Verbraucherzentrale Südtirol
Centro Tutela Consumatori Utenti
Die Stimme der VerbraucherInnen
La voce dei consumatori

Verbraucherzentrale Südtirol

Zwölfmalgreiner Straße 2
39100 Bozen
Tel. 0471 975597
info@verbraucherzentrale.it

Der Goldene Windbeutel: versteckte Preiserhöhungen und andere Täuschungen

Mo, 21.07.2025 - 10:26

Für die dreisteste Werbelüge des Jahres hat die deutsche Verbraucherschutzorganisation foodwatch soeben zum 14. Mal den Goldenen Windbeutel verliehen.

2025 geht die Negativ-Auszeichnung an die „Milka Alpenmilch" Schokolade des US-amerikanischen Lebensmittelkonzerns Mondelez (ehemals Kraft Foods). Mondelez erhöhte in Deutschland den Verkaufspreis von 1,49 auf 1,99 Euro und verringerte kurz darauf die Füllmenge von 100 auf 90 Gramm - bei gleichbleibender Verpackung. Bezogen auf den Grundpreis für ein Kilogramm entspricht das einer versteckten Preiserhöhung von 48 Prozent. Schrumpfender Inhalt, steigender Preis: für diese dreiste Täuschung erhält Mondelez mit 34 Prozent der 58.159 Stimmen den Goldenen Windbeutel. Die „Milka Alpenmilch" ist damit ein Musterbeispiel für eine immer beliebtere Masche der Lebensmittelindustrie, die so genannte Schrumpflation oder Shrinkflation (englisch shrink für schrumpfen und inflation für Inflation): das unbemerkte Verkleinern der Menge mittels Mogelpackung bei gleich bleibendem oder sogar höherem Preis.

Auf Platz Zwei (mit rund 21 Prozent der Stimmen) landet ein **norwegischer Räucherlachs von Fish Tales.** Mit einem Foto der angeblichen Lachsfarmerin Sigrun und dem ASC-Siegel suggeriert das Unternehmen nachhaltige und umweltgerechte Fischzucht sowie absolute Transparenz bis zurück zur einzelnen kleinen Fischfarm. In Wahrheit machte der Konzern Grieg Seafood in den letzten Jahren mit einem Chlorgasunfall und Seelausbefall von sich reden, kann auf Anfrage die einzelne Fischfarm nicht nennen, und Sigrun ist natürlich nur eine Markenbotschafterin.

Platz Drei (mit rund 18 Prozent der Stimmen) geht an den **„Menstru Chocbar" von InnoNature,** einen Schokoriegel, der angeblich zum Wohlbefinden während der Menstruation beiträgt. Der Blick auf Zutatenverzeichnis und Nährwerttabelle offenbart jedoch einen zu süßen Riegel mit einem Zuckergehalt von 36 Prozent und Zutaten ohne nachgewiesene Wirkung auf das Wohlbefinden während der Menstruation.

15 Prozent der Stimmen ergeben **Platz Vier** für die **Margarine „Rama" von Flora Food.** Versprochen werden in großen Lettern „100% Natürliche Zutaten". Sehr aufschlussreich ist auch hier der Blick auf die Zutatenliste. „Rama" enthält eine veränderliche Mischung aus Raps-, Palm- und Sonnenblumenöl, Wasser, Salz, natürliche Aromen, zwei Emulgatoren, ein Säuerungsmittel, einen Farbstoff sowie zwei zugesetzte Vitamine. Natürlichkeit? Fehlanzeige!

Platz Fünf (rund 12 Prozent der Stimmen) schließlich gebührt dem **Eistee „DirTea Glow Erdbeere-Minze" von Dirtea.** Einer bekannten deutschen Rapperin zufolge bewirke das Trinken des Eistees schöne Haut und Nägel. Tatsächlich enthält das Getränk gleich viel Zucker wie „Fanta". Freier Zucker jedoch schädige die Haut und das Bindegewebe, reduziere deren Elastizität, begünstige Faltenbildung, lasse die Haut schneller altern und fördere Entzündungsprozesse, so eine von foodwatch befragte Hautärztin.

„Angesichts solcher Täuschungsmanöver sind Verbraucher und Verbraucherinnen gut beraten, konsequent die Zutatenliste und die Nährwerttabelle zu lesen und sich jenseits von vollmundigen Werbeversprechen ein eigenes Bild von der Qualität eines Produkts zu machen", empfiehlt Silke Raffeiner, die Ernährungsexpertin der Verbraucherzentrale Südtirol. „Sehr hilfreich ist auch ein Blick auf den Grundpreis, den Preis pro Kilogramm oder pro Liter eines Produkts."