



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

[www.vzhh.de](http://www.vzhh.de)

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
Spee Color, Henkel (Rossmann), Flüssigwaschmittel	18 Waschladungen	20 Waschladungen	3,45 €	3,45 €	11,1	Verbraucherangabe, Februar 2011	<a href="#">Foto</a>
Pampers Jumbo Pack, Procter & Gamble (Rossmann), Windeln	96 Stück	104 Stück	17,79 €	17,79 €	8,3	Verbraucherangabe, Februar 2011	<a href="#">Foto</a> Viele weitere Größen im Jumbo Pack betroffen, auch verschiedene Größen im Mega-Pack <a href="#">3. Preiserhöhung in gut 4 Jahren</a>
Senseo Kaffeepads „klassisch“, Sara Lee-Coffee & Tea Gemany GmbH (real)	16 Pads (111 g)	18 Pads (125 g)	2,39 €	2,39 €	12,5	Verbraucherangabe, Januar 2011	<a href="#">Foto</a> 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	10*7g	10*7,5 g	2,49 €	2,49 €	7,1	Verbraucherangabe, Januar 2011	<a href="#">Foto</a> <a href="#">Stellungnahme des Herstellers:</a> „... 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%	Verbraucherangabe, Januar 2011	
Hygienebinden Always, Procter & Gamble (Rossmann), Hygieneartikel	12 Stück	14 Stück	1,55 €	1,55 €	16,7	Verbraucherangabe, Januar 2011	<a href="#">Foto</a> Andere Sorten sind auch betroffen, z.B. von Füllmengenreduzierung von 16 auf 14 Stück

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Direkt-Apfelsaft "Wilde Obstwiese", Amecke (Plaza Markt)	1 Liter	1,5 Liter	1,49 €	1,79 €	24,9	Verbraucheran-gabe, 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 meis-ten Haushalte zu groß ist und innerhalb seines optimalen Haltbarkeitszeit-raums 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 verbraucher-freundlicheres 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 Rohwaren-preise in Kauf nehmen, die unsere Produkte ohnehin in dieser Ernte getrof-fen 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	Verbraucheran-gabe, November 2010	
Paranuss Kerne, Stoltzenberg Nuss GmbH (Kaufland)	125 g	200 g	1,99 €	1,99 €	60,0	Verbraucheran-gabe, November .2010	
m&m's Peanut, Mars GmbH (Real), Süßwaren	180 g Weihnachts-edition	190 g	1,79 €	1,79 €	5,6	Eigene Recher-che, November 2010	<a href="#">Foto</a>
Palmolive Aroma Therapy, Colgate-Palmolive (Rossmann), Duschgel	250 ml	300 ml	1,75 €	1,75 €	20,0	Eigene Recher-che, Oktober 2010	<a href="#">Foto</a>
Knorr Fix Hackbraten, Unilever (Edeka)	78 g	100 g	0,79 €	0,79 €	28,2	Eigene Recher-che, Oktober 2010	<a href="#">Foto</a> Weitere Sorten der Knorr "Fix..." Produkte betroffen
Zanderfilet gefroren, All-fish Handelsgesell-schaft mbH (JAWOLL)	320 g Ab-tropfgewicht	400 g Ab-tropfgewicht	3,99 €	3,99 €	25,0	Verbraucheran-gabe, 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	Verbraucheran-gabe, 21.10.2010	



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Bayrisch Blockmalz Hustenbonbons, Kaiser (Kaufpark)	90 g	100 g	0,89 €	0,89 €	11,1	Verbraucheran-gabe, 21.10.2010	
Tassimo Latte Macchiato, Kraft Foods (Kauf-land), Kaffeepads	220 ml pro Tasse	275 ml pro Tasse	4,99 €	4,99 €	25,0	Eigene Recher-che, September 2010	<a href="#">Foto</a> <a href="#">Stellungnahme von Kraft Foods Deutschland:</a> ...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, milchi-geren Geschmack, der in Konsumententest bevorzugt wurde. Aller-dings führt dies auch zu der reduzierten Füllhöhe im Glas oder Be-cher. Die Produktmenge von 480g bzw. der T-Disc Inhalt an Espresso und Milchkomposition (8x8g Espresso T-Disc, 8x52g Milchkom-position 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 Tas-sen pro 200g Packung	20 Tassen pro 200g Packung	1,59 €	1,59 €	40,0 bezogen auf die Zuberei-tungshinweise des Herstellers	Verbrauchermel-dung, September 2010	
Eucerin pH5 seifenfreies Waschstück, Bei-ersdorf (Apotheke), Kosmetika	100 g	150 g	3,29 €	3,29 €	50,0	Verbrauchermel-dung, September 2010	<a href="#">Foto</a>
AS Black Care Spezialwaschmittel Eigen-marke Schlecker	750 ml	1000 ml	1,99 €	1,99 €	33,3	Verbrauchermel-dung, September 2010	
Salatdressing, Rewe (Eigenmarke)	200 ml	250 ml	0,99 €	0,99 €	25,0	Verbraucheran-gabe, 5.10.2010	<a href="#">Verschiedene Sorten betroffen</a>
Aspirin protect 300 mg, Bayer, (Apotheke), Arzneimittel	98 Stück	100Stück	10,17 € (inkl. Ei-genanteil)	9,63 € (inkl. Ei-genanteil)	7,8	Verbraucheran-gabe, 18.8.2010	<a href="#">Foto</a>



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Sallos Schul- Kreide, Villosa, (real)	135 g	175 g	0,99 €	0,99 €	28,0	Verbrauchermeldung August 2010	<a href="#">Foto</a>
Sallos Black & White, Villosa (real/ Edeka)	135 g	150 g	0,99 €	0,99 €	10,6	Verbrauchermeldung August 2010	<a href="#">Foto</a>
Penaten Baby Panthenol- Creme (real)	75 ml	100 ml	2,99 €	2,99 €	33,4	Verbraucheran-gabe 09.05.2010	<a href="#">Foto</a> <a href="#">Stellungnahme der Firma Johnson&amp; Johnson:</a> „... 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%	Verbraucheran-gabe 25.07.2010	<a href="#">Foto</a> <a href="#">2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</a>
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	<a href="#">2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</a>
Somat Geschirrspültabs, Henkel Wasch- und Reinigungsmittel GmbH, (Kaufland)	80	88	10,45 €	9,95 €	15,5%	Eigene Recherche, 27.08.2010	<a href="#">Foto</a> <a href="#">2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</a>
Calgonit Geschirrspültabs, Reckitt Benckiser Deutschland GmbH, Hit	80	88	10,99	9,99	21,0%	Eigene Recherche, 27.08.2010	<a href="#">Foto</a> <a href="#">2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</a>
fit Speziialsalz für Geschirrspüler, Fit GmbH, (Kaufland)	1,2 kg	1,5 kg	1,19 €	1,15 €	20,8%	Eigene Recherche, 27.08.2010	<a href="#">2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</a>
Hakle Feuchte Toilettentücher, Hakle Kimberly Deutschland GmbH (Schlecker)	42 Stück	49 Stück	1,99 €	1,99 €	16,7%	Eigene Recherche, 27.08.2010	<a href="#">2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</a>



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><u>Foto</u>  <u>Stellungnahme von Procter &amp; Gamble:</u>                      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>* <u>Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg:</u>                      Nach Recherchen des Fernsehmagazins „Umschau“ vom MDR wurde zwischen 2006-2010 zweimal die Größe des Feuchttuchs verringert.</p>
Pringles, Procter& Gamble (Edeka) Sorte Original	165 g	170 g	1,99 €	1,99 €	3,0	Verbraucherangaben März 2010	<p><u>Foto</u>  <u>2. Preiserhöhung auf diese Art und Weise</u></p>
Pringles, Procter& Gamble (Edeka) Sorte Cheese & Onion	165 g	180 g	1,99 €	1,99 €	12,5	Verbraucherangaben März 2010	<p><u>Foto</u>                      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><u>Foto</u>                      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>



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
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	<a href="#">Foto</a>
Kerrygold Original Irische Halbfettbutter (Real/ Edeka)	200 g	250 g	unverändert		25	Verbraucherangabe 22.02.2010	<a href="#">Foto</a> Der Hersteller wirbt auf der neuen Verpackung mit „Neue Rezepturverbesserter 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	<a href="#">Foto</a>
Meißner Nr 10 Assam Ceylon Mischung (Marktkauf)	400 g	500 g	5,99 €	6,99 €	7,2	Verbraucherangabe 09.02.2010	<a href="#">Foto</a>
Natreen Eistee Pfirsich (Real)	1,25 l	1,5 l	0,99 €	0,99 €	19,7	Verbraucherangabe 09.02.2010	<a href="#">Foto</a> <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	



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Crownfield Wellness Flakes, Nordgetreide (Lidl)	500 g	750 g	1,99 €	2,19 €	36,3	Verbraucheran-gabe 20.01.2010	<a href="#">Foto</a>
Trolli Saft Gummis, Mederer (real)	225	250	0,99 €	0,99 €	11,1	Verbraucheran-gabe 12.01.2010	<a href="#">Foto</a>
100 Frucht Grüner Rhabarber Nektarine Fruchtaufstrich, Göbber (Edeka)	310 g	430 g	1,79 €	1,79 €	38,7	Verbraucheran-gabe 05.01.2010	<a href="#">Foto</a> <b>Stellungnahme der Firma Göbber:</b> ..."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 Glas-größen 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 %).“
Nutella, Ferrero (Metro)	120 x 15 g	100 x 18,5 g	18,5 €	16,36 €	16,3	Verbraucheran-gabe 20.12.2009	<a href="#">Foto</a>
Humana Folgemilch 2, Humana (Schlecker), Säuglingsnahrung	500 g	800 g	5,79 €	7,29 €	27,1	Verbraucheran-gabe 17.11.2009	<a href="#">Foto</a>
Libby's Aprikosen Halbe Frucht, Nestlé (Edeka), Fruchtkonserven	240 g	250 g	1,39 €	1,39 E	4,2	Verbraucheran-gabe 17.11.2009	<a href="#">Foto</a>

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis- erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
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	<a href="#">Foto</a> Rezepturänderung: Käseanteil wurde erhöht, aber nicht in dem Maß wie die Füllmenge reduziert wurde.  <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.“...
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	<a href="#">Foto</a>
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-Drageés, 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	<a href="#">Foto</a>
Frolic Unterwegs mit Rind, Mars GmbH (Real), Tiernahrung	180 g	200 g	0,99	0,99	11,1	Eigene Recherche, 20.8.2009	<a href="#">Foto</a>
Mousse make up Ivory, Interco Cosmetics (Real), Kosmetika	15 ml	20 ml	3,95	3,95	33,3	Verbraucherangabe 12.8.2009	<a href="#">Foto</a>
Schoko Blättchen, Schwartauer Werke (real)	115 g	160 g	1,89	1,89	39,1	Eigene Recherche, 7.8.2009	<a href="#">Foto</a>





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis- erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Frico Original Gouda Mittelalt, Friesland Campina Cheese GmbH (tegut)	375 g	400 g	2,99 €	2,99 €	6,7	Verbraucheran- gabe 7.8.2009	<p><a href="#">Foto</a></p> <p><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.“</p>



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	Verbraucheran-gabe 5.8.2009	<p><a href="#">Foto</a> Betrifft auch andere Teesorten</p> <p><a href="#">Stellungnahme des Herstellers Milford Tes GmbH gegenüber der Verbraucherzentrale Hamburg:</a></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	Verbraucheran-gabe 4.8.2009	<p><a href="#">Foto</a></p>
Sinlac allergenarmer Spezialbrei, Nestle (dm), Babynahrung	500 g	2 *325 g	5,95 €	6,95 €	11,3	Verbraucheran-gabe, 3.8.2009	<p>Hinweis des Anbieters auf der Schauseite der Packung: „Jetzt 500g Inhalt“</p>

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Zuckerstreusel, Schwartau (real)	130 g	175 g	1,89	1,99	27,9	Verbraucheran-gabe, 20.7.2009	<a href="#">Foto</a>
Babydream Windeln, Eigenmarke Ross-mann	2*36 Stück	2*38 Stück	10,95 €	10,95€	5,6	Eigene Recher-che, 4.7.2009	<a href="#">Betrifft auch andere Windelgrößen</a>
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*	Verbraucheran-gabe, 24.6.2009	<p><a href="#">Foto</a></p> <p>bezogen auf den Fischanteil als Wert gebender Bestandteil des Fertiggerichtes</p> <p>Betrifft auch die anderen Sorten</p> <p><a href="#">Stellungnahme des Herstellers iglo GmbH:</a> „...haben wir festge-stellt, 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 Einzel-handel zu bringen: Ganz nach Ihrem Geschmack können Sie dann zwischen „Schlemmerfilet a la Bordelaise Original“ und Schlemmerfi-let „Knusper- Kross“ wählen.“</p>
AS Glaskeramikreiniger, Schlecker, Putzmit-tel	225 g	250 g	1,49 €	1,49 €	11,1	Verbraucheran-gabe, 4.7.2009	<a href="#">Foto</a>
Balisto Korn-Mix, Mars GmbH (Tankstelle), Süßwaren	37 g	41 g	0,89 €	0,89 €	10,8	Verbraucheran-gabe, 1.7.2009	<p><a href="#">Foto</a></p> <p>Betrifft auch die anderen Sorten, auch in verschiedenen Supermärk-ten sind die Preise trotz Füllmengenreduzierung gleichgeblieben</p> <p><a href="#">Reaktion der Mars GmbH auf die Verbraucherbeschwerde (15.1.2010):</a>          „... 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 (Schle-cker), Säuglingsnahrung	500 g	600 g	7,99	7,99	20,0	Verbraucheran-gabe, 18.6.2009	



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Vollmilch Latte Macchiato, Confiseur Läderach (Karstadt), Schokolade	80 g	100 g	2,40 €	2,40 €	25,0	Verbraucheran-gabe, 15.6.2009	<a href="#">Betrifft auch andere Sorten</a>
Schokolinsen, Brandt (Akzenta), Süßwaren	150 g	250 g	0,99 €	0,99 €	66,7	Verbraucheran-gabe, 26.6.2009	<p><a href="#">Reaktion der Brandt Zwieback-Schokoladen GmbH + Co. KG auf die Verbraucherbeschwerde (8.6.2009):</a>                      ...„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><a href="#">Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg:</a>                      Laut Zutatenverzeichnis sind auch in der alten Packung keine künstlichen Farbstoffe vorhanden</p> <p><a href="#">Reaktion der Brandt Zwieback-Schokoladen GmbH + Co. KG an die Verbraucherzentrale Hamburg (9.7.09):</a>                      ...„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	<a href="#">Foto</a>
Milka Naps, Kraft Foods (Real), Schokolade	138 g	151 g	2,09	2,09	9,4	Verbraucheran-gabe 8.6.2009	
Charmin Toilettenpapier, Zewa früher Procter & Gamble (Real)	8*140 Blatt	9*140 Blatt	3,49 €	3,45 €	13,8	Verbraucheran-gabe 1.6.2009	<a href="#">Foto</a>
Somat Tabs 3, Henkel (Real), Geschirrspülmittel	30 Tabs	32 Tabs	5,99 €	5,99 €	6,7	Eigene Recherche, 9.6.2009	<a href="#">Foto</a>
Grill Sauce, DeRit Organics (Alnatura)	200 g	220 g	2,29 €	2,29 €	10,0	Verbraucheran-gabe 11.6.2009	<a href="#">Foto</a>



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
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	<a href="#">Foto</a>
Philadelphia, Kraft Foods (Edeka), Frischkäse	175 g	200 g	1,35 €	1,35 €	14,3	Eigene Recherche, 25.5.2009	<a href="#">Foto</a> <a href="#">Reaktion der Kraft Foods Deutschland GmbH auf die Verbraucherbeschwerde (8.1.2010):</a> „...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 Preissensibilität 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.“
Philadelphia, Kraft Foods (Penny), Frischkäse	265 g	300 g	1,85 €	1,85 €	13,2	Verbraucheran-gabe 1.6.2009	
Corny free Haselnuss, Schwartau (Kauf-land), Müsli Riegel	6*20 g	10*25 g	1,45 €	2,25 €	34,3	Verbraucheran-gabe 1.6.2009	<a href="#">Foto</a>
Aachener Pfümli, Zentis (Kaiser´s), Pflaumenmus	200 g	225 g	0,89 €	0,89 €	12,5	Verbraucheran-gabe 6.5.2009	<a href="#">Foto</a>
Wasa Knäckebrot roggen dünn, Barilla Wasa (Penny)	205 g	275 g	0,89 €	0,89 €	34,1	Verbraucheran-gabe 5.5.2009	<a href="#">Foto</a>
Odol med3 Zahnpflege-Kaugummi, GlaxoSmithKline (rossmann)	12 stück	25 g (20 Stück)	0,85 €	0,85 €	66,6	Verbraucheran-gabe 5.6.2009	<a href="#">Foto</a>
Alldays Slipelinlagen, Procter & Gamble (real), Hygieneartikel	50	54	2,99 €	2,99	8,0	Eigene Recherche, 25.5.2009	<a href="#">Foto</a>
Snickers, Mars GmbH (Edeka), Süßigkeit	57 g	60 g	0,65 €	0,65 €	5,3	Eigene Recherche, 25.5.2009	<a href="#">Foto</a>



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
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	
Mr. Reen's Krunchy Knusperfrühstück mit Erdbeeren, Barnhouse (Bioladen)	700 g	750 g	5,99 €	5,99 €	7,1	Verbraucherangabe 5.5..2009	<a href="#">Foto</a>
Palmolive Seife, Colgate-Palmolive (Rossmann)	100 g	125 g	0,45 €	0,45 €	25	Verbraucherangabe 5.5.2009	<a href="#">Foto</a>
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	<a href="#">Foto</a>
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	Bei der Windelgröße 7 bis 18 kg <a href="#">2. Preiserhöhung</a> 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 Verbraucherhinweis, 24.3.2009	
CD Seife Avocado, Lornamead (Real), Kosmetika	125 g	150 g	0,65	0,65	20,0	Eigene Recherche, 20.01.2009	<a href="#">Foto</a>



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Cetaphil Lotion, Galderma (Apotheke), Hautpflegemittel	460 ml	470 ml	19,99 €	18,99 €	7,6	Verbraucheran-gabe 6.5.2009	
Hipp HA Plus Hpyoallergene Anfangsnahrung, Hipp (Budni), Säuglingsnahrung	500 g	600 g	10,95 €	10,95 €	20,0	Verbraucherzent-rale 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 Recher- che, 20.10.2008	
Rama, Unilever (Real), Streichfett	500 g	500 g	1,09 €	1,09 €	11,4*	Eigene Recher- che	*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	Verbraucheran- gabe 29.05.2008	<a href="#">Foto</a>
Trolli Milchkühe	225g	250g	0,99 €	0,99 €	11,1	Verbraucheran- gabe 13.05.2008	<a href="#">Foto</a>
Denk mit, Weichspülmittel, dm- Markt	1 Liter	1,5 Liter	0,75 €	0,95 €	18,4	Verbraucheran- gabe 11.01.2008	
Softcare Iseree, Kosmetiktücher, Lidl	90 3 lagig	150 2 lagig	0,69 € Lidl	0,69 €; Lidl	11,1*	Verbraucheran- gabe, 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	Verbraucheran- gabe, 30.05.2007	<a href="#">Foto</a>
Aptamil HAPre, Milupa, Säulingsnahrung	400 g	600 g	7,99 €	10,99 €	9,1	Verbraucheran- gabe, 04.06.2007	



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Nivea Creme Seife mit Mandelöl, Beiersdorf, Kosmetika (Supermarktkette Reichelt, Berlin)	125 g	150 g	0,79 €	0,79 €	20,0	Verbraucheran-gabe, 18.05.2007	<a href="#">Foto</a> 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	Verbraucheran-gabe, 16.05.2007	<a href="#">Foto</a>
Muskatnuss ganz, Gewürze Fuchs	2	3	1,59 €	1,29 €	84,9	Verbraucheran-gabe, 13.05.2007	Reaktion des Herstellers: „...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, Soßenpul-ver	30 g	50 g	0,25€ Lidl	0,25€ Lidl	66,7	Verbraucheran-gabe, 17.04.2007	<a href="#">Foto</a>
Pico-Balla, Haribo, Süßwaren	175 g	200 g	0,89 €	0,89 €	14,3	Verbraucheran-gabe, 31.3.2007	
Zuckerrübensirup, Zuegg	350 g	450 g	0,99€ netto	0,99€ netto	28,6	Verbraucheran-gabe, 26.3.2007	<a href="#">Fotos</a>
Axe, Unilever, Deodorant	150 ml	175 ml	Ohne Preisänderung		16,7	Verbraucheran-gabe, 20.3.2007	
H&S Fenchel-Anis-Kümmel Nr. 18Tee, Häußler & Sauter, Arzneimittel	40	50	16,40	15,80	29,7	Verbraucheran-gabe, 14.03.2007	Erklärung des Herstellers H&S Tee-Gesellschaft mbH & Co KG (HST) am 11.6.2009 gegenüber der Verbraucherzentrale Hamburg: „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“.



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
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	Anmerkung der Verbraucherzentrale Hamburg : 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	Verbraucheran-gabe, 20.2.2007	
Balea Young Reinigungstücher Soft + Clear, Eigenmarke dm (dm-drogerie markt GmbH)	25	35	0,95 € dm	0,95 € dm	40,0	Verbraucheran-gabe, 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>



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
M&M's, Masterfoods, Süßwaren	300g	320g	1,99 Netto	1,99 Netto	6,7	Verbraucheran-gabe, 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&amp;M's linear vornehmen. Deutschland war im europäischen Kontext eine Ausnahme in den Füllgrößen für M&amp;M's 300g. Aus Effizienzgründen mussten wir die Füllmenge der bei Discountern eingesetzten M&amp;M's Beutel Anfang 2006 von 320g auf 300g umstellen, was heißt, bei M&amp;M's 300g wurde eine Anpassung der Gewichte an europäische Standardwerte vorgenommen.                      Das relative Preisverhältnis zu den übrigen M&amp;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>
Baby Balsampflegetücher, Penaten (Johnson & Johnson)	56	64	2,68 Wal-Mart	2,68 Wal-Mart	14,3	Eigene Recherche, 01.02.2007	<p><u>Foto</u>                      Der Hersteller hat uns mitgeteilt, dass das Produkt seit Anfang 2009 nicht mehr auf dem Markt ist. (2.11.2009)</p>
Canine Senior (Huhn), Hill's Pet Nutritin GmbH, Hundefutter	370g	415g	Ohne Preisänderung, Fressnapf		12,2	Verbraucheran-gabe, 23.01.2007	<u>Foto</u>
Wikana Wikinger Minisandwich, Wikana GmbH, Kekse	85g	100g	0,37	0,37	17,6	Verbraucheran-gabe, 03.01.2007	



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis- erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Die Besten von Ferrero, Ferrero, Süßwaren	269	295	4,99	4,99	9,7	Verbraucheran- gabe, 07.12.2006	<p><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.“</p>
KIK Teelichter, KIK GmbH	32	40	0,99 KIK	0,99 KIK	25,0	Verbraucheran- gabe, 27.11.2006	<p><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.</p>

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	Verbraucheran- gabe 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 Waschl- adungen	54 Waschl- adungen	8,55	8,55	8,3	MDR Umschau 21.11.2006	
Penaten Lotionpflegetücher, 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 Recher- chen, 20.11.2006	<a href="#">Foto</a>
Persil Megaperls Waschmittel, Henkel	50 Waschl- adungen	54 Waschl- adungen	13,85 Wal Mart	13,99 Wal Mart	7,0	Eigene Recher- chen 17.11.2006	<a href="#">Foto</a>



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Alldays Slipeinlagen normal, Procter & Gamble	56	60	2,99 Marktkauf, Harburg	2,99 Marktkauf, Harburg	7,1	Eigene Recherchen, 17.11.2006	<p><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 / Slipeinlage 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	Verbraucheran-gabe, 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><u>Foto</u>                      *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 Marktbereich – 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 4 x 9 Stück = 154,8 g	10 Stück = 43 g 4 x 10 Stück = 172 g	0,75 €, Rewe 1,79 €, Kaufland	0,75 €, Rewe 1,79 €, Kaufland	11,1	Verbraucheran-gabe, 22.10.2006	<u>Foto</u> <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.“
Fleischsalat/Metzgersalat, Nadler, Feinkostsalat	200 g	250 g	1,89 €, Real	1,69 €, Real	39,8	Verbraucheran-gabe, 19.10.2006	<u>Telefonische Aussage des Herstellers (26.10.2006):</u> Verkehrsbezeichnung des Produktes wurde von „Nadlers bester Fleischsalat“ in „Metzgersalat“ umbenannt; Rezeptur ist unverändert. <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.“

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	400 ml	500 ml	2,49 €, Galeria Kaufhof	2,79 €, Galeria Kaufhof	11,6	Verbraucheran-gabe, 18.10.2006	<a href="#">Foto</a> „...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 Marktforschungen, 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 Preisgestaltung unserer Handelspartner, da wir lediglich eine so genannte Preisempfehlung 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 Preisänderung		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 gestiegenen 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 Frühstückbeuteln um. Nachdem sich die Situation am Rohstoffmarkt im Jahresverlauf 2005 wieder entspannt 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 verringerter 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 Recher- chen, 09.10.2006	<a href="#">Foto</a> <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		<a href="#">Foto</a> <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 Grammatür) 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)

Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Pringles, Sour Cream and Onion, Chips (Rewe)	170 g	200 g	1,59 €	1,59 €	17,6	Verbraucheran-gabe 27.09.2006	<p><a href="#">Foto</a>  <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 einge-nommene 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)</p> <p>„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)</p>
Kleenex Happies Baby-Pflege-Tücher	90	100	1,65	1,65	11,1	Verbraucheran-gabe 26.9.06	<p><a href="#">Foto</a>  <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 Ände-rung 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 hier-durch 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)</p>
Müller Drink, Molkerei Alois Müller, Molken-mischerzeugnis	440 ml Plas-tikflasche	500 ml Be-cher	0,79 € Marktkauf	0,79 € Marktkauf	13,6	Verbraucheran-gabe 25.09.2006	



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis- erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Pampers baby dry Windeln  Pampers Active Fit Junior 11-25 kg	62 52 44 37 40 (Größe 4) 29	64 56 47 40 43 31	Ohne Preisänderung		3,2 7,7 6,8 8,1 7,5	Stiftung Waren- test, 8/2006 bis zu 4 Stck. pro Packung weni- ger, Verbrau- cherangaben	<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)
Hansaplast med ABC-Wärme-Pflaster	4 er Pack	5 er Pack	Ohne Preisänderung		25,0	Stiftung Waren- test 7/2006	
Herbal Essences Shampoo Fruit Fusions	200 ml	250 ml	Ohne Preisänderung		25,0	Verbraucheran- gabe 26.05.2006	<u>Foto</u> <u>Stellungnahme des Herstellers:</u> „Zum 1. April d. J. hat die Marke Herbal Essences bei den Shampoo und Spülungsvarieant4en 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 au den Weltmärkten rasant ge- stiegen...“ (4.10.2006)
Zewa Softies Menthol, SCA Hygiene Pro- ducts GmbH, Taschentücher	15x9 Ta- schentücher	15x10 Ta- schentücher	1,50 €*  	1,40 €*  	19,0	Stiftung Waren- test 4/2006; *)Preisangaben lt. Stiftung Wa- rentest	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	80 Stück Tempo Box	100 Stück Tempo Box	1,99 extra	1,99 extra	25	Verbraucheran- gabe 21.04.2006 Stiftung Waren- test 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
Nescafé Cappuccino „Choco“, „Vanilla“	350 g	400 g	Ohne Preisänderung		14,3	Verbraucheran- gabe 04.04.2006	Hinweis auf der Verpackung: „Neu“ statt Family Cappuccino, statt 3,5% löslicher Bohnenkaffee jetzt 6%
Hepatodoron, Weleda, Arzneimittel	200 Tablet- ten	250 Tablet- ten	16,85 Apotheke	16,85 Apotheke	25,0	Verbraucheran- gabe 06.03.2006	



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis- erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Schokomüsli, Köln	600 g	750 g	2,99 € Edeka	2,99 € Edeka	25,0	Verbraucheran- gabe 5.2.2006	Auch andere Müsliarten 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 angeht, 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	Verbraucheran- gabe 4.1.2006	
Getränkkonzentrate, z.B. Cola, Soda Club	375 ml	500 ml	3,49 Kaufland	3,99 Kaufland	16,6	Verbraucheran- gabe 7.10.2005	
Riesen Schokokaramell, Storck, Süßigkeit	217 g (23 Stück)	239 (25 Stück)	1,66 € Kaufland	1,66 € Kaufland	10,1	Verbraucheran- gabe 5.10.2005	
Biotherm Eau Vitaminée, Loreal, Body milk	200 ml	250 ml	22 € Douglas	25 € Douglas	10,0	Verbraucheran- gabe 15.9.2005	

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	Verbraucheran- gabe 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	Verbraucheran- gabe 7.9.2005	
Spezial-Salz für Spülmaschinen, Somat	1,2 kg	1,5 kg	Ohne Preisänderung		25,0	Verbraucheran- gabe 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	Verbraucheran-gabe 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 &amp; Dinkel der Fruchtanteil der Cranberries um 50 % erhöht. Neben der Designüberarbeitung haben wir einen verbesserten und wiederver-schließbaren Innenbeutel eingesetzt, der das Müesli länger frisch hält.</p> <p>Für die Preisgestaltung ist bekanntermaßen der Handel verantwort-lich. SCHNEEKOPPE kann nur unverbindliche Endverbraucherprei-se empfehlen. Für die 750 g Packung, gab es eine unverbindliche Endverbraucherpreisempfehlung von 3,29 €. Nach Rezeptur- und Verpackungsoptimierung sowie einer Änderung der Einwaage, ga-ben wir dem Handel unsere neue Preisempfehlung von 2,99 € auf.“</p>
Poly Brillance Intensiv Color Creme, Schwarzkopf, Haarfarbe	50 ml Brill-iance Color Creme + 50 ml Brill-iance Color Glanz Condi-tionier	60 ml Brill-iance Color Creme + 60 ml Brill-iance Color Glanz Condi-tionier	Ohne Preisänderung		20,0	Verbraucheran-gabe 5.9.2005	
Vollkornknäcke-brot mit Roggen „Köstlich“, Wasa	230 g	250 g	Ohne Preisänderung		8,7	Verbraucheran-gabe 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	Verbraucheran-gabe 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 zwangen 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	Verbraucheran-gabe 1.9.2005	
Toppits Gefrierbeutel, Melitta	40 Beutel a 6 l	45 Beutel a 6 l	Ohne Preisänderung; Edeka		12,5	Verbraucheran-gabe 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.
Swirl Staubsaugerbeutel A 07, Melitta	4 Beutel	5 Beutel	Ohne Preisänderung		25,0	Verbraucheran-gabe 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



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Somat Reiniger Pulver, Henkel, Spülmaschinenreiniger	900 g	1000 g	3,59	3,59	11,1	Kloppen-burg Kloppen-burg Verbraucheran-gabe 28.7.2005	Laut Hersteller fand die Umstellung bereits am 01.07.2004 statt.
Kaffeepads, Senso	125g (18Pads)	130g (18Pads)	Ohne Preisänderung		4,0	Verbraucheran-gabe 26.7.2005	
Pflaumenmus extra, Schwartau	330g	340g	Ohne Preisänderung		3,0	Verbraucheran-gabe 13.7.2005	<a href="#">Foto</a>
Zwieback, Brandt	225 g	250 g	Ohne Preisänderung		11,1	Verbraucheran-gabe 4.7.2005	<p>Stellungnahme des Herstellers:                      „Wir haben in unserer 94-jährigen Firmengeschichte Brandt Marken-zwieback 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 Preis-erhöhungen mittels der Veränderung der Packungsgröße durchzusetzen, entspricht in keinsten Weise unserer Unternehmensphilosophie. Wir halten es daher für falsch, unsere Entscheidung, den Verbraucherwünschen Rechnung zu tragen, mit dem Einsatz von „Mogelpackungen“ gleichzusetzen.“</p>
Multablen Figur Schlankheits-Drink Schoko Geschmack, Aktivkost GmbH	5 mal 43 g (215 g)	7 mal 43 g (301 g)	Ohne Preisänderung		40,0	Verbraucheran-gabe 27.6.2005	
RAMBUTAN, Kreyenhop, Fruchtkonserve	230g	250g	1,39	1,39	8,7	Verbraucheran-gabe 26.6.2005	





Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Milasan Pre Säuglingsmilchnahrung, Milasan	450g <sup>3</sup>	500g	3,79 Rossmann	3,79 Rossmann	11,1	Verbraucherangabe 7.6.2005	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 €
Milasan 1 Säuglingsmilchnahrung, Milasan	800 g <sup>2</sup>	900 g	5,99 Schlecker	5,99 Schlecker	12,5	Verbraucherangabe 29.4.2005	Hinweis auf der Verpackung: „Neue Qualität, bessere Löslichkeit - Jetzt neu mit 800 g Inhalt“; Preiserhöhung zum größten Teil zurückgenommen
Nivea deodorant Stick, Beiersdorf, Kosmetik	40 ml	50 ml	Ohne Preisänderung		25,0	Verbraucherangabe 14.4.2005	
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			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 <sup>1</sup>	1000 ml	2,78 € Wal Mart	2,78 € Wal Mart	11,1	Recherche 16.3.2005	Hinweis auf die neue Füllmenge steht auf der Vorderseite
Deostift, Hidrofugal, Kosmetik	40 ml	50 ml	Ca. 3 €	Ca. 3 €	25,0	Stiftung Waren-test 3/2005	
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	



Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis-erhöhung in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Müllermilch, Molkerei Alois Müller, Molkereiprodukt	400 ml Plastikflasche	500 ml Becher	0,65 €, Rewe	0,65 €, Rewe	25,0	Verbraucherangabe 13.2.2005	<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>
Toiletten-Feuchttücher, Hakle, Hygieneartikel	49 Stück	70 Stück	1,99 €	1,99 €	42,9	Verbraucherangabe 11.2.2005	
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 Waren-test 8/2004	

1: Verbesserte Qualität bei den Sorten Stracciatella, Walnuss und Schokolade einen höheren Anteil an Sahne