

Milka Alpenmilch ist »Mogelpackung des Jahres 2025«

So eindeutig war das Urteil der Verbraucherinnen und Verbraucher noch nie: Die Milka Alpenmilch Schokolade ist »Mogelpackung des Jahres 2025«. Was hinter dem Rekordvotum steckt und warum der Fall noch nicht abgeschlossen ist.



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Die Schokolade *Milka Alpenmilch* von Mondelez ist mit deutlichem Vorsprung zur »Mogelpackung des Jahres 2025« gewählt worden. Zwei Drittel der abgegebenen Stimmen gingen an dieses Produkt. Insgesamt 34.731 Personen haben an der Wahl teilgenommen, so viele wie seit sechs Jahren nicht mehr.

2. Der Hersteller, die Mondelez Deutschland GmbH GmbH, hat die Füllmenge der Tafel von 100 auf 90 Gramm reduziert. Gleichzeitig stieg der Preis im Handel von 1,49 Euro auf 1,99 Euro. Das entspricht einer Preiserhöhung von über 48 Prozent.
3. Nach Auffassung der Verbraucherzentrale Hamburg täuscht die Aufmachung der Verpackung über den tatsächlichen Inhalt hinweg. Der Hersteller Mondelez muss sich deshalb wegen Irreführung vor Gericht verantworten.
4. Die Hamburger Verbraucherschützer fordern die Politik zum Handeln auf. Verbraucherinnen und Verbraucher müssen endlich besser vor Shrinkflation geschützt werden.

Stand: 21.01.2026

Mit eindeutigen Ergebnis haben Verbraucherinnen und Verbraucher die *Milka Alpenmilch* Schokolade zur »Mogelpackung des Jahres 2025« gewählt. Zwei Drittel der abgegebenen Stimmen (66,7 Prozent) entfielen auf die Schokoladentafel des Konzerns Mondelez. Noch nie in der zwölfjährigen Geschichte der Wahl erreichte ein Produkt einen derart hohen Stimmenanteil. An der aktuellen Ausgabe der Abstimmung nahmen 34.731 Personen teil, so viele wie seit sechs Jahren nicht mehr.

Die Verbraucherinnen und Verbraucher haben ihrem Ärger mit großer Deutlichkeit Luft gemacht. Die subtile Reduzierung der Füllmenge bei Milka empfinden viele als dreiste Mogelpackung. Das Abstimmungsergebnis ist ein Denkmäler, wie man ihn deutlicher kaum geben kann.



Weniger Inhalt zum höheren Preis

Die Schokoladentafel *Alpenmilch* der Marke *Milka* wurde Anfang des Jahres 2025 unmerklich dünner und gleichzeitig teurer: Die Füllmenge pro Tafel sank von 100 auf 90 Gramm, während der Preis von 1,49 Euro auf 1,99 Euro stieg. Das entspricht einer Preiserhöhung von über 48 Prozent. Die reduzierte Füllmenge ist im Supermarkt kaum erkennbar, da die Verpackung nahezu unverändert geblieben ist. Auch andere Schokoladensorten von Milka waren davon betroffen.

Bereits im Juli 2025 hatte die Verbraucherorganisation Foodwatch die Schokolade von Milka zur „dreistesten Werbelüge des Jahres“ gekürt.



Der Unmut scheint sich auch im Einkaufsverhalten und beim Markenimage niederzuschlagen: Verbraucherinnen und Verbraucher greifen seltener zu Produkten von Milka. Medienberichten zufolge verzeichnete Mondelez im vergangenen Jahr rückläufige Absatzzahlen; Verkäufe wurden oft über umfangreiche Preisaktionen gestützt. Allein in den letzten drei Monaten registrierte die Smhaggle-App mehr als 100 Rabattaktionen für Milka-Schokoladen. Befragungen des Meinungsforschungsinstituts YouGov weisen auf einen deutlichen Imageverlust der Marke hin, der bis August 2025 im Vergleich zum Vorjahr besonders ausgeprägt war. Trotzdem steigerte Mondelez seinen Umsatz bis zum dritten Quartal 2025 – vor allem infolge höherer Preise.

Nach Verbraucherurteil folgt Gerichtsverhandlung

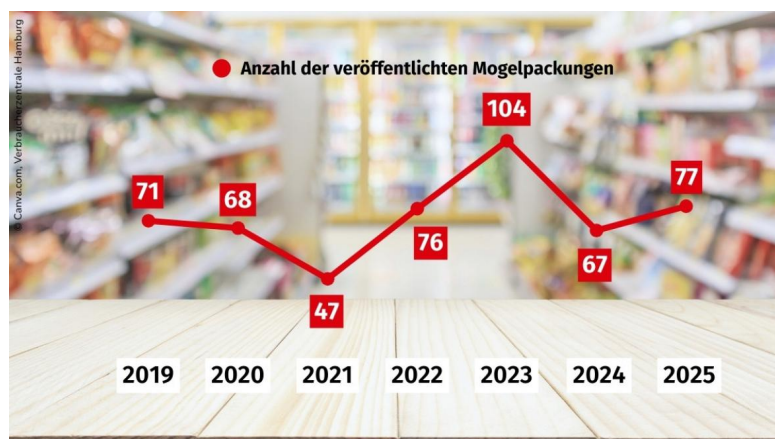
Mit dem Negativpreis ist der Fall Milka allerdings noch nicht beendet. Im April muss sich der Hersteller, die Mondelez Deutschland GmbH, vor dem Landgericht Bremen

verantworten, denn wir haben das Unternehmen verklagt. Dann wird geklärt, ob die Füllmengenreduzierung für Verbraucherinnen und Verbraucher nicht nur ärgerlich ist, sondern auch irreführend war. Während das deutliche Abstimmungsergebnis zeigt, wie stark sich Kundinnen und Kunden von Mondelez getäuscht fühlen, wird das Gericht entscheiden, ob auch im juristischen Sinne eine Täuschung vorliegt.

Verbindliche Regelungen für mehr Transparenz umsetzen

Unabhängig vom Ausgang des Verfahrens sehen wir weiterhin dringenden politischen Handlungsbedarf. Zwar bekennt sich die Bundesregierung im Koalitionsvertrag zu mehr Transparenz bei versteckten Preiserhöhungen, doch ohne verbindliche Regelungen bleibt diese Ankündigung eine leeres Versprechen.

Wir finden: Die Politik ist gefordert, endlich für echte Preiswahrheit im Supermarkt zu sorgen. Die notwendige Transparenz entsteht bislang überwiegend durch unsere Arbeit, durch das systematische Erfassen und Veröffentlichen von versteckten Preiserhöhungen in unserer Mogelpackungsliste.



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com

Deutschland hinkt beim Schutz vor Shrinkflation bislang hinterher: In mehreren anderen Ländern gibt es bereits verbindliche Vorgaben, um versteckte Preiserhöhungen einzudämmen. In Österreich und Frankreich sind Händler verpflichtet, entsprechende Hinweise am Regal zu platzieren. In Brasilien müssen Unternehmen sogar direkt auf der Verpackung über verringerte Inhalte informieren.

In einem aktuellen Positionspapier des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) sind die Forderungen der Verbraucherzentralen zusammengefasst.

Abstimmungsergebnis im Überblick

Insgesamt verteilten sich die 34.731 abgegebenen Stimmen bei der Wahl der »Mogelpackung des Jahres 2025« wie folgt auf die fünf nominierten Produkte:

- 1. Platz: Milka Schokolade von Mondelez mit 23.165 Stimmen (66,7 %)
- 2. Platz: Käse-Streusel Backmischung von Dr. Oetker mit 7.666 Stimmen (22,1 %)
- 3. Platz: XXL Schoko Hafer-Müsli von Kölln mit 2.060 Stimmen (5,9 %)
- 4. Platz: 3in1 Classic Kaffeesticks von Jacobs mit 1.692 Stimmen (4,9 %)
- 5. Platz: Penne Pomodoro Mozzarella von Knorr mit 148 Stimmen (0,4 %)

Versteckte Preiserhöhungen bleiben auf hohem Niveau

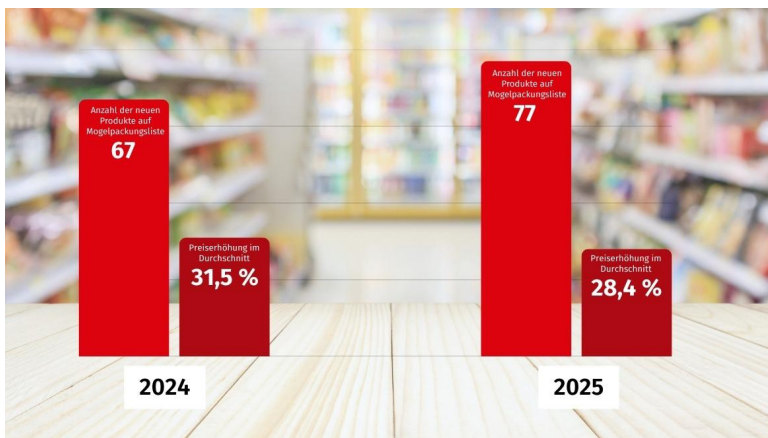
Im vergangenen Jahr haben wir unsere Mogelpackungsliste um 77 neue Produkte erweitert – die zweithöchste Zahl seit Beginn der Erhebungen. Häufig betroffen waren Süßwaren, Fertigprodukte und Müsli.

Besonders alarmierend: Die durchschnittliche versteckte Preiserhöhung der veröffentlichten Produkte lag bei 28,4 Prozent. Zwar ist sie damit im Vergleich zum vergangenen Jahr leicht gesunken, sie bleibt aber weiterhin auf einem hohen Niveau. Wie drastisch die Preiserhöhungen im Einzelfall sein können, verdeutlichen eine Schokolade mit einem Preisanstieg von 100 Prozent, ein Softdrink mit 88 Prozent und eine Backmischung mit 87 Prozent.

Diese Zahlen zeigen deutlich, dass Hersteller und Händler versteckte Preiserhöhungen gezielt nutzen, um Verbraucherinnen und Verbraucher besonders stark zur Kasse zu bitten!



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com

GEMEINSAM GEGEN MOGELPACKUNGEN

Wenn Sie der Mogeleyen überdrüssig sind, sollten Sie Politik mit dem Einkaufszettel machen. Nur wenn ihre Produkte dauerhaft im Regal liegen bleiben, ändern Unternehmen eventuell ihre Marketingpolitik. Wir veröffentlichen regelmäßig betroffene Lebensmittel und Drogerieartikel in unserer Mogelpackungsliste.

Gleichzeitig gehen wir mit Abmahnungen und Klagen gegen Mogelpackungen vor. Doch was im rechtlichen Sinne als solche gewertet werden kann, ist aufgrund lückenhafter Vorgaben oft schwierig festzustellen.

Stärken Sie den Verbraucherschutz

Wenn Sie unsere Arbeit zur Aufdeckung von Mogeleyen und Preistricksereien unterstützen möchten, spenden Sie. Für uns ist jeder Beitrag eine Hilfe. Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

[Zum Spendenformular](#)

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-jahres/milka-alpenmilch-ist-mogelpackung-des-jahres-2025>