

Weniger drin als früher?

Mogelpackungen Viele Hersteller wissen, wie man Preise geschickt erhöht, sie ändern einfach die Verpackung. Nur wer genau hinsieht, entdeckt es auch.

Zu früh gefreut: Mehrere unserer Leser waren richtig enttäuscht, als sie für eine herzhaftere Pause das Knäckebrot Finn Crisp Multigrain auspackten. In der Packung waren nicht wie früher 200 Gramm, sondern nur noch 175. Der Preis von 1,20 Euro und die Verpackungsgröße aber waren gleich geblieben (siehe S. 29). Schon im Oktober 2009 fiel den Lesern die Mogelpackung der Firma Brandt Zwieback-Schokoladen auf. Die Stiftung Warentest berichtet monatlich über solche Fälle (siehe S. 7).

So erhöhen Hersteller die Einnahmen

Für Hersteller gibt es viele Möglichkeiten, die Preise ihrer Produkte nahezu unbemerkt zu erhöhen und auf diesem Weg die Verbraucher zu täuschen.

Geschrumpfte Menge: Wie beim Knäckebrot Finn Crisp Multigrain verringern sie die Füllmenge der Verpackung, ändern an der Größe der Verpackung aber nichts.

Viel Luft: In vielen Packungen steckt so viel Luft, dass bis zu 50 Prozent mehr Inhalt hineinpassen würden (siehe unten). Aber

nicht nur Hohlräume täuschen mehr Inhalt vor, sondern auch hochgezogene Böden, übergroße Verschlüsse und doppelte Wände von Verpackungen.

Neue Form: Der Hersteller präsentiert sein Produkt in einer neuen Verpackungsform, so wie etwa Philadelphia bei seiner Frischkäsezubereitung (siehe rechts unten). Oft erkennt der Kunde dann nicht, dass auch weniger drinsteckt.

Neue Rezeptur: Statt des Gewichts verändert er einfach die Rezeptur – der Preis bleibt, die Herstellungskosten sinken. Das ist für den Kunden nur schwer zu erkennen.

Schon ein Gramm weniger in der Packung kann volkswirtschaftlich betrachtet eine Menge ausmachen, auch wenn es für den einzelnen Käufer wenig erscheint. Ein Beispiel: Ein Hersteller produziert täglich 2,5 Millionen Schokoladentafeln – mit einer Unterfüllung von jeweils 1 Gramm, an rund 200 Arbeitstagen im Jahr. Bei einem Preis von 0,55 Euro pro Tafel haben die Verbraucher dann insgesamt 2,77 Millionen Euro zu viel bezahlt. So kommt es zu ungerechtfertigten Mehreinnahmen.

So sind Mogelpackungen definiert

Versteckte Preiserhöhungen ärgern jeden Kunden. Allerdings sind nicht alle genannten Beispiele auch Mogelpackungen. Laut Eichgesetz müssen Fertigpackungen „so gestaltet und befüllt sein, dass sie keine größere Füllmenge vortäuschen, als in ihnen enthalten ist“. Das prüfen die Eichämter stichprobenartig. Verbraucherschützer rechneten mit einem Anstieg von Mogelpackungen, nachdem seit April 2009 Packungsgrößen nicht mehr vorgeschrieben werden (siehe rechts). Nachfragen ergaben: Anders als erwartet stellten die Eichämter keine Erhöhung der Verstöße fest.

So verändert Onko seinen Kaffee

„Die Hersteller werden immer raffinierter“, schlussfolgert Silke Schwartau von der Verbraucherzentrale Hamburg. Sie denkt dabei an die neue Onko-Variante, die statt zu 100 Prozent nur noch zu 88 Prozent aus Röstkaffee besteht. Der Rest sind Maltodextrin und Karamell. „Gestreckter Kaffee, das regt die Leute auf“, so Schwartau. Der kleine, aber feine Unterschied: Auf der alten Packung steht oben vor „Onko“ das

Zu viel Luft: In der Faltschachtel des Pure Tea Selection Masala Chai hätten locker weitere 20 Teebeutel Platz gehabt – das ist eindeutig eine Mogelpackung.



Wort Kaffee, auf der neuen jedoch nicht. Jetzt steht unten „Melange aus Röstkaffee“. Eine Mogelpackung – könnte man meinen. Per Definition stimmt das aber nicht, denn die neue Rezeptur wird angegeben. Und der neue Onko ist günstiger als der alte.

So sparen Sie sich Enttäuschungen

Vielleicht sorgt in Zukunft auch die Politik für mehr Durchblick: Das Verbraucherschutzministerium plant im Rahmen der Kampagne „Klarheit und Wahrheit“, eine bessere Produktkennzeichnung durchzusetzen. Jetzt hilft beim Einkauf nur eins: Verpackungen wie ein Detektiv prüfen, auf die Füllmenge achten, die Grundpreise pro 100 Gramm oder pro Liter auf dem Regal-etikett vergleichen (siehe rechts).

So können Sie uns Fälle melden

Um weiteren Mogelpackungen auf die Spur zu kommen, können wir weiterhin die Hilfe unserer Leser gut gebrauchen. Haben Sie sich erst kürzlich über eine veränderte Verpackung geärgert oder fühlten sich gar getäuscht? Dann schicken Sie bitte Ihre Hinweise an unsere Postadresse oder per E-Mail an test@stiftung-warentest.de mit dem Stichwort Mogelpackung. ■

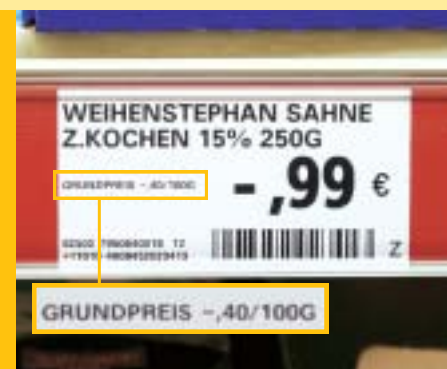
Gesetzliche Regelungen

Feste Größen fielen weg

Seit dem 11. April 2009 gibt es für fast alle Nahrungsmittel keine vorgeschriebenen Packungsgrößen mehr. Zuvor galten nationale Verordnungen, sie halfen dem Kunden zu vergleichen, zum Beispiel Milch zwischen 0,5 und 1 Liter: Sie durfte nur in Fertigpackungen mit 0,5 Liter, 0,75 Liter und 1 Liter Füllmenge verkauft werden. Heute könnten es auch 600 Milliliter sein. Auch für Wasser, Limonade, Frucht-

säfte, Zucker und Schokolade fielen 2009 feste Verpackungsgrößen weg. Für viele andere Lebensmittelgruppen wurden sie bereits seit 2000 peu à peu abgebaut. Einzige Ausnahmen bis heute: Wein und Spirituosen. Herstellern ermöglicht die Neuregelung maßgeschneiderte Verpackungen anzubieten, etwa für Singles. Verbraucherschützer befürchten eher, dass versteckte Preis erhöhungen weiter zunehmen.

Seit dem Jahr 2000 sind Supermärkte verpflichtet, die Grundpreise von Lebensmitteln auf einem Etikett am Regal anzugeben, also den Preis pro Kilogramm, 100 Gramm oder pro Liter. Der Kunde kann verschiedene Produkte und Produktgrößen so besser vergleichen (siehe rechts).



Klassische Mogelpackung

Geschrumpfter Inhalt

Wird mehr Packungsinhalt vorge täuscht, als tatsächlich drinsteckt, dann handelt es sich laut Eichgesetz um eine Mogelpackung. Das ist bei diesem Knäckebrot der Fall.



Geschrumpft: Die äußere Packung des Finn Crisp Multigrain blieb gleich groß. Drin sind aber nur noch 175 statt wie früher 200 Gramm.

Produktveränderungen

Neue Form und neue Rezeptur

Beide Beispiele kommen Mogelpackungen sehr nahe, sind rechtlich gesehen aber keine. Beim Philadelphia erkennt der Verbraucher, dass das

Produkt neu aussieht. Bei Onko wird unten auf der Verpackung auf die neue Rezeptur hingewiesen – was allerdings kaum erkennbar ist.



Alte Form: Früher war die Packung der Philadelphia-Frischkäsezubereitung rechteckig und sie enthielt 200 Gramm.



Neue Form: Heute kommt sie oval statt eckig daher – und bietet nur noch 175 Gramm. Kleiner sieht die Verpackung aber nicht aus.



Alte Rezeptur: Onko Kaffee sanft – Der Harmonische. Die alte Rezeptur mit 100 Prozent Röstkaffee ist jetzt nur noch selten im Supermarkt zu finden.



Neue Rezeptur: Das Wort „Kaffee“ ganz oben ist völlig verschwunden, dafür stecken in der „Melange“ jetzt auch Maltodextrin und Karamell.

FOTOS: STIFTUNG WARENTEST