

Weniger Riegel in Kinderschokolade und Yogurette

Ferrero hat bei seinen bekannten Schokoladen-Marken „Yogurette“ und „Kinderschokolade“ die Füllmenge reduziert, vor fünf Jahren ging der Konzern den umgekehrten Weg. Was steckt dahinter?



DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Ferrero hat bei seinen Schokoladenmarken „Yogurette“ und „Kinderschokolade“ die Füllmenge von 125 Gramm (10 Riegel) auf 100 Gramm (8 Riegel) geschrumpft. Der Preis im Handel steigt unterm Strich um bis zu 8 Prozent.

2. Ferrero begründet den Schritt mit Marktforschungsergebnissen und verweist darauf, dass sich die „Werksabgabepreise“ (an den Handel) pro 100 Gramm nicht verändert hätten.
3. Der Preis für die beiden Produkte im Handel stieg in den letzten fünf Jahren dennoch um bis zu 30 Prozent. Das sogenannten Füllmengenkarussell hat geholfen, bestimmte Preisgrenzen für Schokolade zu überwinden.

Stand: 15.06.2020

Bei „Yogurette“ und „Kinderschokolade“ ist die Füllmenge von 125 auf 100 Gramm geschrumpft. Hersteller Ferrero füllt nur noch Packungen mit 8 statt 10 Riegeln ab. Die Tafeln scheinen auf den ersten Blick sogar günstiger zu sein, weil der Verkaufspreis auch gesunken ist. Unterm Strich sorgt die Schrumpfung aber häufig für eine Preiserhöhung im Handel. Die neue Packung kostet beim Drogeriemarkt Budnikowsky in Hamburg zum Beispiel 1,29 Euro statt 1,49 Euro wie bisher. Damit steigt der Preis um über 8 Prozent.



Handel will wohl mitverdienen

In einigen Rewe-Filialen sowie bei der Edeka-Filiale im Hamburger Hauptbahnhof sind 4 Prozent mehr fällig. Bei anderen Händlern wird die Füllmengenänderung ohne Mehrkosten umgesetzt (Neu: 1,19 Euro, Alt 1,49 Euro). Die Beispiele zeigen, dass die Supermärkte bei Füllmengenänderungen mitverdienen wollen. Denn nur der Handel darf die Verkaufspreise festlegen. Ferrero verweist in einer Stellungnahme an die Verbraucherzentrale auf Marktforschungen und auf gleiche „Werksabgabepreise“:

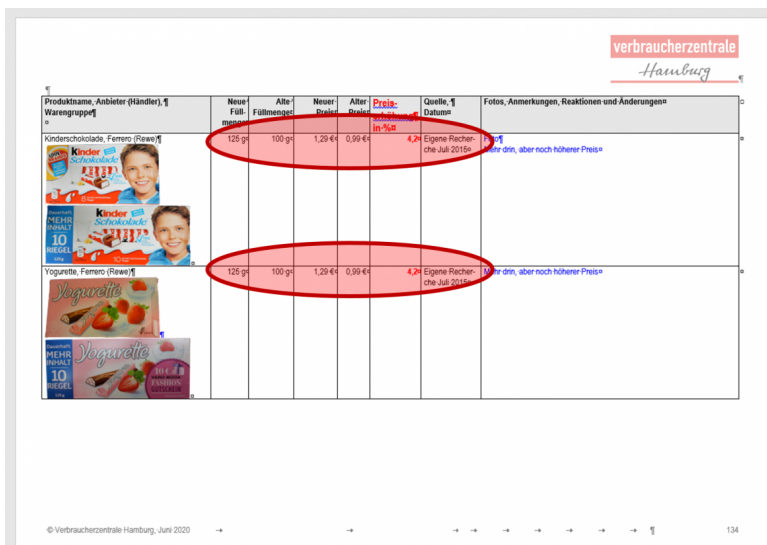
„Bei Tafelschokolade hat sich gezeigt, dass die 100 g-Packungsgröße von den Konsumenten als das klassische Tafelformat wahrgenommen und als solches auch erwartet wird. Dies bestätigen ebenfalls unsere Marktforschungen, die wir regelmäßig durchführen und auf deren Basis wir Sortimentsveränderungen und -anpassungen vornehmen. Ziel ist dabei stets, für möglichst viele Haushalte und Verwendungsanlässe die passende und gewünschte Packungsgröße anzubieten. Gleich geblieben ist der Werksabgabepreis pro 100 g Yogurette bzw. 100 g kinder Schokolade im Rahmen der Anpassung der Packungsgröße. Die Endverbraucherpreise werden jedoch durch den Handel festgelegt und können von daher je nach Markt und Zeitpunkt variieren, worauf wir keinen Einfluss haben.“

Ob das tatsächlich der Fall ist, können wir nicht nachprüfen. Der italienische Milliardenkonzern hat sich mit seinen Marken Yogurette und Kinderschokolade den wenig schmeichelhaften Preis „Mogelpackung des Monats“ aber auch noch aus einem anderen Grund verdient.



Versprechen gebrochen

Nur wer die Hintergründe kennt, erkennt den Marketing-Trick. Denn vor ziemlich genau fünf Jahren hat das Unternehmen die Füllmenge von 100 auf 125 Gramm erhöht und mit dem Spruch „Dauerhaft MEHR INHALT 10 Riegel 125 g“ geworben. Von diesem Versprechen will Ferrero heute nichts mehr wissen. Denn das Füllmengenkarussell erweist sich für den Hersteller als lukrativ. Vergleicht man die Verkaufspreise im Handel von vor fünf Jahren mit denen von heute, sind die Preise um bis zu 30 Prozent gestiegen. Nach unserer Mogelpackungsliste kostete die 100-Gramm -Tafel 2015 bei Rewe noch 99 Cent. Jetzt sind es bis zu 1,29 Euro.



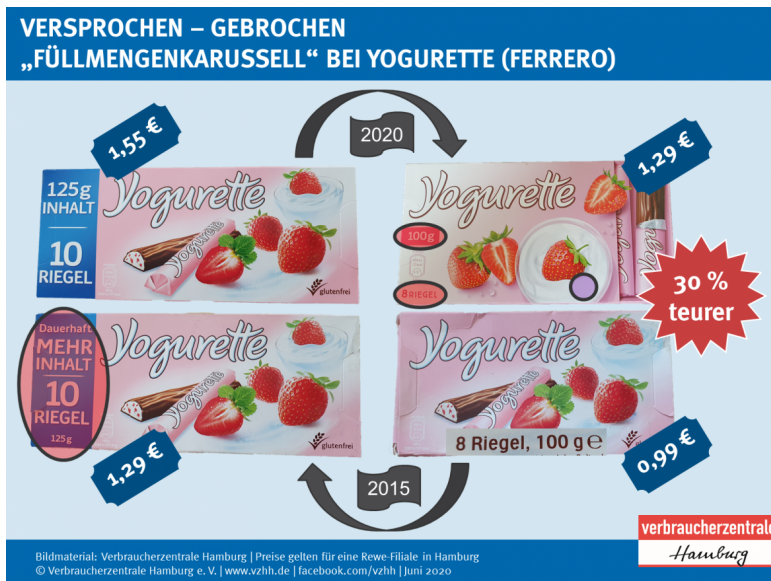
Produktname, Anbieter (Händler), Warengruppe	Neue Füllmenge	Alte Füllmenge	Neuer Preis	Alter Preis	Preis: heute in %	Quelle, Datum	Fotos, Anmerkungen, Reaktionen und Änderungen
Kinderschokolade, Ferrero (Rewe)	125 g	100 g	1,29 €	0,99 €	4,2%	Eigene Recherche: Juli 2015	1,29 € für 125g, aber noch höherer Preis
Yogurette, Ferrero (Rewe)	125 g	100 g	1,29 €	0,99 €	4,2%	Eigene Recherche: Juli 2015	1,29 € für 125g, aber noch höherer Preis

GUT ZU WISSEN

Yogurette wirbt mit vier saftigen Erdbeeren auf der Verpackung. In Wirklichkeit sind mickrige Mengen an Erdbeerpulver drin. Wie viel genau kann man der Zutatenliste nicht entnehmen, es dürften aber nur um die zwei Prozent sein. Und „joghurtleicht“ ist diese Schokolade leider auch nicht. Mit 571 kcal pro 100 Gramm ist Yogurette eine Kalorienbombe und hat mehr Kalorien als fast alle anderen Schokoladen.

Fünf-Jahres-Plan für versteckte Preiserhöhungen?

Wir glauben: Die aktuelle Füllmengenänderung war von langer Hand geplant. 2015 ging es damals darum, den Schwellenpreis von 99 Cent für Schokolade zu überwinden. Das ist für Hersteller und Handel immer eine hohe Preishürde. Ferrero hat diesen „Sprung“ mit der positiven Botschaft „Dauerhaft mehr Inhalt“ verbunden. Eine perfekte Marketing-Strategie, um Verbraucher zu aminieren trotz des Preises über einem Euro zuzugreifen. 2020 will Ferrero, den Abstand des Verkaufspreises zu dem Preis einer 100 g Tafel von Wettbewerbern vermeintlich reduzieren. Dass deshalb ein Versprechen gebrochen wird, stört Fererro offensichtlich wenig.



Wann ist Nutella dran?

Wir vermuten, dass Ferrero auch bald bei Nutella die Füllmenge des Glases verändern wird. Denn seit Kurzem liegt der Preis für das 450-Gramm-Glas bei 2,99 Euro. Das ist auch ein Schwellenwert. Vor neun Jahren hatte Ferrero die Füllmenge des Glases von 400 auf 450 Gramm erhöht, damit der damalige Schwellenpreis von 1,99 Euro überwunden werden kann. Auf dem Deckel stand als Kaufanreiz „Jetzt dauerhaft mehr Inhalt“. Das kommt einem doch bekannt vor. Wahrscheinlich gibt es bei Nutella einen 10-Jahres-Plan. Top, die Wette gilt...

DANKE FÜR IHREN HINWEIS!

Immer wieder melden sich Verbraucher bei uns, weil sie sich über Mogelpackungen ärgern. Ob Schokolade, Müsli oder Waschmittel – wir veröffentlichen auf unserer Website und via Social Media regelmäßig aktuelle Beispiele.

Wenn Sie Mogelpackungen bzw. versteckte Preiserhöhungen entdecken, freuen wir uns über eine E-Mail, oder Sie nutzen unser Kontaktformular, um Informationen an uns weiterzugeben.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/weniger-riegel-kinderschokolade-yogurette>