Fruchtgummis von Katjes – no, no, no!

Katjes schrumpft den Inhalt vieler Fruchtgummi-Sorten. Die Produkte sind unsere Mogelpackung des Monats. Doch die Schrumpfung ist kaum zu erkennen. Diese Weniger-drin-Preis-gleich-Masche muss endlich ein Ende haben. Beteiligen Sie sich jetzt an einer Petition gegen versteckte Preis-Abzocke!



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

- Der Inhalt vieler Fruchtgummi-Packungen von Katjes schrumpft von 200 auf 175 Gramm. Mindestens 14 Prozent beträgt die versteckte Preiserhöhung beim Normalpreis, im Sonderangebot ist der Preisanstieg zum Teil deutlich höher.
- Bei der Marke Katjes Family wurde die Füllmenge seit Mitte 2022 in zwei Schritten von 300 über 275 auf 250 Gramm reduziert. Die Süßwaren sind bei gleichem Preis insgesamt 20 Prozent teurer.

- Trotz Nachhaltigkeitsversprechen verkleinert der Süßwarenhersteller Katjes nur den Inhalt aber nicht die Tüte. Über 700.000 Plastiktüten mehr werden jetzt für 1.000 Tonnen Fruchtgummis benötigt.
- Die Verbraucherzentrale Hamburg unterstützt die Petition von Foodwatch gegen versteckte Preiserhöhungen. Verbraucherinnen und Verbraucher können sich daran beteiligen.

Stand: 05.10.2023

Das Unternehmen Katjes hat es wieder getan und schrumpft bei seinen besonders beliebten Fruchtgummi-Sorten die Füllmengen. Betroffen sind

- die normalen Standardtüten mit Produkten wie *Yoghurt-Gums, Fred Ferkel* oder *Grün-Ohr-Hasen*,
- Lakritzprodukte wie *Katzen Pfötchen* und
- die größeren Packungen der Marke *Katjes Family,* zu denen zum Beispiel die Sorten *Winegums* oder *Milchkater* gehören. Sie werden vor allem bei Edeka verkauft
- Katjes VitaMinis, die vor allem bei Lidl verkauft werden.

Je nach Kategorie stecken nun 175 statt 200 Gramm Fruchtgummis in der Tüte beziehungsweise 250 statt 275 Gramm bei den Familienpackungen oder 160 statt 175 Gramm bei den VitaMinis. **Insgesamt dürften über 30 Sorten von der aktuellen Schrumpfkur bei Katjes betroffen sein.**

Preise steigen unterschiedlich stark

Die Schrumpfung des Inhalts der normalen Tüten führt bei gleichem Preis zu einer versteckten Preiserhöhung von **14 Prozent.**



© Verbraucherzentrale Hamburg



© Verbraucherzentrale Hamburg



© Verbraucherzentrale Hamburg



© Verbraucherzentrale Hamburg



© Verbraucherzentrale Hamburg

In manchen Supermärkten ist der Verkaufspreise aber sogar gestiegen. Dann fällt der Preisaufschlag höher aus. Bei Kaufland beträgt er **19 Prozent**. Hier kosten 200 Gramm Fruchtgummis nicht mehr 95 Cent (wie im Jahr 2022), sondern 99 Cent.

Bei den Katjes Family Produkten schrumpft der Inhalt zum zweiten Mal innerhalb gut eines Jahres: von 300 über auf 275 auf jetzt aktuell 250 Gramm. Dieser „Doppelschlag“ führt insgesamt zu einer versteckten Preiserhöhung von immerhin **20 Prozent**.

GUT ZU WISSEN

Bei Sonderangeboten, zu denen Verbraucherinnen und Verbraucher besonders gerne greifen, fällt der Preisaufschlag noch deutlicher aus. Die herkömmlichen Katjes-Tüten mit nunmehr 175 Gramm Inhalt werden vielerorts nicht mehr zum alten Aktionspreis von 59 Cent

verkauft, sondern gehen für 79 Cent über die Ladentheke. Bei über 50 Prozent liegt die Preiserhöhung in diesem Fall.

Süßwarenkonzern schweigt zu den Vorwürfen

In unserem Mail-Postfach stapeln sich die Beschwerden in Sachen Katjes. Doch trotz mehrfacher Anfragen unsererseits will sich das Unternehmen nicht zu den Vorwürfen äußern. Das wirft ein schlechtes Bild auf den Konzern, finden wir. Sollten Firmen so mit ihren Kundinnen und Kunden umgehen?

Katjes hat auf jeden Fall alles dafür getan, die Schrumpfung des Inhalt besonders geschickt zu kaschieren.

Mehr Verpackungsmüll durch geschrumpften Inhalt

Zu dieser „Geheimhaltungspolitik“ passt, dass das Süßwarenunternehmen keinen zusätzlichen Hinweis auf der Packung zur Füllmengenreduzierung anbringt.

Besonders dreist ist aber, dass Katjes die Packungen nicht verkleinert und so jede Menge unnötigen Müll produziert. Wir haben nachgerechnet: Bei der gleichen Menge von 1.000 Tonnen Fruchtgummis benötigt die Firma über **700.000 Verpackungsbeutel mehr**. Das entspricht mehreren Tonnen zusätzlichen Plastikmülls allein für diese Produkte.

Da stellt sich aus unserer Sicht die berechtigte Frage, warum Katjes stets sein Engagement für Nachhaltigkeit herausstellt und mit Aussagen wie *„Nachhaltiges Denken prägt unsere Entscheidungen von Anfang an“* oder *„Wir achten auf Ressourcen“* um Kundinnen und Kunden buhlt.

Da sich Hersteller wie Katjes anscheinend wenig um Nachhaltigkeit kümmern, wenn sie die Marketingkonzepte für ihre Produkte entwickeln, ist hier dringend die Politik gefragt.

Politik muss Mogelpackungen stoppen

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) hat vor einigen Monaten ein Eckpunktepapier für weniger Verpackungsmüll veröffentlicht. Danach sollen *„gleichbleibend große Verpackungen bei verringertem Inhalt in Zukunft in der Regel unzulässig“* sein.

Obwohl die Vorschläge aus unserer Sicht nicht ausreichen, wäre es ein erster Schritt in die richtige Richtung. Dann wären Tricksereien wie die von Katjes zukünftig verboten. Leider gab es in den zurückliegenden Jahren immer wieder Ankündigungen der Politik, gegen Mogelpackungen vorzugehen, ohne dass sich wirklich etwas an der Situation geändert hat.

In Frankreich ist man diesbezüglich schon weiter. In unserem Nachbarland soll ein Gesetz gegen Shrinkflation auf den Weg gebracht werden. Einige französische Supermärkte weisen bereits jetzt direkt am Regal auf Produkte mit reduziertem Inhalt hin.

Petition gegen Mogelpackungen unterstützen

Foodwatch hat Ende September eine Petition mit einer E-Mail-Aktion gestartet um „Versteckte Preis-Abzocke“ zu stoppen. Die Petition richtet sich an die betroffenen Ministerien sowie an den Bundeskanzler. Im Wortlaut heißt es:

„ (…) Wenn der Preis pro Liter/Kilo steigt, weil der Inhalt verändert wird, müssen Hersteller diese Änderung kennzeichnen: Der Hinweis muss sechs Monate auf der Vorderseite und in Online-Shops stehen – ähnlich wie in Brasilien.

Dazu sollte eine Verringerung des Inhalts verboten sein, wenn dabei nicht auch die Verpackung dementsprechend verkleinert wird. Zeigen Sie mit Taten, dass Sie die Probleme von mir und Millionen anderen in Deutschland beim alltäglichen Einkauf ernst nehmen! (…)“

Wir unterstützen die Aktion von Foodwatch, um den Druck auf die Politik zu erhöhen. Sie auch? Dann beteiligen Sie sich und schreiben Sie an die Bundesregierung. **Das jahrelange Zuschauen muss endlich ein Ende haben!**

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 Fruchtgummi, Flüssigwaschmittel oder Frischkäse – wir veröffentlichen hier auf unserer Website und in den sozialen Netzwerken regelmäßig aktuelle Beispiele.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/fruchtgummis-von-katjes-no-no-no