

Pressemitteilung vom 20. Januar 2017

# Evian Mineralwasser ist Mogelpackung des Jahres 2016

Das Mineralwasser der Marke Evian in der 1,25-Liter-Flasche ist die „Mogelpackung des Jahres 2016“. Von insgesamt 23.414 Teilnehmern einer Online-Umfrage der Verbraucherzentrale Hamburg, die vom 4. bis 22. Januar 2017 lief, stimmten 8.970 Personen und damit 38,3 Prozent für das Produkt von Danone Waters.

Danone Waters hatte die Füllmenge der Evian-Flasche im April 2016 von 1,5 auf 1,25 Liter reduziert; gleichzeitig wurde der Preis für das Mineralwasser im Handel angehoben. Unterm Strich betrug die teils versteckte Preiserhöhung in einigen Supermärkten bis zu 50 Prozent. „Viele Verbraucher fanden diesen rasanten Preisanstieg anscheinend besonders unverschämt, haben aber wohl auch wegen der Unverfrorenheit, mit der Danone Waters vorging, für Evian gestimmt“, vermutet Armin Valet von der Verbraucherzentrale Hamburg.

Das nun teurere Mineralwasser fördert der Konzern noch immer aus derselben Quelle am Genfer See. Lediglich die Flasche hat Danone Waters neu als sehr stabile Premium-PET-Flasche mit einer stilisierten Bergsilhouette gestaltet. „Damit ist das Produkt nicht nur Geldschneiderei“, meint Valet, „sondern zudem ein großer Umweltfrevel, denn es wird mehr Kunststoff PET benötigt, um weniger Wasser in Einwegflaschen abzufüllen.“

Neben höheren Herstellungskosten für die „hochwertige“ Verpackung führt Danone Waters gegenüber der Verbraucherzentrale aufwendigere Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Kompensation für die Preiserhöhung an. „Lippenbekenntnisse!“, urteilt Valet. „Wer den Markt mit Einwegflaschen überschwemmt, sollte nicht mit Umweltfreundlichkeit argumentieren.“ In der Fachpresse begründet Danone Waters den Verkauf von Evian als

„Premiumwasser“ mit hohen Wachstumsraten in diesem Marktsegment. Darin sieht Valet den wahren Grund für die dreiste Preiserhöhung.

Auf den weiteren Plätzen der Online-Abstimmung folgen dicht hinter der Evian-Mineralwasserflasche das Produkt Choco Crossies von Nestlé mit 35,1 Prozent der Stimmen, mit größerem Abstand dann die Crunchips von Lorenz Bahlsen Snack-World (10,1 Prozent), der Milka Weihnachtsmann von Mondelez (9,3 Prozent) und die Pastasauce Miracoli von Mars (7,2 Prozent).

„Das Interesse an unserer Wahl war riesig“, freut sich Valet. Es zeige, dass Mogelpackungen für viele Menschen weiterhin ein Dauerärgernis sind. Seit Jahren würden Verbraucher mit versteckten Preiserhöhungen hinters Licht geführt. „Da Hersteller und Handel die Trickereien nicht von sich aus beenden, ist es an der Zeit, dass die Politik die rechtlichen Rahmenbedingungen für Verbraucher verbessert. Wir brauchen eine Transparenzplattform, auf der Hersteller vorab kleinere Füllmengen melden müssen“, fordert Valet.

Jedes Jahr erhält die Verbraucherzentrale Hamburg weit mehr als tausend Beschwerden zu Mogelpackungen. Viele davon werden seit zwölf Jahren in einer Mogelpackungsliste dokumentiert. Sie umfasst aktuell 137 Seiten mit geschätzt über 1.000 Produkten. Aktuelle Hinweise zu Mogelpackungen veröffentlichen die Hamburger Verbraucherschützer auch regelmäßig auf ihrer Facebook-Seite [facebook.com/vzhh](https://www.facebook.com/vzhh).

Weitere Informationen zur Mogelpackung des Jahres 2016 und den genauen Abstimmungsergebnissen sind zu finden auf der Internetseite der Verbraucherzentrale Hamburg unter [www.vzhh.de](http://www.vzhh.de).

**Bitte beachten Sie, dass die Meldung den Stand der Dinge zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung wiedergibt.**

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/presse/evian-mineralwasser-ist-mogelpackung-des-jahres-2016>