



Ressort: Special interest

Die neue RAMA Margarine - Leichter als sonst 15.08.2022

Hamburg, 15.08.2022 [ENA]

Wir haben es schon ein Dutzend Mal erlebt. Im Laufe der Jahre werden die Produktverpackungen immer mal mit aktuellen Motiven, neuen Öffnungsmechanismen oder umweltfreundlichem Material ausgestattet. Soweit in Ordnung. Lohnsteigerungen und veränderte Rohstoffpreisen sind häufig der Grund.

Doch damit sind auch die legitimen Veränderungen so gut wie erschöpft. Findige Hersteller sind seit Jahren dazu übergegangen, geschickt sogenannte Mogelpackungen auf den Markt zu bringen. Die haben 2 Aufgaben: Es dem Kunden möglichst schwer zu machen, den Vergleichspreis, der seit Jahren am Preisschild stehen muß, wirklich zu vergleichen. Was früher 250 g, 500g, 750g oder so ähnlich war, ist heute 375g, 425g oder was so alles die Hersteller entwickeln. Und damit auch die Bürger, die rechnen können, Vergleichsschwierigkeiten haben, werden Packungsgrößen mal verändert, mal aber auch nicht, das heisst weniger Inhalt aber gleiche Größe.

Es gibt sogar inzwischen Verpackungen, die sind größer als die früheren Verpackungen, haben aber weniger Inhalt. Alles Trickserei, natürlich erfinden die Hersteller immer Gründe, warum das so ist. Den wahren Grund, mehr Kasse machen und dem Kunden vorgaukeln, er stehe sich nicht schlechter, gibt keiner wirklich zu. Mehr Luftigkeit, optimale Packungsgröße und bla bla bla. In diesem Bereich hat sich die Verbraucherzentrale Hamburg seit langer Zeit einen Namen gemacht, dort werden inzwischen Dutzende, fast Hunderte von Produkten demaskiert, die in irgendeiner Weise mindestens im Verdacht stehen, den Käufer täuschen zu wollen. Sehr übersichtlich und strukturiert.

Und ein besonders aktueller Fall, über den ich hier berichten möchte, weil das Produkt millionenfach verkauft wird in Deutschland, ist die bekannte Margarine RAMA. RAMA gibt es so seit 1924 auf dem Markt in Deutschland und Österreich, später kam die Schweiz dazu. Bis 2018 vom Konzern Unilever als Marke vertrieben (Hier werden Marken wie Knorr, Lipton und Langnese vertrieben, um ein paar weit verbreitete zu nennen) ist RAMA seit 2018 eine Marke der Upfield Holdings B.V. aus Amsterdam, die auch in Deutschland, Hamburg, eine Zweigniederlassung hat. Marken von der Upfield Holdings sind so bekannte wie Flora, Becel und Lätta, um nur einige zu nennen. Wir konzentrieren uns aber heute auf RAMA.

Seit Februar 2022 gibt es teilweise extreme Preissteigerungen auch bei Lebensmittel, was auch bei RAMA nicht vorbei gegangen ist. Wo vor dem Februar 2022 noch ein Preis von 1.79 – 1.89 Euro gestanden hat,

**Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service

geben die Prospekte plötzlich einen Preis von 2.19 Euro an, den es vorher nie gegeben hat. Damit begründen die Prospektführer Aldi, Kaufland, Penny, Netto und Co. die Werbepreisdarstellung über 1 Euro, neue Werbepreise bis zu 1.49 Euro keine Seltenheit, 99 Cent ade, was noch vor wenigen Wochen möglich war. Was viele Bürger nicht wissen und auch noch nicht gemerkt haben:

RAMA verschwindet für einige Zeit aus den Prospekten, um dann heute, gültig ab nächste Woche, wieder aufzutauchen. Und dann so günstig. Je nach Anbieter oder mit Einkaufskarte bekommen die Kunden einen Becher RAMA für einen Superpreis von 99 Cent. Toll, das gab es zuletzt gefühlt vor 4 – 5 Monaten. Aber wer die Prospekte genau liest und ein wenig zurückdenkt, merkt schnell, hier stimmt was nicht. Richtig. Die Firma Upfield hat nicht nur am Inhalt der RAMA Dose in Sachen Menge geschraubt, statt wie bisher 500g sind nur noch 400g drin, die Verpackungsgröße ist gleich geblieben, so das die Kunden durch die Optik getäuscht werden als wäre der Inhalt noch der Gleiche. Auch wenn 400g auf der Rückseite dransteht. Meine Meinung.

Aber das ist immer noch nicht alles. Die Inhaltsstoffe der RAMA wurden ebenso verändert, genau gesagt verbilligt. In der Produktbeschreibung auf der deutschen Webseite von Upfield klingt alles so verbraucherfreundlich: Jetzt neu mit 100 % natürlichen Zutaten, Fettanteil 60 %, und so ganz nebenbei wird von einem wiederverschließbaren 400g Becher gesprochen. Doch wer in der Lage ist, einen Vergleich anzustellen, wird feststellen, das bis 2017 der Fettanteil bei 70 % lag, zwischenzeitlich sogar darüber. Das wurde jetzt durch Wasser ersetzt. Der Gewinn läßt grüßen.

Und ob Emulgatoren wie Lecithine (E 322) und Mono- und Diglyceride (E 471) als natürliche Zutaten zählen, das läßt die Verbraucherzentrale Hamburg doch stark zweifeln. Fazit: Inflation um die 7.5 %, bei Upfield werden dafür gleich mal um die 40 % fällig für die Verbraucher, und das bei RAMA. Ganz unverblümt gibt Upfield auf Anfrage der Verbraucherzentrale Hamburg in einem Schreiben vom 8. August 2022 zu, nicht nur bei RAMA an der Preisschraube gedreht zu haben. Bei RAMA Balance ändert sich das Gewicht um 50g nach unten, und auch diverse Becel Packungsinhalte wurden um 25g – 50g je nach Packung reduziert.

Die Gründe sind die üblichen: Kostensteigerungen in allen möglichen Bereichen. Und überhaupt: Warum regen sich denn alle so auf, die Gewichtsänderungen der Füllungen sind doch für jeden Kunden leicht erkennbar. Genau, deshalb hat Upfield die Packung gleichgroß gelassen, weil ja jeder Kunde bei jedem Einkauf immer das Gewicht nachprüft. Quelle der gemachten Angaben im Fazit Verbraucherzentrale Hamburg.

Bericht online lesen:

https://www.european-news-agency.de/special_interest/die_neue_rama_margarine_leichter_als_sonst_150

Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service.....

82022-84563/

Redaktion und Verantwortlichkeit:
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDSStV: Uwe Hildebrandt

**Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.