

Stellungnahme zur Füllmengenreduzierung bei ROMY Original

Im Zuge des Marken-Relaunchs wurde die Füllmenge von ROMY Original von 200 g auf 150 g reduziert. Die Umstellung erfolgt seit Mai 2026 schrittweise. Unter der Marke ROMY wurde zuletzt beziehungsweise wird aktuell ausschließlich das Produkt ROMY Original geführt. Von der Reduzierung der Füllmenge ist daher ausschließlich dieses Produkt betroffen. Die EAN der ROMY Original 200 g lautet 4021700 903053, die EAN der ROMY Original 150 g lautet 4021700 904265.

Die Reduzierung der Füllmenge beruht auf zwei wesentlichen Gründen. Zum einen entspricht die kleinere Tafel stärker den heutigen Konsumgewohnheiten und senkt die Einstiegshürde für neue Käuferinnen und Käufer. Ziel ist es insbesondere, auch jüngere Verbraucherinnen und Verbraucher für die Marke zu gewinnen, für die eine 200-g-Tafel häufig eine zu große Packungsgröße für einen Erstkauf darstellt. Damit soll die langfristige Zukunft der Traditionsmarke ROMY gestärkt werden.

Zum anderen ist die Reduzierung der Füllmenge eine Reaktion auf die in den vergangenen Jahren erheblich gestiegenen Rohstoffkosten, insbesondere für Kakao. Als mittelständischer Süßwarenhersteller ist HOSTA von dieser Entwicklung in besonderem Maße betroffen. Die Weltmarktpreise für Kakao, die über viele Jahre vergleichsweise stabil waren, erreichten in den Jahren 2024 und 2025 ein Rekordniveau und lagen zeitweise bei etwa dem Vierfachen früherer Preisniveaus. Da Kakao langfristig im Voraus beschafft wird, wirken sich die hohen Einkaufspreise aus dieser Zeit weiterhin auf die aktuellen Produktionskosten aus, auch wenn sich die Marktpreise inzwischen teilweise wieder entspannt haben.

Sollten sich die Rohstoffkosten mittelfristig nachhaltig stabilisieren, werden wir selbstverständlich prüfen, wie wir diese Entwicklung auch an die Verbraucherinnen und Verbraucher weitergeben können. Eine Veränderung der Rezeptur kam für uns nicht infrage, da wir den hohen Qualitätsanspruch unserer Produkte unverändert beibehalten möchten.

Auf der Verpackungsvorderseite weist ein Störer mit dem Hinweis „Neuer Look. Gleicher Genuss.“ auf den Marken-Relaunch hin. Im Zuge des Marken-Relaunchs wurden auch die Verpackung optimiert, insbesondere durch eine bessere Wiederverschließbarkeit, sowie das Oberflächenmuster der Schokolade modernisiert. Auf der Verpackungsrückseite erläutern wir die Umstellung ausdrücklich und weisen auf die schlankere 150-g-Tafel hin.

Ergänzend verweist ein QR-Code auf der Verpackung auf unsere ROMY-Markenwebsite, auf der wir die Hintergründe der Umstellung ausführlich erläutern: <https://romy-kokos.de/verantwortung/>. Darüber hinaus haben wir die Umstellung mit einer [Pressemitteilung](#) vom 20. April 2026 kommuniziert und sie über unsere Social-Media-Kanäle begleitet, beispielsweise auf [Instagram](#). Im Rahmen einer deutschlandweiten Verkostungstour werden wir Verbraucherinnen und Verbrauchern ab Ende August zudem die Möglichkeit geben, ROMY zu probieren. Diese Veranstaltungen werden wir gleichzeitig für einen offenen Dialog über die Hintergründe der Füllmengenreduzierung nutzen.

Im Zuge der Umstellung wurde auch die unverbindliche Preisempfehlung angepasst. Die UVP für die 200-g-Tafel lag bei 2,99 Euro. Für die neue 150-g-Tafel beträgt die UVP 2,49 Euro.