










Anbieter sparen – Verbraucher zahlen: Kleinere Menge zum gleichen Preis!





www.vzhh.de




- Zur Vergrößerung des Bildes auf das Bild oder den Link „Foto“ in der letzten Spalte klicken
- Liste nach Datum der Verbraucherbeschwerden geordnet.
- Wenn Sie den Namen eines Produkts, eines Herstellers oder Händlers suchen, geben Sie ihn in dieser pdf-Maske im Feld „suchen“ ein, schon sind Sie da.


Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Knorr Bouillon Pur Gemüse, Unilever (Nahkauf), Gemüsebrühe	6* 28 g	8* 28 g	1,89 €	2,19 €	15,1	Verbraucherangabe und eigene Recherche Oktober 2012	
Odol Mundwasser, GlaxoSmithKline (Kaufland), Drogerieartikel 	125 ml	150 ml	4,45 €	3,35 €	59,6	Verbraucherangabe und eigene Recherche September 2012	Foto Rezepturveränderung: „neu ohne Alkohol“
Ariel Actilift compact, Procter & Gable (dm), Waschmittel 	16 WL (1,2 kg)	18 WL (1,35 kg)	4,95 €	4,95 €	12,5	Verbraucherangabe September 2012	Foto
Cassis saure Johannisbeeren, Mederer (Lidl) Fruchtgummi 	225 g	250 g	0,99 €	0,99 €	11,1	Verbraucherangabe September 2012	Foto
Lebkuchen-Festtags-Truhe, Lebkuchen Schmidt	2815 g	2865 g	68,90 €	64,90 €	8,0	Verbraucherangabe September 2012	Siehe frühere Füllmengenreduzierungen
Iglo Lachs-Fischstäbchen, Iglo GmbH (Rewe)	224 g 8 Stück	280 g 10 Stück	2,99 €	2,99 €	25,0	Verbraucherangabe August 2012	




Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Palmolive Olive & Feuchtigkeitsmilch Cremedusche Colate- Palmolive (dm), Drogerieartikel 	250 ml	300 ml	1,45 €	1,45 €	20,0	Verbraucheranga- be August 2012	Foto
Vitalis Multivitamin-Tablette mit Acerolapulver, Krüger GmbH & Co. KG (Aldi Nord) 	14 Tabletten à 6,5 g (91 g)	20 Tabletten à 4,5 g (90 g)	0,69 €	0,65 €	51,6*	Verbraucheranga- be August 2012	<p>* bezogen auf die Anzahl der Tabletten pro Packung</p> <p>Foto</p> <p>Dosierung der Wirkstoffe unverändert, Gewicht der einzelnen Tablette von 4,5 g auf 6,5 g erhöht</p> <p>Stellungnahme der Aldi Einkauf GmbH & Co. OHG auf Anfrage der Verbraucherzentrale Hamburg: „...Bei unseren Brausetabletten Vitalis-Multivitamin-Brausetabletten in der 14-er Röhre haben wir in der Tat vor kurzem die Rezeptur verändert und konnten damit den Geschmack deutlich verbessern. Wir haben in diversen Geschmackstests die Erfahrung gemacht, dass für viele Verbraucher, neben der Dosierung der Wirkstoffe — die sich pro Tablette im Übrigen nicht verändert hat — der Geschmack von entscheidender Bedeutung ist. Dies war für uns der Grund, das Gewicht unserer Brausetabletten zu erhöhen — bei höherem Tablettengewicht sind nach Auflösung wesentlich mehr Geschmacksträger gelöst, das Getränk ist deutlich vollmundiger. Bei der sensorischen Weiterentwicklung unserer Brausetabletten haben wir ebenfalls den Anteil an hochwertigen, natürlichen Aromen deutlich erhöht. In der aktuellen Rezeptur ist dieser Anteil, bezogen auf die Auflösung einer Tablette, um den Faktor 2,6 mehr als verdoppelt. Dieses Prinzip haben wir bereits bei den Vitalis Magnesium- und Calcium-Brausetabletten umgesetzt und in unseren Geschmackstests sehr positive Rückmeldungen von unabhängigen Probanden erhalten. Zusätzlich konnte durch das erhöhte Tablettengewicht sowie den Einsatz von Maltodextrin und Inulin das Mundgefühl deutlich verbessert werden. Die Auflösung der neuen Vitalis-Multivitamin-Brausetablette schmeckt wesentlich frischer, fruchtiger und voller. ...“</p>
Spee Megapearls Color, Henkel (Rossmann), Waschmittel	16 WL (1,080 kg)	18 WL (1,215 kg)	2,95 €	2,95 €	12,5	Eigene Recherche September 2012	
Bergbauern Milch, Milchwerke Berchtesgaderer Land Chiemgau eG (Tengelmann)	400 ml	500 ml	0,59 €	0,59 €	25,0	Verbraucheranga- be September 2012	

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Kartoffelsalat, Pfennigs (Kaiser´s)	750 g	1000 g	2,99 €	2,99 €	33,3	Verbraucherangabe September 2012	
Destrooper, Belgian Butters, Finest Patisserie Wafers (Kaufpark), Kekse	80 g	100 g	1,99 €	1,99 €	25,0	Verbraucherangabe August 2012	
Hipp Bio Folgemilch 2, Hipp (dm), Säuglingsnahrung 	800 g	900 g	7,95 €	9,95 €	40,8	Verbraucherangabe August 2012	Foto Stellungnahme des dm-drogerie Marktes auf Anfrage der Verbraucherzentrale Hamburg: „...Wir können die Angaben der Verbraucherin soweit bestätigen, dass der Verkaufspreis des Produkts 'Hipp Bio Folgemilch' erhöht und die Füllmenge reduziert wurde. Von einer versteckten Preiserhöhung kann jedoch keine Rede sein, da Füllmengen und Preise für jedes von uns angebotene Produkt eindeutig gekennzeichnet und ausgewiesen werden. Die Kunden können sich entweder direkt am Regal oder über die in den Märkten ausgehängte Liste darüber informieren...“
Coshida Katzenstreu, Eigenmarke Lidl	ca. 5,2 kg (6 Liter)	10 kg	3,49 €	2,99 €	124,5	Verbraucherangabe August 2012	Anbieterreaktion (Lidl) auf die Verbraucherbeschwerde: „...dass das neue „Coshida Katzenstreu ultra weiss, 6l“ wesentlich ergiebiger als das frühere Streu ist. Das neue Produkt absorbiert Gerüche besser und macht kleinere Klümpchen. Zudem kann eine niedrigere Schicht an Streu im Katzenklo verwendet werden. Die Ergiebigkeit der Verpackung mit dem neuen Streu „Coshida Katzenstreu ultra weiss, 6l“ im Vergleich zum „Coshida Katzenstreu Bentonit, 10kg“ ist ungefähr gleich...“
Paisalen Kinder-Ölcreme, Leapfarm (Apotheke)	100 ml	150 ml	4,90 €	5,10 €	47,0	Verbraucherangabe August 2012	
Facelle slipeinlagen Lang mit Frischeduft., Fossmann Eigenmarke, Hygieneartikel	35 Stück	54 Stück	1,19 €	1,59 €	15,5	Verbraucherangabe August 2012	
Weißer Riese intensiv color, Henkel (real), Waschmittel	16 WL	18 WL	3,25 €	3,25 €	12,5	Eigene Recherche August 2012	
Fairy Ultra, Procter & Gamble (Internet: lebensmittel.de), Spülmittel	450 ml	500 ml	1,79 €	1,11 €	79,2	Verbraucherangabe August 2012	Hersteller wirbt mit „Neu“ und „Verbesserte Formel“
Tip Kaffee Kränzchen, Eigenmarke real, Kekse 	250 g	300 g<	0,99 €	0,99 €	20,0	Verbraucherangabe + eigene Recherche, Juli 2012	Foto




Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Grünländer mild-nussig, Hochland (real), Käse	175 g	200 g	2,29 €	2,29 €	14,3	Eigene Recherche Juli 2012	
Langnese Magnum classic Eis, Unilever (Edeka) 	4*110 ml	4*120 ml	3,29 €	3,29 €	9,1	Eigene Recherche Juni 2012	Foto
Knorr Suppenliebe Buchstabensuppe, Unilever (Rewe), Trockensuppe 	3 Teller pro Packung	4 Teller pro Packung	0,79 €	0,79 €	33,3	Verbraucherangabe + eigene Recherche, Juni 2012	Foto Unilever verändert die Rezeptur statt Mononatriumglutamat wird deutlich mehr Hefeextrakt eingesetzt Auch andere Suppen betroffen wie etwa die „Hühnersuppe“
Bebivita Kinder Küche Spaghetti Bolognese, Bebivita GmbH (Rossmann) 	250 g	275 g	1,15 €	1,15 €	10,0	Verbraucherangabe + eigene Recherche, Juni 2012	Foto
BioBio Darjeeling Tee, Eigenmarke Netto, Teebeutel	20* 1,75 g	25 * 1,75 g	1,19 €	1,29 €	15,3	Verbraucherangabe + eigene Recherche, Juni 2012	
Hanuta, Ferrero (Kaufland), Haselnussschnitte 	220 g	250 g	1,99 €	1,99 €	13,6	Verbraucherangabe + eigene Recherche, Mai 2012	Foto Die neue Aufmachung der Verpackung wirbt mit „Besserer Aromaschutz 10er Pack in neuer Folie“

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
PalmoliveNaturals Flüssigseife, Colate-Palmolive (Penny), Drogerieartikel 	250 ml	300 ml	1,25 €	1,25 €	20,0	Verbraucherangabe + eigene Recherche, Juni 2012	Foto Alle anderen Sorten der Marke ebenfalls betroffen
Leerdammer Original Vorteilspack, Bel Group (Real), Käse 	280 g	350 g	3,79	3,79	25,0	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Mai 2012	Besonders perfide: die groß ausgelobte Anzahl der Scheiben auf der Vorderseite bleibt mit 14 Scheiben gleich, so dass offensichtlich die einzelnen Scheiben dünner geschnitten sind. Foto Auch andere Größen wie z.B. die 200g (8 Scheiben) betroffen Auch andere Sorten wie z. B. Leerdammer légere betroffen
Spee Megapearls, Henkel (Rewe), Waschmittel 	1,08 kg (16 WL)	1,215 kg (18 WL)	3,79 €	3,79 €	12,5	Verbraucherangabe + eigene Recherche, Mai 2012	Foto Hinweis auf der Verpackung: „12 h bleibt -frisch in der Maschine“




Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Heinz Barbecue Sauce (Kaufland) 	220 ml	250 ml	1,39 €	0,99 €	59,6	MDR Fernsehmagazin „Umschau“ Mai 2012	<p>Foto Auch andere Sorten betroffen. Das Produkt wird jetzt häufig statt in einer Glasflasche in einer „Kopfsteher“-Plastikflasche im Einzelhandel angeboten. Zusätzlich Rezepturänderung: Es ist deutlich mehr Zucker in der neuen Sauce.</p> <p>Der Verbraucherzentrale Hamburg liegt eine E-Mail vor, in der eine Mitarbeiterin der H. J. Heinz GmbH am 25.5.2012 gegenüber dem Fernsehmagazin „Umschau“ MDR, ausführt: „...Als nun Marktführer im PET-Segment der Feinkostsaucen möchten wir uns nun aber stärker auf das hochwertige PET-Portfolio konzentrieren und haben uns deshalb entschieden, die Glass-Ränge aus dem Markt zu nehmen. ...“</p> <p>Gleichzeitig hat uns die Firma H. J. Heinz GmbH folgende Stellungnahme per E-Mail vom 06.08.2012 übersandt: „Grundsätzlich obliegt die Preisgestaltung dem Handel.</p> <p>Bei diesem Sachverhalt handelt es sich nicht um Mogelpackung oder eine Füllmengenreduzierung sondern um zwei unterschiedliche Verpackungsarten, die sich durch unterschiedliche Produkteigenschaften auszeichnen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) '220ml PET Kopfsteher Format' Die praktische PET Kopfsteherflasche ist immer dosierbereit und lässt sich leicht komplett entleeren. Ebenso zeichnet sich dieses Produkt durch seine Silikon Dosier-Membran im Deckel aus, das sauberes und punktgenaues Dosieren ermöglicht. Dies alles sind Produkteigenschaften die uns aus Marktforschung als Verbraucherwünsche widerspiegelt wurden. 2) ‚250ml GLASS Flasche‘ Weniger umfangreiche Produkteigenschaften und entspricht dem Marktstandard <p>Durch diese unterschiedlichen Verpackungen bieten wir unseren HEINZ FANS die Möglichkeit genau die von ihnen bevorzugte Verpackung zu wählen, die für sie die richtige ist.“</p>



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis- erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Bergader Bergbauern Schnittkäse nussig- mild, Bergader Privatkäserei (Karst. perfetto) 	160 g	175 g	2,49 €	2,49 €	9,4	Verbraucheranga- be + eigene Re- cherche, Mai 2012	Foto Kurz vor der Füllmengenreduzierung gab es eine Sonderaktion „2 Scheiben gratis als Dankeschön!“ mit 50 g mehr in der Packung
Gillette Rasierschaum, Procter & Gamble (Schlecker), Drogerieartikel 	200 ml	300 ml	2,99 €	2,99 €	50,0	Verbraucheranga- be Mai 2012	Foto Hersteller Procter & Gamble reagiert mehrfach nicht auf die Anfrage der Verbraucherzentrale Hamburg zur Beschwerde des Verbrauchers.
Coral Black Velvet, Unilever (real), Flüssigwaschmittel	2,6 l	3,0 l	8,49 €	8,49 €	15,4	Verbraucheranga- be + eigene Re- cherche, Mai 2012	
Pampers Windeln, Procter & Gamble (real) 	37*	40*	8,99	8,99	8,1	eigene Recherche April 2012	* Größe 4 (7-18 kg) Foto auch andere Größe von Füllmengenreduzierung betroffen z.B. Größe 3 (4-9 kg) von 48 auf 43 Windeln, was einer Preiserhöhung von 11,6% entspricht
Weißer Riese Intensiv Color 5 Gel, Henkel (Rewe), Waschmittel	1,168 l (16 WL)	1,3 l (18 WL)	3,79 €	3,79 €	12,5*		* bezogen auf Anzahl der Waschladungen (WL)
BIO SONNE Langkorn Parboiled Reis, (Norma)	750 g	1000 g	2,29 €	2,29 €	33,3	Verbraucheranga- be, April 2012	





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Classic Chai Cinnamon Spice, Yogi Tee (Teeladen Hamburg), Gewürzteesmischung 	90 g	100 g	4,50 €	3,95 €	26,6	Verbraucherangabe, März 2012	Foto Die neue Verpackung ist größer, mit weniger Inhalt.
Mars, Mars GmbH (Nahkauf), Schokoriegel 	5*45 g	6*45 g	1,99 €	1,99 €	20,0	Eigene Recherche März 2012	Foto Auch andere Sorten wie z.B. Snickers betroffen. Darüber hinaus ist der Riegel im 5 er Pack (45 g) kleiner als der Einzelriegel (51 g) Weitere versteckte Preiserhöhung zum Mars Riegel
Cadbury Wunderbar, Kraft foods (Kiosk), Süßigkeitenriegel 	49 g	54 g	1,09 €	1,09 €	10,2	Eigene Recherche März 2012	Foto Die Rezeptur des Riegels wurde verändert
Schokowürfel Ritter Sport, Alfred Ritter GmbH & Co. KG (Edeka)	176 g	240 g	2,99 €	2,99 €	36,4	Verbraucherangabe und eigene Recherche März 2012	Die Verpackungsform und die Sorten wurden verändert





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Swiffer Staubmagnet Kit, Procter & Gamble 	3 Staubtücher mit Handgriff	4 Staubtücher mit Handgriff	2,79 €	2,79 €	33,3	Verbraucherangabe und eigene Recherche, März 2012	Foto
Persil Color Megaperls, Henkel (Real), Waschmittel 	16	18	3,99 €	3,99 €	12,5	Eigene Recherche, März 2012	Foto Andere Sorten wie Persil Color Gel sind auch betroffen. <u>2. Preiserhöhung durch Füllmengenreduzierung innerhalb eines Jahres insgesamt mindestens 25 % teurer</u>
Twix, Mars GmbH (Nahkauf), Schokorigel	5*50 g	5*58 g	1,99 €	1,99 €	16,0	Verbraucherangabe und eigene Recherche, März 2012	
Caffé Crema entcaffeinert, Rewe (Nahkauf), Kaffee pads 	16	18	1,85 €	1,85 €	12,5	Eigene Recherche März 2012	Foto Andere Sorte sind auch betroffen

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Pril Kraft-Gel Konzentrat, Henkel (Schlecker), Spülmittel 	600 ml 200 An- wendungen*	600 ml 300 An- wendungen*	1,99 €	1,99 €	50,0**	Verbraucheranga- be, Februar 2012	Foto *Dosierungsvorgaben wurden von Henkel geändert: Statt 2 ml sollen Verbraucher jetzt 3 ml auf 5 Liter Wasser verwenden. Die Inhaltsstoffe (Zusammensetzung) wurden laut Angaben des Herstellers auf dem Etikett nicht geändert. ** bezogen auf die Dosiervorgaben des Herstellers (5 l Wasser)
Lion, Nestlé (Kiosk), Schokoriegel	42 g	45 g	0,99 €	0,99 €	7,1	Eigene Recherche März 2012	Versteckte Preiserhöhung hat 2011 oder früher stattgefunden
Schokolade Chili Edelbitter 62 % Kakao, Heilemann Confiserie (Karstadt),	37 g	50 g	1,00 €	1,00 €	35,1	Verbraucheranga- be, März 2012	
Palmolive Naturals Olive, Colgate Palmolive (Rossmann), Seife 	90 g	100 g	0,45 €	0,45 €	11,1	Verbraucheranga- be und eigene Recherche, Febru- ar 2012	Foto
Rubin Teelichte, (Rossmann)	40 Stück 75 Stück	60 Stück 120 Stück	1,49 € 2,69 €	1,89 € 3,69 €	18,3 16,6	Verbraucheranga- be und eigene Recherche, Januar 2012	
Mars Ice Cream, Mars GmbH (sky), Eis	6* 51 ml	6*59 ml	2,99 €	2,99 €	15,7	Eigene Recherche Januar 2012	
Rewe Bio Tomatensauce mild würzig, (Re- we)	330 ml	350 ml	1,99 €	1,99 €	6,1	Eigene Recherche Januar 2012	





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Ariel mit Actilift ,Procter & Gamble (Kauf-land), Waschmittel 	2,92 l (40 WL)	3,5 l (50 WL)	7,77 €	7,77€	25,0*	Eigene Recherche Januar 2012	Foto Weitere Beispiele für versteckte Preiserhöhungen bei Waschmittel * bezogen auf die Waschladungen pro Packung
Rewe Bio Emmentaler, (Penny), Käse	180 g	200 g	1,99 €	1,99 €	11,1	Eigene Recherche Januar 2012	Penny (Rewe) hat auf Anfrage der Verbraucherzentrale Hamburg nicht reagiert
Fitness Joghurt, Nestlé (Edeka), Cerealien	350 g	375 g	2,99 €	2,99 €	7,1	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Januar 2012	
Nescafé Dolce Gusto Café au Lait, Nestlé (Hit), Kaffeegetränkapseln 	16* 10 g Kapseln für 180 ml Getränk	16* 12,8 g Kapseln für 200 ml Getränk	Ohne Preisänderung		11,1*	Verbraucherangabe und eigene Recherche, November 2012	* bezogen auf die Menge des hergestellten Getränks Foto





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Finish Powerball „Classic“ Calgonit, Reckitt Benckiser (Edeka), Geschirrspülmittel  alt neu	36 Tabs	40 Tabs	5,99 €	5,99 €	11,1	eigene Recherche, November 2011	Foto Andere Sorten auch betroffen: Finish Powerball „Alles in 1“ Calgonit von 28 Tabs auf 26 Tabs bei gleichem Preis (5,99 €): 7,7 % teuer
Cappuccino Fine & Creamy, Krüger (Edeka), Getränkepulver mit Kaffee  alt neu	350 g Reicht für 3,5 l Getränk	400 g Reicht für 4,8 l Getränk	3,29 €	3,29 €	37,1*	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Oktober 2011	*bezogen auf die Getränkmenge, die man laut Zubereitungshinweise des Herstellers für eine Dose erhält. Foto Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg: Der Hersteller hat die Rezeptur verändert und lobt dies mit den Worten „NEU Mit verbesserter Rezeptur!“ aus. Von einer Verbesserung kann keine Rede sein. Die Menge an löslichem Bohnenkaffee als Wert gebender Bestandteil verringert sich von (15 %) auf 12 %. Zusätzlich ist das neue Produkt aromatisiert und kalorienreicher.





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Wick Plus C Zitrone ohne Zucker, Procter Gamble GmbH (Edeka), Halsbonbons  <p style="text-align: center;">alt neu</p>	72 g	75 g	1,79 €	1,79 €	4,2	Verbraucherangabe und eigene Recherche November 2011	Foto
Airwaves Menthol & Eukalyptus, Wrigley GmbH (Budnikowsky), Kaugummi  <p style="text-align: center;">alt neu</p>	40 Dragees	55 Dragees	2,49 €	2,45 €	39,7	Verbraucherangabe und eigene Recherche Oktober 2011	Foto Stellungnahme des Herstellers Wrigley GmbH: „...Des Weiteren möchten wir Sie bezüglich Ihrer Rechercheergebnisse darauf hinweisen, dass unser Airwaves-Kaugummi seit dem Februar 2008 in qualitativ verbesserter Form zur Auslieferung kommt, so dass wir zeitgleich eine Anpassung unserer unverbindlichen Preisempfehlungen vorgenommen haben. Dies haben wir bereits im September 2007 schriftlich an den Handel kommuniziert. Unsere unverbindliche Preisempfehlung (UVP) für die besagte Airwaves-Dose mit 55 Dragees beläuft sich damit seit über 3 Jahren auf 3,45 Euro. Die für Ihre Liste maßgeblichen Zahlen sind daher die UVP in Höhe von 3,45 Euro für die mittlerweile (seit Juli 2011) national ausgelistete „alte“ Airwaves-Dose mit 55 Dragees und die UVP von 2,45 Euro für die im Gegenzug eingeführte „neue“ Airwaves-Dose mit 40 Dragees. Gemessen daran lässt sich keinesfalls behaupten, dass mit Einführung der „neuen“ Airwaves-Dose eine Preiserhöhung vorliegt. Vielmehr ist das neue Format, wenn man beispielsweise den Kauf von 40 Airwaves-Dragees auf Basis der „alten“ und „neuen“ UVP vergleicht, sogar um 6 Cent günstiger. ...“ Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg: Viele Verbraucher haben sich über die alte Packung (55 Dragees) als „Luftpackung“ beschwert, auch ein Eichamt hat eine Packungsänderung empfohlen.





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Bio-Früchte-Müsli, Eigenmarke Penny  <p style="text-align: center;">alt neu</p>	500 g	750 g	2,89 €	2,89 €	50,0	Eigene Recherche, Oktober 2011	Foto
Nutella, Ferrero (Edeka), Nuss-Nugat-Creme  <p style="text-align: center;">alt neu</p>	450 g*	400 g	2,39 €	1,99 €	6,8	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Oktober 2011	Foto *Größere Füllmenge, aber überproportionale Preiserhöhung <ul style="list-style-type: none"> • In anderen Filialen bei einem Preis von 2,29 € nur 2,3 % versteckte Preiserhöhung. • Werbung auf dem Deckel „Jetzt dauerhaft mehr Inhalt“ suggeriert, dass Verbraucher mehr Produkt zum selben Preis erhält





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
<p>Choco Cappuccino Family, Lidl, Instantgetränk mit löslichem Bohnenkaffee</p>  <p>alt neu</p>	500 g Reicht für 4 Liter Getränk	500 g Reicht für 6 Liter Getränk	2,79 €	2,79 €	50,0*	Verbraucherangabe September 2011	<p>*bezogen auf die Getränkmenge, die man laut Zubereitungshinweise des Herstellers für eine Dose mit 500 g Füllmenge erhält.</p> <p>Foto</p> <p><u>Anmerkung von Lidl:</u> „...Bei dem Produkt "Family Cappuccino Choco, 500g" wurde eine Rezepturüberarbeitung vorgenommen. Nach sorgfältiger Produktentwicklung und vielen Verkostungen wurde eine neue, verbesserte Qualität festgelegt, welche lediglich ungehärtete Fette anstelle von gehärteten Fetten sowie ausschließlich natürliche Aromen beinhaltet...“</p> <p><u>Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg:</u> Der Hersteller hat tatsächlich die Rezeptur verändert: Was aber verschwiegen wird, ist die Tatsache, dass die Menge an löslichem Bohnenkaffee als wertgebender Bestandteil in der alten Packung noch 9% betrug. Die neue Packung enthält dagegen nur noch 6%.</p>
<p>Bio-Reisstärke, Naturkorn Mühle GmbH (Reformhaus)</p>  <p>alt neu</p>	200 g	250 g	2,59 €	2,59 €	25,0	Verbraucherangabe September 2011	<p>Foto</p> <p>Anbieter hat auf Anfrage der Verbraucherzentrale Hamburg nicht reagiert</p>





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Florena men Sensitive Rasierschaum, Beiersdorf (Real)  alt neu	200 ml	250 ml	1,59 €	1,69 €	17,6	Verbraucherangabe und eigene Recherche, September 2011	Foto Hersteller verändert teilweise Rezeptur
De Beukelaer Prinzen Rolle Choco Duo, Giesson – de Beukelaer (Edeka), Kekse  alt neu	352 g	400 g	1,59 €	1,59 €	13,6	Verbraucherangabe und eigene Recherche, August 2011	Foto Auch die Sorte „Prinzen Rolle Mehrkorn“ von derselben versteckten Preiserhöhung betroffen





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Calgonit Powerball Classic, Reckitt Benckiser (Rossmann), Geschirrspülmittel 	72 Tabs	80 Tabs	10,45 €	10,45 €	11,1	Verbraucherangabe und eigene Recherche, August 2011	Foto Bei diesem Produkt wurde innerhalb von knapp 5 Jahren die Füllmenge von 100 über 88 und 80 auf 72 Tabs reduziert: s. Tabelle S. 7 s. Tabelle S. 24
Fischröllchen Lysell (Rewe), Fischkonserven	90 g	125 g	Ohne Reduzierung des Preises		38,9	Verbraucherangabe und eigene Recherche, August 2011	
TePe Interdentbürste, TePe Mundhygienprodukt AB (Apotheke), Mundhygieneartike 	6 Stück	8 Stück	3,60 €	3,60 €	33,3	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Juli 2011	Foto
Lübecker Hochzeitssuppe, Erasco (Real), Suppenkonserve	390 ml	400 ml	1,49 €	1,49 €	2,6	Verbraucherangabe und eigene Recherche, August 2011	







Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis- erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen																		
Mont Blanc Tintenpatronen, Mont Blanc (Staples), Nachfüllpatronen für Füller  alt neu	8 Patronen*	6 Patronen	3,49 €	2,39 €	9,5	Verbraucheranga- be September 2011	*Größere Füllmenge, aber überproportionale Preiserhöhung Neue Packung nach Einschätzung der Verbraucherzentrale Hamburg eine Luftpackung Foto																		
Lebkuchen Festtag-Truhe, Lebkuchen Schmidt	2865 g*	3100 g*	64,90 €* €*	44,90 €*	56,4*	Verbraucheranga- be September 2011	*Vergleich zwischen einer alten Packung (2007) und neuen Packung (2011) Verbraucher hat die Preise und Füllmengen zwischen 2007 und 2011 notiert: <table border="1" data-bbox="1384 699 1729 892"> <thead> <tr> <th>Jahr</th> <th>Preis</th> <th>Gewicht</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2007</td> <td>44,90 €</td> <td>3100 g</td> </tr> <tr> <td>2008</td> <td>45,90 €</td> <td>3130 g</td> </tr> <tr> <td>2009</td> <td>49,90 €</td> <td>2940 g</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>59,00 €</td> <td>2865 g</td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>64,90 €</td> <td>2865 g</td> </tr> </tbody> </table>	Jahr	Preis	Gewicht	2007	44,90 €	3100 g	2008	45,90 €	3130 g	2009	49,90 €	2940 g	2010	59,00 €	2865 g	2011	64,90 €	2865 g
Jahr	Preis	Gewicht																							
2007	44,90 €	3100 g																							
2008	45,90 €	3130 g																							
2009	49,90 €	2940 g																							
2010	59,00 €	2865 g																							
2011	64,90 €	2865 g																							

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Kinder-Früchtetee Lebensbaum, Ulrich Walter GmbH (Bioladen)  alt neu	20*1,5 g	20*3 g	2,75 €	2,25 €	144,4*	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Juli 2011	* bezogen auf die Füllmenge (alt 60 g, neu 30 g) Foto Anmerkung des Herstellers: „... Wir haben unser Family Tee-Sortiment komplett aufgelöst und eingestellt. Dafür ist ein neues Sortiment entwickelt worden, dass speziell auf die Bedürfnisse von Müttern, Babys und Kleinkindern zugeschnitten ist... Besonders die alten Früchte-Tees wurden gerade für Babys und Kleinkinder als zu intensiv und sauer empfunden. Den neuen, milden Grundgeschmack erreichen wir durch reduzierte Einwaagen und angepasste Rezepturen. Dass es sich um ein neues Sortiment handelt, verdeutlichen wir auch durch ein neues Verpackungskonzept. Dieses neu positionierte Sortiment, wird, im Gegensatz zu den bisherigen „Family“-Produkten im „Nacktbeutel“, im hygienisch verpackten Einzelbeutel, zu 20 Beuteln in der Schachtel angeboten. Damit tragen wir den Verbraucherwünschen Rechnung, die von uns höchstmögliche Sorgfalt und Hygiene bei solchen Produkten einfordern. Dazu haben wir auch den Untersuchungsaufwand erhöht. Für das „Mutter-Kind-Sortiment“ werden sämtliche eingesetzte Rohstoffe einem weit gefächerten Untersuchungsspektrum, durch anerkannte und zertifizierte Labore, unterzogen... Natürlich ergeben sich daraus auch Mehrkosten. Die oben genannten Erläuterungen machen deutlich, dass ein direkter Vergleich zwischen dem angesprochenen und vollständig neu konzipierten Produkt nicht hergestellt werden kann. ...haben auch wir mit stark ansteigenden Rohstoffpreisen zu kämpfen. Dazu kommt, dass wir entsprechend unseren Vorstellungen von gesellschaftlicher Verantwortung mittlerweile ausschließlich auf alternative, regenerative Energien setzen. Diese sind teurer sind als herkömmliche Energiequellen. Die aufgezeigten Punkte haben uns in diesem Jahr dazu gezwungen, eine generelle Preisanpassung vorzunehmen...“
Landbrot, Konditorei Junge, Lose Backware	750 g	1000 g	2,30 €	2,30 €	33,3	Verbraucherangabe und eigene Recherche, August 2011	Anmerkung des Herstellers: „...Wir haben ... unsere Kunden in den Filialen per Information direkt an der Kasse als auch auf dem Preisschild zwei Tage vorher informiert... Gleichzeitig sind wir dem Kundenwunsch gefolgt, ein kleineres Gewicht anzubieten. Große Brote sind nicht mehr gefragt. Auch das ist ein Markttrend, dem wir Rechnung tragen...“
Bio Bio Pizza Salami é Rucola, Netto Tiefkühlpizza	340 g	400 g	2,39 €	2,39 €	17,6	Eigene Recherche, August 2011	





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
<p>Nudel up Bolognese mit Rindfleisch, Birkel (Edeka), Nudelsauce</p>  <p>alt neu</p>	380 ml	400 ml	1,69 €	1,69 €	5,3	Verbraucherangabe und eigene Recherche, August 2011	<p>Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg: Hersteller verbessert die Rezeptur, z.B. mehr Fleisch, Verzicht auf Zusatzstoffstoff Mononatriumglutamat (E620) Foto</p>
<p>Ariel mit Actilift Color & Style (toom), Waschmittel</p>  <p>alt neu</p>	3,2 kg (40 WL)	3,6 kg (45 WL)	12,99 €	12,99 €	12,5	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Juli 2011	<p>Foto</p>



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preiserhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Leerdammer Lightlife, Bel Group (Kaufhof), Käse 	160 g	200 g	2,99 €	2,99 €	25,0	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Juli 2011	Foto Auch bei der Großpackung wurde die Füllmenge in gleicher Weise reduziert: Statt 350 g (14 Scheiben) sind jetzt bei gleichem Preis 280 g (14 Scheiben) drin.
Coral Flüssigwaschmittel, Unilever (Lidl)	2,6 l	3,0 l	5,99 €	5,99 €	15,4	Verbraucherangabe, Juli 2011	
Förstina Premium Mineralwasser Medium Glasflaschen, (Rewe)	12* 0,7 l	12* 0,75 l	4,29 €	4,29 €	7,1	Verbraucherangabe, Juli 2011	
LeClerc Loose Powder (Puder) Banane, Lab. Omega Pharma France, Kosmetik 	25 g	35 g	identischer Preis ca. 40 €		40,0	Verbraucherangabe, Juli 2011	Foto
Short sexy hair Frenzy, Sexy Hair Concepts (Friseursalon*), Haarpflege	50 g	75 g	identischer Preis		50,0	Verbraucherangabe Juli 2011	*wird nur im Friseursalon verkauft
Milchshake Schokolade, Mc Donalds (Hamburg, Filiale Beim Strohhouse 8 im real)	400 ml	500 ml	2,29 €	2,29 €	25,0	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Mai 2011	Weitere Sorten wie „Erdbeer“ und „Vanille“ betroffen. Preise in den einzelnen Mc Donalds Filialen unterschiedlich, zum Teil ist der Verkaufspreis reduziert worden, aber nicht in dem Maße wie die Füllmenge: Meist bleibt unter Strich eine Preiserhöhung von ca. 14 % stehen.
PL 88 Menthol Tabak, Planta Tabak	80 g	90 g	Unverändert im Preis		12,5	Verbraucherangabe Juni 2011	

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
<p>Alverde Feuchtigkeits-Haarkur aloe vera Hibiskus, Eigenmarke dm drogerie markt (Budnikowsky), Kosmetika</p>  <p>alt neu</p>	100 ml	150 ml	2,49 €	2,49 €	50,0	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Mai 2011	<p>Foto Budnikowsky hat offensichtlich auf die Veröffentlichung reagiert und hat den Preis gesenkt: Das Produkt kostet je nach Filiale 1,69 € oder 1,79 € (Stand 20.7.2011).</p>
<p>Beba Anfangsmilch 1 pro, Nestlé (Budnikowsky), Säuglingsnahrung</p>  <p>alt neu</p>	800 g (!)	600 g	12,49 €	7,25 €	29,2	Verbraucherangabe und eigene Recherche, Mai 2011	<p>Sonderfall: Größere Füllmenge, Preis aber überproportional erhöht. Tabelle für weitere Beispiele "Mehr drin, aber übermäßig teuer" Foto</p>





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis- erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
<p>Alete NaturNes Früchtezubereitung Birne, Nestl Nutrition GmbH (dm drogeriemarkt), Babynahrung</p>  <p style="text-align: center;">neu alt</p>	1 Becher a 130 g	2 Becher a 130 g (260 g)	0,95 €	1,75 €	8,6	Verbraucheranga- be, Mai 2011	Foto Weitere Sorten davon betroffen
<p>Mars Miniatures, Mars GmbH (Edeka), Süßigkeiten</p>  <p style="text-align: center;">neu alt</p>	130 g	150 g	1,29 €	1,29 €	15,4	Eigene Recherche, Mai 2011	Foto weitere Sorten, z.B. Snickers, twix und Bounty betroffen






Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis- erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
KitKat Chunky, Nestlé (Nahkauf), Süßware  Oben neu, unten alt	48 g	50 g	0,85 €	0,85 €	4,2	Eigene Recherche, April 2011	Foto
Choco Crossies, Nestlé (Real), Süßware  oben alt, unten neu	180 g	200 g	1,79 €	1,79 €	11,1	Verbraucheranga- be, April 2011	Foto





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Persil Sensitive Gel, Henkel (Budni) 	1,35 l 18 Waschladdungen	1,5 l 20 Waschladdungen	5,45 €	5,45 €	11,1	Eigene Recherche, April 2011	Foto Andere Sorten wie „Persil Color Gel Gold“ oder „Persil Universal Megaperls Gold“ wurden in der Füllmenge bei gleichem Preis von 45 auf 40 WL reduziert.
Bounty minis, Mars GmbH (Nahkauf), Süßigkeiten 	221 g	235 g	1,99 €	1,99 €	6,3	Eigene Recherche, April 2011	Foto 2. Preiserhöhung innerhalb von zwei Jahren, insgesamt über 13% Einige weitere Sorten, z.B. Mars, twix und Milky Way betroffen Andere Größen: Füllmenge der Mars minis von 375 g auf 355 g bei gleichem Preis (2,89 €) reduziert: 5,6 % Preiserhöhung bei toom





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
<p>Erdbeer-Sahne Tortencreme, Dr. Oetker (Real), Backhilfsmittel</p>  <p>alt neu</p>	Für 800 ml Flüssigkeit	Für 1000 ml Flüssigkeit	1,59 €	1,59 €	25,0	Verbraucherangabe, April 2011	<p>Foto Füllmenge des Crempulvers wurde nach Angaben des Verbrauchers in der gleichen Relation reduziert. Exakte Füllmengenangabe auf der Packung nicht vorhanden, ist bei solchen Pulvern zum Anrühren nicht gesetzlich vorgeschrieben.</p>
<p>Rewe Kuchenglasur Vanille, Rewe</p>  <p>neu alt</p>	150 g	200 g	1,09 €	1,25 €	16,3	Verbraucherangabe, März 2011	<p>Foto</p>


Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Weißer Riese Flüssigwaschmittel, Henkel (Edeka)  neu alt	1,35 l 18 Waschladdungen	1,5 l 20 Waschladdungen	2,69 €	2,69 €	11,1	Eigene Recherche, März 2011	Foto
Rinderroulade mit Kartoffelpüree und Rotkohl, Sonnen Bassermann (Edeka), Fertigericht	460 g	480 g	2,69 €	2,69 €	4,3	Eigene Recherche, März 2011	Andere Sorten auch betroffen z.B. Nürnberger Rostbratwürste
Chiquita Smoothie mit Mango & Passionsfrucht, Danone Chiquita (Real), Getränke	200 ml	250 ml	1,39 €	1,69 €	2,8	Eigene Recherche, März 2011	Zusätzlich weniger Wert gebende Zutaten, d.h. niedrigere Herstellungskosten: alt: 18% pürierte Mango und 10% pürierte Passionsfrucht neu: 11% pürierte Mango und 3,5% Maracujasaft
Bio Verde Pesto, Isana Naturfeinkost GmbH (Bioladen)	165 ml	200 ml	3,99 €	3,99 €	21,2	Verbraucherangabe, März 2011	<u>Stellungnahme des Herstellers:</u> "Die 200ml Gläser werden auf vielfachen Wunsch ab März in kleinere Gläser à 165g Inhalt abgefüllt. So können auch Single-Haushalte die Menge problemlos meistern ohne am Ende evt. Reste entsorgen zu müssen. Zum Beispiel gelingt es bei Pesto und Würzmittel durch weniger Inhalt, aber auch durch sinkende Rohstoffkosten eine Preissenkung (> 6%) zu erzielen und den attraktiven empfohlenen Verkaufspreis von 2,99 statt 3,99 zu ermöglichen." <u>Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg:</u> Tatsächlich gibt es auch Händler in Hamburg, die den Preis entsprechend gesenkt haben.



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
<p>Spee Color, Henkel (Rossmann), Flüssigwaschmittel</p>  <p>alt neu</p>	1,35 l 18 Waschladdungen	1,5 l 20 Waschladdungen	3,45 €	3,45 €	11,1	Verbraucherangabe, Februar 2011	Foto
<p>Pampers Jumbo Pack, Procter & Gamble (Rossmann), Windeln</p>  <p>oben alt, unten neu</p>	96 Stück	104 Stück	17,79 €	17,79 €	8,3	Verbraucherangabe, Februar 2011	Foto Viele weitere Größen im Jumbo Pack betroffen, auch verschiedene Größen im Mega-Pack 3. Preiserhöhung in gut 4 Jahren



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Senseo Kaffeepads „klassisch“, Sara Lee-Coffee & Tea Gemany GmbH (real)  alt neu	16 Pads (111 g)	18 Pads (125 g)	2,39 €	2,39 €	12,5	Verbraucherangabe, Januar 2011	Foto Andere Sorten der Senseo Kaffeepads sind auch betroffen, z.B Senseo „Typ Cappuccino“ und „Typ Cafe latté“ von 10 Pads auf 8 Pads reduziert.
Tchibo Caffissimo-Kapseln „Caffé Crema mild“ (Tchibo Shop), Tchibo  alt neu	10*7g	10*7,5 g	2,49 €	2,49 €	7,1	Verbraucherangabe, Januar 2011	Foto Stellungnahme des Herstellers: „...Eine breitere Auswahl für noch mehr Geschmack bieten wir nun mit den verbesserten Rezepturen im neuen Design. Wir haben unser Kapselsortiment für Sie neu überarbeitet. Das neue Kapseldesign und der verfeinerte Geschmack bieten nun noch mehr Vielfalt...“
Vitamincreme Karotte, Logona (Bioladen) Kosmetika	40 ml	50 ml	13,45 €	13,45 €	25,0	Verbraucherangabe, Januar 2011	

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Hygienebinden Always, Procter & Gamble (Rossmann), Hygieneartikel 	12 Stück	14 Stück	1,55 €	1,55 €	16,7	Verbraucherangabe, Januar 2011	Foto Andere Sorten sind auch betroffen, z.B. von Füllmengenreduzierung von 16 auf 14 Stück
Direkt-Apfelsaft "Wilde Obstwiese", Amecke (Plaza Markt)	1 Liter	1,5 Liter	1,49 €	1,79 €	24,9	Verbraucherangabe, Januar 2011	<u>Reaktion des Anbieters:</u> "...Amecke Wilde Wiese wurde im November auf die 1,0L Verpackung umgestellt. Dadurch wollen wir die Haltbarkeit des Produktes beim Verbraucher schützen. Wir haben festgestellt, dass eine 1,5L Packung für die meisten Haushalte zu groß ist und innerhalb seines optimalen Haltbarkeitszeitraums nicht aufgebraucht werden kann. Das bedeutet zwar mehr Material, aber auch eine verbesserte Produktqualität für unsere Kunden. Wir glauben, dass dies für den Verbraucher attraktiver ist, obwohl es pro Liter teurer wird. Durch die Umstellung von 1,5L auf 1,0L machen wir die Packung nicht nur ein bisschen kleiner, sondern stellen auf ein ganz anderes verbraucherfreundlicheres Format um. Damit ist das Produkt pro Liter in der Produktion aufwändiger: Jetzt gibt es pro Liter mehr Verpackung, Umverpackung, Abfüllung usw. Zeitgleich müssen wir leider eine Steigerung der Rohwarenpreise in Kauf nehmen, die unsere Produkte ohnehin in dieser Ernte getroffen hätten. Leider kommt bei uns nun beides zusammen: Die Umstellung der Produktlinie auf 1,0L und die Preiserhöhung der Rohwaren. Das war nicht geplant und leider auch nicht absehbar..."
Krustenbrot, Penny	750 g	1000 g	0,99 €	1,19 €	11,0	Verbraucherangabe, November 2010	Offensichtlich hat Penny umgestellt und bietet das Krustenbrot wieder mit 1000 g zum Preis von 1,19 € an. (12.04.2011)
Paranuss Kerne, Stoltzenberg Nuss GmbH (Kaufland)	125 g	200 g	1,99 €	1,99 €	60,0	Verbraucherangabe, November 2010	
m&m's Peanut, Mars GmbH (Real), Süßwaren	180 g Weihnachts- edition	190 g	1,79 €	1,79 €	5,6	Eigene Recherche, November 2010	Foto
Palmolive Aroma Therapy, Colgate-Palmolive (Rossmann), Duschgel	250 ml	300 ml	1,75 €	1,75 €	20,0	Eigene Recherche, Oktober 2010	Foto

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Knorr Fix Hackbraten, Unilever (Edeka)	78 g	100 g	0,79 €	0,79 €	28,2	Eigene Recherche, Oktober 2010	Foto Weitere Sorten der Knorr "Fix..." Produkte betroffen
Zanderfilet gefroren, All-fish Handelsgesellschaft mbH (JAWOLL)	320 g Abtropfgewicht	400 g Abtropfgewicht	3,99 €	3,99 €	25,0	Verbraucherangabe, 21.10.2010	
Happy end Feuchte Toilettentücher Kamille, Eigenmarke Penny	70 Stück Größe: 19,5*10,4 cm	70 Stück Größe: 20,5*10,6 cm	0,75 €	0,65 €	ca. 23% bezogen auf die Größe	Verbraucherangabe, 21.10.2010	
Bayrisch Blockmalz Hustenbonbons, Kaiser (Kaufpark)	90 g	100 g	0,89 €	0,89 €	11,1	Verbraucherangabe, 21.10.2010	
Tassimo Latte Macchiato, Kraft Foods (Kaufland), Kaffeepads	220 ml pro Tasse	275 ml pro Tasse	4,99 €	4,99 €	25,0	Eigene Recherche, September 2010	Foto <u>Stellungnahme von Kraft Foods Deutschland:</u> ...werden wir ab November Tassimo Latte Macchiato wieder mit der ursprünglich gewohnten Füllhöhe von 275ml anbieten. Die reduzierte Füllhöhe des aktuellen Latte Macchiato Produktes beruht auf einer Rezepturumstellung der Milchkomposition T-Disc. Die Zubereitung der T-Disc mit weniger Wasser (bedingt durch einen veränderten Strichcode auf der T-Disc) in Kombination mit einer veränderten Rezeptur führt zu einem insgesamt cremigeren, milchigeren Geschmack, der in Konsumententest bevorzugt wurde. Allerdings führt dies auch zu der reduzierten Füllhöhe im Glas oder Becher. Die Produktmenge von 480g bzw. der T-Disc Inhalt an Espresso und Milchkomposition (8x8g Espresso T-Disc, 8x52g Milchkomposition T-Disc) in der Packung ist zu keiner Zeit verändert worden. Deshalb kann von einer versteckten Preiserhöhung keine Rede sein...
Getränkpulver mit löslichem Bohnenkaffee, Typ Cappuccino, gut & günstig (Edeka)	ca. 14 Tassen pro 200g Packung	20 Tassen pro 200g Packung	1,59 €	1,59 €	40,0 bezogen auf die Zubereitungshinweise des Herstellers	Verbrauchermeldung, September 2010	
Eucerin pH5 seifenfreies Waschstück, Beiersdorf (Apotheke), Kosmetika	100 g	150 g	3,29 €	3,29 €	50,0	Verbrauchermeldung, September 2010	Foto
AS Black Care Spezialwaschmittel Eigenmarke Schlecker	750 ml	1000 ml	1,99 €	1,99 €	33,3	Verbrauchermeldung, September 2010	
Salatdressing, Rewe (Eigenmarke)	200 ml	250 ml	0,99 €	0,99 €	25,0	Verbraucherangabe, 5.10.2010	Verschiedene Sorten betroffen

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preiserhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Aspirin protect 300 mg, Bayer, (Apotheke), Arzneimittel	98 Stück	100Stück	10,17 € (inkl. Eigenanteil)	9,63 € (inkl. Eigenanteil)	7,8	Verbraucherangabe, 18.8.2010	Foto
Sallos Schul- Kreide, Villosa, (real)	135 g	175 g	0,99 €	0,99 €	28,0	Verbrauchermeldung August 2010	Foto
Sallos Black & White, Villosa (real/ Edeka)	135 g	150 g	0,99 €	0,99 €	10,6	Verbrauchermeldung August 2010	Foto
Penaten Baby Panthenol- Creme (real)	75 ml	100 ml	2,99 €	2,99 €	33,4	Verbraucherangabe 09.05.2010	Foto <u>Stellungnahme der Firma Johnson& Johnson:</u> „...Es ist richtig, dass wir im April die Herstellerabgabepreise für einige Penaten Baby Produkte erhöht haben. Diese Entscheidung beruht vor allem auf eine deutliche Erhöhung unsere Herstellungskosten, sowie auf gestiegene Kosten für unsere Forschung rund um das Thema Babyhaut und Babypflege.“ „Gleichzeitig...erfolgte auch eine Vereinheitlichung der Packungsgrößen. Bisher hatten wir zu viele Einzelgrößen im Sortiment. Mit den harmonisierten Verpackungsgrößen erzielen wir eine bessere Orientierung...“
Nivea Creme Soft Cremeseife mit Mandelöl, Beiersdorf (Reichelt, Edeka)	100 g	125 g	0,69 €	0,79 €	9,2%	Verbraucherangabe 25.07.2010	Foto <u>2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</u>
m&m's Erdnüsse in Milkschokolade mit Zuckerüberzug, Mars GmbH (Netto)	285 g	300 g	2,49 €	1,99 €	31,7%	Eigene Recherche, 1.9.2010	<u>2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</u>
Somat Geschirrspültabs, Henkel Wasch- und Reinigungsmittel GmbH, (Kaufland)	80	88	10,45 €	9,95 €	15,5%	Eigene Recherche, 27.08.2010	Foto <u>2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</u>
Calgonit Geschirrspültabs, Reckitt Benckiser Deutschland GmbH, Hit	80	88	10,99	9,99	21,0%	Eigene Recherche, 27.08.2010	Foto <u>2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</u>
fit Speziialsalz für Geschirrspüler, Fit GmbH, (Kaufland)	1,2 kg	1,5 kg	1,19 €	1,15 €	20,8%	Eigene Recherche, 27.08.2010	<u>2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</u>
Hakle Feuchte Toilettentücher, Hakle Kimberly Deutschland GmbH (Schlecker)	42 Stück	49 Stück	1,99 €	1,99 €	16,7%	Eigene Recherche, 27.08.2010	<u>2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</u>

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Pampers Feuchttücher "sensitive + aloe & chamomile, Procter & Gamble, (real)	12 Stück	15 Stück	0,99 €	0,99 €	25%	Eigene Recherche, 27.8.2010	<p>Foto Stellungnahme von Procter & Gamble: Zum 1.10.2009 wurde die Stückzahl der Pampers sensitive Feuchttücher Packung von 15 auf 12 Feuchttücher reduziert. Gleichzeitig der von uns empfohlene UVP von 0,69€ auf 0.59€ gesenkt. Wir weisen darauf hin, dass der Endverbraucherpreis ausschließlich von unseren Handelskunden festgesetzt wird. Die Größe der Tücher wurde nicht verändert.* Für den Endverbraucher ist die Anzahl der enthaltenen Feuchttücher auf der Verpackung deutlich angegeben. Wir gehen davon aus, dass gesetzlich vorgeschriebene Angaben zum Packungsinhalt auch von Verbrauchern zur Information herangezogen werden.</p> <p>* Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg: Nach Recherchen des Fernsehmagazins „Umschau“ vom MDR wurde zwischen 2006-2010 zweimal die Größe des Feuchttuchs verringert.</p>
Nuts, Nestlé, Schokoriegel	42 g	50 g	Ohne Preisänderung		19,0	Eigene Recherche, Mai 2010	
Pringles, Procter& Gamble (Edeka) Sorte Original	165 g	170 g	1,99 €	1,99 €	3,0	Verbraucherangaben März 2010	<p>Foto 2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</p>
Pringles, Procter& Gamble (Edeka) Sorte Cheese & Onion	165 g	180 g	1,99 €	1,99 €	12,5	Verbraucherangaben März 2010	<p>Foto Auch andere Sorten des Produktes betroffen s. Liste (27.9.2006 in der Spalte „Quelle, Datum“)</p>
ONKO Kaffee sanft (REAL)	88% Röstkaffeeanteil bei 500 g Füllmenge	100% Röstkaffeeanteil bei 500 g Füllmenge	2,79 €	2,79 €	13,6	Eigene Recherche 18.03.2010	<p>Foto Auch andere Marken wie z.B. Eduscho wenden die gleiche Masche an. Die Reduzierung des Kaffeeanteils auf unter 90% bringt vor allem steuerliche Vorteile von ca. 50 Cent pro Kilo Kaffee für die Anbieter. Diese werden nicht an die Verbraucher weitergegeben.</p>
ONKO Kaffee naturild/ mild (Real/ Nahkauf)	88% Röstkaffeeanteil bei 500 g Füllmenge	100% Röstkaffeeanteil bei 500 g Füllmenge	3,99 €	3,99 €	13,7	Eigene Recherche 18.03.2010	<p>Foto</p>

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Kerrygold Original Irische Halbfettbutter (Real/ Edeka)	200 g	250 g	unverändert		25,0	Verbraucherangabe 22.02.2010	Foto Der Hersteller wirbt auf der neuen Verpackung mit „Neue Rezeptur- verbesserter Geschmack“. Fakt ist: Es wurde 1% weniger Butter als Wertgebende Zutat verarbeitet. Ein Konservierungsstoff wurde eingespart, dafür aber weiterer Emulgator eingesetzt. Positiv ist, dass in dem neuen Produkt keine Aromen mehr verarbeitet werden.
Nestlé Choclait Chips Classic (Lidl)	135 g	147 g	1,89 €	1,99 €	3,4	Verbraucherangabe 22.02.2010	Foto
Meßmer Nr 10 Assam Ceylon Mischung (Marktkauf)	400 g	500 g	5,99 €	6,99 €	7,2	Verbraucherangabe 09.02.2010	Foto
Natreen Eistee Pfirsich (Real)	1,25 l	1,5 l	0,99 €	0,99 €	19,7	Verbraucherangabe 09.02.2010	Foto <u>Stellungnahme der Firma Natreen:</u> ...“Mit dem Wechsel zur PET- Flasche möchten wir dem Verbraucher eine modernere, sportlichere und transportablere Verpackung anbieten...” „Die Abfüllung der PET- Flaschen erfolgt ohne Zugabe von Konservierungsmitteln, was erhebliche Investitionen in eine kalt- aseptische PET- Anlagentechnik erforderlich machte.“ „Dieses so erweiterte und überarbeitete Sortiment der Preise gegenüber dem Handel...“
Landliebe Grieß- Pudding traditionell, Landliebe olkereiprodukte GmbH (real)	4x 125 g	4x 135 g	1,99 €	1,99 €	7,9	Eigene Recherche 02.02.2010	
Frucht Buttermilch Erdbeer, Molkerei Weihenstephan (real)	400 g	500 g	0,85 €	0,89 €	19,7	Verbraucherangabe 25.01.2010	
Naturkind Bio Sauerkraut (Tengelmann)	400 g	500 g	0,89 €	0,99 €	12,6	Verbraucherangabe 25.01.2010	
Crownfield Wellness Flakes, Nordgetreide (Lidl)	500 g	750 g	1,99 €	2,19 €	36,3	Verbraucherangabe 20.01.2010	Foto
Trolli Saft Gummis, Mederer (real)	225	250	0,99 €	0,99 €	11,1	Verbraucherangabe 12.01.2010	Foto

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
100 Frucht Grüner Rhabarber Nektarine Fruchtaufstrich, Göbber (Edeka)	310 g	430 g	1,79 €	1,79 €	38,7	Verbraucherangabe 05.01.2010	<p>Foto</p> <p><u>Stellungnahme der Firma Göbber:</u> ..."Viele wünschten sich jedoch ein kleineres Glas als unseres mit 430 Gramm Inhalt, da der außergewöhnlich hohe Fruchtanteil, nach der Öffnung des Glases, das Produkt empfindlicher macht als Fruchtaufstriche unserer Mitbewerber"... "Verändert man die Glasgrößen nach unten, gehen die Entstehungskosten selbstverständlich nicht im gleichen Verhältnis mit, sodass auf einen Kilopreis gerechnet das Produkt in der Regel teurer wird."... "Die Produktionskosten per K steigen sogar deutlich an, da aufgrund der Tatsache, dass in einer Stunde nicht die gleiche Menge produziert werden kann, der Stundenkostensatz auf weniger Menge verteilt werden muss. Abgekürzt heißt das: kleines Glas= weniger Kilogramm per Stunde= schlechtere Kostenverteilung pro KG." „Wir hatten damals dem Handel für das 430g- Glas eine unverbindliche Preisempfehlung von 2,49€ je Glas- und für das Nachfolgegglas 310 eine unverbindliche Preisempfehlung von 1,89€ mitgeteilt (auf 1 kg gerechnet + 5 %).“</p>
Nutella, Ferrero (Metro)	120 x 15 g	100 x 18,5 g	18,5 €	16,36 €	16,3	Verbraucherangabe 20.12.2009	<p>Foto</p>
Humana Folgemilch 2, Humana (Schlecker), Säuglingsnahrung	500 g	800 g	5,79 €	7,29 €	27,1	Verbraucherangabe 17.11.2009	<p>Foto</p>
Libby's Aprikosen Halbe Frucht, Nestlé (Edeka), Fruchtkonserven	240 g	250 g	1,39 €	1,39 E	4,2	Verbraucherangabe 17.11.2009	<p>Foto</p>
Fruchtiger Käsesalat, Homann (real), Feinkostsalat auch andere Fertigsalate betroffen, z. B. Feiner Fleischsalat, Geflügelsalat Hawaii	150 g	200 g	1,39 €	1,39 €	33,3	Eigene Recherche 5.11.2009	<p>Foto</p> <p>Rezepturänderung: Käseanteil wurde erhöht, aber nicht in dem Maß wie die Füllmenge reduziert wurde.</p> <p><u>Stellungnahme der Firma HOMANN</u> ..."Daher können die neuen Salate nicht mehr mit den bisherigen Salaten... verglichen werden". ...Eine Beibehaltung der Verpackungsgröße hätte eine deutliche Preisanpassung bedeutet. Uns war es wichtig, im Dreiklang Qualität, Menge und Preis einen guten Weg zu finden, der im Interesse des Verbrauchers ist. Heute bekommt der Verbraucher zwar eine etwas geringere Menge, dafür aber eine deutlich höhere Qualität."... Die Einführung der neuen Produkte erfolgte nicht zum Zwecke einer Preiserhöhung sondern gründet in dem neuen HOMANN Delikatess Konzept."...</p>

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Clerasil Akut Pickel-Creme, Reckitt Benckiser (Schlecker), Kosmetika	15 ml	30 ml	5,99 €	5,99 €	100,0	Eigene Recherche und Verbraucherangabe, 29.10.2009	Foto
Magic Asia Chinese Chicken soup, Maggi (Nahkauf), Fertigsuppe	46 g	53 g	0,99 €	0,99 €	15,2	Verbraucherangabe, 20.10.2009	
I Love Milka Nuss-Nougat-Crème Pralinés, Kraft Foods, Schokoladenpralines	125 g	150 g	unverändert		20,0	Verbraucherangabe, 13.10.2009	
Guarana Fitgum Kaugummi-Dragées, EPI-3 Healthcare GmbH (Apotheke)	20	24	3,90 €	3,90 €	20,0	Verbraucherangabe, 23.9.2009	
Beba Folgemilch 1, Nestlé, Säuglingsnahrung	600 g	800 g	unverändert		33,3	Verbraucherangabe, 20.9.2009	
Naschkatze Dessertsoße Vanillegeschmack, Immergut	300 ml	340 ml	unverändert		13,3	Verbraucherangabe 3.9.2009	Foto
Frolic Unterwegs mit Rind, Mars GmbH (Real), Tiernahrung	180 g	200 g	0,99	0,99	11,1	Eigene Recherche, 20.8.2009	Foto
Mousse make up Ivory, Interco Cosmetics (Real), Kosmetika	15 ml	20 ml	3,95	3,95	33,3	Verbraucherangabe 12.8.2009	Foto
Schoko Blättchen, Schwartauer Werke (real)	115 g	160 g	1,89	1,89	39,1	Eigene Recherche, 7.8..2009	Foto
Frico Original Gouda Mittelalt, Friesland Campina Cheese GmbH (tegut)	375 g	400 g	2,99 €	2,99 €	6,7	Verbraucherangabe 7.8.2009	Foto <u>Stellungnahme des Herstellers FrieslandCampinaCheese gegenüber der Verbraucherzentrale Hamburg :</u> „...Obgleich die Füllmenge der Fertigpackung von 400g auf 375g verändert wurde, hat sich der von uns gegenüber unseren Handelspartnern in Rechnung gestellte Kilogrammpreis <u>nicht</u> verändert. Die Umstellung der Füllmenge sollte für den Verbraucher vielmehr preisneutral durchgeführt werden. So wurde dies unseren Handelspartnern kommuniziert. Sie werden verstehen, dass wir auf Grund gesetzlicher Bestimmungen (vgl. z.B. § 1 GWB) unseren Handelspartnern keine verbindlichen Vorgaben für die Gestaltung der dem Verbraucher in Rechnung zu stellenden Endpreise machen dürfen.“

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Früchtetraum, Milford(Real), Tee	40*2,25 g	40*3 g	2,49	2,49	33,3	Verbraucherangabe 5.8.2009	<p>Foto Betrifft auch andere Teesorten</p> <p>Stellungnahme des Herstellers Milford Tes GmbH gegenüber der Verbraucherzentrale Hamburg:</p> <p>„...In dem Zusammenhang wird moniert, dass bei unserem Produkt Milford Früchtetraum die Einwaage je Beutel von 3,00g auf 2,25g reduziert wurde, ohne den Preis entsprechend abzusenken. Eine Mogelpackung liegt vor, wenn der Verbraucher über den tatsächlichen Inhalt getäuscht wird. Dies ist aufgrund der eindeutigen Deklaration und der mit 40 Beuteln gut gefüllten Faltschachtel im Falle Milford Früchtetraum in keinster Weise gegeben. Beuteleinwaagen richten sich im gesamten Teemarkt nach Geschmacksprofilen und nicht nach gekaufter Menge pro Portion. Deshalb können sie insbesondere im rezeptorisch sehr vielfältigen Früchtetee-Segment untereinander differieren. Die Anzahl der Beutel pro Faltschachtel ist hingegen ein reines Mengenargument und bei bestehenden Produkten unseres Hauses in den letzten Jahren nicht verändert worden. Wir legen zudem Wert auf die Feststellung, das in dem Fall Früchtetraum auch keine versteckte Preiserhöhung vorliegt, da die Rezeptur des Produktes im Zuge einer geschmacklichen Optimierung neu aufgebaut wurde und mit der Einwaage von 2,25 g als Sieger eines Verbraucher-Blindtestes hervorgegangen ist. Die neue Rezeptur ist aufgrund der neuen Zutaten zudem teurer als die alte. Weiterhin ist die Grundpreisauszeichnung am Regal verpflichtend geschaffen worden, den aufgeklärten Verbraucher selbst über derartige Veränderungen zu informieren. Seien Sie versichert, dass uns nur der Wunsch des Verbrauchers nach 40 verbesserten vollmundigen Portionen Früchtetee zu dieser Maßnahme veranlasst hat und wir dies in entsprechenden Tests bestätigt bekommen haben...“</p>
Milky way, Mars GmbH (Edeka), Süßwaren	21,9 g	26 g	0,50 €	0,50 €	18,7	Verbraucherangabe 4.8.2009	Foto
Sinlac allergenarmer Spezialbrei, Nestle (dm), Babynahrung	500 g	2 *325 g	5,95 €	6,95 €	11,3	Verbraucherangabe, 3.8.2009	Hinweis des Anbieters auf der Schauseite der Packung: „Jetzt 500g Inhalt“
Zuckerstreusel, Schwartau (real)	130 g	175 g	1,89	1,99	27,9	Verbraucherangabe, 20.7.2009	Foto
Babydream Windeln, Eigenmarke Rossmann	2*36 Stück	2*38 Stück	10,95 €	10,95 €	5,6	Eigene Recherche, 4.7.2009	Betrifft auch andere Windelgrößen

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Schlemmer-Filet a la Bordelaise, Iglo (Real)	52% Fisch bei 380 g Füllmenge	70% Fisch bei 380 g Füllmenge	2,59 €	2,59 €	34,6*	Verbraucherangabe, 24.6.2009	<p>Foto</p> <p>bezogen auf den Fischanteil als Wert gebender Bestandteil des Fertiggerichtes</p> <p>Betrifft auch die anderen Sorten</p> <p>Stellungnahme des Herstellers iglo GmbH: „...haben wir festgestellt, dass das Schlemmerfilet mit alter Rezeptur noch immer eine große Fangemeinde hat. Deshalb haben wir uns entschlossen, 2010 neben unserem knusprigen Schlemmerfilet auch die Originalrezeptur wieder zu verwenden und unseren Klassiker erneut in den Einzelhandel zu bringen: Ganz nach Ihrem Geschmack können Sie dann zwischen „Schlemmerfilet a la Bordelaise Original“ und Schlemmerfilet „Knusper- Kross“ wählen.“</p>
AS Glaskeramikreiniger, Schlecker, Putzmittel	225 g	250 g	1,49 €	1,49 €	11,1	Verbraucherangabe, 4.7.2009	<p>Foto</p>
Balisto Korn-Mix, Mars GmbH (Tankstelle), Süßwaren	37 g	41 g	0,89 €	0,89 €	10,8	Verbraucherangabe, 1.7.2009	<p>Foto</p> <p>Betrifft auch die anderen Sorten, auch in verschiedenen Supermärkten sind die Preise trotz Füllmengenreduzierung gleichgeblieben</p> <p>Reaktion der Mars GmbH auf die Verbraucherbeschwerde (15.1.2010): „...Es hat sich gezeigt, dass die Mehrheit der Konsumenten bei Süßwaren kleinere Portionen, dafür aber mehrere Genussmomente bevorzugen. Dazu bieten wir eine Vielzahl an Portionsgrößen an, um für jeden Verzehranlass die richtige Portionsgröße bereitzustellen.“</p>
Hipp Anfangsmilch Pre Bio, Hipp (Schlecker), Säuglingsnahrung	500 g	600 g	7,99	7,99	20,0	Verbraucherangabe, 18.6.2009	
Vollmilch Latte Macchiato, Confiseur Läderach (Karstadt), Schokolade	80 g	100 g	2,40 €	2,40 €	25,0	Verbraucherangabe, 15.6.2009	Betrifft auch andere Sorten

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Schokolinsen, Brandt (Akzenta), Süßwaren	150 g	250 g	0,99 €	0,99 €	66,7	Verbraucherangabe, 26.6.2009	<p>Reaktion der Brandt Zwieback-Schokoladen GmbH + Co. KG auf die Verbraucherbeschwerde (8.6.2009): ...,Bitte bedenken Sie auch, dass wir nicht nur die Packungsgröße, sondern vor allem die Rezeptur verändert haben. Sie finden in unseren Schokolinsen nun nicht nur ein natürliches Pfefferminzaroma, sondern vor allem keine künstlichen Farbstoffe und keine Gelatine mehr. Die nun qualitativ hochwertigeren Rohstoffe haben natürlich ebenfalls einen kleinen Einfluss auf den von Ihnen als zu hoch empfundenen Preis."...</p> <p>Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg: Laut Zutatenverzeichnis sind auch in der alten Packung keine künstlichen Farbstoffe vorhanden</p> <p>Reaktion der Brandt Zwieback-Schokoladen GmbH + Co. KG an die Verbraucherzentrale Hamburg (9.7.09): ...,Da der Farbstoff der Schokolinsen auch schon vor der Rezeptumstellung natürlich war, möchten wir uns zunächst einmal für unser „missverständliche Darstellung“ entschuldigen"...</p>
Maggi Hühnersuppe mit Tierfiguren, Maggi GmbH (Real), Tütensuppe	0,75 l (3 Teller)	1 l (4 Teller)	0,65 €	0,65 €	33,3	Eigene Recherche, 10.6.2009	Foto
Milka Naps, Kraft Foods (Real), Schokolade	138 g	151 g	2,09	2,09	9,4	Verbraucherangabe 8.6.2009	
Charmin Toilettenpapier, Zewa früher Procter & Gamble (Real)	8*140 Blatt	9*140 Blatt	3,49 €	3,45 €	13,8	Verbraucherangabe 1.6.2009	Foto
Somat Tabs 3, Henkel (Real), Geschirrspülmittel	30 Tabs	32 Tabs	5,99 €	5,99 €	6,7	Eigene Recherche, 9.6.2009	Foto
Grill Sauce, DeRit Organics (Alnatura)	200 g	220 g	2,29 €	2,29 €	10,0	Verbraucherangabe 11.6.2009	Foto
Frolic Rodeo mit Rind, Mars GmbH (Real), tiernahrung	4 Stück (70 g)	6 Stück (105 g)	0,99 €	0,99 €	50,0	Eigene Recherche, 10.6.2009	Foto

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Philadelphia, Kraft Foods (Edeka), Frischkäse	175 g	200 g	1,35 €	1,35 €	14,3	Eigene Recherche, 25.5.2009	Foto
Philadelphia, Kraft Foods (Penny), Frischkäse	265 g	300 g	1,85 €	1,85 €	13,2	Verbraucherangabe 1.6.2009	Reaktion der Kraft Foods Deutschland GmbH auf die Verbraucherbeschwerde (8.1.2010): „...Durch die neue, hochwertigere Verpackung mit dem optimierten, dichteren Verschluss wird das Produkt nach dem Öffnen besser geschützt.“ „Für diese Produkt- und Verpackungsverbesserung haben wir einen zweistelligen Millionenbetrag in unser Philadelphia- Werk investiert... Durch unsere Investition haben wir höhere Herstellungskosten.“ „ Wir haben uns auf rund der Preis-sensibilität der deutschen Verbraucher bewusst dafür entschieden, das Gewicht pro Verpackung bei der Einführung im Mai 2009 leicht zu reduzieren, um damit den Abgabepreis für den verbesserten Philadelphia an den Handel konstant halten zu können.“
Corny free Haselnuss, Schwartau (Kauf-land), Müsli Riegel	6*20 g	10*25 g	1,45 €	2,25 €	34,3	Verbraucherangabe 1.6.2009	Foto
Aachener Pfümli, Zentis (Kaiser´s), Pflaumenmus	200 g	225 g	0,89 €	0,89 €	12,5	Verbraucherangabe 6.5.2009	Foto
Wasa Knäckebrötchen dünn, Barilla Wasa (Penny)	205 g	275 g	0,89 €	0,89 €	34,1	Verbraucherangabe 5.5.2009	Foto
Odol med3 Zahnpflege-Kaugummi, GlaxoSmithKline (rossmann)	12 stück	25 g (20 Stück)	0,85 €	0,85 €	66,6	Verbraucherangabe 5.6.2009	Foto
Alldays Slipeinlagen, Procter & Gamble (real), Hygieneartikel	50	54	2,99 €	2,99 €	8,0	Eigene Recherche, 25.5.2009	Foto
Snickers, Mars GmbH (Edeka), Süßigkeit	57 g	60 g	0,65 €	0,65 €	5,3	Eigene Recherche, 25.5.2009	Foto
Mars, Mars GmbH (Tankstelle), Süßigkeit	51 g	54 g	0,89 €	0,89 €	5,9	Eigene Recherche, 25.5.2009	
Mars Minis, Mars GmbH (Nahkauf), Süßigkeit	235 g	250 g	1,99 €	1,99 €	6,4	Eigene Recherche, 25.5.2009	
100 Frucht, Göbber (Real), Fruchtaufstrich	310 g	430 g	1,89 €	2,49 €	5,4	Verbraucherangabe 18.5.2009	

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Mr. Reen's Krunchy Knusperfrühstück mit Erdbeeren, Barnhouse (Bioladen)	700 g	750 g	5,99 €	5,99 €	7,1	Verbraucherangabe 5.5..2009	Foto
Palmolive Seife, Colgate-Palmolive (Rossmann)	100 g	125 g	0,45 €	0,45 €	25	Verbraucherangabe 5.5.2009	Foto
Bärenmarke Milchmischgetränk Waldfrucht „Der Alpenfrische Schüttel-Shake“, Allgäuer Alpenmilch GmbH (Metro)	400 ml	475 ml	0,76 €	0,76 €	18,8	Eigene Recherche, 28.4.2009	Foto
Frucht Buttermilch, Molkerei Weihenstephan (Rewe),	400 ml	500 ml	0,89 €	0,89 €	25,0	Verbraucherangabe 19.4.2009	Neue Verpackung: Verschließbare Plastikflasche Alte Verpackung: Plastikbecher mit Pappe umhüllt
Fa Bar Soap Vitalizing, Henkel (Marktkauf), Kosmetika	100 g	125 g	0,69 €	0,69 €	25,0	Verbraucherangabe 11.4.2009	
Handsan Seife, Lornamead (Real)	300 ml	400 ml	1,59 €	1,59 €	33,3	Eigene Recherche, 4.4.2009	
Pampers baby dry Windeln, Procter & Gamble (budni)	40 Stück	44 Stück	8,95 €	8,95 €	10,0	Eigene Recherche, 24.3.2009	Foto Bei der Windelgröße 7 bis 18 kg 2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise in weniger als 3 Jahren, insgesamt belaufen sich dann die Preiserhöhungen bis zu 21,2%
Calgonit Geschirrspülmittel, Reckitt Benckiser (real)	1,5 kg	1,8 kg	5,99 €	5,99 €	20,0	Eigene Recherche nach Verbraucher- hinweis, 24.3.2009	Foto
CD Seife Avocado, Lornamead (Real), Kosmetika	125 g	150 g	0,65	0,65	20,0	Eigene Recherche, 20.01.2009	Foto
Cetaphil Lotion, Galderma (Apotheke), Hautpflegemittel	460 ml	470 ml	19,99 €	18,99 €	7,6	Verbraucherangabe 6.5.2009	
Hipp HA Plus Hpyoallergene Anfangsnahrung, Hipp (Budni), Säuglingsnahrung	500 g	600 g	10,95 €	10,95 €	20,0	Verbraucherzentrale Ba-Wü., 18.12.2008	
Astra Urtyp, Holsten Brauerei (Real)	1 Kasten= 27 Fl.	1 Kasten= 30 Fl.	8,99 €	8,99 €	11,1	Eigene Recherche, 20.10.2008	

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Erfurt Raufasertapete, Erfurt & Sohn KG, Heimwerkerbedarf	25 m	33,5 m	Ohne Preisänderung		34,0	Verbraucherangabe, August 2008	<p><u>Reaktion des Herstellers auf die Anfrage der Verbraucherzentrale:</u> „...Ja, wir und unsere Handelspartner haben die Preise erhöhen müssen. Nein, wir haben dies bewusst nicht versteckt getan...“ „...Wie Sie den Medien entnehmen konnten, sind die Rohstoffpreise besonders in den letzten Monaten auf breiter Front gestiegen. Auf Basis der Zahlen des Statistischen Bundesamtes ergeben sich von Anfang 2005 bis Anfang 2008 so folgende, unser Produkt betreffende Kostenentwicklungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altpapier: + ca. 50 % • Holzspäne: + ca. 51 % <p>Der Rohölpreis ist in diesem Zeitraum sogar um knapp 84 % gestiegen...“ „...Zur Umsetzung dieser Preisanpassung gab es zwei Möglichkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Rollenlänge beibehalten und die Preise erhöhen oder • Die Rollenlänge verkürzen und gleichzeitig den empfohlenen Verkaufspreis senken...“ <p>„...Wir haben uns für die Verkürzung entschieden...“ „...Um uns dabei eben nicht dem Vorwurf der versteckten Preiserhöhung auszusetzen, haben wir auf dem Tapeteneinleger, zusätzlich zu der regulären Längen- und Quadratmeterangabe, oben links auffällig einen Störer mit dem Längenhinweis „25 m“ integriert...“</p>
Rama, Unilever (Real), Streichfett	500 g	500 g	1,09 €	1,09 €	11,4*	Eigene Recherche	*bezogen auf den Fettanteil. Der Fettanteil im Produkt wurde stillschweigend durch Unilever von 80% auf 70% reduziert
Pflegetücher für Babies, Babylove (Budni),	90 Stück	100 Stück	0,99	0,99	11,1	Verbraucherangabe 29.05.2008	Foto
Trolli Milchkühe	225g	250g	0,99 €	0,99 €	11,1	Verbraucherangabe 13.05.2008	Foto
Denk mit, Weichspülmittel, dm- Markt	1 Liter	1,5 Liter	0,75 €	0,95 €	18,4	Verbraucherangabe 11.01.2008	
Softcare Iseree, Kosmetiktücher, Lidl	90 3 lagig	150 2 lagig	0,69 € Lidl	0,69 € Lidl	11,1*	Verbraucherangabe, 8.8.2007	*Grundlage für die Berechnung der Preiserhöhung ist die Menge des verwendeten Papiers für die Tücher: Neu: 90 Tücher a 3 Lagen: 270 Alt: 150 Tücher a 2 Lagen: 300. Berücksichtigt man nur die Stückzahl liegt die Preiserhöhung bei 66,7%
Babydream Einmal-Waschlappen (Rossmann)	Größe: 20*24 cm	Größe: 21*25 cm	0,99 €	0,99 €	9,4	Verbraucherangabe, 30.05.2007	Foto

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preiserhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Aptamil HAPre, Milupa, Säulingsnahrung	400 g	600 g	7,99 €	10,99 €	9,1	Verbraucherangabe, 04.06.2007	
Nivea Creme Seife mit Mandelöl, Beiersdorf, Kosmetika (Supermarktkette Reichelt, Berlin)	125 g	150 g	0,79 €	0,79 €	20,0	Verbraucherangabe, 18.05.2007	Foto Die Frima Beiersdorf hat uns mitgeteilt: „Von unserer Seite aus hat keine versteckte Preiserhöhung stattgefunden. Die Verpackungsgröße hat sich von 150g auf 125g, mithin um 16,66 % verringert. Diese Packungen wurden von uns an den Handel zu einem reduzierten Preis von – 16,9% abgegeben. Von einer Preiserhöhung durch den Hersteller kann daher keine Rede sein“. Die Reaktion zeigt, dass es oft Mitnahmeeffekte des Handels sind, wenn der Preis nicht mit dem Inhalt sinkt.
Wundschutzcreme „Sanft für´s Baby“, Schlecker, Kosmetika	400 g	500 g	2,99 €	2,99 €	25,0	Verbraucherangabe, 16.05.2007	Foto
Muskatnuss ganz, Gewürze Fuchs	2	3	1,59 €	1,29 €	84,9	Verbraucherangabe, 13.05.2007	<u>Reaktion des Herstellers:</u> „...Die Umstellung der Füllmenge wurde Anfang 2005 veranlasst aufgrund der Umweltkatastrophe (Hurrikan Ivan), die im Herbst 2004 die Plantagen auf Grenada größtenteils zerstört hat. ... Der Verbraucher ist über Füllmenge der Packung aufgrund der exakten Angabe der Stückzahl auf der Rückseite der Verpackung informiert. Daher wurde auch die Verpackung beibehalten.“
Fix Nudel Schinken Gratin, Lidl, Soßenpulver	30 g	50 g	0,25€ Lidl	0,25€ Lidl	66,7	Verbraucherangabe, 17.04.2007	Foto
Pico-Balla, Haribo, Süßwaren	175 g	200 g	0,89 €	0,89 €	14,3	Verbraucherangabe, 31.3.2007	
Zuckerrübensirup, Zuegg (Netto)	350 g	450 g	0,99€	0,99€	28,6	Verbraucherangabe, 26.3.2007	Foto
Axe, Unilever, Deodorant	150 ml	175 ml	Ohne Preisänderung		16,7	Verbraucherangabe, 20.3.2007	
H&S Fenchel-Anis-Kümmel Nr. 18Tee, Häußler & Sauter, Arzneimittel	40	50	16,40	15,80	29,7	Verbraucherangabe, 14.03.2007	<u>Erklärung des Herstellers H&S Tee-Gesellschaft mbH & Co KG (HST) am 11.6.2009 gegenüber der Verbraucherzentrale Hamburg:</u> „Aus technischen Gründen wurde die Teebeutelzahl von 50 auf 40 reduziert bei gleichzeitiger exakt proportionaler Reduktion des AEP (Apothekeneinkaufspreises) bzw. FAP (Fabrikabgabepreises). Wenn eine einzelne Apotheke das Produkt höher abgibt, ist das von uns leider nicht zu beeinflussen“.
Folgemilch 3, ab dem 8. Monat, Humana, Milchnahrung	600 g	650 g	5,75€ Schlecker	5,75€ Schlecker	8,3	Eigene Recherche, 8.3.2007	Foto <u>Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg</u> : Auch andere Sorten von 650 g auf 600g bei gleichem Preis verringert.:
Nussetti, Süßwaren	8*25 g	10*25 g	0,99 € Plus	0,99 € Plus	25,0	Verbraucherangabe, 20.2.2007	

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Balea Young Reinigungstücher Soft + Clear, Eigenmarke dm (dm-drogerie markt GmbH)	25	35	0,95 € dm	0,95 € dm	40,0	Verbraucherangabe, 20.2.2007	<p><u>Stellungnahme des Händlers (20.02.2007):</u> Es ist richtig, der Packungsinhalt wurde von 35 Tüchern auf 25 Tücher reduziert. Die Kommunikation der Änderung des Inhaltes erfolgte offen mit Angabe des Inhaltes auf der Verpackung sowie der offensichtlichen Änderung der Dimension der Umverpackung. Diese Reduktion wurde bereits im Mai 2006 vorgenommen, völlig losgelöst von der Mehrwertsteuererhöhung. Es ging hierbei um die Anpassung an die aktuellen Marktgegebenheiten. Die derzeit übliche Packungsgröße für Kosmetiktücher liegt bei 25 Stück, da nach aktuellem Stand bei dieser Stückzahl eine optimale Frische bei normaler Anwendung am besten gegeben ist. Die Anpassung des Größenverhältnisses bei Balea YOUNG Soft + Clear Reinigungstücher wurde nun bereits zum zweiten Mal vorgenommen: Vom Zeitpunkt der Einführung bis Ende 2003 waren die Reinigungstücher im 50er Pack erhältlich. Bei der Reduzierung auf 35 Tücher wurde sogar eine kleine Preisreduzierung durchgeführt (50 Tücher erhältlich für 1,45 Euro (0,029 Euro pro Tuch)) und ab 2004 waren 35 Tücher erhältlich für 0,95 Euro (0,027 Euro pro Tuch)). Bei der weiteren Reduktion des Packungsinhalts im Mai 2006 hat sich der Preis nicht geändert. Der Preis beträgt 0,95 €. Nachdem eine Preisanpassung über Jahre verzögert worden war, wurde sie aufgrund signifikanter Rohstoff- und Logistikpreiserhöhungen unausweichlich. Gerne können Sie unseren Preis mit dem unserer Mitbewerber vergleichen. Sie werden feststellen, dass wir auch bei diesem Produkt den günstigsten Preis anbieten.</p>
M&M's, Masterfoods, Süßwaren	300g	320g	1,99 Netto	1,99 Netto	6,7	Verbraucherangabe, 17.02.2007	<p><u>Stellungnahme des Herstellers (16.02.2007):</u> ... Im Januar 2006 musste Masterfoods aus allgemeinen Kostensteigerungsgründen eine generelle Preisanpassung bei M&M's linear vornehmen. Deutschland war im europäischen Kontext eine Ausnahme in den Füllgrößen für M&M's 300g. Aus Effizienzgründen mussten wir die Füllmenge der bei Discountern eingesetzten M&M's Beutel Anfang 2006 von 320g auf 300g umstellen, was heißt, bei M&M's 300g wurde eine Anpassung der Gewichte an europäische Standardwerte vorgenommen. Das relative Preisverhältnis zu den übrigen M&M's Beuteln hat sich nicht verändert. Da sich im Handel Preisangaben auch pro 100g finden, ist eine Umrechnung für die Konsumenten auf Basis der 300g Beutels gegenüber der 320g Variante sogar erleichtert worden....</p> <p><u>Ergänzung der Verbraucherzentrale Hamburg:</u> Verbraucher berichten, dass auch bei der XL Packung die Füllmenge von 430g auf 400g reduziert wurde (10.5.2006)</p>

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Penaten Baby Balsampflegetücher, Johnson & Johnson (Wal-Mart)	56	64	2,68	2,68	14,3	Eigene Recherche, 01.02.2007	Foto Der Hersteller hat uns mitgeteilt, dass das Produkt seit Anfang 2009 nicht mehr auf dem Markt ist. (2.11.2009)
Canine Senior (Huhn), Hill's Pet Nutrition GmbH, Hundefutter	370g	415g	Ohne Preisänderung, Fressnapf		12,2	Verbraucherangabe, 23.01.2007	Foto
Wikana Wikinger Minisandwich, Wikana GmbH, Kekse	85g	100g	0,37	0,37	17,6	Verbraucherangabe, 03.01.2007	
Die Besten von Ferrero, Ferrero, Süßwaren	269	295	4,99	4,99	9,7	Verbraucherangabe, 07.12.2006	<u>Stellungnahme des Herstellers (06.12.2006):</u> „Es ist richtig, dass wir kürzlich die Füllmenge von 295 g auf 269 g pro Packung umgestellt haben. Die Reduzierung wurde im September d. J. vorgenommen. Durch die Transparenz der Verpackung erkennt der Verbraucher sofort, dass nicht mehr 8, sondern jetzt 6 Kugeln Rocher enthalten sind. Dies ist im Übrigen auch auf der Rückseite der Verpackung entsprechend deklariert Auch wurde das Logo mit der neuen Packung verändert. Generell werden die Preise, zu denen unsere Produkte angeboten werden, durch das jeweilige Handelsunternehmen festgelegt. Nach den kartellrechtlichen Bestimmungen ist es dem Lieferanten ausdrücklich untersagt, dem Händler bestimmte Preise vorzuschreiben. Die Preisgestaltung des Endverbraucherpreises fällt also nicht in unseren Verantwortungsbereich. Es gibt auch für den Hersteller immer wieder Preissteigerungen in einigen Bereichen, wie z.B. bei den Rohstoffen oder den Energiekosten. Damit der Preis für den Endverbraucher nach wie vor attraktiv bleibt, haben wir bei Die Besten eine Gewichtsreduzierung vorgenommen.“
KIK Teelichter, KIK GmbH	32	40	0,99 KIK	0,99 KIK	25,0	Verbraucherangabe, 27.11.2006	<u>Stellungnahme des Anbieters:</u> Ihr Schreiben nehmen wir zum Anlaß ausdrücklich drauf hinzuweisen, dass die Füllmenge von 32 Stück gut sichtbar auf der Umverpackung angebracht ist. Es ist korrekt, dass wir in der vergangenen Weihnachtssaison Teelichter zum gleichen Preis mit einer Füllmenge von 40 Stück angeboten haben. Unseres Erachtens stellt dies jedoch in keinem Fall eine versteckte Preiserhöhung dar, da die geänderte Füllmenge für den Verbraucher offensichtlich ist. In diesem Zusammenhang bitten wir zu berücksichtigen, dass die Preise bereits im Frühjahr 2006 für die kommende Weihnachtssaison mit dem Lieferanten verhandelt wurden. Aufgrund erhöhter Einkaufspreise wurde die Füllmenge entsprechend reduziert.

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
AS Geschirrspülmaschinen Kristallsalz, Schlecker	1,5 kg	2 kg	0,65 Schlecker	0,79 Schlecker	9,7	Verbraucherangabe 21.11.2006	<u>Stellungnahme des Herstellers (Oro-Produkte):</u> Es ist richtig, dass die Füllmenge von 2 kg auf 1,5 kg reduziert wurde. Die Änderung wurde im August vorgenommen. Auf die Preisgestaltung im Handel haben wir keinen Einfluss. Die Packungsgröße wurde deutlich verändert (in der Höhe von ca. 20 cm um 15% auf ca. 17 cm). Ob es zusätzlich zur Füllmengenangabe in den Schlecker-Filialen Hinweise gibt, dass die Füllmenge reduziert wurde, ist uns nicht bekannt. Die Füllmenge wurde verändert auf Wunsch des Hauses Schlecker. Nähere Einzelheiten sind uns nicht bekannt.
Fixies Active Life Midi Windeln, Fixies GmbH,	46	48	9,49	9,49	4,4		
Weißer Riese, Henkel, Waschmittel	50 Waschladungen	54 Waschladungen	8,55	8,55	8,3	MDR Umschau 21.11.2006	
Penaten Lotionpfegetücher, Johnson & Johnson	64	72	2,99	2,99	12,5	MDR Umschau 21.11.2006	
Calgonit Geschirrspültabs, Calgonit	88	100	9,99	9,99	13,6	MDR Umschau 21.11.2006	
Always Slipeinlagen, Procter & Gamble	24	26	2,99	2,99	8,3	MDR Umschau 21.11.2006	
Somat Geschirrspültabs, Henkel	88	100	9,95	9,95	13,6	MDR Umschau 21.11.2006	
Carefree Original Slipeinlagen, Johnson & Johnson	58	62	2,75 € Kaufland	2,75 € Kaufland	6,9	Eigene Recherchen, 20.11.2006	Foto
Persil Megaperls Waschmittel, Henkel	50 Waschladungen	54 Waschladungen	13,85 Wal Mart	13,99 Wal Mart	7,0	Eigene Recherchen 17.11.2006	Foto

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Alldays Slipereinlagen normal, Procter & Gamble (Marktkauf, Harburg)	56	60	2,99	2,99	7,1	Eigene Recherchen, 17.11.2006	<p>Foto <u>Stellungnahme des Herstellers (21.11.2006):</u> „... zum Oktober diesen Jahres hat die Marke Alldays bei den Value Pack Varianten Normal, Normal Fresh, Large, Long Plus und Normal Light Änderungen der Verpackungsinhalte mit einer gleichzeitigen Senkung des Handelsabgabepreises vorgenommen. Die Änderung der Verpackungsgröße ist für den Verbraucher in der gesetzlich vorgeschriebenen Form auf der Verpackung klar erkennbar. In Zusammenhang mit der Senkung des Handelsabgabepreises sind entsprechend gesenkte unverbindliche Preisempfehlungen für den Verkauf an die Verbraucherin an den Handel weitergegeben worden. Unsere empfohlenen Verkaufspreise sind für unsere Handelskunden unverbindliche Empfehlungen. Der Handel entscheidet selbst, zu welchem Preis sie unsere Produkte anbietet - wir haben keinen Einfluss darauf, ob die Empfehlungen eingehalten werden. Zur Information: Unsere unverbindliche Preisempfehlung ist von 3,39 auf 2,99 € herabgesenkt worden, welches eine Einsparung von ca. 1 cent / Slip-einlage für die Verbraucherin darstellt. Der neue Preispunkt, der durch die Preissenkung erreicht wird, erlaubt uns auch in Zukunft im Konkurrenzumfeld kompetitiv zu sein.“ <u>Anmerkung der Verbraucherzentrale:</u> Bei anderen Größen wurden lt. Anbieter folgende Füllmengenänderungen vorgenommen: Größe alte Füllmenge neue Füllmenge Normal fresh 58 54 Large 52 48 Long plus 44 40 Normal light 62 58 <u>Ergänzende Stellungnahme des Herstellers (07.12.2006):</u> „Wir möchten ergänzend hinzufügen, dass alle Handelspartner, zur Zeit mit der Einzelausnahme Rossmann, die von uns empfohlenen reduzierten Verkaufspreise übernommen haben.“</p>
Bübchen Comfort Pflgetuecher sensitive	56	64	Ohne Preisänderung		14,3	Verbraucherangabe, 05.11.2006	

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Meister Proper Color XXL Pack, Procter & Gamble, Waschpulver	80 Waschladdungen, 7,6 kg	90 Waschladdungen, 8,550 kg	11,98 €, Wal Mart	11,98 €, Wal Mart	12,5	Verbraucherangabe, 28.10.2006	<p><u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „... wir haben die Anzahl der Waschladdungen bei Meister Proper Color von 90 Waschladdungen (8,55 kg) auf 80 Waschladdungen (7,6 kg) reduziert. ... Die neue Packung wurde zum 01.10.2006 eingeführt. Die Gestaltung der Endverbraucherpreise liegt ausschließlich beim Handelsunternehmen. ... im Rahmen der Inhaltsreduzierung haben wir die Packungsgröße dem neuen Inhalt angepasst. ... Bereits in der Vergangenheit gab es Inhaltsänderungen mit jeweils einer entsprechenden Packungsgrößenänderung. Dies stellt einen normalen Prozess in einem sich ständig ändernden Markt dar. Dabei achten wir immer darauf, die Füllmenge sowohl durch die Kommunikation auf der Packung als auch durch die Packungsgröße selbst dem Konsumenten deutlich zu machen.“</p>
Kokett Kosmetik-Tücher, Hakle-Kimberly	90 Tücher 3-lagig	150 Tücher 2-lagig	0,65 € Aldi Süd	0,65 € Aldi Süd	11,1*	Verbraucherangabe, 27.10.2006	<p>Foto *Grundlage für die Berechnung der Preiserhöhung ist die Menge des verwendeten Papiers für die Tücher: Neu: 90 Tücher a 3 Lagen: 270 Alt: 150 Tücher a 2 Lagen: 300</p> <p><u>Stellungnahme von Aldi Süd:</u> „...Die Kosmetiktücher wurden qualitativ nämlich deutlich verbessert und weisen nun – übrigens analog zu den Marktführern im Markenbereiche – eine neue, dreilagige Papierqualität auf, die sich im Vergleich zur bisherigen zweilagigen Qualität durch eine verbesserte Weichheit und eine angenehmere Haptik auszeichnet. Die neuen Kosmetiktücher können aufgrund eines verbesserten Zellulose-Grundstoffs effizienter und somit sparsamer eingesetzt werden. Entsprechend haben wir die Einzelblattzahl reduziert. Umgestellt wurde unser Produkt testweise im Januar 2006, die flächendeckende Aufschaltung erfolgte ab Oktober 2006.....“</p>

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Giotto, Ferrero, Gebäckkugel	9 Stück = 38,7 g	10 Stück = 43 g	0,75 €, Rewe	0,75 €, Rewe	11,1	Verbraucherangabe, 22.10.2006	<p>Foto Auch in der Sammelpackung sind statt 4 x 10 Stück(172 g) jetzt nur 4 x 9 Stück (154,8 g)zum Preis 1,79 € (Kaufland) vorhanden</p> <p><u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „...Es ist richtig, dass wir kürzlich die Stange von 10 auf 9 Kugeln umgestellt haben. Die Reduzierung wurde im September ... vorgenommen. ... Die Packungsgröße wurde entsprechend verkleinert. Generell werden die Preise, zu denen unsere Produkte angeboten werden, durch das jeweilige Handelsunternehmen festgelegt. Nach den kartellrechtlichen Bestimmungen ist es dem Lieferanten ausdrücklich untersagt, dem Händler bestimmte Preise vorzuschreiben. Die Preisgestaltung des Endverbraucherpreises fällt also nicht in unseren Verantwortungsbereich. ... Es gibt auch für den Hersteller immer wieder Preissteigerungen in einigen Bereichen, wie z.B. bei den Rohstoffen oder den Energiekosten. Damit der Preis für den Endverbraucher nach wie vor attraktiv bleibt, haben wir bei Giotto eine Gewichtsreduzierung vorgenommen.“</p>
Fleischsalat/Metzgersalat, Nadler, Feinkostsalat	200 g	250 g	1,89 €, Real	1,69 €, Real	39,8	Verbraucherangabe, 19.10.2006	<p><u>Telefonische Aussage des Herstellers (26.10.2006):</u> Verkehrsbezeichnung des Produktes wurde von „Nadlers bester Fleischsalat“ in „Metzgersalat“ umbenannt; Rezeptur ist unverändert.</p> <p><u>Stellungnahme des Herstellers (16.11.2006):</u> „Der Fleischsalat „Nadlers Bester“ 250g in der runden Sonderpackung war für Nadler nicht kostendeckend. Aus diesem Grunde haben wir den Artikel im Mai 2006 auf das gleiche Verpackungsformat umgestellt wie unser restliches Kleinpackungs-Sortiment. Den Fleischsalat „Nadlers Bester“ bieten wir nun als 200g Packung unter der Bezeichnung „Metzgersalat“ an. Leider ist diese Maßnahme mit einer moderaten Preiserhöhung zusammengefallen, die aufgrund stark gestiegener Rohwarenpreise erforderlich ist. Wir bedauern, dass diese beiden Faktoren zu einer für den Verbraucher spürbaren Preiserhöhung bei diesem speziellen Produkt geführt hat. Wir haben bereits eine neue Preisempfehlung an unseren Vertrieb gegeben, um die Preiserhöhung abzdämpfen. Die Durchsetzung bis in den Handel können wir allerdings nicht direkt beeinflussen.“</p>

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Bertolli Pasta Saucen, Unilever (Galeria Kaufhof)	400 ml	500 ml	2,49 €	2,79 €	11,6	Verbraucheranga- be, 18.10.2006	Foto „...haben wir einen Verpackungsrelaunch durchgeführt. Das heißt, wir haben die bisher bekannte Glasverpackung (Glasform und Etikett) neu gestaltet. Dies schließt ebenso eine veränderte -von 500 g auf 400 g- mit ein. Grund für diese Änderung sind über einen langen Zeitraum durchgeführte Marktfor- sungen, die natürlich auch das Konsumentenverhalten und Wünsche der Zielgruppe nach einer geringeren Füllmenge berücksichtigen. Grundsätzlich haben wir als Hersteller keinen direkten Einfluss auf die finale Preisgestal- tung unserer Handelspartner, da wir lediglich eine so genannte Preisempfeh- lung an den Handel abgeben. Das schließt in diesem Fall eine Empfehlung unseres Hauses ein, den Preis proportional zur Füllmenge zu senken: bei 500 g von 2,39 € bis 2,49 € und bei 400 g auf 1,89€ bis 1,99 €....“
Toppits – Gefrierbeutel, 1 Liter, 19*24 cm, Melitta	35	40	Ohne Preisände- rung		14,3	MDR „Umschau“, 17.10.2006	<u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „Toppits Gefrier-Beutel und alle anderen Toppits Produkte werden seit 1.12.2005 wieder mit den alten, bekannten Stückzahlen hergestellt. Aufgrund von stark gestie- genen Rohstoffkosten zum Jahresanfang 2005 stellte das Unternehmen Cofresco Frischhalteprodukte, das die Toppits Produkte herstellt, zum 1.6.2005 die Inhalte pro Packung bei Toppits Gefrier-Beuteln, Frischhalte- und Frühstücksbeuteln um. Nachdem sich die Situation am Rohstoffmarkt im Jahresverlauf 2005 wieder ent- spannt hatte, hat Cofresco diese Umstellung zum 1.12. 2005 rückgängig gemacht. Seit 1.12. 2005 bietet Cofresco alle Produkte der Marke Toppits wieder mit den alten Inhalten an, bei unverändertem Abgabepreis.“ Mitarbeiter der Sendung „Umschau“ im MDR haben Gefrierbeutel mit ver- ringertes Menge am 11.10.2006 im Einzelhandel vorgefunden. <u>Antwort des Herstellers:</u> Je nachdem, wie stark bzw. schwach der Absatz von Gefrier-Beuteln in einem Geschäft ist, können noch Restpackungen mit der ehemals reduzierten Menge bei gleichem Preis in den Regalen vorhanden sein. Es handelt sich hierbei jedoch ausschließlich um Restpackungen im Handel, nicht um von Cofresco nachträglich noch in den Markt gebrachte Packungen. (12.10.2006)

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Werther's Original Sahnetoffees, August Storck KG, Süßwaren	225 g	255 g	Ohne Preisänderung, 1,68 € Wal Mart		13,3	Eigene Recherchen, 09.10.2006	Foto <u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „...Die Änderungen sind Anfang September 2006 vollzogen worden. Die Verpackungsformate wurden signifikant reduziert. Für die Verbraucher ist die reduzierte Füllmenge daher nicht nur durch die klare Füllmengenangabe, sondern auch am Beutelformat sehr gut erkennbar. Im Übrigen sind die neuen Füllmengen eingeführt worden im Zuge eines kompletten Markenrelaunches von Werther's Original. Die Endverbraucherpreise legt nicht Storck, sondern der Handel fest...“ (11.10.2006)
Milupa Milchbrei, Milupa GmbH	250 g	300 g	1,99 €* Schlecker	2,19 €* Schlecker	9,0	Verbraucherangabe 27.09.2006	Foto <u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „...Für die Preisgestaltung ist alleine der Handel verantwortlich. Wir können dem Handel Endverbraucherpreise nur unverbindlich empfehlen. Für die 300g Packung gab es eine unverbindliche Endverbraucherpreisempfehlung von 2,19 €. Nach Umstellung des Produktes (Rezepturoptimierung und Reduktion der Grammatur) gaben wir dem Handel unsere neue unverbindliche Preisempfehlung von 1,99€. Das heißt wir haben im Zusammenhang mit der Veränderung der Füllmenge auch den Preis reduziert... ...Die Änderung wurde zum April 2006 umgesetzt... ...Die Rezeptur wurde überarbeitet und optimiert und bei dem Milchbrei ab dem 8. Monat einen Teil der Stärke durch gesünderes hochwertiges Getreide ersetzt...“ (11.10.2006)
Pringles, Sour Cream and Onion, Chips (Rewe)	170 g	200 g	1,59 €	1,59 €	17,6	Verbraucherangabe 27.09.2006	Foto <u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „Bei Pringles wurde eine neue Rezeptur auf den Markt gebracht. Der Fettgehalt wurde verringert und der Anteil an ungesättigten Fettsäuren erhöht. Verbrauchertests bestätigen, dass die gleichzeitig verbesserte Knusprigkeit von der Mehrheit bevorzugt wird. Da sich auch die Dichte der einzelnen Chips verringerte, erhöht sich damit das von den Chips eingenommene Volumen. Die Dose kann daher nicht mehr wie zuvor mit ca. 95 Chips (200g), sondern nur noch mit ca. 90 Chips (170g) befüllt werden.“** (13.11.06) „Auf Pringles gab es ein Produkt Relaunch. Bei diesem Relaunch wurde nicht nur das Packungsdesign verändert, sondern auch der Chip selbst verbessert. Eine neue Chip-Formulierung sorgt dafür, dass der Chip noch knuspriger ist und besser schmeckt. Der Chip selbst wurde dadurch dicker und leichter. Die Anzahl der Chips in der Dose wurde von 95 auf 90 Chips reduziert. Zum anderen haben wir unser Packungsgewicht dem Markt angepasst, auf dem im Durchschnitt eher 170g zu finden sind.“(4.10.2006)

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Kleenex Happies Baby-Pflege-Tücher	90	100	1,65	1,65	11,1	Verbraucherangabe 26.9.06	Foto <u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „...Happy Baby-Pflege-Tücher ab Mitte des Jahres (2006) von 100 auf 90 reduziert wurde... Da unser Herstellerabgabepreis an den Handel unberührt blieb, ist auch der empfohlene und tatsächliche Verkaufspreis für diesen Artikel stabil geblieben. Grund für die Änderung der Füllmenge war der zunehmende Kostendruck, der eine Anpassung des Abgabepreises (direkt oder indirekt) unumgänglich machte. Nach sorgfältiger Abwägung haben wir uns für eine indirekte Preisanpassung durch die Inhaltsreduzierung entscheiden, da hierdurch die vom Verbraucher gelernten und akzeptierten Preispunkte beibehalten werden konnten. Die geplante Erhöhung der MwSt. ab 2007 hatte auf diese Entscheidung keinen Einfluss...“(29.9.2006)
Müller Drink, Molkerei Alois Müller, Molkenmischerzeugnis (Marktkauf)	440 ml Plastikflasche	500 ml Becher	0,79 €	0,79 €	13,6	Verbraucherangabe 25.09.2006	
Pampers baby dry Windeln	62	64	Ohne Preisänderung		3,2	Stiftung Warentest, 8/2006 bis zu 4 Stck. pro Packung weniger, Verbraucherangaben	<u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „...diese Änderungen fanden bei Pampers im Mai 2006...statt. Sie stehen in keiner Verbindung mit der Mehrwertsteuererhöhung im Januar 2007, sondern sind wie im Markt üblich eine Anpassung an gestiegene Kosten. Die Rohöl- und auch Zellstoffpreise sind deutlich gestiegen.“(21.9.2006)
Pampers Active Fit Junior 11-25 kg	52	56			7,7		
	44	47			6,8		
	37	40			8,1		
	40 (Größe 4)	43			7,5		
29	31						
Hansaplast med ABC-Wärme-Pflaster	4 er Pack	5 er Pack	Ohne Preisänderung		25,0	Stiftung Warentest 7/2006	
Herbal Essences Shampoo Fruit Fusions	200 ml	250 ml	Ohne Preisänderung		25,0	Verbraucherangabe 26.05.2006	Foto <u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „Zum 1. April d. J. hat die Marke Herbal Essences bei den Shampoo und Spülungsvarianten eine Änderung der Verpackungsgröße von 250 ml auf 200 ml unter Beibehaltung des Handelsabgabepreises vorgenommen. Dies ist die erste Preiserhöhung seit Januar 2004. In dieser Zeit sind die Rohstoffpreise auf den Weltmärkten rasant gestiegen...“(4.10.2006)
Zewa Softies Menthol, SCA Hygiene Products GmbH, Taschentücher	15x9 Taschentücher	15x10 Taschentücher	1,50 €*	1,40 €*	19,0	Stiftung Warentest 4/2006; *)Preisangaben lt. Stiftung Warentest	Nach Angaben von Verbrauchern sind auch andere Sorten betroffen, z.B. „Zewa Softis“ Super Soft Taschentücher mit Aloe Vera: Nur noch 9 statt 10 Tücher in einer Packung
Tempo Box, Procter & Gamble, Taschentücher (extra)	80 Stück Tempo Box	100 Stück Tempo Box	1,99 €	1,99 €	25,0	Verbraucherangabe 21.04.2006 Stiftung Warentest Heft 4/2006	Nach Angaben von Verbrauchern sind auch andere Sorten betroffen, z.B. „Tempo plus Aleo vera“: Nur noch 9 statt 10 Tücher in einer Packung

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Nescafé Cappuccino „Choco“, „Vanilla“	350 g	400 g	Ohne Preisänderung		14,3	Verbraucherangabe 04.04.2006	Hinweis auf der Verpackung: „Neu“ statt Family Cappuccino, statt 3,5% löslicher Bohnenkaffee jetzt 6%
Hepatodoron, Weleda, Arzneimittel	200 Tabletten	250 Tabletten	16,85 Apotheke	16,85 Apotheke	25,0	Verbraucherangabe 06.03.2006	
Schokomüsli, Köln	600 g	750 g	2,99 € Edeka	2,99 € Edeka	25,0	Verbraucherangabe 5.2.2006	Auch andere Müslisorten sind betroffen, z.B. Köln Karibik Müsli <u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „...Es ist in der Tat richtig, dass das Köln Schoko Müsli sowie das Köln Karibik Müsli nicht mehr als 750 Gramm Pakete angeboten werden, sondern als 600 Gramm Einheiten....Ferner haben sich Verbraucher bei uns gemeldet und bedauert, das ein Preisvergleich zu Mitbewerbern durch unterschiedliche Packungsgrößen erschwert wird...Ein weiteres Argument zur Änderung der Füllmenge ist u.a. gewesen, dass Marktstudien gezeigt haben, dass immer wieder der Wunsch nach nicht zu großen Gewichteinheiten da ist...Was die Packungsgröße anbelangt, so wurde dies nur leicht verändert. Die Tiefe beträgt jetzt 6 cm, ehemals 7,5 cm. Die Breite ist identisch geblieben. Die Peter Köln KGaA hat übrigens mehrere Müslis auf 600 Gramm umgestellt...Was den Preisanstieg betrifft, so bewegt sich dieser zwischen 4 % und 5 %. Dem Verbraucher bewusst eine versteckte Preiserhöhung zu präsentieren, entspricht keineswegs unserer Firmenphilosophie. Erhöhte Rohstoff- sowie Energiekosten haben auch uns diesen Schritt nach drei Jahren unumgänglich gemacht...Wie die Produkte dann aber letzten Endes im Markt ausgezeichnet sind liegt bekanntermaßen in den Händen des Händlers. Einen detaillieren Verbraucherhinweis, der die neue Füllmenge hindeutet, gibt es neben der Gewichtsangabe nicht...“ (11.10.2006)
Pampers Sensitive Feuchttücher, Procter & Gamble	54 Stück	63 Stück	2,79 € minimal	2,79 € minimal	16,7	Verbraucherangabe 4.1.2006	
Getränkkonzentrate, z.B. Cola, Soda Club	375 ml	500 ml	3,49 Kaufland	3,99 Kaufland	16,6	Verbraucherangabe 7.10.2005	
Riesen Schokokaramell, Storck, Süßigkeit	217 g (23 Stück)	239 (25 Stück)	1,66 € Kaufland	1,66 € Kaufland	10,1	Verbraucherangabe 5.10.2005	
Biotherm Eau Vitaminée, Loreal, Body milk (Douglas)	200 ml	250 ml	22 €	25 €	10,0	Verbraucherangabe 15.9.2005	Foto



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Vitalis Müsli, Dr. Oetker	600 g	750 g	Ohne Preisänderung		25,0	Verbraucherangabe 11.9.2005	<p><u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „Dr. Oetker hat im November 2004 die Verpackung von Dr. Oetker Vitalis Müsli von 750g auf 600g umgestellt. Mit der Verpackungsumstellung war auch eine Änderung des Verpackungsdesigns verbunden. Folgende Gründe führten zur neuen Preisgestaltung: Aus Verbraucherbefragungen wissen wir, dass der Verbraucher nicht mehr als 3 Euro beim Kauf einer Müslipackung ausgeben möchte. Mit der 750g-Packung lagen wir bei einem Verkaufspreis von ca. 3,29 Euro deutlich darüber. Bei der Umstellung auf die kleinere Verpackungseinheit konnten wir den Preis nicht im gleichen Verhältnis senken, da sich nicht alle Kostenparameter proportional geändert haben. Die Kosten für die Faltschachtel-Preise blieben für uns unverändert. Die Kosten der Rohwaren für Müsli waren gestiegen und mussten in die Kalkulation miteinbezogen werden. Mit dem Verpackungsrelaunch war eine Rezepturoptimierung von Vitalis Müsli verbunden, so dass unsere Produkte qualitativ verbessert wurden. Dr. Oetker hat eine Vereinheitlichung der Packungspreise über alle Sorten – also für Dr. Oetker Müsli und Flakes – angestrebt. Dr. Oetker Flakes wurden so zum Beispiel im Preis gesenkt. Diese Gründe haben zur neuen Preisgestaltung von Vitalis geführt. Die 600g-Packung Dr. Oetker Vitalis liegt nun bei ca. 2,89 Euro. (6.10.2006)</p>
Rigo, Bacardi, Alcopop	0,275 l	0,33 l	Ohne Preisänderung		20	Verbraucherangabe 7.9.2005	
Spezial-Salz für Spülmaschinen, Somat	1,2 kg	1,5 kg	Ohne Preisänderung		25,0	Verbraucherangabe 7.9.2005	



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Cranberry-Dinkel Müsli, Schneekoppe	500 g	750 g	Ohne Angabe		50,0	Verbraucherangabe 7.9.2005	<p><u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „Auf Anregung unserer Kunden hat die SCHNEEKOPPE Ende 2004 einen Relaunch der gesamten Müeslirange vorgenommen. Dabei wurde beim SCHNEEKOPPE Vitamin Frühstück Cranberry & Dinkel der Fruchtanteil der Cranberries um 50 % erhöht. Neben der Designüberarbeitung haben wir einen verbesserten und wiederverschließbaren Innenbeutel eingesetzt, der das Müesli länger frisch hält. Für die Preisgestaltung ist bekanntermaßen der Handel verantwortlich. SCHNEEKOPPE kann nur unverbindliche Endverbraucherpreise empfehlen. Für die 750 g Packung, gab es eine unverbindliche Endverbraucherpreisempfehlung von 3,29 €. Nach Rezeptur- und Verpackungsoptimierung sowie einer Änderung der Einwaage, gaben wir dem Handel unsere neue Preisempfehlung von 2,99 € auf.“</p>
Poly Brillance Intensiv Color Creme, Schwarzkopf, Haarfarbe	50 ml Brilliance Color Creme + 50 ml Brilliance Color Glanz Conditioner	60 ml Brilliance Color Creme + 60 ml Brilliance Color Glanz Conditioner	Ohne Preisänderung		20,0	Verbraucherangabe 5.9.2005	
Vollkornknäckebrot mit Roggen „Köstlich“, Wasa	230 g	250 g	Ohne Preisänderung		8,7	Verbraucherangabe 2.9.2005	

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Bio-Hibiskustee, Gepa	20*1,75 g	25*2 g	Ohne Preisänderung		42,9	Verbraucherangabe 2.9.2005	<u>Stellungnahme der Gepa (26.2.2007):</u> ...Leider konnten wir den leckeren Hibiskus-Teebeutel aus Ägypten nur bis zum März 2003 im Sortiment führen. Daten aus der Qualitätskontrolle zwingen uns, auf diesen in Ägypten abgepackten Teebeutel zu verzichten. Auf der Suche nach Alternativen entschieden wir uns, auf das Angebot unseres mexikanischen Handelspartners einzugehen. Da bei diesem Handelspartner keine Teebeutelabpackung möglich ist, wird dieser Arbeitsschritt von einem deutschen Abpacker übernommen. Dieser führt den Standard „20 Teebeutel pro Schachtel“. Die neue Rohware ist so ergiebig, dass eine Reduzierung des Teebeutelfüllgewichtes von 2g auf 1,75 g sinnvoll war. Die mexikanische Ware wäre einigen Kunden im Vergleich zu den bisherigen Teebeuteln sonst doch zu säuerlich gewesen. Die Artikelnummer des gepa-Artikels „Hibiskus TB“ wurde geändert und der Informationstext entsprechend überarbeitet. Steigende Absatzzahlen zeigen uns die Kundenzufriedenheit mit dem neuen Hibiskustee. Nie war es unser Anliegen, durch Einwaagereduzierung unsere Gewinnspanne zu erhöhen. Ganz im Gegenteil: Uns ist es gelungen, den Endverkaufspreis stabil zu halten, statt ihn zu erhöhen: Die Ergiebigkeit des Tees aus einem anderem Ursprungsland konnte die kostenintensivere Abpackung in Deutschland auffangen...
fit Speziialsalz für Geschirrspüler, Fit GmbH	1500 g	2000 g	Ohne Preisänderung, 1,19 €		33,3	Verbraucherangabe 1.9.2005	
Toppits Gefrierbeutel, Melitta	40 Beutel a 6 l	45 Beutel a 6 l	Ohne Preisänderung; Edeka		12,5	Verbraucherangabe 30.8.2005	Melitta hat uns mitgeteilt, dass seit 1.12.2005 die Packungen wieder den alten Inhalt von 45 Beuteln bei gleichem Preis haben. Auch bei dem Produkt Toppits Gefrierbeutel 3 l wurde die Reduktion von 80 auf 70 Beutel zurückgenommen.
Somat Reiniger Pulver, Henkel, Spülmaschinenreiniger (Kloppenburg)	900 g	1000 g	Ohne Preisänderung, 3,59 €		11,1	Verbraucherangabe 28.7.2005	Laut Hersteller fand die Umstellung bereits am 01.07.2004 statt.
Swirl Staubsaugerbeutel A 07, Melitta	4 Beutel	5 Beutel	Ohne Preisänderung		25,0	Verbraucherangabe 24.8.2005	Auch andere Staubsaugerbeutel Größen der Marke Swirl sind betroffen, z.B. S67 Melitta hat uns mitgeteilt, dass sich die Qualität verbessert hat: Bessere Filter- und Saugleistung, Geruchsstopp-Pad
Somat Reiniger Pulver Vorratspack, Henkel, Spülmaschinenreiniger	1800 g	2000 g	Ohne Preisänderung		11,1	Eigene Recherche	Foto

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preiserhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Kaffeepads, Senso	125g (18Pads)	130g (18Pads)	Ohne Preisänderung		4,0	Verbraucherangabe 26.7.2005	
Pflaumenmus extra, Schwartau	330g	340g	Ohne Preisänderung		3,0	Verbraucherangabe 13.7.2005	Foto
Zwieback, Brandt	225 g	250 g	Ohne Preisänderung		11,1	Verbraucherangabe 4.7.2005	<p><u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „Wir haben in unserer 94-jährigen Firmengeschichte Brandt Markenzwieback mehr als 90 Jahre in 225g-Packungen angeboten. Erst mit der Inbetriebnahme unseres neuen Werkes in 2002 haben wir uns aufgrund logistischer und technologischer Erfordernisse entschlossen, den Packungsinhalt auf 250g zu erhöhen. Auf vielfachen Verbraucherwunsch machten wir diese Veränderung bereits im Mai 2005 wieder rückgängig, um den sensorischen Anforderungen, die unsere Kunden an den Markenzwieback stellen, gerecht zu werden. Seither bieten wir den Markenzwieback wieder in der gelernten 225g-Packung an. Die Anzahl der Zwiebackscheiben je Packung wurden dabei nicht verändert.</p> <p>Das uns entgegengebrachte Verbrauchervertrauen der letzten 90 Jahre ist für uns als Markenhersteller stets Ansporn hochwertigste Zwiebackqualität anzubieten. Dazu gehört selbstverständlich auch, die Anregungen und Fragen unserer Kunden ernst zu nehmen und darauf zu reagieren, wie im Mai 2005 geschehen. Versteckte Preiserhöhungen mittels der Veränderung der Packungsgröße durchzusetzen, entspricht in keinsten Weise unserer Unternehmensphilosophie. Wir halten es daher für falsch, unsere Entscheidung, den Verbrauchewünschen Rechnung zu tragen, mit dem Einsatz von „Mogelpackungen“ gleichzusetzen.“</p>
Multitablen Figur Schlankheits-Drink Schoko Geschmack, Aktivkost GmbH	5 mal 43 g (215 g)	7 mal 43 g (301 g)	Ohne Preisänderung		40,0	Verbraucherangabe 27.6.2005	
RAMBUTAN, Kreyenhop, Fruchtkonserve	230g	250g	1,39	1,39	8,7	Verbraucherangabe 26.6.2005	
Milasan Pre Säuglingsmilchnahrung, Milasan	450g ³	500g	3,79	3,79	11,1	Verbraucherangabe 7.6.2005	
Milasan 1 Säuglingsmilchnahrung, Milasan	800 g ²	900 g	5,99	5,99	12,5	Verbraucherangabe 29.4.2005	Hinweis auf der Verpackung: „Neue Qualität, bessere Löslichkeit - Jetzt neu mit 450 g Inhalt“; Preiserhöhung zum größten Teil zurückgenommen, neuer Preis bei Rossmann: 3,55 €
Nivea deodorant Stick, Beiersdorf, Kosmetik	40 ml	50 ml	Ohne Preisänderung		25,0	Verbraucherangabe 14.4.2005	Hinweis auf der Verpackung: „Neue Qualität, bessere Löslichkeit - Jetzt neu mit 800 g Inhalt“; Preiserhöhung zum größten Teil zurückgenommen

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Toilettenpapier Hakle Kamille, Hakle	6 mal 150 Blatt	6 mal 200 Blatt	2,59 Schlecker	2,59 Schlecker	33,3	Verbraucherangabe 9.04.2005	
Filtertüten classic, Melitta	80 Stück	100 Stück	Ohne Preisänderung		25,0	Verbraucherangabe, 22.3.2005	Laut Herstellerangabe fand die Umstellung schon im Juni 2004 statt
Pflaumenstreuselkuchen, gut & günstig“ Euroshopper	Durchmesser: 21 cm	Durchmesser: 26 cm	2,79 €	2,79 €	53,3	Verbraucherangabe 31.3.2005	
Wiener Melange, Nescafe, Kaffee in Portionsbeuteln	8 mal 18 Beutel	10 mal 18 Beutel	2,59 real	2,49 real	25,0	Verbraucherangabe 18.3.2005	
Cremissimo, Langnese, Eis	900 ml	1000 ml	2,78 € Wal Mart	2,78 € Wal Mart	11,1	Recherche 16.3.2005	Verbesserte Qualität laut Hersteller bei den Sorten Stracciatella, Walnuss und Schokolade einen höheren Anteil an Sahne
Deostift, Hidrofugal, Kosmetik	40 ml	50 ml	Ca. 3 €	Ca. 3 €	25,0	Stiftung Warentest 3/2005	Hinweis auf die neue Füllmenge steht auf der Vorderseite
Tabakstix, British American Tobacco Group, Tabak	19g	20g	2,60	2,60	5,3	Verbraucherangabe 21.2.2005	
Rahm-Wirsing, Langnese-Iglo, Tiefkühl-Gemüse	jetzt 400 g (zwischenzeitlich 300 g)	450 g	aktueller Preis wird ermittelt, ohne Preisreduzierung von 450g auf 300g		12,5 (50,0)	Verbraucherangabe 18.2.2005	Anbieter hat Füllmenge von 300 g auf 400g erhöht; deutlicher Hinweis auf der Verpackung: „Neu 400g“
Schlemmerfilet, Iglo, Tiefkühlfisch	380 g	400 g	2,19 Rewe	2,19 Rewe	5,3	Verbraucherangabe, 18.2.2005	
Müllermilch, Molkerei Alois Müller, Molkereiprodukt	400 ml Plastikflasche	500 ml Becher	0,65 €, Rewe	0,65 €, Rewe	25,0	Verbraucherangabe 13.2.2005	
Toiletten-Feuchttücher, Hakle, Hygieneartikel	49 Stück	70 Stück	1,99 €	1,99 €	42,9	Verbraucherangabe 11.2.2005	<p><u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „...Die Müllermilch mit verbesserter Rezeptur gibt es seit Februar 2005 in einer 400 ml PET-Flasche...Zudem bietet die Verpackung durch die Wiederverschließbarkeit deutliche Vorteile...“ (13.4.2005)</p> <p><u>Anmerkung der Verbraucherzentrale:</u> Die angeblich verbesserte Qualität hat sich auch bei der Auswahl der Zutaten niedergeschlagen: Die „Buttermilch“ in der früheren Rezeptur wurde durch „modifizierte Stärke“ im neuen Produkt ersetzt! So steht es auf der Zutatenliste. Ob das eine „verbesserte Rezeptur“ im Sinne der Verbraucher ist, ist zu bezweifeln.</p>



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis- erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Mövenpick-Eis, Nestle, Eis	900 ml	1000 ml	Ohne Preisänderung		11,1	Verbraucherangabe 11.2.2005	
Rahm-Porree, Langnese-iglo, Tiefkühl-Gemüse Alter Produktname „Porree-Sahne-Gemüse“	jetzt 400 g (zwischenzeitlich 300 g)	450 g	aktueller Preis wird ermittelt, ohne Preisreduzierung von 450g auf 300g		12,5 (50,0)	Verbraucherangabe 3.2.2005	Anbieter hat Füllmenge von 300 g auf 400g erhöht; deutlicher Hinweis auf der Verpackung: „Neu 400g“
Im Nu, Röstfein Kaffee, Malzkaffee	200 g	250 g	unbekannt		25,0	Stiftung Warentest 8/2004	