



Verbraucherzentrale
Bundesverband

Shrink- und Skimpflation: Versteckte Preiserhöhung sichtbar machen

Mehr Transparenz bei Mogelpackungen

18. Dezember 2025

Inhalt

| | |
|--|-----------|
| I. Verbraucherrelevanz..... | 3 |
| II. Zusammenfassung..... | 4 |
| III. Verbrauchertäuschung: Versteckte Preiserhöhungen durch Shrink- und Skimpflation | 5 |
| 1. Was sind Mogelpackungen? | 5 |
| 1.1 Shrink- und Skimpflation | 5 |
| 1.2 Versteckte Preiserhöhungen aus Sicht der Verbraucher:innen..... | 6 |
| 2. Wie kann gegen Mogelpackungen rechtlich vorgegangen werden? | 7 |
| 2.1 Aktueller Stand der Rechtslage in Deutschland..... | 7 |
| 2.2 Verstöße zur Regulierung in Mitgliedstaaten der Europäischen Union | 8 |
| 2.3 Welche EU-Gesetzgebung könnte versteckte Preiserhöhung adressieren? | 9 |
| IV. Forderungen des vzbv..... | 11 |
| 1. Versteckte Preiserhöhungen vorübergehend durch Hinweisschilder kennzeichnen | 11 |
| 2. Eine Lösung zur Kennzeichnung von versteckten Preiserhöhungen in der Europäischen Union ermöglichen | 12 |
| 3. Regulierung von versteckten Preiserhöhungen durch die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken prüfen | 13 |
| Impressum | 14 |

I. Verbraucherrelevanz

Verbraucher:innen sind durch die weiterhin hohen Lebensmittelpreise übermäßig belastet. Fast ein Drittel der Verbraucher:innen machen sich aktuell Sorgen um ihre eigene wirtschaftliche Lage.¹ Seit dem Jahr 2020 sind Preise für Lebensmittel in Deutschland um über 36 Prozent gestiegen.² In einer Befragung im September 2025 stellte sich heraus, dass 26,6 Prozent der unter 50-Jährigen sich für alltägliche Kosten, wie Lebensmittel, in den letzten zwei Jahren Geld geliehen haben.³ Zusätzlich kommt es aber auch zu versteckten Preiserhöhungen, wenn im Müsli plötzlich weniger drin ist oder der Saft weniger Frucht und mehr Zucker enthält, es also zu einer Veränderung an der Inhaltsmenge oder Produktzusammensetzung kommt. Diese sind für Verbraucher:innen oft nur schwer zu erkennen. Oftmals stellen sie erst zu Hause fest, dass die Schokoladentafel jetzt weniger wiegt oder weniger Instantkaffeepulver in der Packung ist, das dafür aber mehr Aroma enthält, um die reduzierte Menge an Kaffee geschmacklich auszugleichen. Das ist für Verbraucher:innen doppelt ärgerlich: Nicht nur werden sie aktiv getäuscht. Die versteckten Preiserhöhungen sind auch eine weitere wirtschaftliche Belastung für Verbraucher:innen, die nun weniger Ware oder Qualität für ihr Geld bekommen.

¹ Boston Consulting Group: Deutsche Verbraucher zunehmend pessimistisch – Inflation und Politik drücken Stimmung, 2025, <https://www.bcg.com/press/10june2025-deutsche-verbraucher-zunehmend-pessimistisch-inflation-und-politik-drucken-die-stimmung>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

² Bundesamt für Statistik: Sondergliederungen, 2025, <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Verbraucherpreisindex/Tabellen/Verbraucherpreise-Sondergliederungen.html#242164>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

³ Schulden bei Verwandten: Alltag auf Pump – viele Bürger leihen Geld für Lebensmitteleinkäufe, 2025, <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/schulden-bei-verwandten-alltag-auf-pump--viele-leihen-geld-fur-lebensmitteleinkaufe-14322482.html>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

II. Zusammenfassung

Versteckte Preiserhöhungen in Form von Shrink- und Skimpflation sind ein Ärgernis für Verbraucher:innen. Sie finden diese Art der Preiserhöhung unfair. Langfristig können versteckte Preiserhöhungen das Vertrauen der Verbraucher:innen in die Lebensmittelindustrie schädigen. Die neue Bundesregierung hat in ihrem Koalitionsvertrag vom Frühjahr 2025 mehr Transparenz bei versteckten Preiserhöhungen versprochen.

Verbraucher:innen wünschen sich mehrheitlich einen Hinweis auf Anpassungen des Inhalts auf der Verpackung. Sowohl die nationale als auch europäische Rechtslage bietet keinen ausreichenden Schutz vor sogenannten Mogelpackungen. Zwar können versteckte Preiserhöhungen in Deutschland nachträglich durch langwierige Gerichtsprozesse kenntlich gemacht werden, aber bis dahin ist der wirtschaftliche Schaden und der Vertrauensverlust bei Verbraucher:innen bereits entstanden. Auf europäischer Ebene gehen verschiedene Länder unterschiedliche Wege zur Regulierung von Mogelpackungen. Während ein Hinweis am Supermarktregal in Frankreich, Ungarn und Rumänien rechtskonform ist, wurde eine Hinweispflicht auf der Verpackung in Italien durch die Europäische Kommission als Einschränkung des freien Binnenverkehrs betrachtet.

Um Verbraucher:innen nachhaltig zu schützen, fordert der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) die Bundesregierung dazu auf:

- versteckte Preiserhöhungen als vorübergehende Maßnahme durch Hinweisschilder zu kennzeichnen,
- eine Lösung zur Kennzeichnung von versteckten Preiserhöhungen in der Europäischen Union zu ermöglichen und
- die Regulierung von versteckten Preiserhöhungen durch die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken zu prüfen.

III. Verbrauchertäuschung: Versteckte Preiserhöhungen durch Shrink- und Skimpflation

1. Was sind Mogelpackungen?

1.1 Shrink- und Skimpflation

Weniger Müsli in der Verpackung oder Zuckerwasser statt Saft – Veränderungen an Gewicht oder in der Zutatenliste des Produkts sind für Verbraucher:innen beim eiligen Griff ins Regal beim Einkauf im Supermarkt kaum erkennbar. Versteckte Preiserhöhungen durch weniger Inhalt in einer Verpackung bei gleichem Preis führen zu einer Erhöhung des Grundpreises. Dies wird als „Shrinkflation“ bezeichnet und kann in verschiedener Form auftreten. Das Beispiel des geschrumpften Streichfetts „Sanella“ aus dem Jahr 2022, das von 500 Gramm auf 400 Gramm geschrumpft ist, ist weitläufig bekannt, aber viele Schrumpfungen sind unauffälliger. So ist in einem Tütengericht von Knorr im Mai 2025 zwar mehr Inhalt als früher, 167 Gramm anstatt 150 Gramm, aber gleichzeitig ist der Preis von 1,39 Euro auf 1,99 Euro gestiegen. Der Hersteller begründet den erhöhten Preis mit der erhöhten Menge und gibt beides mit 11 Prozent an. Tatsächlich ist der Grundpreis aber um 29 Prozent gestiegen. Noch verwirrender wird es, wenn der Verkaufspreis eines Produktes gesunken ist – zusammen mit der Inhaltsmenge. Befanden sich für 1,99 Euro noch 200 Gramm Bonbons in der Tüte von Schwyzer Kräuterli, sind es im Dezember 2024 für 1,39 Euro nur noch 75 Gramm. Eine Preiserhöhung von 86 Prozent, die nur den aufmerksamen Verbraucher:innen auffallen dürfte.⁴

Schwierig zu erkennen sind auch Veränderungen an der Zutatenzusammensetzung. Wenn in der Schokolade nur noch Aroma anstatt Vanilleextrakt enthalten ist, bedeutet dies eine wirtschaftliche Benachteiligung von Verbraucher:innen, denn sie bekommen minderwertigere Zutaten für denselben Preis. Bei dieser versteckten Preiserhöhung spricht man von „Skimpflation“.⁵

Skimpflation und Shrinkflation können auch gemeinsam auftreten: so wurde im April 2025 die Menge in Tüten von Instantpulver mit löslichem Kaffee von Jacobs Krönung von 18 auf 12 Gramm reduziert und Aroma hinzugefügt, um die verringerte Menge geschmacklich auszugleichen. Der Preis ist dabei von 2,69 auf 2,79 Euro gestiegen, die gesamte Preissteigerung durch die verringerte Menge beträgt 56 Prozent.⁶

Insbesondere bei Skimpflation, also einer potenziellen Verschlechterung von Zutaten, ist die monetäre Höhe versteckter Preissteigerung nur schwer zu berechnen. Auch sind diese Produkte im Supermarkt besonders schwierig zu erkennen. Shrinkflation wäre für Verbraucher:innen nur dann

⁴ Verbraucherzentrale Hamburg: Mogelpackungsliste/Shrinkflation, 2025, <https://www.vzh.de/mogelpackungsliste>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

⁵ Verbraucherzentrale Hamburg: Skimpflation: Lebensmittel von schlechterer Qualität, 2025, <https://www.vzh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/skimpflation-lebensmittel-von-schlechterer-qualitaet>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

⁶ Verbraucherzentrale Hamburg: Kaffeesticks von Jacobs: Das ist die Krönung!, 2025, <https://www.vzh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/kaffeesticks-von-jacobs-das-ist-die-kroenung>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

erkennbar, wenn der Grundpreis des neuen und alten Produktes gleichzeitig im Handel ausgezeichnet wäre, oder Verbraucher:innen müssten die Grundpreise aller Produkte auswendig kennen. Das ist jedoch realitätsfern. Für Skimpflation hat der Grundpreis hingegen gar keine Aussagekraft.

1.2 Versteckte Preiserhöhungen aus Sicht der Verbraucher:innen

Verbraucher:innen sind durch hohe Lebensmittelpreise im Alltag besonders belastet. Eine aktuelle Umfrage des vzbv hat ergeben, dass sich 44 Prozent der Befragten aufgrund der hohen Preise beim Kauf von gesunden Lebensmitteln einschränken. Bei Verbraucher:innen mit geringen Einkommen sind es sogar 68 Prozent.⁷ Umso schwerwiegender ist die Weitergabe von versteckten Preiserhöhungen, die Verbraucher:innen nur vereinzelt auffällt. Eine Verschlechterung der Zutaten oder eine Reduktion der Inhaltsmenge ist eine weitere Irreführung für Verbraucher:innen und eine Belastung des Geldbeutels. Verbraucher:innen mit geringen Einkommen, Familien des Mittelstands und Alleinerziehende sind besonders betroffen.

So haben 76 Prozent der Befragten einer Studie des Portals Lebensmittelklarheit angegeben, dass sie Preiserhöhungen durch verringerten Inhalt schnell übersehen und dass sie sich getäuscht fühlen.⁸ Wenn die Täuschung jedoch bekannt wird, kann dies für die Unternehmen nachhaltige Folgen haben: Verbraucher:innen geben an, dass sie nach Bekanntwerden von Shrinkflation eher auf Angebotsware zurückgreifen würden und bei Skimpflation sogar direkt auf andere Marken ausweichen.⁹ Für Unternehmen bergen versteckte Preiserhöhungen also die Gefahr eines langfristigen Vertrauensverlusts und des potenziellen Verlusts von Marktanteilen. Dabei empfinden Verbraucher:innen die Preiserhöhung oder auch die Reduktion der Inhaltsmenge nicht an sich als unfair, sondern den Vorgang des Versteckens. Eine direkte Preiserhöhung wird als fairer empfunden als die Täuschung durch eine Mogelpackung.¹⁰

Auch wünschen sich Verbraucher:innen bei einer Veränderung der Inhaltsmenge oder der Zutatenliste einen Hinweis auf der Verpackung. Über 80 Prozent der Befragten der genannten Studie des Projekts Lebensmittelklarheit empfinden sowohl bei Shrink- als auch bei Skimpflationen einen Hinweis als fair.¹¹ Verbraucher:innen haben ein berechtigtes Interesse, über die Veränderung am Produkt informiert zu werden. Die wirtschaftlichen Schwierigkeiten beim Lebensmitteleinkauf verdeutlichen einmal mehr, wie wichtig es für Verbraucher:innen ist, eine wohlinformierte und bewusste Entscheidung für Produkte treffen zu können. Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft

⁷ Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.: Ernährungspolitische Einstellungen und Verhalten: Ergebnisse und gutachterliche Einordnung einer internetrepräsentativen Verbraucherbefragung, 2025, S. 37, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2025-06/25-06-10_IFH_KOELN_Bericht_Ern%C3%A4hrungspolitische-Einstellungen-und-Verhaltensweisen_1.pdf, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

⁸ Zühlsdorf, A., Kühl, S., Schäfer, A., Spiller, A.: Shrink- und Skimpflation bei Lebensmitteln: Indirekte Preiserhöhungen aus Verbraucherperspektive – Chartbook, 2024, Folie 35, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-11/24-11-08_Chartbook%20verdeckte%20Preiserho%CC%88hungen.pdf, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

⁹ Zühlsdorf, A., Kühl, S., Schäfer, A., Spiller, A.: Shrink- und Skimpflation bei Lebensmitteln: Indirekte Preiserhöhungen aus Verbraucherperspektive – Chartbook, 2024, Folie 37, https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-11/24-11-08_Chartbook%20verdeckte%20Preiserho%CC%88hungen.pdf, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

¹⁰ Zühlsdorf, A., Kühl, S., Schäfer, A., Spiller, A.: Shrink- und Skimpflation bei Lebensmitteln: Indirekte Preiserhöhungen aus Verbraucherperspektive – Chartbook, 2024, Folie 30: https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-11/24-11-08_Chartbook%20verdeckte%20Preiserho%CC%88hungen.pdf, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

¹¹ Zühlsdorf, A., Kühl, S., Schäfer, A., Spiller, A.: Shrink- und Skimpflation bei Lebensmitteln: Indirekte Preiserhöhungen aus Verbraucherperspektive – Verbraucherstudie zur Preiswahrnehmung und Akzeptanz indirekter Preiserhöhungen, 2024, S. 11-12: https://www.vzbv.de/sites/default/files/2024-11/24-11-08_Ergebnisbericht%20indirekte%20Preiserho%C3%B6hungen%2020241108_Barrierefrei_final.pdf, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

scheuen sich davor, Preise für Produkte direkt zu erhöhen und dadurch preissensible Verbraucher:innen abzuschrecken. Die versteckte Weitergabe einer Preiserhöhung ist aber kein geeignetes Mittel, um Kosten zu sparen. Verbraucher:innen sollten transparent über Veränderungen an Inhaltsmenge oder Zusammensetzung informiert werden.

2. Wie kann gegen Mogelpackungen rechtlich vorgegangen werden?

2.1 Aktueller Stand der Rechtslage in Deutschland

Laut aktueller Gesetzgebung werden versteckte Preiserhöhungen nicht konkret reguliert, können aber je nach Charakter der versteckten Preiserhöhung unter Umständen geahndet werden. Mogelpackungen in Form von Shrink- und Skimpflation sind nach Ansicht des vzbv eine Verbrauchertäuschung. Sie müssen jedoch nach aktueller Rechtslage in Deutschland für jedes einzelne Produkt bewertet und beurteilt werden.

Verpackungen, die „in ihrer Gestaltung und Befüllung nach eine größere Füllmenge“ vortäuschen, fallen beispielsweise unter § 43 Absatz 2 des **Mess- und Eichgesetzes**.¹² Hier wird die Vortäuschung von einem suggerierten größeren Inhalt anhand der Form und Aufmachung der Verpackung thematisiert. Dies kann für einen Teil der Mogelpackungen zutreffen. Zumeist handelt es sich bei Mogelpackungen jedoch um Verpackungen, die gegenüber früher nur geringfügig oder überhaupt nicht verändert wurden, sodass Verbraucher:innen der Unterschied nicht anhand der Verpackung auffällt. Einsparungen in der Herstellung können auch als versteckte Preiserhöhungen aufgrund einer Verschlechterung der Zutatenzusammensetzung bei gleichem oder höherem Preis erfolgen. Die Aufmachung der Fertigverpackung wäre dabei kein entscheidender Faktor und das Mess- und Eichgesetz kein geeignetes Instrument.

Ein Verstoß gegen § 5 Absatz 1 des **Gesetzes gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG)** kann vorliegen, wenn es Verbraucher:innen aufgrund einer unveränderten Verpackung nicht möglich ist, eine geringere Inhaltsmenge und damit eine Veränderung des Grundpreises wahrzunehmen. Das UWG spricht dann davon, dass „zur Täuschung geeignete Angaben“ gemacht wurden, zum Beispiel bei Merkmalen der Ware in Bezug auf Menge oder Zusammensetzung.¹³ Bei den Urteilen zum UWG handelt es sich um Einzelfallentscheidungen, bei denen das Gericht die Einschätzungsfähigkeit eines „durchschnittlichen Verbrauchers“ zugrunde legt¹⁴. Solche gerichtlichen Unterlassungsverfahren können sich jedoch in die Länge ziehen und erst lange nach Einführung der Produktveränderung entschieden werden. So hat das Landgericht Hamburg erst im Jahr 2024 die oben beschriebene Reduzierung des Streichfetts Sanella von 500 Gramm auf 400 Gramm für irreführend befunden und geurteilt, dass es eines klaren Hinweises für Verbraucher:innen für drei Monate bedurft hätte.¹⁵ Dieser Prozess dauerte also fast zwei Jahre. Noch länger und durch

¹² Deutscher Bundestag: Gesetz über das Inverkehrbringen und die Bereitstellung von Messgeräten auf dem Markt, ihre Verwendung und Eichung sowie über Fertigpackungen (Mess- und Eichgesetz – MessEG): § 43 Anforderungen an Fertigpackungen, https://www.gesetze-im-internet.de/messeg/_43.html, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

¹³ Deutscher Bundestag: Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG): § 5 Irreführende gesellschaftliche Handlungen, https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/_5.html, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

¹⁴ Eine rechtliche Definition des durchschnittlichen Verbrauchers findet sich im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb: § 3 (4) Verbot unlauterer gesellschaftlicher Handlungen. https://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/_3.html, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

¹⁵ Verbraucherzentrale Hamburg: Klage gegen Mogelpackung Sanella gewonnen, 2024, <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/klage-gegen-mogelpackung-sanella-gewonnen>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

mehrere Instanzen hat die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg von 2021 bis 2024 klagen müssen, um die Irreführung durch ein Duschgel von L'Oréal nachzuweisen.¹⁶

Für Verbraucher:innen hat die nachträgliche Beanstandung in der Praxis keine Relevanz mehr, da sie die Produkte seitdem vielfach gekauft haben könnten. Hier müssen präventive, nachhaltige und verbraucherfreundliche Lösungen geschaffen werden.

Die Bundesregierung hatte im Jahr 2023 in einem Eckpunktepapier angekündigt, Mogelpackungen mit geringerem Inhalt bei gleicher Verpackung zu verbieten.¹⁷ Dieses Vorgehen hätte der Novellierung der **Verpackungsverordnung** der Europäischen Kommission vorgegriffen. In dieser sollen ab 2030 Verpackungsgrößen auf das zur „Funktionsfähigkeit erforderliche Mindestmaß“ reduziert werden (Art. 10 (1) VerpackungsV).¹⁸ Dieses Vorgehen dient jedoch eher dem Umweltaspekt der Reduzierung von Verpackungsmüll als tatsächlich der Adressierung eines strukturellen Problems durch versteckte Preiserhöhungen. Es erfasst außerdem nur eine Form von Shrinkflation und deckt damit weder alle Varianten der Irreführung ab noch kann es eine Lösung für Skimpflation finden. Diese Anpassung in der Verpackungsverordnung ist demnach nicht geeignet, Mogelpackungen gegenüber Verbraucher:innen zufriedenstellend zu regulieren.

2.2 Vorstöße zur Regulierung in Mitgliedstaaten der Europäischen Union

Mogelpackungen werden durch Lebensmittelhersteller produziert, die in der gesamten Europäischen Union ihre Produkte in den Umlauf bringen können. Deswegen ist es wichtig, eine gesamteuropäische Lösung für den gemeinsamen Binnenmarkt zu finden. Einige Länder haben bereits Schritte zu Regulierung ergriffen.

Im März und Juli 2024 haben Ungarn¹⁹ und Frankreich²⁰ bei neuen Produkten mit Shrinkflation die Pflicht eines Hinweisschildes am Supermarktregal eingeführt. Die Pflicht liegt hier jeweils beim individuellen Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft. Seit Oktober 2024 gibt es auch in Rumänien die Pflicht für ein Hinweisschild, mit dem Verbraucher:innen über die veränderte Inhaltsmenge eines Produkts informiert werden müssen.²¹ Ungarn hat außerdem eine Onlinedatenbank für Shrinkflation-Fälle eingerichtet, sodass Verbraucher:innen bereits gemeldete und bestätigte Produkte einsehen können. Angesiedelt ist dies am Food Chain Safety Office (Nébih), einer

¹⁶ Verbraucherzentrale Baden-Württemberg: Bundesgerichtshof gibt Verbraucherzentrale Recht, 2024, <https://www.verbraucherzentrale-bawue.de/pressemeldungen/vertraege-reklamation/bundesgerichtshof-gibt-verbraucherzentrale-recht-95837>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

¹⁷ Bundesministerium für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUKN): 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 28.11.2025

¹⁸ Europäische Union: Verordnung (EU) 2025/40 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Dezember 2024 über Verpackungen und Verpackungsabfälle, zur Änderung der Verordnung (EU) 2019/1020 und der Richtlinie (EU) 2019/904 sowie zur Aufhebung der Richtlinie 94/62/EG, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:32025R0040>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

¹⁹ Fiscal Solutions: Understanding Hungary's anti-shrinkflation decree for grocery retailers, 2024, <https://www.fiscal-requirements.com/news/2973>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

²⁰ Ministère de L'Économie des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique: 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 28.11.2025

²¹ CM Law-Now: Romania fights „shrinkflation“ by requiring traders to inform consumers of reduced product weight/volume, 2024, <https://cms-lawnow.com/en/alerts/2024/09/romania-fights-shrinkflation-by-requiring-traders-to-inform-consumers-of-reduced-product-weight-volume>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

staatlichen Behörde.²² In Frankreich hatte die Maßnahme den positiven Effekt, dass einzelne Lebensmitteleinzelhändler bei Mogelpackungen bereits vor dem Aufstellen im Supermarktregal mit den Herstellern ins Gespräch gegangen sind, um die Preise entsprechend anzupassen.²³ In diesem Fall hatten die Schilder am Regal also eine positive Wirkung. Diese Methode schließt jedoch Skimpflation aus und konzentriert sich auf die Erhöhung des Grundpreises im Verhältnis zum Gewicht.

Italien verpflichtet Lebensmittelhersteller seit dem Frühjahr 2025, mit einem Hinweis auf der Verpackung auf die Gewichtsreduzierung bei Shrinkflation aufmerksam zu machen. Adressaten sind Hersteller, die bei italienischen Händlern Produkte an Verbraucher:innen weitergeben. Der Hinweis muss im Hauptsichtfeld der Verpackung oder auf einem Klebetikett für sechs Monate angebracht werden und die folgende Information enthalten: „Diese Verpackung enthält X (Einheit) weniger von dem Produkt als die vorherige Menge.“²⁴

Sowohl die Hinweisschilder am Regal als auch auf der Verpackung wurden beim Technical Regulation Information System (TRIS) der Europäischen Union vorab angemeldet. Während Frankreich ohne Widerspruch die Verordnung zur Kennzeichnung einführen konnte, kommentierte die Europäische Kommission Italiens Vorgehen detailliert. In der Grundaussage beanstandete sie die vage Beschreibung über das Verfahren zur Kennzeichnung mit einem Warnhinweis und die mögliche Behinderung des freien Warenverkehrs im Binnenmarkt aufgrund der zusätzlichen Kosten in der Produktion der Verpackung. Die Kommission erkennt in ihrer Kommentierung die Notwendigkeit einer Kennzeichnung im Sinne des Verbraucherschutzes zwar an, fordert jedoch eine ausführliche Erklärung von Italien, warum eine Kennzeichnung am Supermarktregal nicht ausreiche, und bemängelt darüber hinaus die Verpflichtung zur Angabe der Reduzierung in Prozenten. Laut Kommission habe Italien keinen ausreichenden Nachweis für die Verhältnismäßigkeit der Maßnahme vorgelegt.²⁵ Die italienische Verordnung zur Kennzeichnung trat am 8. April 2025 in Kraft. Die Europäische Kommission hat daraufhin ein Vertragsverletzungsverfahren eingeleitet.²⁶ Sowohl Frankreich als auch Italien und Rumänien haben ihre Verordnungen auf nationale Verbraucherschutzgesetze gestützt.

2.3 Welche EU-Gesetzgebung könnte versteckte Preiserhöhung adressieren?

Neben nationalen Regelungen gibt es auch auf EU-Ebene verschiedene Verordnungen und Gesetze, die im Sinne des Verbraucherschutzes bei versteckten Preiserhöhungen greifen könnten.

Grundsätzlich werden alle Informationen auf der Verpackung durch die 2011 in Kraft getretene **Lebensmittelinformationsverordnung** (LMIV) geregelt ((EU) Nr. 1169/2011). Hier wird spezifisch festgelegt, welche Informationen für Verbraucher:innen verpflichtend bereitgestellt werden

²² Cee Legal Matters: Navigating Shrinkflation: Hungary Leads the Way in Shrinkflation Regulation, 2025, <https://ceelelegalmatters.com/dla-piper/30055-navigating-shrinkflation-hungary-leads-the-way-in-shrinkflation-regulation>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

²³ Euronews: „Shrinkflation“ stickers come into force in French supermarkets, 2024, <https://www.euronews.com/business/2024/07/03/shrinkflation-stickers-come-into-force-in-french-supermarkets>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

²⁴ Europäische Kommission: Mitteilung der Kommission – TRIS/(2025) 1062, <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/26345/message/111578/DE>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

²⁵ Europäische Kommission: Notification: 2024/0560/1535, <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/26345>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

²⁶ Europäische Kommission: Vertragsverletzungsverfahren im März: wichtigste Beschlüsse, 2025, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/inf_25_503, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

müssen. Mögliche Anknüpfungspunkte für versteckte Preiserhöhungen finden sich gleich in mehreren Artikeln der Verordnung: Artikel 4 (2) beschreibt, dass verpflichtende Informationen diejenigen sind, bei der die Mehrheit der Verbraucher:innen den Bedarf und Nutzen an der Information sieht, und Artikel 7 (a) legt fest, dass Informationen in Bezug auf Menge oder Zusammensetzung nicht irreführend sein dürfen. Artikel 39 (b) erlaubt einzelstaatliche „zusätzliche Angaben“, wenn diese durch den Verbraucherschutz gerechtfertigt sind. Die Problematik der versteckten Preiserhöhung könnte demnach hier eine unionsrechtliche Anknüpfung finden.

Erwägungsgrund 49 der LMIV besagt jedoch klar, dass speziell zu den harmonisierten Aspekten der Verordnung nur dann einzelstaatliche Vorschriften erlassen werden dürfen, wenn diese gemäß Unionsrecht zulässig sind. Zu nicht-harmonisierten Aspekten dürfen einzelstaatliche Maßnahmen nur ergriffen werden, wenn von der LMIV betroffene Waren nicht im freien Verkehr unterbunden, behindert oder eingeschränkt werden. Damit sind alle technischen Regulierungen gemeint, die nicht spezifisch in der LMIV aufgezählt sind.²⁷

Das Verbot der Irreführung von Verbraucher:innen im UWG beruht auf der europäischen **Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL)**, in der verbotene Praktiken des Verbraucherschutzes gegen unlautere Geschäftspraktiken geregelt sind.²⁸ Artikel 7 beschreibt die Irreführung durch Unterlassung, also das Vorenthalten von Informationen.²⁹ Der ehemalige Kommissar für Justiz und Verbraucherschutz, Didier Reynders, hat Verbraucher:innen im Jahr 2023 aufgerufen, auf dieser Rechtsgrundlage Mogelpackungen bei nationalen Behörden zu melden.³⁰

Daneben regelt der **Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV)** den freien Warenverkehr im Binnenmarkt. Artikel 34 und 35 sehen ein Verbot der „mengenmäßigen Ein- und Ausfuhrbeschränkung“ und Maßnahmen „gleicher Wirkung“ zwischen Mitgliedstaaten vor.³¹ Der AEUV greift in Fällen, in denen es keine harmonisierte Verordnung für die Maßnahme gibt, zum Beispiel wenn es sich um eine einzelstaatliche Maßnahme handelt, die nicht durch eine Gesetzgebung abgestimmt ist. Dadurch soll verhindert werden, dass diese nicht-harmonisierten, einzelstaatlichen Maßnahmen den freien Warenverkehr im Binnenmarkt beeinträchtigen. Entscheidend ist hierbei auch, dass es sich bei den betreffenden Maßnahmen um staatlich verpflichtende Maßnahmen handelt. Bei dem Vorstoß Italiens zur Regulierung von Shrinkflation soll es laut Kommission zu unverhältnismäßigen Kosten in der Produktion kommen, die nur für Italien gelten würden. Lebensmittelhersteller müssten für die sechs Monate des verpflichtenden Hinweises Verpackungen oder Etiketten entwerfen und hätten damit einen finanziellen Nachteil gegenüber Wettbewerbern in anderen Ländern, in denen sie dies nicht tun müssten. Die European Organisation for Packaging and the Environment (EUROPEN) schätzt die Kosten pro

²⁷ Europäische Kommission: Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 betreffend die Informationen der Verbraucher über Lebensmittel, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32011R1169&qid=1761652813135>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

²⁸ Europäische Kommission: Unfair commercial practices directive, https://commission.europa.eu/law/law-topic/consumer-protection-law/unfair-commercial-practices-and-price-indication/unfair-commercial-practices-directive_en, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

²⁹ Europäische Kommission: Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32005L0029&qid=1761652935041>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

³⁰ EuroConsumers: The Masked Price: how shrinkflation hurts consumer choice, 2023, <https://www.euroconsumers.org/the-masked-price-how-shrinkflation-hurts-consumer-choice-3>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

³¹ Europäische Kommission: Mitteilung der Kommission: Leitfaden zu den Artikeln 34–36 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV), 2021, [eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC0323\(03\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC0323(03)), zuletzt abgerufen am 28.11.2025

Verpackungsveränderung auf 1.000 bis 2.000 Euro.³² Demgegenüber steht in Artikel 36 der AEUV, der Ausnahmen für den Verbraucherschutz und damit eine Beschränkung des freien Warenverkehrs in Kauf nimmt, wenn diese „zwingend erforderlich sind.“ Der EuGH hat den Verbraucherschutz als „zwingendes Erfordernis“ anerkannt, das eine Beschränkung des Warenverkehrs rechtfertigen könnte, sieht diesen im Fall Italiens aber nicht als gegeben an, weil eine Kennzeichnung auf der Verpackung im Gegensatz zum Regal unverhältnismäßig wäre.³³ Österreich hat außerdem beanstandet, dass Italiens Vorhaben mit Artikel 101 (1) und (3) des AEUV nicht vereinbar sind, welche das Auferlegen von Bedingungen für Handelspartner und vertikale Vereinbarungen verbietet.^{34, 35}

IV. Forderungen des vzbv

1. Versteckte Preiserhöhungen vorübergehend durch Hinweisschilder kennzeichnen

Luftverpackungen oder Täuschung durch Irreführung, Hinweisschilder am Regal oder auf der Verpackung: Die Lösungsmöglichkeiten für versteckte Preiserhöhungen sind genauso vielfältig wie die Problemfelder und haben verschiedene Vor- und Nachteile. Hinter den unterschiedlichen Vorgehensweisen verbergen sich oft unterschiedliche Möglichkeiten, Rechtsprechungen über Mogelpackungen auszulegen und anzuwenden. Es bedarf einer allgemeingültigen Lösung, die für alle Handelspartner in der Europäischen Union rechtskräftig ist. Da einer solchen Lösung ein längerer Prozess vorausgeht, sollte die Bundesregierung eine Übergangslösung für Verbraucher:innen etablieren, um ihrem Versprechen im Koalitionsvertrag nach mehr Transparenz bei versteckten Preiserhöhungen nachkommen zu können.

Die Beispiele in Frankreich, Ungarn und Rumänien zeigen, dass eine nationale Regelung zu einem Hinweisschild am Supermarktregal oder „in unmittelbarer Nähe“ des Produkts mit dem aktuellen EU-Recht vereinbar ist. Die Maßnahme ist unkompliziert umzusetzen, bürokratiearm und benötigt lediglich die Kooperation und Absprache zwischen Lebensmittelhersteller und -händler. Auf dem Hinweisschild sollte klar erkennbar abzulesen sein, was sich am Produkt geändert hat, also ob es sich um eine Änderung der Inhaltsmenge im Verhältnis zum Grundpreis oder um eine Veränderung der Rezeptur handelt.

³² Europäische Kommission: Notification: 2024/0560/1535, <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/26345>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

³³ Europäische Kommission: Notification: 2024/0560/IT, <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/26345/message/111575/DE>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

³⁴ Europäische Union: Konsolidierte Fassung des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:12008E101>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

³⁵ Europäische Union: Verordnung (EU) 2022/720 der Kommission über die Anwendung des Artikels 101 Absatz 3, des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union auf Gruppen von vertikalen Vereinbarungen und abgestimmten Verhaltensweisen, 2024, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:02022R0720-20240211>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

Eine solche nationale Regelung sollte aber nur als kurzfristige Maßnahme umgesetzt werden, bis eine gesamteuropäische Lösung gefunden ist. Langfristig sollten Verbraucher:innen durch einen Hinweis auf der Verpackung informiert werden, sodass sie sich auch zu Hause noch über die Änderung informieren können.

Die Bundesregierung muss als Übergangslösung Lebensmitteleinzelhändler verpflichten, mit einem Hinweisschild am Regal oder in unmittelbarer Nähe des Produkts über versteckte Preiserhöhung zu informieren. Dies kann als temporäre Maßnahme im Sinne des Verbraucherschutzes gerechtfertigt sein. Die Bundesregierung darf mit einer Maßnahme nicht warten, bis das Vorhaben den Gesetzgebungsprozess der Europäischen Union durchlaufen hat, sondern muss Verbraucher:innen schon jetzt vor der Verbrauchertäuschung durch Mogelpackungen schützen.

2. Eine Lösung zur Kennzeichnung von versteckten Preiserhöhungen in der Europäischen Union ermöglichen

Um die von versteckten Preiserhöhungen betroffenen Produkte auch fernab des Supermarktregals bewerten zu können, darf ein Hinweisschild im Lebensmitteleinzelhandel nur eine Übergangslösung sein. Deswegen ist es wichtig, dass Mogelpackungen mit einem verpflichtenden Hinweis auf der Verpackung kenntlich gemacht werden. So können Verbraucher:innen auf einen Blick erkennen, ob sich an Produkten etwas verändert hat. Gleichzeitig kann ein Hinweis einen präventiven Effekt haben und verpflichtet Lebensmittelhersteller zu mehr Transparenz. Durch die verpflichtende Transparenz und aufgrund möglicher negativer Auswirkungen auf ihre Marke könnten Lebensmittelhersteller davon absehen, Preiserhöhungen versteckt an Verbraucher:innen weiterzugeben. Rechtlich muss geklärt werden, ob ein Warnhinweis direkt auf dem Produkt mit geltendem EU-Recht vereinbar ist. Sollte die aktuelle Rechtsprechung keine Möglichkeit für mehr Transparenz bei versteckten Preiserhöhungen geben, könnte eine Änderung in der Lebensmittelinformationsverordnung erwogen werden. In dieser werden Angaben auf den Produktetiketten von Lebensmitteln reguliert und sie gesteht einzelstaatliche Maßnahmen im Sinne des Verbraucherschutzes grundsätzlich zu.

Die Lebensmittelinformationsverordnung steht einer veränderten Ernährungsweise und neuen Herausforderungen in der Lebensmittelwirtschaft gegenüber. Um eine zeitgemäße und flexible Anwendung der europäischen Rechtsprechung möglich zu machen, könnte die Lebensmittelinformationsverordnung auf mögliche Änderungen und deren Folgen überprüft werden. Neben der Möglichkeit zur Kennzeichnung von versteckten Preiserhöhungen könnten weitere Anpassungen aufgrund aktueller Entwicklungen notwendig sein.

Im Fall von Italiens Vorhaben zum Hinweis auf der Lebensmittelverpackung hat sich die Europäische Kommission auf den AEUV gestützt, die den freien Warenverkehr regelt. Artikel 34 verbietet mengenmäßige Einfuhrbeschränkungen zwischen Mitgliedsstaaten, aber Artikel 36 beschreibt Ausnahmen, um diese Beschränkung im Binnenmarkt zuzulassen.³⁶ Die Kommission

³⁶ Europäische Kommission: Mitteilung der Kommission: Leitfaden zu den Artikeln 34-36 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV), 2021, [eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC0323\(03\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021XC0323(03)), zuletzt abgerufen am 28.11.2025

merkt an, dass Verbraucherschutz zwar als „zwingendes Erfordernis“ einen Eingriff in den freien Warenverkehr rechtfertigen kann, die Maßnahme aber angemessen und verhältnismäßig sein muss. Bei einem Etikett oder Hinweis auf der Verpackung sieht die Kommission dies im Antrag Italiens als nicht ausreichend begründet.³⁷

Die Europäische Kommission muss eine verbraucherfreundliche, angemessene und verhältnismäßige Regulierung ausarbeiten, um versteckte Preiserhöhungen langfristig zu adressieren.

Die Bundesregierung muss sich auf EU-Ebene für eine EU-weit einheitliche Lösung einsetzen. Die Europäische Union muss eine fundierte und gerechtfertigte Erklärung der Verhältnismäßigkeit und Angemessenheit zur Regulierung von versteckten Preiserhöhungen durch einen Hinweis auf der Verpackung finden, um diese für Verbraucher:innen sichtbar machen zu können. Dadurch kann eine Behinderung des freien Warenverkehrs im Binnenmarkt vermieden und eine gemeinschaftliche und praktikable Regelung gefunden werden. Auf dem Hinweis sollte vermerkt sein, dass sich der Inhalt des Produkts um X Einheiten reduziert hat. Bei Skimpflation muss erkennbar sein, dass sich die Rezeptur verändert hat („Mit veränderter Rezeptur: XX statt YY“). Der europäische Gesetzgeber sollte bei Bedarf die Lebensmittelinformationsverordnung so anpassen, dass einzelstaatliche Maßnahmen zur Kennzeichnung auf der Verpackung von versteckten Preiserhöhungen möglich sind. Nur mit einer rechtlichen Grundlage besteht keine Gefahr, den freien Warenverkehr des Binnenmarktes einzuschränken und eine reibungslose Umsetzung zum Schutz der Verbraucher:innen zu gewährleisten.

3. Regulierung von versteckten Preiserhöhungen durch die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken prüfen

Darüber hinaus sollte die Europäische Kommission prüfen, ob versteckte Preiserhöhungen nicht nur durch einzelstaatliche, sondern durch eine gemeinschaftliche Regulierung weiter begrenzt werden sollten. Mit einer Anpassung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL) könnten neue Bedingungen aufgrund der zunehmenden Praxis von versteckten Preiserhöhungen im Verbraucherschutz adressiert werden.

Die Europäische Kommission hat im Zuge eines „Digital Fairness Fitness Checks“ im Sommer 2024 unter anderem die UGP-RL untersucht.³⁸ Neben den identifizierten Maßnahmen im digitalen Raum hat der EU-Kommissar für Demokratie, Justiz, Rechtsstaatlichkeit und Verbraucherschutz, Michael McGrath, Shrink- und Skimpflation bei seiner Anhörung vor dem Europäischen Parlament als Problem benannt, das bei anstehenden Reformen im Verbraucherrecht zu berücksichtigen wäre.³⁹

³⁷ Europäische Kommission: Notification: 2024/0560/IT, <https://technical-regulation-information-system.ec.europa.eu/en/notification/26345>, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

³⁸ Review of EU consumer law: Digital Fairness Acts, 2024, https://commission.europa.eu/law/law-topic/consumer-protection-law/review-eu-consumer-law_en, zuletzt abgerufen am 28.11.2025

³⁹ Europäische Kommission: Hearing of Michael McGrath: Commissioner-Designate (Democracy, Justice and the Rule of Law), 2024, S. 31, https://hearings.elections.europa.eu/documents/mcgrath/mcgrath_verbatimreporthearing-original.pdf, zuletzt abgerufen am 30.11.2025

Die Europäische Kommission sollte prüfen, inwieweit die UGP-RL in Bezug auf die Praxis von Shrink- und Skimpflation weiter konkretisiert und beschränkt werden kann. Im Gegensatz zu einer Änderung der LMIV, die einzelstaatlichen Maßnahmen in Form einer Kennzeichnung zulassen könnte, würde es sich um eine EU-weite Regelung handeln, die gleichermaßen Anwendung in allen EU-Mitgliedstaaten finden könnte. Für Verbraucher:innen würde dies bedeuten, dass sie gegen versteckte Preiserhöhungen besser geschützt sind.

Die Bundesregierung muss sich auf europäischer Ebene für eine Prüfung der UGP-RL in Bezug auf Shrink- und Skimpflation einsetzen. Eine Konkretisierung des Artikels 5 der Irreführung durch Unterlassung bei versteckten Preiserhöhungen sollte formuliert werden, sodass Rechtssicherheit für Verbraucher:innen, aber auch Mitglieder der Lebensmittelwertschöpfungskette besteht.

Impressum

Herausgegeben von:

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

T +49 30 25800-0

Team Lebensmittel

lebensmittel@vzbv.de

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