



Kandidat Nr. 4:

Milka Alpenmilch von Mondelez

foodwatch-Kritik:

Die ‚Milka Alpenmilch‘ ist ein dreistes Beispiel für Shrinkflation. Mondelez hat den Packungsinhalt von 100 g auf 90 g verringert – und kurz vorher den Preis von 1,49 Euro auf 1,99 Euro erhöht. Eine Preiserhöhung von 48 Prozent für die Verbraucher:innen!

Was wird versprochen?

- ‚Milka Alpenmilch‘ wirbt mit zartem Schmelz, lila Kühen und Heimatgefühl.¹

Was steckt drin?

- Während Design und Tafelbreite unverändert bleiben, sinkt die Höhe der Tafel und somit der Inhalt der ‚Milka Alpenmilch‘ um 10 Prozent – bei gleichbleibender Verpackungsgröße. Der Preis stieg Anfang 2025 von 1,49 Euro auf 1,99 Euro pro Tafel.² Die Rezeptur der Schokolade bleibt unverändert – mit weiterhin viel Zucker und Fett.
- Die Verpackungsgröße und das Gewicht des Verpackungsmaterials haben sich nicht an den verringerten Inhalt der ‚Milka Alpenmilch‘ angepasst, sondern bleiben unverändert.

Warum ist das eine Irreführung der Verbraucher:innen?

- Verbraucher:innen fällt die versteckte Preiserhöhung kaum auf. Die Tafel wirkt genauso groß wie früher – ist aber 10 Prozent leichter. Die Preiserhöhung ist also de facto noch höher als der ohnehin schon gestiegene Verkaufspreis auf den ersten Blick zeigt. Die Verbraucherzentrale Hamburg hat die Schokolade zur Mogelpackung des Monats Februar 2025 gekürt. Aktuell sind acht weitere Sorten von einer Füllmengenreduktion betroffen.³
- Ein klarer, deutlicher Hinweis auf die veränderte Menge fehlt. Auf der Vorderseite steht klein die neue Grammatur von „90 g“, welche aber häufig von Kartonlaschen im Regal verdeckt wird. Die Abschaffung der einst verbindlichen Standard-Füllmengen (z. B. 100 g für Schokolade) erschweren den Preisvergleich deutlich.⁴
- Mondelez begründet die Preiserhöhungen mit gestiegenen Kakaopreisen und Produktionskosten – doch dass diese einen so

Zutaten: Zucker, Kakaobutter, Kakaomasse, Magermilchpulver, Süßmolkenpulver (aus Milch), Buttereinfett, Emulgator (Sojalecithine), Haselnussmasse, Aroma

Nährwerte je 100 g:

Energie 2251 kJ / 539 kcal
Fett 31 g
davon gesättigte Fettsäuren 19 g
Kohlenhydrate 57 g
davon Zucker 55 g
Ballaststoffe 2,3 g
Eiweiß 6,5 g
Salz 0,28 g

Verkaufspreis im Einzelhandel:

100 g für 1,49 Euro
90 g für 1,99 Euro

¹ <https://www.milka.de/produkte/milka-alpenmilch-90g/>, abgerufen am 05.05.2025

² <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/gierflation-sind-die-preiserhoehungen-bei-milka-co-gerechtfertigt/100116244.html>, abgerufen am 05.05.2025

³ <https://www.vzh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/milka-die-teuerste-versuchung>, abgerufen am 05.05.2025

⁴ <https://www.din.de/resource/blob/65424/d8750aac25569d616d039e1a44a046f8/2012-03-01-studie-des-din-vr-groessenvielfalt-von-fertigpackungen-data.pdf>, abgerufen am 05.05.2025

immensen Preisanstieg rechtfertigen, ist zweifelhaft: Großkonzerne wie Mondelez sichern sich Kakao meist langfristig und profitieren laut eigenem Finanzbericht sogar von „niedrigeren Herstellungskosten“.^{5,6} Trotz vorübergehender Rückgänge in Europa stieg der Unternehmensgewinn seit 2021 um 25 Prozent.⁷ Während Schokolade laut Statistischem Bundesamt zwischen Anfang 2024 und Januar 2025 nur rund 8 Prozent teurer wurde,⁸ erhöhte Mondelez die Preise für Milka-Tafeln um bis zu 64 Prozent.⁹ Der Verdacht auf sogenannte Gierflation liegt zumindest nahe.^{10,11} Gierflation bezeichnet das übermäßige Erhöhen von Preisen durch Unternehmen zur Gewinnsteigerung über gestiegene Kosten hinaus.

- Laut einem Bericht des Handelsblatts, lautet die Preisstrategie des Unternehmens sinngemäß: Kostensteigerungen bei Kakao werden auch in Zukunft zu Preissteigerungen führen, Kostensenkungen bei Kakao erhöhen den Gewinn des Unternehmens.¹² Steigende Kosten zahlen also Verbraucher:innen, sinkende Kosten steckt sich Mondelez in die Tasche – fair geht anders!¹³

Welche Strategie der Lebensmittelindustrie steckt dahinter?

- Die Lebensmittelindustrie setzt vermehrt auf die Strategie Shrinkflation:¹⁴ Weniger Inhalt bei gleichbleibender Verpackungsgröße. Der Preis am Regal bleibt bestehen, teilweise werden die Preise sogar gleichzeitig erhöht.¹⁵ Für viele Verbraucher:innen bleibt die so versteckte Preiserhöhung unbemerkt. Steigende Rohstoffkosten werden weitergegeben, sinkende dagegen oft nicht – so steigen die Gewinne zulasten der Verbraucher:innen.

⁵ <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/milka-die-teuerste-versuchung>, abgerufen am 05.05.2025

⁶ Vgl. S. 56 https://www.mondelezinternational.com/assets/PDFs/MONDELEZ-INTERNATIONAL-INC_10K_2024.pdf, abgerufen am 05.05.2025

⁷ <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/gierflation-sind-die-preiserhoehungen-bei-milka-co-gerechtfertigt/100116244.html>, abgerufen am 05.05.2025

⁸ <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Verbraucherpreisindex/Tabellen/sonderauswertung-nahrungsmittel.html>, abgerufen am 05.05.2025

⁹ <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/milka-die-teuerste-versuchung>, abgerufen am 05.05.2025

¹⁰ https://www.verbraucherzentrale.de/sites/default/files/2024-08/23-10-11_teurer-einkaufskorb-was-tun.pdf, abgerufen am 05.05.2025

¹¹ Vgl. Schwache Kakao-Ernte in Ghana und Elfenbeinküste durch klimatische Veränderungen <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/verbraucher/kakao-schokolade-rekordpreise-100.html>, abgerufen am 05.05.2025

¹² Vgl. Mondelez-Finanzchef Luca Zaramella „Wenn der Kakaopreis hoch bleibt, würden wir die Preise wohl schrittweise anheben. Wenn das Preisniveau von Kakao anfängt zu sinken, dürften unsere Erträge höher ausfallen“ in <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/gierflation-sind-die-preiserhoehungen-bei-milka-co-gerechtfertigt/100116244.html>, abgerufen am 05.05.2025

¹³ „Mondelez übertrifft Gewinnerwartungen“ aus Lebensmittelzeitung vom 02.05.2025, Ausgabe 18, S. 12 <https://emag.lebensmittelzeitung.net/titles/lebensmittelzeitung/3497/publications/879/pages/12>, abgerufen am 06.05.2025

¹⁴ <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/jede-menge-mogelpackungen-weniger-drin-preis-gleich>, abgerufen am 05.05.2025

¹⁵ <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-jahres/tuc-bake-rolls-von-mondelez-sind-mogelpackung-des-jahres-2023>, abgerufen am 05.05.2025

Wie teuer ist der Schwindel?

- Nach Preiserhöhung und Schrumpfen der Höhe der Schokoladentafel zahlen Verbraucher:innen 48 Prozent mehr für die ‚Milka Alpenmilch‘. Der Grundpreis von ‚Milka Alpenmilch‘ beträgt 22,11 Euro pro Kilogramm. Schokoladen der Supermarkt-Eigenmarken oder vom Discounter sind für unter 10 Euro pro Kilogramm erhältlich.¹⁶

Was muss sich ändern?

- Hersteller Mondelez muss bei der ‚Milka Alpenmilch‘ und weiteren betroffenen Sorten einen klaren, deutlichen Hinweis auf die Preiserhöhung auf die Verpackungsvorderseite bringen, um Transparenz für Verbraucher:innen zu schaffen. Zudem sollte die Verpackung auch sichtbar kleiner werden, wie schon 2023 vom Bundesumweltministerium vorgeschlagen.¹⁷
- Wenn Hersteller den Inhalt von Produkten schrumpfen, den Preis jedoch beibehalten oder sogar erhöhen, sollten sie dies klar kennzeichnen müssen.¹⁸ In Frankreich gilt seit Juli 2024 eine Kennzeichnungspflicht im Supermarkt in unmittelbarer Nähe zum betroffenen Produkt.¹⁹

¹⁶ <https://www.aldi-nord.de/produkt/alpenmilchschokolade-3947-0-0.article.html> <https://www.rewe.de/produkte/ja-alpenvollmilch-schokolade-100g/6790143>, abgerufen am 05.05.2025

¹⁷

https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Abfallwirtschaft/weniger_verpackungsmuell_eckpunkte_bf.pdf, abgerufen am 05.05.2025

¹⁸ <https://www.foodwatch.org/de/shrinkflation-verbraucherzentrale-hamburg-und-foodwatch-fordern-kennzeichnung-von-versteckten-preiserhoehungen>, abgerufen am 05.05.2025

¹⁹ <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/>, abgerufen am 05.05.2025