

STORYBOARD

Episode 9

Lebensmittelklarheit

“Klar Tisch! Der Podcast von Lebensmittelklarheit.de”

Hinweis: Der Storyboard-Text kann an einigen Stellen vom gesprochenen Wort im Podcast

- Episode 9 Inhalt:** Mogelpackungen
- Episode Titel final:** **Vorsicht Mogelpackungen! Wie bei Preis und Qualität geschummelt wird**
- Host:** Nicole Schöppler, Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Projekt Lebensmittelklarheit
- Expert:innen:** Armin Valet, Experte für Mogelpackungen Verbraucherzentrale Hamburg
Claudia Weiß, Chefredakteurin Lebensmittelklarheit.de

Position 1: Intro

Start Auftakt Opener mit Musik Verpackung & Audio Logo

Position 1 a: Anmoderation

Herzlich willkommen zu einer neuen Folge von **Klar Tisch!** – dem Podcast von **Lebensmittelklarheit.de**. Und in dem geht's wie immer um verwirrende Angaben auf Lebensmittelverpackungen – und auch um die Marketingtricks der Unternehmen, die oft dahinterstecken. Ich bin Nicole Schöppler und gehöre zum Team von Lebensmittelklarheit.

Position 1 b: Teaser Anmoderation Inhalte der Episode

Heute wollen hier im Podcast über ein Thema sprechen, das uns alle betrifft und von dem sicher nicht nur ich beim Einkaufen extrem genervt bin: Es geht um Mogelpackungen! Und wenn Sie jetzt denken: Ach, das sind doch diese Verpackungen mit viel Luft und wenig Inhalt drin – dann ist das leider nur die halbe Wahrheit. Denn gemogelt wird bei Lebensmitteln mittlerweile auf die verschiedensten Arten und Weisen. Und das führt nicht nur zu Frust – sondern auch zu verrückten Wortkreationen, wie zum Beispiel „Shrinkflation“

oder auch „Skimpflation“. Mit diesen Begriffen und anderen Mogeleien wollen wir hier heute „Klar Tisch“ machen und dafür habe ich mir zwei Expert:innen eingeladen.

Zum einen begrüße ich Armin Valet von der Verbraucherzentrale Hamburg. Ich glaube man kann guten Gewissens sagen: Keiner kennt sich wahrscheinlich mit Mogelpackungen besser aus als Du! Seit über 18 Jahren spürst Du solche Lebensmittel auf. Mehr Expertise geht also kaum. Ich freue mich, dass Du heute hier im Studio dabei bist!

Vielen Dank für die Einladung. Ich freue mich sehr auf das Gespräch.

Und meine 2. Gesprächspartnerin ist nicht minder spannend: Claudia Weiß ist die Chefredakteurin des Portals Lebensmittelklarheit.de. Du setzt Dich schon seit über 13 Jahren für Klarheit und Wahrheit in der Lebensmittelkennzeichnung ein und bist heute zugeschaltet direkt aus Karlsruhe. Claudia, auch ein herzliches Willkommen an Dich!

Hallo Nicole, danke für die Einladung.

: Ja und diese spannenden Fragen wollen wir heute zusammen klären:

- Welche Tricks wenden die Hersteller an, um Preiserhöhungen zu verschleiern?
- Wieso sind Mogelpackungen nicht generell verboten?
- Und: in unserer Rubrik „Alles klar“ wollen wir die Frage klären, was die höchste versteckte Preiserhöhung im Jahr 2023 war.

Opener mit Musik Verpackung & Audio Logo - Ausklang bis zu Pos. 2

Position 2: Themenblock 1

: Lebensmittel einkaufen, das ist für viele Verbraucher:innen zu einer echten finanziellen Herausforderung geworden. Allein im letzten Jahr sind die Preise für Nahrungsmittel im Schnitt um neun Prozent gestiegen. Manche Lebensmittel sind sogar bis zu 75 Prozent teurer geworden. Ich habe das Gefühl, dass durch diese immensen Preiserhöhungen auch der Hang zum Mogeln steigt bei den Lebensmittelherstellern. Kannst Du das bestätigen Armin? Gibt es in letzter Zeit tatsächlich mehr Mogelpackungen auf dem Markt?

: Ja, definitiv! Wir stellen in der Tat einen extremen Anstieg bei versteckten Preiserhöhungen fest, was auch zu erwarten war bei den hohen Inflationsraten in diesem und dem letzten Jahr. Betroffen von diesen Preistrickereien, die wir ja schon seit vielen Jahren Mogelpackungen nennen, sind eigentlich fast alle Produkte: von der Margarine über Gummibärchen, Pralinen, Chips und Snacks, gefrorenem Spinat oder Kräutern, Babybrei, Eiscreme, Apfelschorle... – überall finden wir diese versteckten Preiserhöhungen. Und es

werden tatsächlich immer mehr. Nur mal als Vergleich: Im Jahr 2021 haben wir in der Verbraucherzentrale Hamburg knapp 50 Mogelpackungen veröffentlicht. 2022 waren es dann schon fast 80 und jetzt im Dezember 2023 sind wir schon bei 95 Mogelpackungen gelandet. Bis Ende des Jahres könnten wir die 100 erreichen.

[rot]: Das heißt wir haben eine Verdopplung der aufgefundenen Mogelpackungen in nur zwei Jahren! Das ist wirklich viel! Und viele dieser Preiserhöhungen sind ja auf den ersten Blick gar nicht zu erkennen. Weil der Preis eines Produkts oft noch der gleiche ist, aber der Inhalt ist geschrumpft.

[gelb]: Ganz genau, das was Du gerade beschrieben hast, ist eine sehr beliebte Vorgehensweise. Hier heißt das Motto „Weniger drin Preis gleich“. International wird diese Masche als Shrinkflation bezeichnet. Shrink kommt aus dem Englischen und bedeutet „schrumpfen“ und der zweite Teil „Flation“ wird von englisch „inflation“ oder zu Deutsch Inflation abgeleitet. Manche sagen auch „Shrink-Flation“ dazu. Bei dieser Trickserei gibt es aber viele verschiedene Varianten: Eine davon ist, dass der Preis UND die Füllmenge gesenkt werden. Das haben wir zum Beispiel bei einem Bio-Tee gefunden. Da sank die Füllmenge von 75 Gramm auf 40 Gramm, der Preis aber nur um 30 Cent. Unterm Strich kostete der Tee somit rund 50 Prozent mehr. Das heißt, das Produkt, das auf den ersten Blick günstiger erscheint, ist am Ende sogar deutlich teurer geworden.

[rot]: Okay, das klingt echt gerissen. Und damit ist die Preiserhöhung ja noch schwieriger zu erkennen, als wenn nur die Füllmenge sinkt und der Preis gleich bleibt...

[gelb]: Richtig. Wo man generell auch wachsam sein sollte, ist bei Werbung für mehr Inhalt. Auch das kann sich als Preisfalle herausstellen, weil der Preis dann eben überproportional angehoben sein kann. Und somit ist das Produkt auch wieder teurer geworden. Verschleiert wird die Masche dadurch, dass sich außer der Füllmenge nichts an der Aufmachung der Packung ändert. Teilweise wird sogar die Kennzeichnung der Füllmenge von der Schauseite entfernt und auf die Rückseite ins Kleingedruckte verschoben.

[rot]: Spannend! Meistens denkt man ja, wenn man eine größere Packung kauft, gibt's halt bisschen Rabatt und nicht andersherum. Wäre es dann ein guter Tipp, sich immer den Grundpreis anzuschauen, also den Preis pro Kilogramm?

[gelb]: Naja, das würde nur weiterhelfen, wenn man auch den alten Grundpreis wissen würde. Aber der ist ja im Laden in der Regel nicht mehr vorhanden. Und wer weiß schon den Kilopreis von Nuss-Nougat-Creme oder von Ketchup aus dem Kopf? Der Grundpreis ist

nur hilfreich, um verschiedene Lebensmittel, die nebeneinander im Regal liegen, zu vergleichen, aber nicht Vorher-Nachher-Varianten.

■: Ich hab es am Anfang schon kurz gesagt: Rund um Mogelpackungen haben sich so einige verrückte Begriffe etabliert – nicht nur die „Shrinkflation“ gibt es, die Du ja gerade erklärt hast – sondern auch die „Skimpflation“. Das klingt ein bisschen wie eine neue Krankheit, an der unsere Lebensmittel leiden. Und ich kann mir auch gar nicht richtig zusammenreimen, was da nun wieder dahintersteckt. Erklär uns bitte: was um Himmels Willen ist diese „Skimpflation“?

■: Ja, das stimmt. Neben der Shrinkflation haben wir ein weiteres Phänomen in den letzten Monaten als Begleiterscheinung entdeckt: Die sogenannte Skimpflation. „Skimp“ kommt auch wieder aus dem Englischen und bedeutet „einsparen oder knausern“. Das heißt, hier wird nichts an der Füllmenge verändert, sondern an den Zutaten geknausert oder gespart. Und zwar an den WERTVOLLEN Zutaten bei Fertiglernsmitteln. Teilweise werde diese wertvollen Zutaten ersetzt durch praktisch kostenloses Wasser oder andere minderwertigere Zutaten, wie zum Beispiel preisgünstige Bindemittel. Mal ein konkretes Beispiel: Wir haben Rahmspinat gefunden, bei dem statt 88 Prozent Spinat nur noch 67 Prozent enthalten waren. Dafür ist der Wasseranteil gestiegen. Ein anderes Beispiel ist ein Streichfett: Da wurde der Fettanteil durch streichfähiges Wasser ersetzt. Oder bei Kartoffelprodukten wurde Sonnenblumenöl mit umstrittenem Palmöl ersetzt. Oder bei einem Nektar wurde der Fruchtsaftanteil reduziert und stattdessen natürliches Aroma verwendet. Übrigens Skimpflation kommt auch immer wieder auch in Verbindung mit Shrinkflation vor.

■: Okay... Die Möglichkeiten, wertvolle Zutaten gegen minderwertigere oder gar kostenlose einzutauschen, scheinen sehr vielfältig zu sein. Skimpflation bedeutet also: Vorsicht Qualitätsverschlechterung! Und ist das jetzt wirklich der neuste Clou der Lebensmittelwirtschaft oder seit wann gibt es diese Art der Mogelei?

■: Auch diese Mogelei ist nicht ganz neu, aber doch in den letzten Monaten stärker gemeldet worden. Wir hatten vor einigen Jahren berühmte Fälle, da wurde bei einem Spaghetti-Fertiggericht der Käse weggelassen und bei einer berühmten Nuss-Nougat-Creme der Kakaogehalt reduziert. Aber in den letzten Wochen war die Anzahl der Meldungen zu Skimpflation auffallend hoch. Wir gehen auch von einer sehr hohen Dunkelziffer aus, weil diese Masche noch schwerer zu entdecken ist. Das Einsparpotential für die Hersteller durch Skimpflation ist zwar geringer als bei Shrinkflation, doch es kann auch beträchtlich sein. Hier ein Beispiel: eine bekannte Margarine enthält jetzt nur 60 Prozent Fett statt vorher 80 Prozent. Dadurch muss der Konzern hunderte Tonnen weniger

Fett pro Jahr einkaufen! Wenn man die zusätzliche Shrinkflation noch miteinberechnet, spart er sogar noch mehr.

[rot]: Unglaublich diese ganzen Trickereien, bei den wir Verbraucher:innen natürlich immer das Nachsehen haben... Ich habe noch viele, viele Fragen an Dich Armin – aber jetzt muss ich erst mal Claudia dazu holen. Denn der Grund, warum ich Dich, liebe Claudia, hier unbedingt auch dabei haben wollte, ist folgender: Auf dem Portal Lebensmittelklarheit.de kann man sich ja über Produkte beschweren, von denen man sich getäuscht fühlt als Verbraucher:in. Allerdings gehören Mogelpackungen da nicht so wirklich dazu. Aber Verpackungen mit viel Luft und wenig Inhalt oder versteckte Preiserhöhungen, wie sie Armin gerade geschildert hat, die haben ja schon Irreführungspotential. Wo ist also das Problem?

[rot]: Ja, da hast Du natürlich recht. Aber bei Lebensmittelklarheit geht es um die Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln, das heißt um alles, was an Text und Bildern auf Verpackungen aufgedruckt ist – oder auch beispielsweise in Werbeblättern oder auf Websites. Wenn die Verpackung nicht richtig gefüllt ist, hat das erstmal nichts mit der Kennzeichnung zu tun, solange die Füllmenge korrekt draufsteht. In Ausnahmefällen bearbeiten wir aber auch Mogelpackungen bearbeitet. Das ist der Fall, wenn durch die Aufmachung vermittelt wird, dass die Verpackung voll ist, zum Beispiel durch Sichtfenster oder Aufschriften. Ein Beispiel dazu: Ein Hersteller von Snacks hat Erdnüsse in einer Pappröhre verkauft. Darauf stand die Werbung „Volles Rohr!“ – was ja eigentlich auch gut zu der Pappröhre passte. Bloß, dass sie bei Weitem nicht voll war – und darüber hat sich ein Verbraucher bei Lebensmittelklarheit beschwert. Hier geht es also auch um die Kennzeichnung und deshalb haben wir die Meldung bearbeitet und online gestellt.

[rot]: Okay, das heißt, Ihr als Lebensmittelklarheit-Redaktion bearbeitet nur ganz spezielle Fälle von Mogelpackungen – und zwar dann, wenn die Trickereien irgendetwas mit der Kennzeichnung oder mit der Aufmachung zu tun haben.

[rot]: Genau, uns geht es um Transparenz. Viele Menschen sind Gewohnheitskäufer. Ich kaufe beispielsweise immer wieder den gleichen Fruchtjoghurt und die gleiche Schokolade. Wenn sich hier die Zutaten verändern – sagen wir weniger Frucht im Fruchtjoghurt, würde ich das beim Einkauf gar nicht merken. Es sei denn, es steht groß und deutlich „neue Rezeptur“ drauf. Und das fordern wir bei Lebensmittelklarheit. Denn – auch wenn ich die frühere Rezeptur nicht im Kopf habe – werde ich aufmerksam gemacht und vergleiche mein Gewohnheitsprodukt neu mit ähnlichen Lebensmitteln der Konkurrenz. Ich kann meine Kaufentscheidung also neu treffen. Fehlt aber ein Hinweis auf eine neue Rezeptur und ein Verbraucher oder eine Verbraucherin bemerkt die Qualitätsveränderung per Zufall, dann kann er oder sie das Produkt bei Lebensmittelklarheit melden. Solche Produktmeldungen

bearbeiten wir. Das heißt, wir schreiben den Hersteller an und bitten um eine Stellungnahme, wir verfassen selbst eine Einschätzung und dann stellen wir alles online: Die Beschwerde, Produktfotos, unsere Einschätzung und die Stellungnahme, wenn der Hersteller uns geantwortet hat. So wollen wir im Portal klarstellen: Es ist aus unserer Sicht nicht in Ordnung, die Qualität ohne jeden Hinweis zu verschlechtern.

[rot]: Und da sind wir gleich wieder bei der „Skimpflation“ gelandet! Wurden denn schon Produkte auf Lebensmittelklarheit.de gemeldet, bei denen es wirklich eine Qualitätsminderung gab?

[blau]: Ja, es gibt solche Meldungen, aber das Problem ist: Wir können sie nicht immer belegen, denn wir brauchen dafür die alte und die neue Verpackung, um die Zutaten vergleichen zu können. Häufig kommen wir an die alte Verpackung nicht mehr ran – und auch der Verbraucher oder die Verbraucherin haben sie nicht aufgehoben. Außerdem müssen wir die Verschlechterung belegen. Das heißt, wir müssen an der Zutatenliste erkennen können, dass eine wertgebende Zutat eingespart wurde. Aber nicht für alle Zutaten sind Mengenkennzeichnungen vorgeschrieben. Es ist also nicht immer einfach zu beweisen, dass sich die Qualität tatsächlich verschlechtert hat. Wichtig sind in solchen Fällen also drei Fragen:

1. Kommen wir an die alte und die neue Verpackung heran?
2. Hat sich die Menge einer teuren oder qualitätsbestimmenden Zutat verringert?
3. Fehlt ein deutlicher Hinweis auf eine geänderte Rezeptur auf der Verpackung?

Und wenn wir diese drei Fragen mit „ja“ beantworten können, dann bearbeiten wir die Produktmeldungen.

[rot]: Kannst Du da vielleicht ein konkretes Beispiel dazu geben?

[blau]: Ja gerne. Ein Hersteller von Fruchtsaft bietet einen Mehrfruchtsaft an. Der bestand bisher aus Orangensaft, Apfelsaft und exotischen Früchten. Neuerdings ist hauptsächlich Apfelsaft in der Verpackung, weniger Orangensaft und weniger Saft von exotischen Früchten. Dabei hat sich die Abbildung auf der Verpackung aber fast nicht geändert. Nur ein kleiner Apfelschnitt ist dazugekommen. Aber das wird niemand beim Einkauf bemerken. Oder ein anderes Beispiel: Ein Anbieter eines Mandeldrinks schreibt auf die Verpackung: „Neue Rezeptur. Aromatischer im Geschmack“. Der Aufdruck vermittelt den Eindruck, dass die Qualität besser geworden ist. Aber es sind nicht etwa mehr Mandeln im Getränk, sondern weniger: Der Mandelanteil ist von 7 Prozent auf 3 Prozent gesunken. Das sind Fälle, die wir bei Lebensmittelklarheit bearbeiten.

Nicole: Okay, also Augen auf auch bei dem Hinweis „neue Rezeptur“! Vielleicht ist die ja schlechter als die alte ;-). Aber das Problem, das Claudia gerade geschildert hat – also dass man immer sowohl die alte Verpackung als auch die neue als Vergleich braucht, um den Herstellern diese Qualitätsminderungen auch nachweisen zu können – dieses Problem hat ja nicht nur Lebensmittelklarheit, sondern das haben alle. Aber Du, lieber Armin, hast ja aus irgendeinem Grund jede Menge handfeste Beweise dafür sammeln können, dass die Skimpflation an der Tagesordnung ist. Was ist Dein Geheimnis?

Yellow: Ein großes Geheimnis ist das nicht. Unsere wichtigsten Unterstützer sind die Verbraucherinnen und Verbraucher. Die sind an erster Stelle zu nennen. Wir bekommen tausende Beschwerden pro Jahr. Aufgrund dieser breiten Basis können wir oft schnell handeln. Sobald wir einen handfesten Beweis haben, ziehen wir los und suchen nach den alten Packungen. Da gibt es natürlich etliche Tricks, um diese alten Verpackungen zu finden. Wir schauen gerne mal hinter die Regale oder gehen in Kioske oder Tankstellen. Auch online kann man immer wieder fündig werden. Das kann in der Tat auch sehr mühsam sein, aber es lohnt sich meistens. Aber auch die Schwiegermutter mit Ihrem Riesenfondus an Lebensmitteln hilft manchmal aus. Außerdem schicken uns Verbraucherinnen und Verbraucher manchmal Packungen zu: Das hat jetzt zwar nichts mit Lebensmitteln zu tun, aber wir bekommen auch Klopapierrollen in alter und neuer Ausführung, die zeigen, dass die einzelnen Blätter kürzer und schmaler geworden sind.

Green: Ja lustig! Da wird klar, wie wichtig die Mitarbeit von Euch und Ihnen da draußen ist! Und es zeigt auch, dass es eine ganze Reihe von Herstellern gibt, die an den oft teureren wertgebenden Zutaten sparen, um anscheinend auf diese Weise kräftig Kosten einzusparen. Kann ich das als Kundin denn irgendwie erkennen?

Pink: Nein, in den meisten Fällen wirst du das nicht erkennen. Denn wer kennt schon die Zutatenliste auswendig? Deshalb fordern wir einen deutlichen Hinweis wie „Neue Rezeptur“ auf der Verpackung. Und es ist tatsächlich so: „Neu“ heißt leider häufig „schlechter“. Und gleichzeitig kann es sein, dass weniger Inhalt in der Verpackung steckt. Deshalb ist es gut, bei solchen Hinweisen aufmerksam zu sein und sich die Verpackung sehr genau anzuschauen. Manchmal wird sogar eine „verbesserte Rezeptur“ ausgelobt, obwohl sich die Produktqualität verschlechtert hat. Das akzeptieren wir bei Lebensmittelklarheit aber nicht. Heißt es „verbesserte Qualität“, dann sollte ich als Verbraucherin erkennen können, dass oder wie sich die Qualität verbessert hat.

Yellow: Richtig. Interessant sind in der Tat die Stellungnahmen der Hersteller. Bei Skimpflation wird kaum mit höheren Rohstoffkosten argumentiert, sondern meist mit den Wünschen der Verbraucherinnen und Verbraucher. Hier will man unbedingt vermeiden, dass

der Eindruck entsteht, hier wird was auf Kosten der Qualität eingespart. Manche Hersteller sind stolz, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher nicht merken, dass an wertgebenden Rohstoffen gespart wurde und stattdessen beispielsweise Aromen zugesetzt werden. Händler, bei denen die Eigenmarken in der Qualität nachgelassen haben, verweisen auf unterschiedliche Lieferanten. Für uns nicht nachvollziehbar, denn die Lebensmittel werden ja auf Wunsch der Händler bzw. Discounter produziert. Es wäre ein Leichtes die Spezifikationen so festzulegen, dass z. B. ein Mindestgehalt an Spinat in einem Rahmspinat vereinbart wird.

Sound Design Rubrik - low

Position 3: Teaser auf Themenblock 2 (Pos. 5)

█: Ohne zu übertreiben kann man also sagen: Es wird gemogelt, was das Zeug hält – und für uns Verbraucher:innen ist es fast unmöglich, diese Trickserien zu erkennen.

Teaserfrage:

Aber sind Mogelpackungen nicht gesetzeswidrig? Und was kann man dagegen tun? Die Antworten darauf gleich.

Sound Design Rubrik - highlight on

Position 4: Rubrik „Alles klar“

█: Jetzt kommt erstmal unsere Rubrik „Alles klar“! Und damit ein kleines Quiz! Armin, was für eine Frage hast Du uns mitgebracht?

█: Ja, ich hätte da eine kleine Schätzfrage: Wir haben ja vorhin über die vielen Mogelpackungen gesprochen, die wir jedes Jahr aufdecken und ich würde gern wissen: Was meinst Du, wie hoch war die höchste versteckte Preiserhöhung im Jahr 2023, die wir gefunden haben?

█: Okay, Du willst jetzt wahrscheinlich eine Prozentzahl von mir hören... Vorhin hattest Du ja von dem Tee berichtet, der heimlich 50 Prozent teurer wurde. Dann leg ich noch mal was drauf und sage: Die höchste versteckte Preiserhöhung, die Ihr gefunden habt, lag bei ... 80 Prozent!

█: Das ist deutlich zu wenig. Es waren genau 127 Prozent – und zwar bei einer Art Knäckebrötchen. Die Füllmenge war drastisch geschrumpft und gleichzeitig der Preis im Handel

massiv erhöht. Und es gab noch eine Besonderheit: Der Hersteller hat den Markennamen gewechselt und verkauft jetzt das quasi identische Produkt unter einer scheinbar hochwertigeren Marke. Das ist wirklich ein besonders krasses Beispiel wie Konzerne tricksen können.

Sound Design Rubrik - Stinger

Position 5: Fragen Themenblock 2 (Pos. 5)

[Redacted]: Überleitung zum Themenblock 2

Jetzt haben wir viel über die unendlichen Möglichkeiten der Mogelpackungen gesprochen. Was mich jetzt aber wirklich interessiert: Dürfen die Hersteller das denn überhaupt? Armin, wie sieht es bei der Shrinkflation aus? Sind schrumpfende Verpackungen gesetzeskonform?

[Redacted]: Tja, das ist leider nicht so eindeutig zu beantworten. Es gibt zwar Gesetze gegen die Täuschung von Verbrauchern und Verbraucherinnen in Deutschland. Irreführende Informationen oder täuschend große Verpackungen sind laut Mess- und Eichgesetz verboten. Doch die Gesetzeslage für schrumpfende Packungsmengen ist oft eher schwammig formuliert und Auslegungssache. Rechtlich gesehen darf beispielsweise erst von Mogelpackung die Rede sein, wenn mehr als 30 Prozent Luft in der Verpackung ist. Aber das allein reicht nicht aus. Es gibt noch weitere Ausnahmen: So reicht es bei überdimensionierten Packungen ein Sichtfenster anzubringen, um rein rechtlich eine Mogelpackung auszuschließen. Auch kann man praktisch sogenannte Weichpackungen also Chipstüten oder andere Plastiktüten quasi nicht belangen, weil der Inhalt erfüllt werden kann. Aus unserer Sicht ein großer Mangel an Verbraucherschutz, aber auch zum Nachteil der Umwelt. Wir stellen bei Luftpackungen, die deutlich weniger Inhalt als möglich wäre enthalten, eine riesige unnötige Ressourcenverschwendung fest. Das ärgert Verbraucherinnen und Verbraucher deutlich mehr in den letzten Jahren. Ein Beispiel: In einer gleichgroßen Tüte mit Fruchtgummis, die bisher 200 Gramm enthalten hat, sind jetzt nur noch 150 Gramm drin. Das bedeutet in der Konsequenz: Knapp 2 Millionen mehr Tüten für die gleiche Menge an Süßigkeiten, hier in dem Beispiel wären es 1000 Tonnen. Das ist doch Irrsinn!

[Redacted]: Allerdings! Und wie sieht die Rechtslage bei der Skimpflation aus, Claudia? Dürfen Hersteller einfach die Qualität mindern, ohne dass das für die Verbraucher:innen erkennbar ist?

[Redacted]: Wie Armin schon gesagt hat: Es gibt verschiedene Vorschriften, die eine Irreführung der Verbraucher:innen vermeiden sollen. Dass eine versteckte

Qualitätsveränderung eine Irreführung darstellt, steht aber nicht so genau im Gesetz. Und somit wäre jeder Einzelfall vor Gericht zu klären, ob tatsächlich eine Irreführung vorliegt. Und ob das Gericht unserer Auffassung folgt, ist offen. Eine mühsame Sache also...

■: Was müsste sich denn Eurer Meinung nach ändern, damit endlich Schluss ist mit den Mogelpackungen?

■: Wir brauchen einen anderen gesetzlichen Rahmen, um die Trickserei und die Ressourcenverschwendung einzudämmen. Packungen müssten prinzipiell voll sein und nur ein technisch notwendiger Luftraum sollte zugelassen werden. Das wäre ein echter Paradigmenwechsel, denn zurzeit sind 30 Prozent Luftraum die Regel und in weiteren Fällen ist sogar noch deutlich mehr möglich. Dann sollte konkret festgeschrieben werden, dass Packungen um mindestens das gleiche Volumen kleiner werden wie der Inhalt geschrumpft ist. Zusätzlich wäre für uns auch eine Kennzeichnung wichtig – also ein Warnhinweis für Mogelpackungen auf der Verpackung selbst – so wie es schon in Brasilien gehandhabt wird. Dort muss bei Shrinkflation die alte und die neue Füllmenge angegeben werden, ergänzt um die Angabe zur prozentualen Schrumpfung.

■: Ja, das stimmt. Und auch wenn es um die Qualitätsverschlechterung geht, ist es wichtig, dass der gesetzliche Rahmen angepasst wird. Aus Sicht von Lebensmittelklarheit wäre wichtig, dass für alle beworbenen und wertbestimmenden Zutaten die Menge angegeben werden muss. Nur so können wir eine verschlechterte Qualität überhaupt erkennen. Diese Vorschrift gibt es tatsächlich schon, aber sie enthält zu viele Ausnahmen, so dass wir bei vielen wichtigen Zutaten die Menge gar nicht erfahren.

■: Ja, das klingt alles total sinnvoll. Aber ich habe den Eindruck, auch die Politik scheint endlich auf das Thema Mogelpackungen aufmerksam geworden zu sein. Die Bundesverbraucherschutzministerin Steffi Lemke spricht in dem Zusammenhang von Irreführung, auch die FDP sieht Handlungsbedarf – wird sich Eurer Meinung nach bald was verändern?

■: Naja, schön ist: Es gibt endlich mal positive Signale aus dem Bundesverbraucherschutzministerium, dass das Thema auf politischer Ebene angepackt wird. Das geplante Verpackungsgesetz soll Mogelpackungen komplett verbieten. Aber eben nur in dem Fall, wenn die Verpackung gleich groß bleibt und der Inhalt schrumpft – und nicht, wenn beides schrumpft. Uns geht dieser Vorschlag noch nicht weit genug.

Nicole: Okay... Da ist also noch viel Luft nach oben. Ich hoffe, all Eure Vorschläge werden gehört und Mogelpackungen, wie wir sie heute kennen, wird es in dieser Form in Zukunft nicht mehr geben.

Start Auftakt Musik Sound Design Verpackung

Position 6: Moderatives Ende

[Redacted]: Bis es soweit ist, brauchen wir aber auch weiterhin Ihre und Eure Mithilfe. Wenn Ihr also bei einem Produkt vermutet, die Qualität hat nachgelassen – ohne dass das irgendwie gekennzeichnet ist – dann meldet das gern bei Lebensmittelklarheit.de! Am besten natürlich mit einem Foto von der alten und der neuen Verpackung. Dann gehen die Kolleg:innen der Sache auf den Grund. Oder wenn Ihr nur die Vermutung habt, hier wurde plötzlich an Zutaten gespart, dann wendet Euch ganz schnell an die Verbraucherzentrale Hamburg und Armin klappert dann in Windeseile alle Supermärkte, Kioske und Tankstellen in der Umgebung ab und sucht nach den alten Verpackungen. Und auch generell können Sie natürlich Lebensmittel, von den Sie sich getäuscht fühlen, auf Lebensmittelklarheit.de melden. Denn Tricksereien und Mogeleyen können wir nur mit Ihrer Hilfe aufspüren!

Und auch in der nächsten Folge werden wir wieder spannende Fragen rund um die Lebensmittelkennzeichnung klären. Ich hoffe, Sie und Ihr seid dann wieder mit dabei!

Jetzt fehlt nur noch ein großes „Dankeschön!“ – an Euch, Claudia und Armin, dass Ihr heute für so viel Klarheit über Mogelpackungen gesorgt habt! UND natürlich auch ein Dankeschön an Sie und Euch fürs Zuhören! Wir freuen uns, wenn Euch auch diese Folge unseres Podcasts gefallen hat. Empfiehlt uns gern weiter, abonniert „Klar Tisch! Den Podcast von Lebensmittelklarheit.de“ oder hinterlasst gern auch eine positive Bewertung in eurer Podcast-App. Uns kann man auf allen gängigen Podcast-Plattformen hören und natürlich auch auf Lebensmittelklarheit.de. Und dort findet ihr auch noch mehr Infos zum Thema Mogelpackungen!

Position 7: Outro

Closer Musik Verpackung & Audio Logo