

Versteckte Preiserhöhungen

(Schlagworte: Prozentrechnung, Klasse 7, Verbraucher)

Beispiel: Fencheltee von ALDI Nord



Größe	altes Produkt	neues Produkt
Preis	1,49 €	1,19 €

Arbeitsaufträge:

1. Sammle in der Tabelle die Angaben zum Fencheltee.
2. Vergleiche die Preise und Inhalte des neuen und alten Fencheltees von ALDI. (in Zahlen und in Prozent).
3. Hat sich auch die Packung geändert?
4. Schmeckt der Tee genauso gut wie früher?
5. Beurteile die Preispolitik von ALDI.

Diese versteckten Preiserhöhungen nennt man „Shrinkflation“. Das Wort setzt sich aus dem englischen Wort „shrink“ für „schrumpfen“ und „Inflation“ zusammen. „Der Inhalt schrumpft, der Preis nicht: Immer häufiger verteuern Anbieter Produkte, indem sie in weitgehend gewohnter Verpackung weniger Inhalt verkaufen. Beispiele der Verbraucherzentrale Hamburg und der Stiftung Warentest zeigen, wie stark diese Masche Produkte verteuert“ (Verbraucherzentrale Hamburg: Pressemitteilung vom 29. August 2023).

Versteckte Preiserhöhungen

(Schlagworte: Prozentrechnung, Klasse 7, Verbraucher)

Beispiel: Oreo Stieleis



© Verbraucherzentrale Hamburg

Größe	altes Produkt	neues Produkt
Preis	3,99 €	3,99 €

Arbeitsaufträge:

1. Sammle in der Tabelle die Angaben zum Eis am Stiel.
2. Vergleiche die Preise und Inhalte des neuen und alten Angebotes. (in Zahlen und in Prozent).
3. Hat sich auch die Packung geändert?
4. Beurteile die Preispolitik.

Diese versteckten Preiserhöhungen nennt man „Shrinkflation“. Das Wort setzt sich aus dem englischen Wort „shrink“ für „schrumpfen“ und „Inflation“ zusammen. „Der Inhalt schrumpft, der Preis nicht: Immer häufiger verteuern Anbieter Produkte, indem sie in weitgehend gewohnter Verpackung weniger Inhalt verkaufen. Beispiele der Verbraucherzentrale Hamburg und der Stiftung Warentest zeigen, wie stark diese Masche Produkte verteuert“ (Verbraucherzentrale Hamburg: Pressemitteilung vom 29. August 2023).

Lehrerhinweise, Links und Lösungen

Ob unsere Schülerinnen und Schüler Fencheltee trinken, bezweifeln auch wir, aber ALDI hat bei diesem Produkt so viel geändert: den Preis gesenkt, aber genauso die Zahl und die Füllmenge der Aufgussbeutel. Dadurch finden sich viele Möglichkeiten die Preiserhöhung zu berechnen und im Vorbeigehen die Tricks der Branche kennenzulernen. Darum gleichberechtigt das zweite Beispiel mit dem Oriol-Eis am Stiel.

Dieses Arbeitsblatt bietet Varianten:

Eine davon ist es, sich nur die Grafiken von der Seite <https://www.vzhh.de/mogelpackungsliste> herunter zu kopieren, wie in unserem Arbeitsblatt die Prozentangabe zu verbergen und die entsprechende Tabelle zu ergänzen. Aufgabenstellungen können in Gruppen erarbeitet und berechnet werden.

Aus diesem Arbeitsblatt kann auch ein Dauerprojekt über versteckte Preiserhöhungen bei Lieblingsprodukten der Schüler*innen entstehen.

Bei ALDI kannst du auch „Gutbio Früchtetee“ und „Gutbio Kräutertee“ kaufen. Bei diesen Tees hat Aldi Nord ebenfalls die Füllmengen reduziert. Bisher enthielten 25 Teebeutel insgesamt 62,5 Gramm bzw. 50 Gramm Tee. Der Preis betrug für jede Teesorte 1,49 €. Jetzt sind es bei beiden Teesorten nur noch 40 Gramm in 20 Teebeuteln mit derselben Preisentwicklung wie beim Fencheltee (vorher 1,49, jetzt 1,19 €).

Hinweise auf andere versteckte Preiserhöhungen

„Das Kakaopulver Suchard Express schrumpft von 500 auf 400 Gramm – und ist damit 25 Prozent teurer. Das Duschgel Duschdas Sport hat weniger Inhalt und wird gleichzeitig teurer – plus 22 Prozent“. Die Mogelpackung des Monats September 2023 der Verbraucherzentrale Hamburg ist die Mundspülung „Listerine“ von Johnson & Johnson. Sie ist mit einer „doppelten“ Preiserhöhung um mehr als 33 Prozent teurer geworden.

„Verbraucherinnen und Verbraucher haben die Tuc Bake Rolls zur »Mogelpackung des Jahres 2023« gekürt. Mehr als die Hälfte der abgegebenen Stimmen gingen an das Produkt von Mondelez.

Durch einen raffinierten Markenwechsel von 7days zu Tuc, der mit einer Schrumpfung der Füllmenge von 250 auf 150 Gramm einhergeht bei gleichzeitig höherem Verkaufspreis ist der Snackartikel im letzten Jahr um 127 Prozent teurer geworden.



(Quelle:

<https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-jahres/tuc-bake-rolls-von-mondelez-sind-mogelpackung-des-jahres-2023>)

Linkliste:

Der gesamte Bericht mit weiteren Shrinkflation-Beispielen und Tipps für Verbraucherinnen und Verbraucher findet sich in der Zeitschrift „test“ (September 2023) und unter: www.test.de/shrinkflation.

Grundlage des ABdM sind:

<https://www.vzhh.de/presse/shrinkflation-versteckte-preiserhoehungen-auf-rekordniveau>

„Mogelpackung des Monats“ der Verbraucherzentrale Hamburg: www.vzhh.de/mogelpackung-des-monats

Die „Mogelpackung des Jahres“ mit allen Kandidaten und Ergebnissen:

<https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-jahres/tuc-bake-rolls-von-mondelez-sind-mogelpackung-des-jahres-2023>)

Eine Liste der beschriebenen Mogelpackungen und versteckten Preiserhöhungen (Hamburger Verbraucherzentrale) <https://www.vzhh.de/mogelpackungsliste> (bebildert und tabellarischer Preisvergleich, Stellungnahmen der Hersteller).

Lösungen:

Beispiel: Fencheltee von ALDI Nord

1) *Sammele in der Tabelle die Angaben zum Fencheltee.*

Größe	altes Produkt	neues Produkt
Preis	1,49 €	1,19 €
Packungsinhalt	75 g	40 g
Zahl der Aufgussbeutel	25	20
Gewicht eines Aufgussbeutels	3 g	2 g

2) *Vergleiche die Preise und Inhalte des neuen und alten Fencheltees von ALDI. (in Zahlen und in Prozent).*

alter Preis: 1,49 € neuer Preis: 1,19 €

$$1,49 \text{ €} - 1,19 \text{ €} = 0,30 \text{ €}$$

$$p\% : 100 = 1,19 \text{ €} : 1,49 \text{ €}$$

$$p\% = \frac{1,19 \text{ €} \cdot 100}{1,49 \text{ €}} = 79,9\%$$

Der Preis ist um 0,30 € gesunken und beträgt nur noch ca. 80% des alten Preises.

alter Packungsinhalt: 75 g neuer Packungsinhalt 40 g

$$75 \text{ g} - 40 \text{ g} = 35 \text{ g}$$

$$p\% : 100 = 40 \text{ g} : 75 \text{ g}$$

$$p\% = \frac{40 \text{ g} \cdot 100}{75 \text{ g}} = 53,3\%$$

Der Packungsinhalt ist um 35 g gesunken und enthält nur noch ca. 53% der alten Packung.

Zahl der Aufgussbeutel alt: 25 Beutel neu: 20 Beutel

$$25 \text{ Beutel} - 20 \text{ Beutel} = 5 \text{ Beutel}$$

$$p\% : 100 = 20 : 25$$

$$p\% = \frac{20 \cdot 100}{25} = 80\%$$

In der neuen Packung sind 5 Aufgussbeutel weniger und sie enthält nur noch 80% der alten Packung.

Preis eines Aufgussbeutels alt: 25 Beutel für 1,49 €

$$1,49 \text{ €} : 25 = 0,059 \text{ €} \approx 6 \text{ ct}$$

neu: 20 Beutel für 1,19 €

$$1,19 \text{ €} : 20 = 0,059 \text{ €} \approx 6 \text{ ct}$$

Der Preis für einen Aufgussbeutel hat sich nicht verändert.

Preis für 1 g Fencheltee; alt: 75 g kosten 1,49 €

$$1,49 \text{ €} : 75 = 0,019 \text{ €} \approx 2 \text{ ct}$$

neu: 40 g kosten 1,19 €

$$1,19 \text{ €} : 40 = 0,029 \text{ €} \approx 3 \text{ ct}$$

$$p\% : 100 = 2 \text{ ct} : 3 \text{ ct}$$

$$p\% = \frac{3 \text{ ct} \cdot 100}{2 \text{ ct}} = 150\%$$

Der Preis für 1 g Fencheltee hat sich von 2 ct auf 3 ct verändert und ist um 50% gestiegen.

3) *Hat sich auch die Packung geändert?*

Die Packung ist schmaler aber höher geworden. Nach Auskunft von ALDI ist jetzt jeder Aufgussbeutel zum Schutz des Aromas einzeln verpackt.

4) *Schmeckt der Tee genauso gut wie früher?*

5) *Beurteile die Preispolitik von ALDI.*

Beispiel: Oreo-Eis am Stiel

1. *Sammele in der Tabelle die Angaben zum Eis am Stiel.*

Größe	altes Produkt	neues Produkt
Preis	3,99 €	3,99 €
Füllmenge	440 ml	270 ml
Anzahl der Stieleise	4 Stück	3 Stück

2. *Vergleiche die Preise und Inhalte des neuen und alten Angebotes. (in Zahlen und in Prozent).*

alter Preis: 3,99 € neuer Preis: 3,99 €

Der Preis ist gleichgeblieben.

alte Füllmenge: 440 ml

neue Füllmenge 270 ml

$$440 \text{ ml} - 270 \text{ ml} = 170 \text{ ml}$$

$$p\% : 100 = 270 : 440$$

$$p\% = \frac{270 \cdot 100}{440} = 61,4\%$$

Die Füllmenge ist um 170 ml gesunken und enthält nur noch ca. 61% der alten Packung.

Zahl der Stieleise alt: 4 Eise neu: 3 Eise

$$p\% : 100 = 3 \text{ Eise} : 4 \text{ Eise}$$

$$p\% = \frac{3 \text{ Eise} \cdot 100}{4 \text{ Eise}} = 75\%$$

In der neuen Packung ist 1 Eis weniger und enthält nur noch 75% der alten Packung.

Preis eines Stieleises alt: 4 Eise für 3,99 €

$$3,99 \text{ €} : 4 = 0,998 \text{ €} \approx 1 \text{ €}$$

neu: 3 Eise für 3,99 €

$$3,99 \text{ €} : 3 \approx 1,33 \text{ €}$$

$$1,33 \text{ €} - 1,00 \text{ €} = 0,33 \text{ €}$$

$$p\% : 100 = 1,33 \text{ €} : 1,00 \text{ €}$$

$$p\% = \frac{1,33 \text{ €} \cdot 100}{1,00 \text{ €}} = 133\%$$

Der Preis für ein Eis hat sich um 33 ct oder 33% erhöht.

Preis für 100 ml Eis alt: 440 ml kosten 3,99 €

$$3,99 \text{ €} : 4,40 = 0,906 \text{ €} \approx 0,91 \text{ €}$$

neu: 270 ml kosten 3,99 €

$$3,99 \text{ €} : 2,7 = 1,477 \text{ €} \approx 1,48 \text{ €}$$

$$p\% : 100 = 1,48 : 0,91$$

$$p\% = \frac{1,48 \cdot 100}{0,91} = 162,6\%$$

Der Preis für 100 ml Oreo-Eis am Stiel hat sich von 91 ct auf 1,48 € erhöht und ist um ca. 63% gestiegen.

3. *Hat sich auch die Packung geändert?*

Die Packung ist jetzt quadratisch.

4. *Beurteile die Preispolitik.*