

Skimpflation: Lebensmittel von schlechterer Qualität

Die Preise für Lebensmittel sind zuletzt stark gestiegen. Doch Unternehmen haben noch andere Möglichkeiten, ihre Gewinnmargen zu erhöhen. Eine nennt sich „Skimpflation“. Wir erklären, was sich dahinter verbirgt. Die neuesten Fälle: Capri-Sun, Schogetten und Getränkesirup Orange von Penny und Ja!



© iStock.com/Halfpoint

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Die Lebensmittelindustrie spart an wertvollen Zutaten: passierte Tomaten, Rahm, Rapsöl oder auch Marzipan werden durch günstigere Alternativen, Wasser, Füllstoffe

oder Aromen ersetzt. Das Phänomen nennt sich „Skimpflation“.

2. Die Hersteller sind oft um keine Ausrede verlegen; meist wird auf „Wünsche“ von Verbraucherinnen und Verbrauchern verwiesen.
3. Die Verbraucherzentrale Hamburg vergleicht regelmäßig alte und neue Rezeptur betroffener Produkte miteinander.

Stand: 09.09.2024

Steigende Preise, sinkende Füllmengen – und außerdem noch „Skimpflation“. Das englische Wort „skimp“ heißt „knausern“ oder „einsparen“ und bedeutet nicht, dass versteckt der Preis für ein Produkt steigt (wie bei der „Shrinkflation“), sondern dessen Qualität sinkt. Regelmäßig erhalten wir Beschwerden zu verschlechterten Rezepturen bei Lebensmitteln und Drogerieprodukten.

Aktuelle Fälle von Skimpflation

Dank zahlreicher Hinweise von Verbraucherinnen und Verbrauchern können wir regelmäßig Beispiele für Qualitätsverschlechterung bei Lebensmitteln aufdecken. Das sind einige der aktuell gemeldeten Produkte:

- In dem **Poté Rindergulasch von Netto** sind nur noch 32 statt 41 Prozent vorgegartes Rindfleisch. Zudem ist die Füllmenge von 540 Gramm auf 400 Gramm reduziert worden. Insgesamt sind nur noch 128 Gramm Rind enthalten, davor waren es 221 Gramm! Der Preis sinkt nur geringfügig um ca. fünf Prozent. Netto verweist auf ein bestmögliches Geschmackserlebnis und Kundenvorlieben. Die Studien dazu würden wir gerne sehen.
- Bei zwei **Getränkessirup-Sorten von Penny und Rewe (ja!)** ist der Fruchtgehalt von 60 auf 28 Prozent gesunken. Statt Frucht gibt es nun mehr Wasser in der Sirup-Flasche, die bloß noch fünf Liter Orangetränk liefert (zuvor waren es zwölf Liter). Trotz Senkung des Verkaufspreises ist das fertige Erfrischungsgetränk um 28 Prozent teurer.
- Bei fast allen Sorten der **Schogetten** gibt es jetzt „Aroma“ aus dem Labor statt echtem Vanilleextrakt. Für den Hersteller Ludwig Schokolade kein Hinderungsgrund,

die neuen Tafeln mit „Neue einzigartige Rezeptur“ zu bewerben. Die Zutaten bleiben die gleichen, nur minimale Unterschiede in der Nährwerttabelle: etwas weniger Fett, dafür etwas mehr Zucker. Die Werbung ist aus unserer Sicht wirklich dreist!

- In der **Capri-Sun Orange** sind nur noch 5 statt 7 Prozent Orangensaft. Das sind etwa zwei Teelöffel (!) O-Saft im normalen 200-Milliliter-Trinkbeutel. Insgesamt sinkt der Fruchtsaftgehalt in der Packung von 12 auf 10 Prozent. In erster Linie besteht das Getränk aus Wasser und Zucker.



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com

Fälle von Skimpflation dokumentiert

Bei der Skimpflation sparen Hersteller an den (oft teureren) wertgebenden Zutaten. Der Verdacht: Die Unternehmen möchten auf diese Weise Kosten einsparen – auch wenn sie ihren Kundinnen und Kunden, die dann schlechtere Produkte konsumieren, meist etwas anderes weismachen wollen.

Wir haben in den letzten Monaten zahlreiche Fälle von Skimpflation für Sie dokumentiert. Wann genau die Rezepturänderung stattgefunden hat, ist nicht immer klar. Wir dokumentieren in unserer Übersicht daher jeweils den Zeitpunkt der Verbraucherbeschwerden:

- Skimpflation: Produkte von schlechterer Qualität (Stand: 9. September 2024)



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com



© Verbraucherzentrale Hamburg und Canva.com

In welchem Ausmaß Skimpflation von Herstellern angewendet wird, ist uns nicht bekannt. Die Anzahl der Beschwerden von Verbraucherinnen und Verbrauchern dazu sind deutlich weniger häufig als zu Shrinkflation. Das ist aber auch nicht verwunderlich, weil diese Trickserie noch schwerer zu erkennen ist. Wir gehen aber davon aus, dass es eine hohe Dunkelziffer gibt. Zusätzlich sind wir der Meinung, dass Skimpflation nicht so attraktiv für Hersteller und Händler ist. Die Gewinnmarge lässt sich über reduzierte Packungsinhalte wohl deutlich besser steigern.

WIE KANN MAN SKIMPFLATION ERKENNEN?

Skimpflation zu erkennen, ist schwierig. Man muss alte und neue Zutatenlisten nebeneinander legen können, um die in der Regel schlechtere Produktqualität zu entlarven. Doch kein Mensch hebt alte Produkte auf oder kennt deren Rezepturen. Ein Hinweis wie „Neue Rezeptur“ auf der Verpackung kann ein Indiz für Skimpflation sein. Manchmal wird sogar eine „Verbesserte Rezeptur“ ausgelobt, obwohl sich die Produktqualität verschlechtert hat.

Beliebte Methode der Anbieter

Das Phänomen Skimpflation ist nicht gänzlich neu. Schon 2018 haben wir bei einem Vergleich bekannter Fertigteilebensmittel geringfügige bis gravierende

Verschlechterungen der Rezeptur festgestellt und sie in einer Übersicht zusammengefasst.

- Produktübersicht: So spart die Lebensmittelindustrie an wertvollen Zutaten
(Stand: 23. Februar 2018)

Anlass für den damaligen Produktcheck war die neue Rezeptur für den Schokoaufstrich Nutella, für den Hersteller Ferrero seit 2018 weniger Kakao und dafür mehr Magermilchpulver verwendet. Ein von uns beauftragtes Labor ermittelte in der alten Variante der Schokocreame einen Kakaoanteil von etwa 8,4 Prozent und im neuen Nutella nur noch rund 7,4 Prozent. Das Unternehmen Ferrero hielt sich bedeckt und sprach von einer „Feinjustierung“, ohne Aussagen über den tatsächlichen Kakaogehalt zu treffen.

Hinweis vom 12. April 2024: Wir haben am 11. April veröffentlicht, dass bei den **Königsberger Klopsen in Kapernsauce von Dreistern** der Anteil an Schweinefleisch im Gesamtprodukt von 28,4 Prozent auf 8,75 Prozent reduziert wurde. **Das ist nicht richtig.** Der Hersteller hat uns versichert, dass sich der Fleischanteil seines Produkts nicht verändert hat. Unsere Fehleinschätzung ist auf eine neue Art der Kennzeichnung zurückzuführen. Zum Hintergrund: In der Zutatenliste der alten Konservendose war der Fleischanteil mit „ (...) 40 % Klopse (71 % Schweinefleisch)“ auf dem Etikett angegeben. Auf dem neuen Etikett wird der Fleischanteil mit „35 % Klopse vorgegart (25 % Schweinefleisch, ...)“ gekennzeichnet. Beim alten Etikett bezog sich der Anteil an Schweinefleisch auf die Klopse (71 % im Klops), auf der neuen Zutatenliste bezieht er sich auf das gesamte Lebensmittel (25 %). Darüber hinaus wird der Anteil der Klopse in der alten Version für die Ausgangsrezeptur angegeben und beim aktuellen Produkt für den vorgegarten Zustand.

GUT ZU WISSEN

Jedes Jahr nehmen wir für unsere Marktchecks und Recherchen zu versteckten Preiserhöhungen Produkte der Lebensmittelindustrie genauer unter die Lupe. Das hat sich für diese Vergleiche als Glücksfall erwiesen. Denn die Packungen landen bei uns nicht einfach im Müll – wir heben sie auf, lagern sie ein und holen sie bei Bedarf wieder hervor.

Hersteller berufen sich auf „Wünsche“ der Kundschaft

Durch Skimpflation wollen Lebensmittelkonzerne meistens Rohstoffkosten einsparen, legen die Karten jedoch nicht offen auf den Tisch. Dabei sind die Produzenten oft um keine Ausrede verlegen, wenn sie Stellung zu einer Rezepturänderung nehmen sollen. Wie ein roter Faden zieht sich die Begründung durch die Firmenantworten, dass sie mit den Rezepturänderungen die Wünsche der Kundinnen und Kunden berücksichtigen würden. Einige Beispiele:

- „Wir berücksichtigen (...) die aktuellen Geschmackspräferenzen vieler Konsumenten, ...“
- „Die Rezeptur (...) haben wir im Rahmen regelmäßiger Rezepturvergleiche nur geringfügig angepasst. Diese Veränderung hatten wir im voraus mit einigen unserer Konsument:innen getestet, die keinen Unterschied in Geschmack oder Konsistenz unserer Produkte feststellen konnten. (...)“
- „Mit dieser Anpassung entsprechen wir dem Wunsch unserer Verbraucher nach einem weniger intensiven Schokoladengeschmack, ...“
- „Wir entwickeln unser Sortiment stetig weiter, um unseren Konsumenten Geschmackserlebnisse zu bieten, die mit dem Zeitgeist gehen.“
- „Die Änderungen sind (...) auf einen Wechsel beim Lizenznehmer zurückzuführen. Jedes Lebensmittelunternehmen bringt seine Expertise (...) mit ein, um den Verbrauchewünschen gerecht zu werden.“
- „Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Marke aktuell zu halten und den Bedürfnissen der Verbraucher zu entsprechen.“
- „Die optimierten Rezepturen wurden als geschmacklich ausgewogen bewertet, sodass wir uns zur Markteinführung entschlossen haben. (...)“

„Skimpflation“ in Verbindung mit „Shrinkflation“

Nicht selten geht „Skimpflation“ in Verbindung mit „Shrinkflation“ einher – also reduzierten Füllmengen bei gleichem Preis. So verbessern die Anbieter ihre Marge gleich doppelt: Sie sparen bei den Zutaten und verlangen obendrein mehr Geld pro 100 Gramm.

DANKE FÜR IHREN HINWEIS!

Insbesondere bei Hinweisen wie „verbesserte Rezeptur“ oder „Neue Rezeptur“ empfiehlt sich ein prüfender Blick auf die Zutatenliste. Bei diesen Lebensmitteln könnte sich die bisherige Produktqualität verschlechtert haben oder der Gehalt an wertgebenden Inhaltsstoffen verringert worden sein. Auch Mogelpackungen tragen hin und wieder solche Label. Haben Sie etwas entdeckt, wovon auch andere Verbraucherinnen und Verbraucher erfahren sollten, informieren Sie uns.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/skimpflation-lebensmittel-von-schlechterer-qualitaet>