Verbraucherzentrale Hamburg

Milka Schokolade: Verfahren gegen Mondelez

Viele Tafeln Milka-Schokolade wiegen seit einiger Zeit nur noch 90 statt 100 Gramm. Doch der Verpackung sieht man das nicht an. Das sah auch das Landgericht Bremen so und ist unserer Klage gefolgt: Verbraucherinnen und Verbraucher dürfen nicht darüber getäuscht werden, wenn Produkte bei gleichbleibender Verpackung weniger Inhalt haben. Nun geht es in die nächste Instanz.



© Verbraucherzentrale Hamburg

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Gleiche Verpackung bei weniger Inhalt. Der Lebensmittelkonzern Mondelez hat die Füllmenge von Schokoladentafeln der Marke Milka ohne deutlich sichtbaren Hinweis reduziert.

2. Das Landgericht Bremen folgt der Argumentation der Verbraucherzentrale Hamburg und hat gegen die Mondelez Deutschland GmbH geurteilt (Az. 12 O 118/25).
3. Der Lebensmittelkonzern hat Berufung gegen das Urteil eingelegt. Der Fall wird nun vor dem Hanseatischen Oberlandesgericht in Bremen verhandelt.
4. Die Politik muss laut der Verbraucherzentrale Hamburg klare Regeln schaffen. Von Seiten des Gesetzgebers braucht es verbindliche Vorgaben zu schrumpfenden Packungsinhalten.

Stand: 18.06.2026

Verbraucherinnen und Verbraucher dürfen nicht darüber getäuscht werden, wenn Produkte bei gleichbleibender Verpackung weniger Inhalt enthalten. So hat das Landgericht Bremen geurteilt. Wir hatten im Streit mit dem Hersteller Mondelez um Schokoladentafeln der Marke Milka zuvor Klage eingereicht.

Im konkreten Fall hatte Hersteller Mondelez im vergangenen Jahr die Füllmenge einiger Schokoladentafeln der Marke Milka von 100 auf 90 Gramm reduziert – bei unveränderter Verpackungsgröße und gleichem Design. Für Käuferinnen und Käufer war die Änderung auf den ersten Blick daher kaum erkennbar. Außerdem wird die Mengenangabe im Regal häufig durch Umkartons verdeckt. Zwar ist die neue Füllmenge formal korrekt auf der Vorderseite der Schokoladentafeln angegeben, doch geht der Hinweis aus unserer Sicht im Gesamtbild der Verpackung unter, weil er nicht hervorgehoben ist.

Wiedererkennungseffekt überlagert tatsächliche Veränderung

In wesentlichen Punkten folgte das Landgericht unserer Argumentation. Es führte in der Urteilsbegründung aus, dass eine Irreführung durch eine sogenannte relative Mogelpackung vorliege. Die Fehlvorstellung des Verbrauchers oder der Verbraucherin über die Füllmenge und damit eine Täuschung ergebe sich (nur) aus dem Vergleich mit dem früheren Produkt und nicht durch die Gestaltung der Verpackung. Der Wiedererkennungseffekt der Verpackung überlagere die tatsächliche Veränderung des Inhalts. Von Verbraucherinnen und Verbrauchern könne nicht erwartet werden, bei ihnen bekannten Produkten stets akribisch die gesamte Verpackung zu studieren, um

versteckten Preiserhöhungen der Hersteller auf die Spur zu kommen.

- Urteil des Landgerichts Bremen (Az. 12 O 118/25)

Mondelez hat Berufung gegen das Urteil des Landgerichts eingelegt. Der Fall wird nun vor dem Hanseatischen Oberlandesgericht in Bremen verhandelt.

Gleiche Verpackung mit weniger Inhalt



© Verbraucherzentrale Hamburg

Nur die direkte Gegenüberstellung von alter und neuer Schokoladentafel zeigt, wie irreführend das Vorgehen von Mondelez ist. Während die Verpackung und das Design identisch sind, ist die Tafel selbst unmerklich rund einen Millimeter dünner geworden. Doch ein deutlicher Hinweis auf die Reduzierung des Inhalts fehlt: Die neue Nennfüllmenge des Produkts steht zwar klein auf der Vorderseite der Verpackung, doch diese Angabe wird oft von den Laschen der Kartons in den Supermarktregalen verdeckt. Der winzige Zahlenaufdruck wird so leicht übersehen.

Wir meinen: Wer weniger Ware in gleicher Verpackung anbietet, muss klar und unübersehbar darauf hinweisen. Wie berechtigt diese Forderung ist, zeigte sich bereits in unserem erfolgreichen Verfahren gegen das Unternehmen Upfield. Der Anbieter hatte

die Füllmenge seines Produkts Sanella reduziert, ohne die Verpackung anzupassen. Das Gericht verlangte einen deutlich sichtbaren aufklärenden Hinweis über die geänderte Füllmenge (Urteil des Landgerichts Hamburg vom 13. Februar 2024, Az. 406 HKO 121/22).

Politik muss klare Regeln schaffen

Das Urteil gegen Mondelez stärkt die Rechte von Verbraucherinnen und Verbrauchern bei versteckten Preiserhöhungen. Wir gehen davon aus, dass es eine Signalwirkung auf die gesamte Branche haben wird. Unserer Auffassung nach sollten Hersteller vom Gesetzgeber zu verbindlichen Vorgaben bei schrumpfenden Packungsinhalten verpflichtet werden. Wir fordern einen Warnhinweis für Produkte mit verringerter Füllmenge für mindestens sechs Monate. Auch die Packungsgröße muss bei weniger Inhalt entsprechend kleiner werden.

Unternehmen wie Mondelez nutzen die Gesetzeslücke schamlos aus. Das beweisen hunderte Beschwerden zu den Tricksereien des Lebensmittelkonzerns, die bei uns in den vergangenen Jahren eingegangen sind. Milka-Produkte waren bereits mehrfach Mogelpackung des Monats. Die Milka Alpenmilch Schokolade von Mondelez haben Verbraucherinnen und Verbraucher sogar zur Mogelpackung des Jahres 2025 gewählt.

GUT ZU WISSEN

Mit unserer bundesweit einzigartigen Mogelpackungsliste dokumentieren wir seit Jahren versteckte Preiserhöhungen durch Füllmengenreduzierungen. Sie können dort nach betroffenen Produkten recherchieren und eigene Hinweise melden. Zur Mogelpackungsliste

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/milka-schokolade-verfahren-gegen-mondelez