Verbraucherzentrale Hamburg

Pressemitteilung vom 5. Januar 2023

Verbraucherinnen und Verbraucher können »Mogelpackung des Jahres 2022« wählen

Seit heute Morgen können Verbraucherinnen und Verbraucher online die »Mogelpackung des Jahres 2022« wählen. Bei den fünf Kandidaten handelt es sich um Produkte, die durch reduzierte Füllmengen und zum Teil zusätzliche Preiserhöhungen im letzten Jahr deutlich teurer geworden sind. Die Shortlist der Nominierten ergibt sich aus zahlreichen Hinweisen und Beschwerden, die die Verbraucherzentrale Hamburg in den zurückliegenden zwölf Monaten zur Shrinkflation erreicht haben.

Kandidat 1 | »Rama« von Upfield: Gleicher Becher, gleiches Design. Der Inhalt der »Rama« ist 2022 trotzdem geschrumpft – von 500 auf 400 Gramm. Die perfekt getarnte „Schrumpfkur“ führt zu einer versteckten Preiserhöhung von 25 Prozent. Gleichzeitig benötigt Upfield für 1.000 Tonnen Streichfett eine halbe Million Becher mehr.

Kandidat 2 | »Leerdammer« von Lactalis: Die Packung mit den »Leerdammer« Käsescheiben ist wieder etwas „leerer“ geworden. Dabei hatte man Kundinnen und Kunden vor einiger Zeit noch dauerhaft mehr Inhalt versprochen. Im Laufe des Jahres 2022 mussten sie stattdessen bis zu 43 Prozent mehr für ihren Käse berappen. Der Sticker „Neuer Inhalt 140 g“ nützt wenig, wenn man die alte Packungsgröße nicht kennt.

Kandidat 3 | »Pringles« von Kellogg: Klammheimlich hat Kellogg bei seinen »Pringles« Chips 2022 den Inhalt reduziert und dreht so weiter munter am „Füllmengenkarussell“ mit immer wieder neuen Inhaltsmengen. Zusätzlich hat der Handel durchgängig den Preis für das Produkt erhöht. Insgesamt kommt so ein Preisaufschlag von 25 Prozent zustande.

Kandidat 4 | »Calgon« von Reckitt Benckiser: Mehr Wäschen pro Packung »Calgon Power Pulver« klingt gut. Ist es aber nicht! Denn: Der Hersteller trickst beim Wasserenthärter dreist mit den Dosierangaben. Eine scheinbar höhere Anzahl an Waschladungen pro Packung entpuppt sich 2022 als versteckte Preiserhöhung von 42 Prozent.

Kandidat 5 | »Goldbären« von Haribo: Haribo mopst Verbraucherinnen und Verbrauchern zum Firmenjubiläum die »Goldbären« aus der Tüte. 14 Prozent teurer wurden die Fruchtgummis dadurch im letzten Jahr. Dutzende weitere Sorten sind betroffen. Etwas kleinere Packungen helfen nicht, um das zu bemerken, da der Vergleich zur alten Tüte fehlt.

So viele Hinweise zu versteckten Preiserhöhungen wie nie zuvor

Den Eindruck, dass alles teurer wird, haben viele Menschen seit Monaten, wenn sie an der Supermarktkasse stehen und ihren Einkauf bezahlen. Doch neben den herkömmlichen Preisanstiegen reduzieren Hersteller weiterhin oft den Inhalt ihrer Produkte und der Preis im Handel bleibt gleich oder steigt zusätzlich etwas, sodass beide Seiten profitieren.

2022 beschwerten sich bei der Verbraucherzentrale Hamburg so viele Verbraucherinnen und Verbraucher wie nie zuvor über die Weniger-drin-Masche. Allein in den Monaten August, September und Oktober des letzten Jahres gingen deswegen mehr als 700 Beschwerden bei den Verbraucherschützern ein. „Doch was bei uns ankommt und erfasst wird, ist vermutlich nur die Spitze des Eisbergs“, erklärt Armin Valet von der Verbraucherzentrale Hamburg. Oft würden Hersteller nicht nur den Inhalt eines Produkts schrumpfen, sondern gleich alle Sorten einer Produktmarke auf Gewinn trimmen. Neben Markenartikeln waren zuletzt auch immer öfter Handelsmarken von versteckten Preiserhöhungen betroffen.

Verbraucherzentrale fordert bessere Regelungen

Rein rechtlich sind Mogelpackungen selten zu belangen. „Die derzeitigen Gesetze geben Unternehmen viel Freiraum, um Verbraucherinnen und Verbraucher hinters Licht zu führen“, ärgert sich Valet. Zwar würden sich einige Anbieter bemühen, ihre Kundinnen und Kunden besser zu informieren, doch häufig entpuppen sich die Maßnahmen als Feigenblatt. Dabei zeigt Brasilien, dass es auch anders geht. In dem südamerikanischen Land müssen Hersteller für mindestens sechs Monate auf der Vorderseite der

Verpackung gut lesbar die alte und neue Inhaltsmenge des Produkts sowie die absoluten und prozentualen Werte der Schrumpfung angeben.

Valet fordert, dass in Deutschland Füllmengenreduzierungen auch nur unter konkreten rechtlichen Vorgaben erlaubt sein sollten. Mit Blick auf den Umwelt- und Ressourcenschutz sind zusätzlich strengere Regeln bezüglich des Luftanteils notwendig. „Packungen müssen grundsätzlich voll befüllt sein. Die Politik hat Verbraucherinnen und Verbraucher lange genug im Stich gelassen“, sagt der Verbraucherschützer.

»Mogelpackung des Jahres 2022« online wählen

Die Abstimmung zur Wahl der »Mogelpackung des Jahres 2022« läuft bis Sonntag, den 22. Januar, 18 Uhr.

- Abstimmungsformular zur Wahl der »Mogelpackung des Jahres«: https://umfrage.vzhh.de/webform/mogelpackung2022
- Infos zu den für das Jahr 2022 nominierten Kandidaten: https://www.vzhh.de/mogelpackung-des-jahres

Weiterführende Links
Bildmaterial zu den Kandidaten (Einzelbilder und Gruppenbild)

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

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/presse/verbraucherinnen-verbraucher-koennen-mogelpackung-des-jahres-2022-waehlen