



Weihnachtsschokolade immer teurer: So tricken Hersteller und Händler

Weihnachtszeit ist Schokoladenzeit – doch viele Produkte sind deutlich teurer als im letzten Jahr. Während der Kakaopreis seit einem Jahr fällt, steigen die Preise im Handel. Nicht nur Markenhersteller, sondern vor allem Discounter drehen dabei kräftig an der Preisschraube. Außerdem tauchen erste Produkte auf, die keine echte Schokolade mehr enthalten.



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

- 1. Deutliche Preissteigerungen:** Schoko-Weihnachtsmänner von Milka, Lindt und Co. sind bis zu 36 Prozent teurer als 2024.

2. **Discounter-Schokolade noch teurer:** Bei Lidl und Aldi steigen die Preise um bis zu 72 Prozent. Dabei spielt auch Shrinkflation eine Rolle.
3. **Erste Imitate entdeckt:** Produkte, die wie Schokolade aussehen, enthalten teils keine Kakaobutter mehr, sondern preiswertere Ersatzfette.
4. **Widerspruch zum Rohstoffmarkt:** Obwohl der Kakaopreis im Laufe dieses Jahres um über 60 Prozent gefallen ist, bleibt Schokolade im Handel teuer.

Stand: 21.11.2025

Obwohl die Rohstoffpreise für Kakao seit einem Jahr stetig sinken, wird Schokolade im Supermarkt immer teurer. Das zeigt sich auch bei den Schoko-Weihnachtsmännern und anderen schokoladigen Saisonartikeln zur Adventszeit. Wir haben die aktuellen Preise bekannter Produkte mit denen von 2024 in einer Stichprobe verglichen. Das Ergebnis ist eindeutig: Die Preise sind enorm gestiegen.

| Produkt | 2024 | 2025* | Preisanstieg in % |
|---|--------|--------|----------------------|
| Schoko-Weihnachtsmann von Lindt, 40 g | 1,99 € | 2,69 € | + 35 % |
| Schoko-Weihnachtsmann von Lindt, 70 g | 3,19 € | 3,99 € | + 25 % |
| Schoko-Weihnachtsmann von Milka (Mondelez), 45 g | 1,39 € | 1,89 € | + 36 % |
| Schoko-Weihnachtsmann von Milka (Mondelez), 90 g | 2,59 € | 2,99 € | + 15 % |
| Schoko-Weihnachtsmann von Kinder (Ferrero), 55 g | 1,69 € | 1,89 € | + 12 % |

* Die Preise bei den Marken Milka und Kinder können je nach Filiale und Händler geringfügig variieren. Es sind sogenannte Regalpreise und keine Aktionspreise.



© Verbraucherzentrale Hamburg

Shrinkflation-Trickserei bei Lidl und Aldi

Noch drastischer fallen die Preissteigerungen bei den Discountern Lidl und Aldi Nord aus. Beide Unternehmen bieten ihre klassischen Schoko-Weihnachtsmänner mit 200 Gramm Gewicht nach unseren Recherchen nur noch als Aktionsware an. Standard sind anscheinend die nun kleineren 110-Gramm-Varianten – bei deutlich höheren Grundpreisen.

| Produkt | 2024 | 2025 | 2025 | Preisanstieg in % |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|---|
| Weihnachtsmann aus Vollmilchschokolade von Favorina (Lidl), | 1,79 € 200 g | 2,79 € 200 g | 1,69 € 110 g | + 56 % (200→200 g) +72 % (200→110 g) |
| Schoko Weihnachtsmann von Wintertraum (Aldi Nord) | 1,79 € 200 g | 2,79 € 200 g | 1,69 € 110 g | + 56 % (200→200 g) |

Diese drastischen Preiserhöhungen trifft vor allem Menschen, die nicht so viel Geld haben. Noch mehr verdeutlicht das ein Preisvergleich der beiden Jahre 2022 und 2025. Nach den Daten der Preisvergleichs-App Smhaggle gab es den Schoko-Weihnachtsmann mit 200 Gramm bei Aldi und Lidl zum Preis von 0,99 Euro. Jetzt - drei Jahre später ist er

mit 2,79 Euro **fast dreimal so teuer** – und das als Aktionsartikel.



© Verbraucherzentrale Hamburg



© Verbraucherzentrale Hamburg

GUT ZU WISSEN

Zum Start der Saison stand bei Lidl nur der Favorina Schoko-Weihnachtsmann mit 110 Gramm Gewicht im Regal, also eine deutlich geschrumpfte Schoko-Hohlfigur. Das Gewicht betrug in den Jahren zuvor immer 200 Gramm. Ein klarer Fall von Shrinkflation! Erst seit Mitte November hat der Discounter die bisherige 200-Gramm-Variante als „Aktionsware“ im Verkauf.

Auch Lebkuchen, Stollen und Spekulatius teurer

Andere typische Saisonprodukte wie Stollen, Spekulatius oder Lebkuchen sind ebenfalls teurer geworden – wenn auch etwas weniger drastisch als Schokolade. Folgende Tabelle zeigt eine Stichprobe aus dem Sortiment von Aldi Nord. Ähnliche Preise gibt es bei Lidl. Nur bei den Marzipan-Kartoffeln haben wir keine Preissteigerung festgestellt.

| Produkt | 2024 | 2025 | Preisanstieg in % |
|--|--------|--------|-------------------|
| Marzipan-Kartoffeln von Wintertraum | 1,49 € | 1,49 € | + 0 % |
| Stollenkonfekt von Wintertraum | 3,49 € | 3,69 € | + 6 % |
| Mini-Stollen von Wintertraum | 1,69 € | 1,79 € | + 6 % |
| Butterspekulatius von Wintertraum | 2,29 € | 2,49 € | + 9 % |
| Zimtsterne von Wintertraum | 2,69 € | 2,99 € | + 11 % |
| Vanille-Kipferl von Wintertraum | 2,29 € | 2,69 € | + 17 % |
| Runde braune Lebkuchen von Wintertraum | 1,59 € | 1,99 € | + 25 % |
| Choco-Lolly von Wintertraum | 1,99 € | 2,49 € | + 25 % |
| Gefüllte Schoko-Lebkuchenherzen von Wintertraum | 2,49 € | 3,39 € | + 36 % |

ÜBRIGENS

Die Preise für Kakao an der Börse sinken seit einem Jahr kontinuierlich. Während Ende 2024 noch ein Preis von rund 12.000 Euro pro Tonne Kakao erzielt wurde, liegt der aktuelle Preis bei weniger als 4.500 Euro pro Tonne und damit über 60 Prozent unter dem Höchststand. Zwar schlagen sich Preisänderungen an den Rohstoffmärkten nicht sofort auf Preise im Supermarkt nieder, sondern erst einige Monate später. Trotzdem ist sehr verwunderlich, dass nach einem Jahr Preisabsturz bei Kakao immer noch keine Preissenkungen für Schokolade in den Supermärkten und Discountern angekommen sind. Im Gegenteil: Die Preise bleiben konstant hoch. Einzige Auffälligkeit ist, dass sehr viele Schokoladentafeln momentan über Aktionspreise verkauft werden. Laut Lebensmittel Zeitung, die sich auf Daten des US-amerikanischen Marktforschungsunternehmens Circana bezieht, ist der Absatz von Tafelschokolade in den ersten acht Monaten 2025 um 10 Prozent gesunken, der Umsatz aber trotzdem um 20 Prozent gestiegen.

Skimpflation: Wenn Schokolade keine echte Schokolade mehr ist

Neben Preiserhöhungen und Mengenreduzierungen beobachten wir nun auch **Qualitätsdumping:** Produkte, die wie Schokolade aussehen und schmecken, ohne die gesetzlichen Anforderungen an echte Schokolade zu erfüllen.

Fall 1: Rosinen mit „Milchsenschokoladengeschmack“ bei Action

Nach einer Verbraucherbeschwerde haben wir Rosinen entdeckt, die nicht mehr mit echter Schokolade überzogen sind. Der Hersteller hat die Kakaobutter komplett durch Pflanzenfette ersetzt, die im Einkauf deutlich günstiger auf dem Rohstoffmarkt zu haben sind. Auf der Verpackung des Produkts steht jetzt „Rosinen mit Milchsenschokoladengeschmack“.

Der Hersteller erklärt, die Rezeptur sei wegen gestiegener Kosten angepasst worden. Der Preis ist dennoch zusätzlich gestiegen.

„(...) Wir haben die Zusammensetzung des Produkts geändert, damit es weiterhin zum niedrigsten Preis erschwinglich bleibt und haben die Gelegenheit genutzt, den Geschmack und das Aroma zu verbessern. Wir haben nur den Überzug geändert: weniger Zucker, mehr Milchbestandteile, und die Fettkomponente wurde von Kakaobutter auf RSPO-

zertifiziertes Palmöl und Shea umgestellt. Der Überzug ist weiterhin eine Mischung aus Zucker und Kakao. Der Kakao ist auch weiterhin Fairtrade-Kakao. (...) Dank der neuen Zusammensetzung konnte Action die Preiserhöhung begrenzen – auf den neuen Preis von 2,09 € für 260 g, vorher 1,66 €. (...)"

Verboten ist das nicht, wenn die Kennzeichnung eines Produkts entsprechend angepasst wird. In der Zutatenliste der Rosinen stehen nun Palm- und Sheafett statt Kakaobutter aufgeführt. Problematisch finden wir diese Form von Skimpflation dennoch, denn Verbraucherinnen und Verbraucher erwarten bei solchen Süßigkeiten einen echten Schokoladenüberzug.



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Lebensmittelklarheit.de / vzbv und Canva.com



© Open Food Facts und Canva.com

Fall 2: Choc Sea Salt-Granola ersetzt Zartbitterschokolade

Beim Müsli „Wholey Granola Choc Sea Salt“ hat der Hersteller Green Grizzly klammheimlich echte Zartbitterschokolade durch mit Reisextraktpulver gestreckte „Kakaotropfen“ ersetzt, wie das [Portal Lebensmittelklarheit der Verbraucherzentralen](#) informiert. Der Anbieter erklärt, dass „*aufgrund erheblicher Kakaopreisseigerungen*“ die Rezeptur des Produkts „moderat angepasst“ wurde.

Wir befürchten: Das sind die ersten Fälle einer neuen Sparwelle, bei der Verbraucherinnen und Verbraucher Schokoladen-Imitate untergejubelt bekommen. Die [New York Times](#) berichtet, dass US-Anbieter längst reihenweise die Rezeptur ihrer Schokoriegel angepasst haben, um die Produktionskosten zu senken.

Fall 3: Kitkat Chunky Riegel mit Fettglasur statt Schokolade

Auch große Konzerne wie etwa Nestlé verschlechtern die Rezepturen ihrer Schoko-Produkte. Der Kitkat Chunky Riegel White etwa ist nur noch mit einer weißen Fettglasur überzogen und nicht mehr mit weißer Schokolade. Diese Fettglasur besteht vor allem aus pflanzlichen Fetten wie Palm- und Sheafett, in der weißen Schokolade zuvor war praktisch nur Kakaobutter. Wann genau die Umstellung stattgefunden hat, ist uns nicht bekannt.

DANKE FÜR IHREN HINWEIS!

Melden Sie uns gerne Fälle von Shrinkflation (versteckte Preiserhöhungen) und Skimpflation (Qualitätsdumping). Jede Beschwerde hilft, Transparenz herzustellen und Verbraucherrechte zu stärken. [Zum Missstand-melden-Formular](#)

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/weihnachtsschokolade-immer-teurer-so-tricksen-hersteller-haendler>