Mundspülung Listerine: Das spült Geld in die Kasse!

Unsere aktuelle Mogelpackung des Monats September ist die Listerine Mundspülung von Johnson & Johnson. Auf den ersten Blick ist der Unterschied zwischen alter und neuer Flasche gar nicht erkennbar. Aber unterm Strich wird das Produkt bis zu 33,5 Prozent teurer.



© istock.com/Capuski

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

- Hersteller Johnson & Johnson füllt nur noch 500 statt 600 Milliliter Listerine Mundspülung pro Flasche ab. Im Handel wird das Produkt teilweise teurer verkauft, sodass es zu einer doppelten Preiserhöhung von bis zu 33,5 Prozent kommt.

- Die Flasche selbst ist schmaler geworden; der reduzierte Inhalt fällt nur im direkten Vergleich zur alten Mundspülung auf. Die Angabe der Füllmenge ist nicht mehr so gut sichtbar wie beim alten Verpackungsdesign.
- Der US-Konzern Johnson & Johnson verweist auf gestiegene Kosten und erklärt gegenüber der Verbraucherzentrale, dass mit dem reduzierten Inhalt auch die unverbindliche Preisempfehlung herabgesetzt wurde.

Stand: 29.08.2023

In den letzten Monaten haben wir viele Beschwerden von Verbraucherinnen und Verbrauchern zur Listerine Mundspülung von Johnson & Johnson erhalten. Doch die meisten werden die Shrinkflation bei dem Produkt wohl gar nicht bemerkt haben. Der Anbieter hat nämlich versucht, die versteckte Preiserhöhung besonders gut zu vertuschen.

Die Flasche bleibt gleich hoch und optisch gleich gut gefüllt, obwohl Johnson & Johnson nur noch 500 statt 600 Milliliter Mundspülung hineinfüllt. Wie das geht? Durch eine etwas schmalere Plastikflasche. Doch die „abgespeckte" Flasche erkennt nur, wer das alte Gebinde direkt daneben hält. Außerdem ist die Füllmenge des Produkts nun nicht mehr so gut erkennbar. Vor der Verpackungsumstellung war die Milliliter-Angabe gelb unterlegt; jetzt sticht sie nicht mehr hervor.

Handel sorgt für zusätzliche Preiserhöhung

Würde der geschrumpfte Inhalt zum gleichen Preis angeboten werden, läge die versteckte Preiserhöhung nur bei 20 Prozent. Doch einige Händler wollen offenbar ihre Marge auf Kosten der Verbraucherinnen und Verbraucher erhöhen. Kaufland beispielsweise bietet die neue Flasche der sogenannten Premium-Variante Listerine Total Care für 4,95 Euro statt wie bisher für 4,45 Euro an. Unterm Strich beträgt die doppelte Preiserhöhung 33,5 Prozent. Die Basis-Variante Listerine Cool Mint Mild ist dagegen bei Edeka weiterhin für den alten Preis von 3,95 Euro erhältlich. Damit ist diese Mundspülung um 20 Prozent teurer.



© Verbraucherzentrale Hamburg



© Verbraucherzentrale Hamburg

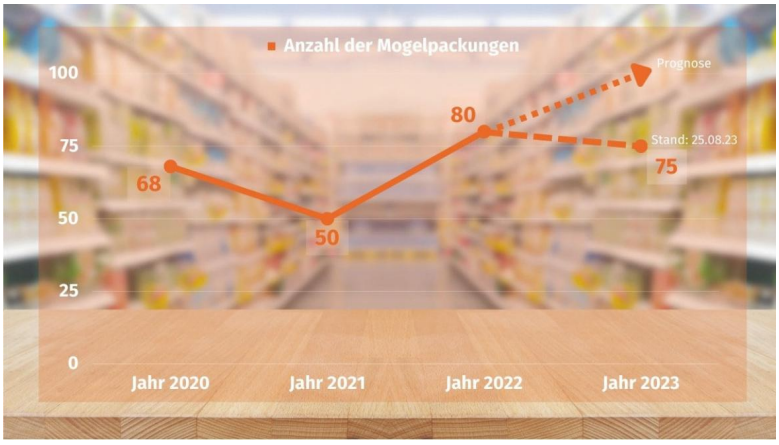
Johnson & Johnson verweist auf gestiegene Kosten

In einer Stellungnahme an die Verbraucherzentrale verweist der Anbieter Johnson & Johnson auf Kostensteigerungen „insbesondere bei den Rohstoff- und Produktionskosten“. Für uns ein wenig schleierhaft, denn die Mundspülung besteht überwiegend aus Wasser. Zusätzlich erklärt der US-Konzern, die unverbindliche Preisempfehlung für seine Produkte gesenkt zu haben. Diese liegt für Listerine Total Care nun bei 4,99 Euro statt 5,39 Euro. Da wollen sich also anscheinend die Händler auch ein Stück von der Preiserhöhung sichern. So profitieren beide – Hersteller und Händler – von der Trickserei auf Kosten der Verbraucherinnen und Verbraucher.

Shrinkflation auf Rekordniveau

In diesem Jahr haben wir bereits eine Rekordzahl an versteckten Preiserhöhungen in unserer Mogelpackungsliste veröffentlicht. Bis zum 25. August waren es 75 Produkte, die wir mit Hilfe der Verbraucherinnen und Verbraucher entlarven konnten. Zum gleichen Zeitpunkt des Vorjahres hatten wir erst 50 Mogelpackungen dokumentiert. Wir gehen daher davon aus, dass unsere Jahresbilanz für 2023 deutlich mehr versteckte Preiserhöhungen enthalten wird als im vergangenen Jahr 2022.

Die Zahlen im Schaubild zeigen, dass während der Inflation die Menge an veröffentlichten Mogelpackungen stark zugenommen hat. Shrinkflation ist anscheinend eine beliebte Methode, um Preiserhöhungen zu verschleiern. Die Zahlen stiegen etwas zeitverzögert an, da Füllmengenreduzierungen immer eine gewisse Vorlaufzeit gegenüber „normalen“ Preiserhöhungen benötigen. Auch die Menge an Beschwerden war so groß wie nie zuvor. Rund 2.000 Meldungen gingen im ersten Halbjahrbei bei uns ein.



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com

DANKE FÜR IHREN HINWEIS!

Haben Sie auch Mogelpackungen bzw. versteckte Preiserhöhungen entdeckt? Dann freuen wir uns über eine E-Mail, oder Sie nutzen unser Kontaktformular, um Informationen an uns weiterzugeben. Ob Mundspülung, Maronencreme oder Müsli – wir veröffentlichen hier auf unserer Website und in den sozialen Netzwerken regelmäßig aktuelle Beispiele.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mundspuelung-listerine-das-spuelt-geld-die-kasse