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

VZS-name

VZS-str
VZS-plz
VZS-tel
info@verbraucherzentrale.it

Mogelpackung des Jahres 2025: wer hat am meisten getrickst?

Mon, 02/02/2026 - 09:44

Die Verbraucherzentrale Hamburg dokumentiert so genannte Mogelpackungen und lässt die Bürger und Bürgerinnen über die jeweilige „Mogelpackung des Jahres“ abstimmen. Mogelpackungen täuschen eine größere Füllmenge vor, als sie in Wirklichkeit enthalten. Verbraucherschutz organisationen weisen in diesem Zusammenhang regelmäßig auf die Praxis der **versteckten Preiserhöhung** hin: indem Hersteller bei gleichbleibender Packungsgröße die Füllmenge verringern, können sie Preiserhöhungen verschleiern.

Zur Mogelpackung des Jahres 2025 hat die Verbraucherzentrale Hamburg im Januar 2026 nach einem eindeutigen Verbrauchervotum die „**Milka Alpenmilch**” Schokolade des US-amerikanischen Lebensmittelkonzerns Mondelez (ehemals Kraft Foods) gekürt. Damit heimste die auch in Südtirol bestens bekannte Schokolade eine weitere Negativ-Auszeichnung ein. Wir erinnern uns: im Juli 2025 war schon der Goldene Windbeutel der deutschen Verbraucherschutzorganisation foodwatch für die dreisteste Werbelüge des Jahres an die Milka Alpenmilch gegangen. Denn Anfang 2025 sank die Füllmenge der Schokoladentafel bei nahezu unveränderter Verpackung von 100 auf 90 Gramm, der Preis dagegen sprang in Deutschland von 1,49 Euro auf 1,99 Euro. Bezogen auf den Grundpreis für ein Kilogramm entsprach das einer versteckten Preiserhöhung von 48 Prozent.

„Dank der beiden „Auszeichnungen“ ist die Milka Alpenmilch DAS Musterbeispiel schlechthin für **Shrinkflation** (englisch *shrink* für schrumpfen) in der Lebensmittelindustrie geworden“, resümiert Silke Raffeiner, die Ernährungsexpertin der Verbraucherzentrale Südtirol. „Gemeint ist damit das heimliche Verkleinern der Menge mittels Mogelpackung bei gleich bleibendem oder sogar höherem Preis.“ Verbraucher und Verbraucherinnen fühlen sich zweifelsohne getäuscht. Ob der konkrete Fall auch juristisch als Täuschung einzustufen ist, wird ein Gericht entscheiden: die Verbraucherzentrale Hamburg hat den Hersteller Mondelez verklagt.

In Österreich hat die Bundesregierung ein Gesetz auf den Weg gebracht, wonach Händler Mengenreduzierungen bei gleichbleibendem Preis 60 Tage lang kennzeichnen müssen. In Frankreich, Rumänien und Ungarn gelten ähnliche Bestimmungen. Das Inkrafttreten des italienischen Gesetzes zur Shrinkflation wurde zuletzt auf Juli 2026 vertagt. EU-weit werden Mogelpackungen ab dem 1.

Januar 2030 aber ohnehin Geschichte sein. Laut der neuen EU-Verpackungsverordnung (VO (EU) 2025/40 vom 19.12.2024) müssen dann Gewicht und Volumen von Verpackungen auf das erforderliche Mindestmaß reduziert sein; Verpackungen, die durch Doppelwände, falsche Böden oder unnötige Schichten ein größeres Volumen vortäuschen, dürfen nicht mehr in Verkehr gebracht werden.

Bis zum Inkrafttreten des Gesetzes gegen Shrinkflation bzw. bis zum Verbot von überdimensionierten Verpackungen bleibt Verbrauchern und Verbraucherinnen nichts anderes übrig, als sich selbst ein Urteil zu bilden:

- Aufschriften wie „neue Rezeptur“ oder „jetzt noch bessere Qualität“ können ein Hinweis auf eine Reduktion der Füllmenge sein.
- Es ist immer sinnvoll, die aufgedruckte Füllmenge zu kontrollieren und den Grundpreis (Preis pro Kilogramm bzw. pro Liter) ähnlicher Produkte zu vergleichen.
- Im Verdachtsfall lässt sich der Füllstand einer Packung durch Ertasten, Schütteln oder Kopfüberhalten feststellen. Halbtransparente Packungen kann man gegen das Licht halten.