

Aldi schockt Kunden: Waffelblättchen jetzt 100 Prozent teurer!

Aldi Nord verkauft jetzt Biscotto Waffelblättchen mit halbem Inhalt zum gleichen Preis. Preissteigerung von 100 % sorgt für Kritik.

In einem unerwarteten Zug sorgt Aldi Nord für Aufregung unter seinen Kunden. Ein beliebtes Produkt, die Biscotto Waffelblättchen, hat sich über Nacht drastisch verteuert, ohne dass der Preis tatsächlich geändert wurde. Dies hat die Verbraucherzentrale Hamburg auf die Liste der „Mogelpackungen des Monats“ gesetzt.

Die Biscotto Waffelblättchen, die in den Geschmacksrichtungen Zartbitter und Vollmilch angeboten werden, kamen bisher in einer 200-Gramm-Packung für 1,99 Euro. Nun findet man lediglich 100 Gramm der gleichen Leckerei zum gleichen Preis – ein Anstieg des Preises um sagenhafte 100 Prozent. Diese Taktik, bekannt als „Verpackungsmanipulation“, hat bei Verbrauchern Besorgnis ausgelöst.

Unerwartete Preiserhöhung durch Mengenreduktion

Die Verbraucher müssen also nun für die gleiche Menge Geld doppelt so viel zahlen, auch wenn der Preis auf den ersten Blick gleich bleibt. Nach Berichten der Verbraucherzentrale handelt es sich nicht um eine Sonderaktion zur Preisreduzierung, sondern vielmehr um eine geschickte, wenn auch irreführende, Strategien, um Kunden an den Supermarkteinkauf zu binden. Trotz der Rabattbezeichnungen bleibt die Preissteigerung für die

Konsumenten deutlich spürbar.

Zudem gibt es Berichte über einen Pudding aus einem klassischen Supermarkt, dessen neues Design die Preiserhöhung um 21 Prozent maskiert. Solche Taktiken sind nicht neu, aber die kontinuierliche Nutzung dieser Methoden sorgt für Unmut unter den Kunden.

Verteidigung durch Aldi

Auf Nachfrage erklärte Aldi seine Entscheidung, die Biscotto Waffelblättchen in der neuen, kleineren Verpackung anzubieten, mit den steigenden Kosten für Kakao. Der Discounter betont, dass ihre Waffeln zu 82 Prozent aus Schokolade bestehen, und beschreibt die Erhöhung als unvermeidlich angesichts der stark gestiegenen Rohstoffpreise.

Die Verbraucherzentrale Hamburg betont, dass derartige Preiserhöhungen, insbesondere bei Discountern, selten sind. In den 20 Jahren der Mogelpackungsliste sind Preisanstiege in dieser Form fast unbekannt. Dies könnte ein alarmierendes Zeichen für die Konsumenten sein, da es darauf hindeutet, dass nicht nur Markenprodukte von Preissteigerungen betroffen sind, sondern auch Discounter Produkte.

Kunden sind aufgefordert, bei zukünftigen Käufen aufmerksam zu sein und sich der Preisstrukturen bewusst zu werden, um nicht in die Falle von „Mogelpackungen“ zu tappen. Diese Entwicklungen führen dazu, dass Verbraucher beim Einkauf in Supermärkten vermehrt Fragen stellen müssen.

Details

Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](https://www.die-nachrichten.at)