



Kandidat Nr. 3:

**Langnese  
Cremissimo Bourbon  
Vanille von Unilever**

*foodwatch-Kritik:*

*„Langnese Cremissimo  
Bourbon Vanille“ ist ein  
besonders dreistes*

*Beispiel für Shrinkflation. Unilever hat die Packungsgröße von 1300 ml auf 900 ml verringert, aber den Preis von 3,99 Euro beibehalten. Verbraucher:innen bekommen fürs gleiche Geld fast ein Drittel weniger Inhalt – eine Preiserhöhung von 44 Prozent!*

**Fakten, Quellen und Bewertung**

- Eine 1300-ml-Packung ‚Langnese Cremissimo Bourbon Vanille‘ war bisher für 3,99 Euro erhältlich. Offenbar seit Anfang des Jahres hat Langnese den Inhalt auf 900 ml geschrumpft, den Preis aber beibehalten. Verbraucher:innen fällt die Verkleinerung der Packung nicht unbedingt auf, da die 1300-ml-Packung selten zum Vergleich im Kühlfach danebensteht. Das ist eine **Preissteigerung von satten 44 Prozent**.
- Die **Verbraucherzentrale Hamburg** hat das Eis deshalb zur **Mogelpackung des Monats April 2024** gekürt.<sup>1</sup>
- Kann die Preissteigerung mit einer Rezepturverbesserung erklärt werden? Die **Nährwerte** wie Fett, Eiweiß und Zucker sind für **beide Rezepturen identisch**, nur der Energiegehalt steigt um 1 kcal pro 100 ml Eis.
- Ein Vergleich der Zutatenliste der alten und neuen Rezeptur zeigt: Ein weiteres Verdickungsmittel, Tarakernmehl (E417), wurde zugesetzt. Emulgatoren und Stabilisatoren tauschen die Reihenfolge in der Zutatenliste.
- Eine mögliche Erklärung ist, dass wegen des schwankenden Preises von Johannisbrotkernmehl Hersteller nach günstigeren Alternativen mit ähnlichen Eigenschaften suchen. Oftmals kommt deshalb offenbar Tarakernmehl<sup>2</sup> zum Einsatz. So könnte der Anteil an Johannisbrotkernmehl reduziert werden.<sup>3,4</sup> **Ein zusätzliches Verdickungsmittel kann nicht als Qualitäts- und Produktverbesserung gelten.**

**Zutaten:**

**Cremissimo Bourbon Vanille 900 ml**  
entrahmte Milch, Wasser, Zucker, Glukosesirup, Kokosfett, Fruktose, Glukose-Fruktose-Sirup, Molkenerzeugnis, vermahlene Vanilleschoten, Emulgator (Mono- und Diglyceride von Speisefettsäuren), Stabilisatoren (Guarkernmehl, Johannisbrotkernmehl, Tarakernmehl), natürliches Vanillearoma, Farbstoff (Carotin)

**Cremissimo Bourbon Vanille 1300 ml**  
entrahmte Milch, Wasser, Zucker, Glukosesirup, Kokosfett, Fruktose, Glukose-Fruktose-Sirup, Molkenerzeugnis, vermahlene Vanilleschoten, Stabilisatoren (Guarkernmehl, Johannisbrotkernmehl), Emulgator (Mono- und Diglyceride von Speisefettsäuren), natürliches Vanillearoma, Farbstoff (Carotin)

**Nährwerte je 100 ml:**

**Cremissimo Bourbon Vanille 900 ml**  
Energie 93 kcal / 387 kJ  
Fett 3,7 g  
davon ges. Fettsäuren 3,4 g  
Kohlenhydrate 13,0 g  
davon Zucker 9,4 g  
Eiweiß 1,0 g  
Salz 0,06 g

**Cremissimo Bourbon Vanille 1300 ml**  
Energie 92 kcal / 385 kJ  
Fett 3,7 g  
davon ges. Fettsäuren 3,4 g  
Kohlenhydrate 13,0 g  
davon Zucker 9,4 g  
Eiweiß 1,0 g  
Salz 0,06 g

<sup>1</sup> <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/cremissimo-eis-das-grosse-schmelzen-bei-unilever>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>2</sup> <https://www.zusatzstoffmuseum.de/lexikon-der-zusatzstoffe/taragummi.html>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>3</sup> <https://foodcom.pl/de/tarakernmehl-ubersicht/>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>4</sup> <https://www.moproweb.de/news/home/preissteigerungen-kompensieren/>, abgerufen am 01.05.2024

- Gegenüber der Verbraucherzentrale hat Unilever eine Stellungnahme zu den Preiserhöhungen von 15 Cremissimo-Produkten abgegeben:<sup>5</sup> „Wir arbeiten ständig daran, unsere Produkte weiterzuentwickeln und die Qualität zu verbessern. In fast allen Sorten haben wir zum Beispiel den Anteil an Sauce und Stückchen erhöht. Diese Produktverbesserungen führen zu einem Mehrkostenaufwand und damit zu einer Reduzierung der Füllmengen.“ Bei diesen Produkten hat sich der Preis nur um 9 Prozent erhöht. Eine Erklärung, die eine Erhöhung um 44 Prozent der Sorte Bourbon Vanille rechtfertigt, liefert Unilever nicht.
- Zur Sorte Cremissimo Bourbon Vanille führt Unilever nur aus: „(...) das Cremissimo Produkt Bourbon Vanille wird es in der Größe von 1.300 ml weiterhin als Familienpackungsformat geben.“<sup>6</sup> Bei vielen Testkäufen im Frühjahr in Filialen von Rewe, Edeka, Aldi und Penny konnte foodwatch die 1300-ml-Packung nicht mehr finden, nur noch die 900-ml-Packungen zum Preis von 3,99 Euro. Ab Mitte Mai haben wir im Handel sehr selten Familienpackungen mit neuer Rezeptur und der auffälligen Angabe „+44 % Familiengröße“ auf der Vorderseite zum Preis von 3,99 Euro entdeckt. Ein Hinweis auf der Rückseite besagt dazu auch „im Vergleich zu Cremissimo Bourbon Vanille 900 ml“. Der Hersteller hat die Packungsverkleinerung auf 900 ml nicht mit einem ähnlich auffälligen Hinweis gekennzeichnet.



- Weiter heißt es von Unilever „Um aber auch den Ansprüchen der Konsumentinnen und Konsumenten nach einem kleineren Format gerecht zu werden, bieten wir ab diesem Jahr diese beliebte Sorte auch in 900 ml an.“<sup>7</sup> Kleinere Formate mögen sich einige Verbraucher:innen wünschen, dann aber auch zum kleineren Preis.
- Sowohl foodwatch als auch die Verbraucherzentrale Hamburg<sup>8</sup> beobachten seit einiger Zeit den Trend, dass Hersteller den Inhalt vieler Produkte reduzieren. Der Preis am Regal bleibt jedoch bestehen, teilweise werden die Preise sogar gleichzeitig erhöht. Dieses Phänomen heißt Shrinkflation (shrink = schrumpfen). Für Verbraucher:innen sind diese dreisten Preiserhöhungen oft unsichtbar.

**Verkaufspreis  
im Einzelhandel:**

900 ml für 3,99 Euro  
1300 ml für 3,99 Euro

<sup>5</sup> <https://www.vzhh.de/sites/default/files/medien/171/dokumente/Stellungnahme%20Unilever110324-geschw%C3%A4rzt.pdf>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>6</sup> <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/cremissimo-eis-das-grosse-schmelzen-bei-unilever>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>7</sup> <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/cremissimo-eis-das-grosse-schmelzen-bei-unilever>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>8</sup> <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/jede-menge-mogelpackungen-weniger-drin-preis-gleich>, abgerufen am 01.05.2024



- foodwatch fordert: **Wenn Hersteller den Inhalt von Produkten schrumpfen, den Preis jedoch beibehalten oder sogar erhöhen, müssen sie dies klar kennzeichnen.**<sup>9</sup> In Frankreich gilt ab Juli 2024 eine Kennzeichnungspflicht im Supermarkt in unmittelbarer Nähe zum betroffenen Produkt.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> <https://www.foodwatch.org/de/shrinkflation-verbraucherzentrale-hamburg-und-foodwatch-fordern-kennzeichnung-von-versteckten-preiserhoehungen>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>10</sup> <https://presse.economie.gouv.fr/reduflation-publication-de-larrete-ministeriel-reglementant-linformation-des-consommateurs-sur-laugmentation-des-prix-des-produits-dont-la-quantite-a-diminue/>, abgerufen am 01.05.2024