

Studie: Neue Packungsgrößen bringen Verbrauchern keine Vorteile

vzbv und DIN-Verbraucherrat fordern einheitliche Vorgaben für Grundpreisangabe

Berlin, 14.06.2012 – Die Freigabe der Packungsgrößen hat den Verbrauchern keine Vorteile gebracht, zum Teil aber zu versteckten Preiserhöhungen geführt. Das belegt eine aktuelle Studie des DIN-Verbraucherrates. Seit April 2009 können Hersteller selbst entscheiden, in welcher Größe sie Fertigpackungen anbieten wollen: Eine Tafel Schokolade muss nicht mehr 100 Gramm wiegen, Milch nicht mehr in der Ein-Liter-Packung im Regal stehen. Doch statt neue Angebote für Senioren, Singles und Großfamilien zu schaffen, brachten die Hersteller vielfach „krumme“ Packungsgrößen auf den Markt. Ein Preisvergleich wäre über den Grundpreis möglich, doch die Studie belegt auch dort Mängel. Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) und DIN-Verbraucherrat fordern, die Grundpreisangabe klarer zu regeln.

Der Studie zufolge gibt es zwar für einige Produkte vielfältigere Packungsgrößen als vorher, die sich allerdings sehr ähneln. So bietet ein Konfitürenhersteller allein sechs verschiedene Größen zwischen 250 und 350 Gramm an. Zusätzliche Packungsgrößen, die beispielsweise den Bedarf von Singles oder Großfamilien besser berücksichtigen, wurden kaum eingeführt. Stattdessen nutzen Hersteller geringfügig veränderte Packungsgrößen, um weniger Inhalt für nahezu den gleichen Preis anzubieten. In der Branche ist diese Strategie unter dem Begriff „Downsizing“ bekannt. So können die Hersteller eine Preiserhöhung kaschieren. Dieser Trick ist nicht neu: Die Verbraucherzentrale Hamburg veröffentlicht seit Jahren Informationen über Produkte, bei denen es durch veränderte Packungsgrößen zu versteckten Preiserhöhungen kommt.

Mängel beim Grundpreis

Das zeigt: Durch den Wegfall der festgelegten Packungsgrößen gewinnt die Angabe des Grundpreises als wichtige Verbraucherinformation an Bedeutung. Grundpreise zeigen den Preis bezogen auf eine definierte Menge, zum Beispiel 100 Milliliter oder 1 Kilogramm. So lassen sich die Preise von Produkten unterschiedlicher Mengen ganz einfach vergleichen. Laut Studie geben über 90 Prozent der Händler den Grundpreis an, allerdings teils auf eine falsche Mengeneinheit bezogen, zu klein

geschrieben oder er war dem Produkt nicht direkt zuzuordnen. Für Produkte, die nach Stückzahl verpackt sind, wie Windeln oder Taschentücher, fehlt die Grundpreisangabe üblicherweise, da es hierzu keine Regelung gibt.

Klarere Regelung erforderlich

Der vzbv fordert deshalb, die Grundpreisangabe für Lebensmittel und Bedarfsgegenstände zu konkretisieren und zu vereinheitlichen. „Die rechtlichen Lücken und Auslegungsmöglichkeiten müssen geschlossen werden. Und es muss Vorgaben zur einheitlichen und leserlichen Auszeichnung geben“, erklärt Vorstand Gerd Billen. Die Verbraucherschutzministerkonferenz habe hierzu bereits gute Vorschläge gemacht, die am kommenden Montag auf der Tagesordnung des Verbraucherausschusses im Bundesrat stehen.

„Eine Norm zur einheitlichen räumlichen Darstellung der Preisangaben auf dem Etikett am Regal oder in Werbeprospekten kann Verbrauchern helfen, die Informationen gezielt zu finden“, ist Dr. Holger Brackemann, Vorsitzender des DIN-Verbraucherrats und Bereichsleiter Untersuchungen der Stiftung Warentest, überzeugt. Denn das immer wieder auftretende Problem schlecht leserlicher Angaben könne so einfach gelöst werden: „Es gibt eine DIN 1450 zur Leserlichkeit“, sagt Brackemann.

Der DIN-Verbraucherrat

Der Verbraucherrat des DIN vertritt die Interessen der Endverbraucher in der Normung und wird vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert.

Links:

- Studie DIN-Verbraucherrat: „Zunehmende Größenvielfalt von Fertigpackungen und ihre Folgen aus Verbrauchersicht“
- Weitere Informationen der Verbraucherzentralen zu Grundpreisen finden Sie im Bericht „Grundpreisangaben im Lebensmitteleinzelhandel“

Pressestelle

Tel. (030) 258 00-525

Fax (030) 258 00-522

presse@vzbv.de

www.vzbv.de

Für weitere Informationen:**Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)**

- Clara Meynen, Referentin Lebensmittelvermarktung und Ernährungsverhalten
Tel. (030) 25800 444
ernaehrung@vzbv.de
- Steffen Küßner, Pressereferent ...
Tel. (030) 25800 524
presse@vzbv.de

Verbraucherrat des DIN

- Dr. Gabriela Fleischer, Projektmanagerin
Tel. 030-2601 2109
gabriela.fleischer@din.de
- Karin Both, Geschäftsführerin
Tel. 030-26012663
karin.both@din.de

Pressestelle

Tel. (030) 258 00-525

Fax (030) 258 00-522

presse@vzbv.dewww.vzbv.de