in der Kritik. Seit letztem Jahr muss der geerntete Nestlé-Kakao sogar nicht mehr Fairtrade sein, sondern lediglich die Standards von Rainforest Alliance erfüllen. Diese sind weniger streng. Außerdem spart Nestlé die Fairtrade-Prämien, die bisher an die Bauern zu zahlen waren.

- Vollständige Stellungnahme der Nestlé Deutschland AG vom 26. März 2021 (Kitkat und Lion)
- Vollständige Stellungnahme der Nestlé Deutschland AG vom 12. März 2021 (Smarties)

Bei den Smarties führt der Lebensmittelkonzern zusätzlich die neuen umweltfreundlicheren Verpackungen als Grund für die Preiserhöhung auf:

„Darüber hinaus investieren wir nicht nur in Produktionsanlagen für innovative, nachhaltige Produktkonzepte und Verpackungslösungen. Wir möchten auch faire Arbeitsbedingungen für alle Menschen sicherstellen, die an der Produktion unserer SMARTIES in irgendeiner Form beteiligt sind. (...) Die damit einhergehenden Kosten versuchen wir zum größten Teil selbst aufzufangen, können aber dadurch bedingte Formatänderungen nicht gänzlich ausschließen.“

IST DIE NEUE PAPIER-VERPACKUNG WIRKLICH BESSER?

Die Minis von Smarties stecken nun in einem Papierbeutel. Dadurch sollen laut Nestlé im Produktionswerk Hamburg jährlich 191 Tonnen Plastik eingespart werden. Das klingt erst einmal gut, doch wenn man sich genauer anschaut, wie 187 Gramm Schokolinsen verpackt

werden, kommt man schon ins Grübeln. 13 kleine Einzelpackungen in einer großen Umverpackung. Die besteht zwar nicht mehr aus Plastik, dafür aus schwererem, beschichtetem Papier. Die Beschichtung macht die „tolle“ Papiertüte dann doch nicht so gut recycelbar. Ganz „vergessen“ hat Nestlé natürlich, dass durch die geringere Füllmenge im Beutel nun mehr Verpackungsmaterial verbraucht wird. Um die gleiche Menge Smarties zu verkaufen, sind 15 Prozent mehr Verpackungsmaterial notwendig.

Auf jeden Fall werden die Verbraucherinnen für diese Änderung von Nestlè kräftig zur Kasse gebeten. Das wird deutlich, wenn man für beide Packungen die gleiche Menge von 216 Gramm annimmt: Dann kostet die neue Papierpackung 46 Cent mehr als die alte Plastikverpackung! Das ist wirklich dreist.

Nestlé ist Wiederholungstäter: Smarties in sieben Jahren 62 Prozent teurer!

Die Weniger-drin-Preis-gleich-Masche ist im Hause Nestlé nicht neu. In regelmäßigen Abständen hebt der Konzern auf diese Weise die Preise für seine Süßwaren an. Fasst man die Preisanstiege der letzten Jahre zusammen, so sind die Teuerungsraten enorm. Vergleicht man sie mit der Inflationsrate wird dies besonders deutlich: Von 2014 bis 2021 stiegen die Preise im Durchschnitt um knapp 10 Prozent – die Smarties Minis dagegen um rund 62 Prozent und der Lion Sammelpack um 50 Prozent. Das ist deftig!

Damit die Preistreiberei nicht so auffällt, werden die Füllmengen verändert: Mal gehen sie runter und mal wieder hoch. Größere Füllmengen werden genutzt, um von einem Schwellenwert zum anderen zu kommen. So kosteten die Minis der verschiedenen Marken 2014 noch 1,99 Euro, jetzt sind es meist 2,99 Euro.

Produkt	Preisanstieg
Kitkat Sammelpack	2016 bis 2021 +36 %
Kitkat Minis	2014 bis 2021 + 49 %

Lion Sammelpack	2012 bis 2021 + 50 %
Lion Minis	2014 bis 2021 + 39 %
Smarties Minis	2014 bis 2021 + 62 %

Wir gehen davon aus, dass die regelmäßigen Preiserhöhungen unabhängig von den Herstellungskosten geplant und umgesetzt werden. Dem schlechten Image von Nestlé ist diese Masche sicher nicht zuträglich.

Nestlé: Versteckte Preiserhöhungen schon 2014 und 2016



Ohne Bild:
Altes Produkt bis Mitte 2014: 1,99 € und 201 g



(C) Verbraucherzentrale Hamburg 2016

DANKE FÜR IHREN HINWEIS!

Wenn Sie Mogelpackungen bzw. versteckte Preiserhöhungen entdecken, freuen wir uns über eine E-Mail, oder Sie nutzen unser Kontaktformular, um Informationen an uns weiterzugeben. Ob Kitkat, Lion oder Smarties – wir veröffentlichen hier auf unserer Website und in den sozialen Netzwerken regelmäßig aktuelle Beispiele.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/smarties-lion-kitkat-wieder-einmal-alles-teurer