

verbraucherzentrale

Bundesverband

MOGELPACKUNGEN – VERBRAUCHERTÄUSCHUNG AUF DEN ZWEITEN BLICK

Positionspapier des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) zu Shrinkflation und Skimpflation

28. Juni 2024

Impressum

***Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.***

*Team Lebensmittel
lebensmittel@vzbv.de*

*Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin*

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).

INHALT

VERBRAUCHERRELEVANZ	3
ZUSAMMENFASSUNG	4
I. SHRINKFLATION UND SKIMPFLATION	5
II. AUSWIRKUNGEN FÜR VERBRAUCHER:INNEN	7
III. FORDERUNGEN DES VZBV	8
1. Warnhinweise für Mogelpackungen EU-weit gesetzlich verankern	8
2. Einrichtung einer Meldestelle	9

VERBRAUCHERRELEVANZ

Für Verbraucher:innen ist es in Zeiten der Inflation und weiterhin hoher Lebensmittelpreise besonders wichtig, unter zuverlässigen und transparenten Rahmenbedingungen Lebensmittel im Supermarkt erwerben zu können. Die Inflationsrate für Lebensmittel lag im Jahr 2023 mit 12,4 Prozent signifikant höher als die Gesamtinflation mit 5,9 Prozent und stellte dadurch eine unverhältnismäßige hohe Belastung für Verbraucher:innen dar.¹ Insgesamt sind die Lebensmittelpreise seit 2021 bis Mai 2024 um 32 Prozent gestiegen. Auch wenn die Inflation nicht mehr den steilen Anstieg aus den Vorjahren hat, sind die Lebensmittelpreise nicht zwingend gesunken, sondern bleiben auf dem hohen Niveau bestehen.² Die hohen Preise strapazieren somit weiterhin den Geldbeutel der Verbraucher:innen. Gleichzeitig konnte beobachtet werden, wie Lebensmittelunternehmen in den Krisenjahren ihre Umsätze deutlich steigern konnten.³

Zusätzlich zu dieser Belastung stellen versteckte Preissteigerungen ein besonders großes Ärgernis für Verbraucher:innen dar, denn oft sind diese erst auf den zweiten Blick erkennbar. Plötzlich wird der Fußballabend vor dem heimischen Fernseher teurer als erwartet: eine beliebte Chips-Sorte reduziert ihren Inhalt in regelmäßigen Intervallen, ohne die Verpackung merklich anzupassen, und das Softgetränk hat plötzlich nur noch 1,25 anstatt 1,5 Liter.^{4 5}

Im Jahr 2023 erreichten die Verbraucherzentralen wiederholt Beschwerden zu sogenannten „Mogelpackungen“. Hierbei handelt es sich zum Beispiel um Produkte, bei denen sich die Inhaltsmenge in Bezug auf den Preis unvorteilhaft für Verbraucher:innen verändert hat („Shrinkflation“) oder die Qualität wertgebender Zutaten verringert oder verschlechtert wird („Skimpflation“). Es können sich dabei sowohl die Produktmenge als auch die Rezeptur zum Nachteil der Verbraucher:innen verändert haben.⁶ Mogelpackungen in Form von Shrinkflation und Skimpflation sind kein neues Phänomen, sind jedoch im Jahr 2023 mit steigender Tendenz aufgetreten. Die Verbraucherzentrale Hamburg sammelt und recherchiert Fälle von Mogelpackungen, die von Verbraucher:innen eingereicht werden. Für das Jahr 2023 wurden mit 104 Veröffentlichungen die meisten Einreichungen seit Beginn der Erhebung durch die Verbraucherzentrale Hamburg verzeichnet.⁷

¹ Bundesamt für Statistik: Inflationsrate im Jahr 2023 bei +5,9%, 2024, https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/01/PD24_020_611.html, zuletzt abgerufen am 02.02.2024

² Verbraucherzentrale: Steigende Lebensmittelpreise: Fakten, Ursachen, Tipps, 2024, <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/lebensmittelproduktion/steigende-lebensmittelpreise-fakten-ursachen-tipps-71788>, zuletzt abgerufen am 24.04.2024

³ Allianz Gruppe: Hohe Lebensmittelpreise: Grosses Interesse an Allianz Research-Study, 2023, https://www.allianz.com/de/presse/news/studien/230503_Allianz-Hohe-Lebensmittelpreise-Grosses-Interesse-an-Allianz-Forschungs-Studie.html, zuletzt abgerufen am 24.06.2024

⁴ Verbraucherzentrale Hamburg: Wieder weniger Pringles Chips zum Stapeln, 2022, <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/wieder-weniger-pringles-chips-stapeln>, zuletzt abgerufen am 24.06.2024

⁵ Watson: Lidl-Insider entlarvt Mogelpackungen im Cola-Sortiment, 2024, <https://www.watson.de/leben/geld-shopping/276075464-supermarkt-tiktok-star-der-filialeiter-entlarvt-mogelpackung-bei-pepsi>, zuletzt abgerufen am 24.05.2024

⁶ Verbraucherzentrale Hamburg: Mogelpackungen: Die 13 beliebtesten Tricks, um höhere Preise raffiniert zu verstecken, 2024, <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/die-13-beliebtesten-tricks-um-hoehere-preise-raffiniert-zu-verstecken>, zuletzt abgerufen am 14.06.2024

⁷ Verbraucherzentrale Hamburg: Tuc Bake Rolls von Mondelez sind „Mogelpackung des Jahres 2023“, 2024, <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-jahres/tuc-bake-rolls-von-mondelez-sind-mogelpackung-des-jahres-2023>, zuletzt abgerufen am 16.01.2024

ZUSAMMENFASSUNG

Verbraucher:innen begegnen Mogelpackungen als versteckte Preiserhöhungen häufig in ihrem Alltag.

Dabei ist Skimpflation eine Form von Mogelpackungen, bei der sich die Qualität eines Produktes zuungunsten der Verbraucher:innen verschlechtert, um aufgrund von veränderten Zutaten Produktionskosten zu sparen. In einem Schweinegeschnetzelten ist beispielsweise weniger Schweinefleisch enthalten und in einem Hühnernudeleintopf schrumpft die Menge an Nudeln.⁸

Hierbei handelt es sich um verarbeitete Lebensmittel, die im Lebensmitteleinzelhandel unter Umständen mit derselben Verpackung und demselben Preis angeboten werden, aber aufgrund einer anderen Zutatenzusammensetzung für die Verbraucher:innen nicht erkennbar verändert sind. Nur durch den Vergleich von alten und neuen Produktzusammensetzungen oder Verpackungen lässt sich erkennen, dass die Zutatenliste geändert wurde. Es gibt keine weiteren Hinweise für Verbraucher:innen, anhand der Verpackung eine Änderung zu bemerken.

Im Gegensatz dazu bedeutet Shrinkflation eine Reduzierung der Inhaltsmenge in negativer Relation zum Grundpreis. Diese Mogelpackungen können neben der Reduzierung des Inhalts bei gleicher Verpackungsgröße auch in weniger offensichtlichen Formen auftreten, sind jedoch bei Verbraucher:innen etwas bekannter und unter Umständen leichter im Lebensmitteleinzelhandel zu erkennen. Trotzdem ist nicht immer sofort ersichtlich, dass sich in der Eispackung nur noch drei anstatt vier Eis befinden oder das Olivenöl gar günstiger geworden ist, der Inhalt jedoch so reduziert wurde, dass es sich um eine Preissteigerung von 40 Prozent handelt.⁹

Angesichts steigender Lebensmittelpreise sind Mogelpackungen für Verbraucher:innen eine zusätzliche Belastung, die Preisvergleiche erschwert und ihr Haushaltsbudget beeinflusst.

Laut einer Befragung im Januar 2023 achten 26 Prozent aller Verbraucher:innen oft und 12 Prozent sogar immer gezielt auf Mogelpackungen.¹⁰ Ob sie diese darüber hinaus auch als solche identifizieren können, ist fraglich. So können Hersteller im Lebensmittelbereich beispielsweise Preiserhöhungen unbemerkt an Verbraucher:innen weitergeben oder gegebenenfalls ihre Gewinne erhöhen. Auch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) hat die Problematik erkannt und möchte dem Verringern der Füllmenge bei gleichbleibender Verpackungsgröße durch ein Verbot Einhalt gebieten. Am 27. Juni 2023 hat es hierzu ein Eckpunktepapier veröffentlicht.¹¹ Dieses umfasst jedoch nur eine einzelne Variante der Shrinkflation und thematisiert die Verschlechterung der Produktzusammensetzung

⁸ Verbraucherzentrale Hamburg: Skimpflation: Lebensmittel von schlechter Qualität, 2024, <https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/skimpflation-lebensmittel-von-schlechterer-qualitaet>, zuletzt abgerufen am 24.05.2024

⁹ Verbraucherzentrale Hamburg: Mogelpackungsliste, 2024, <https://www.vzhh.de/mogelpackungsliste>, abgerufen am 24.06.2024

¹⁰ Bundesamt für Statistik: Wie häufig achten Sie beim Supermarkteinkauf auf die tatsächliche Füllmenge von Produkten mit dem Ziel, „Mogelpackungen“ zu erkennen und dem Kauf dieser möglicherweise vorzubeugen, 2024, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1362346/umfrage/mogelpackung-achten-einkauf/>, zuletzt abgerufen am 16.01.2024

¹¹ Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV): Weniger Verpackungsmüll – mehr Wahlfreiheit – Schluss mit Mogelpackungen: Eckpunkte zum Gesetz für weniger Verpackungsmüll, 2024: https://www.bmuv.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Abfallwirtschaft/weniger_verpackungsmuell_eckpunkte_bf.pdf, zuletzt abgerufen am 16.01.2024

nicht. Insbesondere Skimpflation ist für Verbraucher:innen im Lebensmitteleinzelhandel jedoch nur sehr schwer zu erkennen.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) sieht hier dringend Nachbesserungsbedarf und schlägt folgende Maßnahmen vor:

- Damit Verbraucher:innen sich bei ihrem Lebensmitteleinkauf auf die vorhandenen Informationen verlassen können, sollten Hersteller ihre Produkte mit veränderten Zusammensetzung, Füllmengen oder Verpackungsgrößen für mindestens sechs Monate mit einem **Warnhinweis** versehen. Die Bundesregierung sollte sich für eine entsprechende Regelung auf **EU-Ebene** einsetzen.
- Es sollte eine Meldestelle eingerichtet werden, damit Verbraucher:innen **Hinweise und Beschwerden** zu Skimpflation und Shrinkflation einreichen und diese nachverfolgt werden können. Das Mandat des Portals Lebensmittelklarheit.de könnte hierfür erweitert werden.

I. SHRINKFLATION UND SKIMPFLATION

Als Mogelpackungen werden Produkte bezeichnet, bei denen Verbraucher:innen eine bestimmte Inhaltsmenge oder Zusammensetzung suggeriert wird. Der Ausdruck bezieht sich in der Regel auf die Füllmenge oder auf die Produktzusammensetzung.

Shrinkflation ist eine versteckte Preiserhöhung, bei der sich die Produktmenge im Verhältnis zum Preis so verändert hat, dass diese nachteilig für Verbraucher:innen wirkt. Das Wort setzt sich aus den englischen Begriffen „to shrink“ („schrumpfen“) und „inflation“ zusammen. Hierbei kann es sich um eine Verringerung der Produktmenge bei gleichem Preis handeln. Es ist aber auch möglich, dass sich sowohl der Preis als auch die Inhaltsmenge reduziert, bei gleichzeitiger Verteuerung des Grundpreises oder sogar eine Verteuerung des Preises bei Verringerung des Inhalts. Ein Beispiel ist die Mogelpackung des Jahres 2023. Eine Tüte Brotchips ist nach einem Markenwechsel von 250 Gramm auf 150 Gramm geschrumpft, aber der Preis ist von 1,39 Euro auf 1,89 Euro gestiegen. Das entspricht einer Teuerung von 127 Prozent.¹² Aufgrund des Markenwechsels ist hier die Verteuerung für Verbraucher:innen nicht sichtbar, da die Information zur Preisveränderung verschleiert wird. Grundsätzlich lässt sich eine Änderung am Verhältnis zwischen Preis und Inhaltsmenge am Grundpreis pro Kilogramm oder Liter erkennen. Dieser muss am Regal stets ausgezeichnet sein. Fraglich ist jedoch, ob Verbraucher:innen die Grundpreise der Produkte so gut kennen, dass eine Veränderung während des alltäglichen Einkaufs erkennbar ist. Die Reduzierung des Inhalts wird nur durch den Vergleich mit einer älteren Verpackung sichtbar, Kaufentscheidungen werden am Regal jedoch in wenigen Sekunden getroffen. Damit der Grundpreis als hilfreiches Mittel zum Erkennen von Mogelpackungen dient, müssten Verbraucher:innen den alten Grundpreis jedes Produkts im Gedächtnis haben. Dies ist unrealistisch und

¹² Verbraucherzentrale Hamburg: Tuc Bake Rolls: Das hat sich „gebacken“!, 2024, <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/tuc-bake-rolls-das-hat-sich-gebacken>, zuletzt abgerufen am 24.06.2024

realitätsfern. Außerdem müssen Verbraucher:innen sich darauf verlassen, dass Lebensmitteleinzelhändler stets den korrekten Preis auszeichnen. Hier ist es in der Vergangenheit immer wieder zu Nachlässigkeiten gekommen.¹³

Im Gegensatz dazu ist die **Skimpflation** (*to skimp*, deutsch „knausern, einsparen“) keine Verringerung der Produktmenge, sondern eine **Verschlechterung der Produktqualität** bei der sich die Zutatenzusammensetzung zugunsten preiswerterer Zutaten verändert hat, die gegebenenfalls auch gesundheitlich bedenklicher sein können. Dadurch versuchen Hersteller, Kosten einzusparen, und geben diese Ersparnis nicht an Verbraucher:innen weiter. Dieses Konzept zur Verbilligung von Produkten kommt immer wieder in Zeiten von geringer Verfügbarkeit vor, zum Beispiel in Kriegs- oder Krisensituationen.¹⁴

Skimpflation bedeutet eine Verschlechterung der Produktqualität, da wertgebende Zutaten reduziert oder teilweise durch kostengünstigere Alternativen ersetzt werden. Zumeist ändert sich der Preis für den Endverbraucher jedoch nicht, sodass dies aufgrund günstigerer Rohstoffkosten bei gleicher Preissetzung **eine versteckte Preiserhöhung für die Verbraucher:innen bedeutet**. Skimpflation ist anhand des Grundpreises für Verbraucher:innen nicht erkennbar. Eine Verbraucherbeschwerde erreichte die Verbraucherzentrale Hamburg im März 2024, bei der ein Orangensaft mit 100 Prozent Fruchtgehalt zu einem Orangenektar mit 50 Prozent Orangensaftkonzentrat wurde und nun mehr Zuckerwasser enthält.¹⁵ 2023 kam es wiederholt zu Beschwerden von Verbraucher:innen bei den Verbraucherzentralen über Skimpflation in Deutschland.¹⁶ Da es jedoch keine Melde- oder Beschwerdestelle für Skimpflation gibt, ist es nicht möglich zu erfassen, wie viele Verbraucher:innen tatsächlich eine Verschlechterung von Lebensmitteln festgestellt haben oder wie viele betroffene Produkte sich im Umlauf befinden. Auch wenn das Konzept von Skimpflation kein neues Phänomen ist, so bedeutet dies doch oft ein Ärgernis für Verbraucher:innen und eine Qualitätsminderung der angebotenen Produkte im Lebensmitteleinzelhandel. Aktuell führt nur die Verbraucherzentrale Hamburg eine Liste mit bekannten Fällen von Skimpflation, die regelmäßig ergänzt wird und mithilfe derer Verbraucher:innen sich informieren können. Anhand dieser Liste lässt sich ein Anstieg der Meldungen von Skimpflation erkennen.¹⁷

¹³ Verbraucherzentrale Hamburg: Immer wieder Ärger mit den Preisen im Supermarkt, 2023, <https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/immer-wieder-aerger-den-preisen-im-supermarkt>, zuletzt abgerufen am 24.06.2024

¹⁴ National Public Radio: Price Control, Black Markets, And Skimpflation: The WWII Battle Against Inflation, 2022, <https://www.npr.org/sections/money/2022/02/08/1078035048/price-controls-black-markets-and-skimpflation-the-wwii-battle-against-inflation>, zuletzt abgerufen am 21.02.2024

¹⁵ Verbraucherzentrale Hamburg: Skimpflation: Produkte von schlechter Qualität – Produktliste, Stand 20.11.2023, https://www.vzhh.de/sites/default/files/medien/136/dokumente/2023-09_Verbraucherzentrale-Hamburg_Skimpflation-bei-Lebensmitteln.pdf, zuletzt abgerufen 12.02.2024

¹⁶ Verbraucherzentrale Hamburg: Skimpflation: Lebensmittel von schlechter Qualität, 2024: <https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/skimpflation-lebensmittel-von-schlechterer-qualitaet>, zuletzt abgerufen am 14.06.2024

¹⁷ Verbraucherzentrale Hamburg: Downgrading/Skimpflation: Liste der untersuchten Produkte von schlechterer Qualität, <https://www.vzhh.de/media/5858>, zuletzt abgerufen am 30.05.2024

II. AUSWIRKUNGEN FÜR VERBRAUCHER:INNEN

Die größte Herausforderung von Skimpflation für Verbraucher:innen besteht darin, beim wöchentlichen Einkauf zu erkennen, ob sich an der Zusammensetzung der Produkte etwas geändert hat. Obwohl dies bei Mogelpackungen grundsätzlich bereits schwierig ist, sind Fälle von Skimpflation noch einmal wesentlich schwerer zu identifizieren als Shrinkflation. Eine Veränderung oder Anpassung der Rezeptur eines Produkts liegt im Ermessen des Herstellers. In diesen Fällen brauchen Verbraucher:innen jedoch die nötigen Informationen, um ihre Kaufentscheidung neu zu überdenken. Ohne einen Hinweis über die veränderten Zutaten auf der Verpackung ist es für Verbraucher:innen nicht erkennbar, dass sich das ihnen bekannte Produkt geändert hat, da sie für einen Vergleich eine ältere Verpackung zu Rate ziehen müssten

In einer Umfrage gaben 77 Prozent der befragten Verbraucher:innen an, dass sie sich einen Warnhinweis auf Mogelpackungen wünschen würden.¹⁸ In einer Studie aus dem Jahr 2022 gaben sogar 62 Prozent aller Befragten an, dass sie ein Produkt nicht mehr kaufen würden, falls dieses als Skimpflation oder Shrinkflation erkennbar wäre.¹⁹ Dabei brachte eine Umfrage des vzbv im April 2023 hervor, dass 44 Prozent aller Verbraucher:innen aufgrund der hohen Preise beim Lebensmitteleinkauf sparen müssen.²⁰ Verbraucher:innen treffen also bewusste Entscheidungen in Bezug auf Qualität und Preis, soweit ihnen die nötigen Informationen vorliegen. Im Ernährungsreport des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) aus dem Jahr 2023 haben insgesamt 62 Prozent der Befragten angegeben, dass die Produktinformation, zum Beispiel zu Inhaltsstoffen, für sie relevant bei ihrer Einkaufsentscheidung sind.²¹ Auch das Portal „Lebensmittelklarheit“ erhält Rückfragen und Meldungen zu Mengenkennzeichnungen auf Lebensmittelverpackungen. Daraus lässt sich schließen, dass es bei Verbraucher:innen zu oft zu Unsicherheiten über die Mengenangabe auf Verpackungen kommt und eine Informations- und Meldestelle dringend notwendig ist.²²

Deswegen ist es wichtig, bei Produkten mit günstigeren oder minderwertigeren Zutaten, Verbraucher:innen transparent über die veränderte Zusammensetzung zu informieren. Bei einem gleichbleibenden Grundpreis bekommen Verbraucher:innen ein Produkt, welches in der Herstellung gegebenenfalls kostengünstiger ist als vorher. Ebenfalls gilt dies für Produkte, bei denen der Grundpreis gleich oder teurer geworden ist, sich die

¹⁸ YouGov.de: Würden Sie es befürworten oder ablehnen, wenn Supermärkte entsprechende Hinweise am Regal anbringen, um sogenannte „Mogelpackungen“ für Ihre Kunden zu kennzeichnen? Mit „Mogelpackung“ ist die Praxis gemeint, weniger Inhalt zum gleichen oder sogar höheren Preis anzubieten, 2023, <https://yougov.de/topics/politics/survey-results/daily/2023/09/21/05a93/3>, zuletzt abgerufen am 14.06.2024

¹⁹ Gartner Marketing: Survey finds 62% of consumers will stop buying from brands that compromise products to cut costs, 2022, <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-07-25-gartner-survey-finds-consumers-stop-buying-from-brands-that-compromise-products>, zuletzt abgerufen am 14.06.2024

²⁰ Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv), Verbraucherreport 2023: <https://www.vzbv.de/verbraucherreport/2023>, zuletzt abgerufen am 21.02.2024

²¹ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL): Deutschland, wie es isst – der BMEL-Ernährungsreport 2023, <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/ernaehrungsreport2023.html>, zuletzt abgerufen am 22.01.2024

²² Lebensmittelklarheit. Portal für mehr Durchblick: Ärger mit Mogelpackungen: Viel Luft und wenig Inhalt, 23.12.2022, <https://www.lebensmittelklarheit.de/informationen/aerger-mit-mogelpackungen-viel-luft-und-wenig-inhalt>, zuletzt abgerufen am 30.05.2024

Füllmenge jedoch nachteilig entwickelt hat. In Zeiten hoher Inflation hätten Verbraucher:innen diese Ersparnis für weitere Lebensmittel aufwenden können.

Darüber hinaus hat eine potenzielle Verschlechterung der Qualität gegebenenfalls Auswirkungen auf die Möglichkeit für Verbraucher:innen, sich gesund und ausgewogen zu ernähren. Da viele Verbraucher:innen aufgrund der Preisentwicklung bereits bei ihren Einkäufen sparen, ist es umso wichtiger, dass sie sich von ihrem verfügbaren Einkommen mit den benötigten Nährstoffen und Nahrungsenergie ausstatten können. Insbesondere Haushalte mit geringen Einkommen oder Mehrpersonenhaushalte müssen das ihnen zur Verfügung stehende Einkommen gezielt für eine ausgewogene Ernährung einsetzen können, denn diese darf nicht vom Geldbeutel abhängig sein.

III. FORDERUNGEN DES VZBV

1. WARNHINWEISE FÜR MOGELPACKUNGEN EU-WEIT GESETZLICH VERANKERN

Verbraucher:innen müssen durch den Lebensmittelhersteller und den Lebensmitteleinzelhandel bei ihrem Einkauf so informiert werden, dass sie eine bewusste Entscheidung für ihr gewünschtes Produkt treffen können. Die Feststellung einer Veränderung am Produkt darf nicht in der Verantwortung der Verbraucher:innen liegen. Daher muss auch Skimpflation sowie bisher nicht benannte Varianten von Shrinkflation als Mogelpackung durch den europäischen Gesetzgeber anerkannt und adressiert werden. Die neue Europäische Kommission sollte einen Gesetzesvorschlag vorlegen, der Hersteller in der Europäischen Union dazu verpflichtet, ihre Produkte mit veränderten Zusammensetzung, Füllmengen oder Verpackungsgrößen mit einem Warnhinweis zu versehen. Dieser muss klar ersichtlich für mindestens sechs Monate auf der Vorderseite der Verpackung erkennbar sein und darauf hinweisen, was sich am Produkt geändert hat. Die Bundesregierung sollte sich der Initiative von Frankreich anschließen, die eine entsprechende Ergänzung in der Lebensmittelinformationsverordnung erwirken möchte, um zukünftig die Kennzeichnung von Mogelpackungen durch einzelstaatliche Maßnahmen zu ermöglichen.²³ Dies hätte zudem einen präventiven Effekt und würde Lebensmittelhersteller dazu anhalten, die Produkte nicht nachteilig zu verändern.

Vorbild können hier Beispiele aus anderen Ländern sein. Erste Vorstöße für eine gesetzliche Verankerung von Warnhinweisen gibt es bereits in Brasilien, wo Skimpflation auf der Verpackung vermerkt werden muss. Die Verpackung muss mit einem Hinweis „Neue Rezeptur“ auf der Vorderseite und einer Erklärung über die Änderung der Zutat auf der Rückseite versehen werden.²⁴ Auch bei Shrinkflation hat Brasilien das Anbringen eines Warnhinweises für die ersten sechs Monate durch die Hersteller angeordnet.²⁵ In Frankreich wurde im Januar 2024 ein Gesetzesvorhaben veröffentlicht, das

²³ Radio France Internationale: France seeks to force supermarkets to tackle „scandalous“ shrinkflation, 2023, <https://www.rfi.fr/en/france/20231230-france-seeks-to-force-supermarkets-to-tackle-scandalous-shrinkflation>, zuletzt abgerufen am 02.02.2024

²⁴ Instituto de defesa de consumidores: Redução: pode um produto menor ter embalagem e preços iguais?, 2022, <https://idec.org.br/dicas-e-direitos/reducao-pode-um-produto-diferente-ou-menor-com-embalagem-igual>, zuletzt abgerufen am 22.04.2024

²⁵ Föderative Republik Brasilien: Diário Oficial Da União, 2021, https://dspace.mj.gov.br/bitstream/1/5525/1/PRT_GM_2021_392.pdf, zuletzt abgerufen am 22.01.2024

eine Kennzeichnungspflicht durch den Lebensmitteleinzelhandel bei Fällen von Shrinkflation gewährleisten soll.²⁶ Nach der Notifizierung bei der Europäischen Kommission soll die Hinweispflicht ab dem 1. Juli 2024 in Kraft treten. Der Hinweis wird für zwei Monate für Verbraucher:innen sichtbar sein.²⁷ Auch die Bundeswettbewerbsbehörde in Österreich hat gefordert, gegen Mogelpackungen vorzugehen.²⁸ Es lässt sich also erkennen, dass die Bundesregierung Möglichkeiten hat, Mogelpackungen entsprechend als solche zu kennzeichnen.

2. EINRICHTUNG EINER MELDESTELLE

Damit Verbraucher:innen vermutete Mogelpackungen anzeigen können, muss eine Meldestelle eingerichtet werden. Diese soll als Schnittstelle zwischen Verbraucher:innen und Hersteller wirken und zum einen Informationen über Shrink- und Skimpflation bereitstellen, aber zum anderen auch eine Beschwerdefunktion haben, die Verbraucher:innen nutzen können. Diese Meldestelle sollte im Namen der Verbraucher:innen die Hersteller der benannten Produkte anschreiben und ihre Antworten veröffentlichen. Eine Pflicht zur Antwort und Stellungnahme muss entsprechend bestehen. Dies würde die Glaubwürdigkeit der gesetzlichen Umsetzung verbessern und das Vertrauen der Verbraucher:innen in die Hersteller stärken. Diese Meldestelle könnte bei dem Projekt Lebensmittelklarheit (www.lebensmittelklarheit.de) angesiedelt sein, das sich thematisch mit potenziell irreführender Kennzeichnung bei Lebensmitteln beschäftigt. Mit der Einrichtung einer Meldestelle können langfristig auch Daten über die Häufigkeit der Praxis erhoben werden.

Auch hier kann man Beispiele aus anderen Ländern als Vergleich heranziehen. Mit der Einführung der Kennzeichnungspflicht in Frankreich wird ebenfalls die Möglichkeit zur Meldung von Shrinkflation-Fällen in dem Portal „SignalConso“ eingerichtet.²⁹ In den USA wird Shrinkflation tatsächlich statistisch erfasst und die allgemeine Inflationsrate entsprechend angepasst. Jedoch gibt es auch hier eine klare Lücke bei der Erfassung von Skimpflation.³⁰

²⁶ Europäische Kommission: Projet d'arrêté relatif à l'information des consommateurs sur le prix des produits qui ont subi une modification de quantité à la baisse à des prix d'achat inchangé ou en hausse („Verordnungsentwurf zur Unterrichtung der Verbraucher über den Preis von Produkten, die bei unveränderten oder steigenden Einkaufspreisen eine Abwärtsveränderung der Menge erfahren haben“), 2023, <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/fr/notification/25281>, zuletzt abgerufen am 23.03.2024

²⁷ Ministerium für Wirtschaft, Finanzen, Industrielle und Digitale Souveränität: „shrinkflation“ : publication de l'arrêté ministériel réglementant l'information des consommateurs sur l'augmentation des prix des produits dont la quantité a diminué, 2024, <https://presse.economie.gouv.fr/reduflation-publication-de-larrete-ministeriel-reglementant-linformation-des-consommateurs-sur-laugmentation-des-prix-des-produits-dont-la-quantite-a-diminue/>, zuletzt abgerufen am 23.04.2024

²⁸ Bundeswettbewerbsbehörde: Branchenuntersuchung Lebensmittel, 2023, S. 115, https://www.bwb.gv.at/fileadmin/user_upload/BU-LM_final_Stand_20231102_final.pdf, zuletzt abgerufen am 14.06.2024

²⁹ Ministerium für Wirtschaft, Finanzen, Industrielle und Digitale Souveränität: „shrinkflation“ : publication de l'arrêté ministériel réglementant l'information des consommateurs sur l'augmentation des prix des produits dont la quantité a diminué, 2024, <https://presse.economie.gouv.fr/reduflation-publication-de-larrete-ministeriel-reglementant-linformation-des-consommateurs-sur-laugmentation-des-prix-des-produits-dont-la-quantite-a-diminue/>, zuletzt abgerufen am 23.04.2024

³⁰ The New York Times: Shrinkflation 101: The economics of Smaller Groceries, 2024, <https://www.nytimes.com/2024/03/01/business/economy/shrinkflation-groceries.html>, zuletzt abgerufen am 23.04.2024