

## **Antrag**

**der Abgeordneten Ina Latendorf, Luigi Pantisano, Doris Achelwilm, Marcel Bauer, Lorenz Gösta Beutin, Violetta Bock, Jorrit Bosch, Anne-Mieke Bremer, Clara Bünger, Dr. Fabian Fahl, Katrin Fey, Katalin Gennburg, Christian Görke, Dr. Gregor Gysi, Mareike Hermeier, Luke Hoß, Ferat Koçak, Jan Köstering, Caren Lay, Sonja Lemke, Sahra Mirow, Bodo Ramelow, David Schliesing, Lisa Schubert, Aaron Valent, Donata Vogtschmidt, Sascha Wagner, Christin Willnat und der Fraktion Die Linke**

### **Verbrauchertäuschung durch versteckte Preiserhöhungen bei Lebensmitteln beenden und die Umwelt vor Verpackungsmüll schützen**

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

In den letzten vier Jahren sind die Preise für Nahrungsmittel in Deutschland um durchschnittlich 36 Prozent gestiegen (<https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Verbraucherpreisindex/Tabellen/sonderauswertung-nahrungsmittel.html>). Hinzu kommen Preisanstiege durch die Hintertür, indem Preiserhöhungen über sogenannte Mogelverpackungen versteckt werden, zum Teil über 70 Prozent in vier Jahren (<https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/gar-nicht-funny-funny-frisch-erdnuss-flippies-sind-mogelpackung-des-monats>). Über diese Methode werden die Gewinne der Lebensmittelkonzerne, Finanzinvestoren und Supermärkte zusätzlich maximiert, ohne dass dies durch höhere Kosten für Energie, Rohstoffe und Arbeitskosten gerechtfertigt werden könnte (so genannte Übergewinne bzw. Gierflation).

Versteckte Preiserhöhungen sind für Verbraucherinnen und Verbraucher kaum erkennbar, da Supermärkte, Discounter und Lebensmittelhersteller verschiedene irreführende Methoden nutzen, um die Preissprünge zu verstecken, zum Beispiel durch so genannte Shrinkflation (weniger Inhalt bei gleichgroßer Verpackung und gleichem Preis), vermeintlich günstige Sammelpackungen, ständige wechselnde Füllmengen oder so genannte Skimpflation (Austausch von wertgebenden zu billigeren Inhaltsstoffen bei gleichem Preis) (<https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/die-12-beliebtesten-tricks-um-hoehere-preise-raffiniert-zu-verstecken>). Die Nutzung dieser täuschenden Methoden hat seit 2022 erheblich zugenommen, und die Preiserhöhungen durch so genannte Mogelpackungen übertreffen bei weitem die Inflationsrate (<https://www.vzhh.de/presse/shrinkflation-versteckte-preiserhoehungen-auf-rekordniveau>).

Diese Verbrauchertäuschungen sind möglich, weil die Unternehmen die unklare Rechtslage zum Beispiel im Mess- und Eichrecht oder dem Gesetz gegen unlau-

teren Wettbewerb ausnutzen. Haben Verbraucherverbände nach Jahren vor Gericht einen Erfolg erstritten, ist dieser zeitlich schon wieder hinfällig wie ein Urteil des Landgerichtes Hamburg zeigt, in dem eine Irreführung mit einer sogenannten Mogelpackung beim Streichfett „Sanella“ festgestellt wurde, aber ein diesbezüglicher Hinweis nur die ersten drei Monate nach Änderung der Verpackung als notwendig erachtet ([https://www.vzhh.de/sites/default/files/medien/136/dokumente/2024-02-13\\_Urteil\\_Mogelpackung-Sanella-Upfield\\_LG-Hamburg\\_406\\_HKO\\_121-22.pdf](https://www.vzhh.de/sites/default/files/medien/136/dokumente/2024-02-13_Urteil_Mogelpackung-Sanella-Upfield_LG-Hamburg_406_HKO_121-22.pdf)).

Diese Verbrauchertäuschung ist besonders für Menschen mit geringen Einkommen hoch problematisch, denn die „Mogelpackungen“ werden zunehmend auch von Discountern bei ihren früher preiswerteren Eigenmarken genutzt (<https://www.foodwatch.org/de/preissprung-bei-aldi-lidl-rewe-co-eigenmarken-verteuern-sich-deutlich-staerker-als-markenprodukte>). Damit wird Ernährungsarmut weiter Vorschub geleistet ([https://www.verbraucherzentrale.nrw/sites/default/files/2024-03/pospap-lm-preise\\_vznrw.pdf](https://www.verbraucherzentrale.nrw/sites/default/files/2024-03/pospap-lm-preise_vznrw.pdf)). Denn die Eigenmarken beim Discounter kaufen oft Menschen, die beim Einkauf besonders auf Preise achten müssen, weil sie bei einem Haushaltsnettoeinkommen bis 1.250 Euro monatlich fast 20 Prozent ihres Einkommens für Nahrungsmittel ausgeben müssen (<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Konsumausgaben-Lebenshaltungskosten/Tabelle/liste-monatlichen-haushalts-nettoeinkommen.html#115398>).

Unnötige Verpackungen sind auch ökologisch ein Desaster, da sie jährlich 3 Millionen Mülltonnen à 240 Liter Abfall verursachen (<https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/drei-millionen-muelltonnen-weniger-moeglich>). Allein mit der geringeren Füllmenge für 1000 Tonnen Streichfett der Marke „Sanella“ wurden eine halbe Million Plastikbecher mehr benötigt (<https://www.vzhh.de/presse/verbraucherzentrale-hamburg-klagt-erfolgreich-gegen-mogelpackung-sanella>). Darüber hinaus betreiben einige Unternehmen dabei noch Greenwashing, indem sie bei minimaler Verpackungsreduktion aber erheblich gesunkenem Inhalt mit „geringerer Umweltbelastung“ werben.

Die im Juni 2023 von der vorherigen Regierung angekündigte Novelle des Verpackungsgesetzes, die ein Verbot der Verringerung der Füllmenge bei gleichbleibender Verpackungsgröße vorsehen soll, liegt bis heute nicht vor. Die am 11. Februar 2025 in Kraft getretene EU-Verpackungsverordnung (PPWR, (EU) 2025/40), die zukünftig „Mogelverpackungen“ aufgrund einer langen Übergangsfrist erst ab 12. Februar 2029 beschränken soll, ist zudem nicht ausreichend. Es muss aber jetzt gehandelt werden. So führte Frankreich zum 1. Juli 2024 eine Kennzeichnungspflicht für Supermärkte und Discounter ein, mit einem orangefarbenen Etikett am Regal darüber zu informieren, wenn sich Produktgröße und Volumen bzw. Menge eines Artikels ändern.

- II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf, unverzüglich einen Gesetzentwurf vorzulegen, der folgendes beinhaltet:
  1. Produktpackungen für Lebensmittel müssen wie bei Mehl und Zucker prinzipiell voll befüllt sein, und nur in Ausnahmefällen darf ein technisch notwendiger Luftraum erlaubt sein. Bei reduzierten Füllmengen müssen auch die Produktpackungen entsprechend kleiner werden.
  2. Der Lebensmitteleinzelhandel wird verpflichtet, am Angebotsregal darüber zu informieren, dass sich Produktgröße und Volumen bzw. Menge eines Artikels in den letzten sechs Monaten geändert haben.

3. Eine Preisbeobachtungsstelle für die Lebensmittelwertschöpfungskette in Deutschland wird eingerichtet, die auch versteckte Preiserhöhungen bei Lebensmitteln überwacht und regulierend eingreifen kann.
  4. Das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) und Mess- und Eichgesetz werden nachgeschärft, indem alle Formen von versteckten Preiserhöhungen als verbrauchertäuschend bzw. -irreführend verboten werden. Durch versteckte Preiserhöhungen unlauter erlangte Vorteilsgewinne der Unternehmen sollen durch Gerichte, die Preisbeobachtungsstelle und zugelassene Verbraucherverbände abgeschöpft werden können und als so genannte Streuschäden in einen Fonds fließen, der der Finanzierung der Verbraucherschutzarbeit dient.
- III. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf, sich auf EU-Ebene dafür einzusetzen, dass europaweit einheitlich auf der Verpackung eines Lebensmittels darüber informiert werden muss, wenn sich Produktgröße und Volumen bzw. Menge eines Artikels in den letzten sechs Monaten geändert haben.

Berlin, den 9. September 2025

**Heidi Reichinnek, Sören Pellmann und Fraktion**

*Vorabfassung - wird durch die lektorierte Fassung ersetzt.*