

Milka Alpenmilch: Dreiste Mogelpackung zum Goldenen Windbeutel gekürt!

Milka Alpenmilch wird 2025 als dreisteste Mogelpackung ausgezeichnet. Foodwatch kritisiert versteckte Preiserhöhungen und Shrinkflation.



Österreich - Die „Alpenmilch“-Schokolade von Milka, ein Produkt des Unternehmens Mondelez, hat bei einer Online-Abstimmung von Foodwatch den Schmähpriis „Goldener Windbeutel 2025“ gewonnen. Mit 34 Prozent der abgegebenen Stimmen wurde sie zur „dreitesten Werbelüge des Jahres“ gewählt. Die Auszeichnung zielt darauf ab, Verbrauchertäuschung zu kennzeichnen, und hat für großen Wirbel in der Öffentlichkeit gesorgt. Die Preiserhöhung der Schokolade von 1,49 Euro auf 1,99 Euro wird von Foodwatch als klassische Beispiel für die Praxis der Shrinkflation angeführt.

Shrinkflation, ein Begriff zur Beschreibung versteckter Preiserhöhungen durch Mengenreduktion, ist ein zunehmendes

Problem in der Lebensmittelindustrie. Die Tafeln Milka Alpenmilch wurden von 100 Gramm auf 90 Gramm reduziert, was einer Preiserhöhung von 48 Prozent entspricht. Laut **ö24** sind solche Branchenpraktiken keineswegs zu vernachlässigen, da Verbraucher häufiger mit versteckten Preiserhöhungen konfrontiert werden.

Kritik an Preiserhöhungen

Foodwatch kritisierte das Unternehmen scharf für eine unzureichende Kennzeichnung der Mengenveränderung auf der Verpackung. Obwohl die neue Gewichtsanzeige vorhanden ist, wird kritisiert, dass sie oft in den Verkaufsregalen verdeckt oder schwer lesbar ist. Dabei sei es notwendig, solche Änderungen transparent zu kommunizieren, anstatt sie in die Kategorie „New Size“ zu stellen, wie es häufig bei anderen Produkten der Fall ist.

Rebekka Siegmann von Foodwatch äußerte sich besorgt über die versteckten Preiserhöhungen in der Lebensmittelbranche, die auch durch das Statistische Bundesamt gestützt werden. Während die Schokoladenpreise insgesamt um acht Prozent stiegen, habe Mondelez die eigenen Preise um bis zu 64 Prozent angehoben, was von den Verbraucherschützern als unangemessen erachtet wird.

Weitere Kandidaten für den Goldenen Windbeutel

In der diesjährigen Abstimmung wurden insgesamt mehr als 58.000 Stimmen abgegeben. Die Schokoladentafel von Milka belegte unangefochten den ersten Platz. Platz zwei ging an einen norwegischen Räucherlachs von Fish Tales, der mit Tierschutzverstößen in Verbindung gebracht wurde und auf 21,1 Prozent der Stimmen kam. Den dritten Platz erreichte die „Menstru Chocbar“ von Innonature mit 17,8 Prozent.

Platzierung	Produkt	Unternehmen	Stimmenteil
1	Milka Alpenmilch	Mondelez	34 %
2	Atlantischer norwegischer Räucherlachs	Fish Tales	21,1 %
3	Menstru Chocbar	Innonature	17,8 %
4	Rama Margarine	Flora Food Group	15 %
5	Dirtea Glow	Dirtea GmbH	12,1 %

Der Goldene Windbeutel wird zum 14. Mal vergeben und ist ein wichtiges Zeichen im Kampf gegen Etikettenschwindel. Verbraucher müssen über solche Praktiken informiert werden, um besser entscheiden zu können. Die fortschreitende Praxis der Shrinkflation und die damit verbundenen versteckten Preiserhöhungen tragen dazu bei, dass immer mehr Kunden ihr Vertrauen in die Lebensmittelindustrie verlieren. Dies wird nicht nur durch die Abstimmung über den Goldenen Windbeutel deutlich, sondern auch durch einen Anstieg an Beschwerden bei Verbraucherschützern in den letzten Jahren.

Für immer mehr Verbraucher wird es wichtiger, sich aktiv gegen solche unfairen Preisanpassungen zu wehren und auf Transparenz in der Produktkennzeichnung zu bestehen. Die Entwicklungen rund um die Milka Alpenmilch sind hierbei ein dominantes Beispiel, wie notwendig eine kritische Betrachtung des Verbraucherschutzes in der heutigen Zeit ist.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none"> • www.oe24.at • www.t-online.de • www.tagesschau.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at