

Werben und Verkaufen

Erscheinungsdatum: 08. Juni 2009

Medientyp: Internet



Seite drucken

Portal deckt heimliche Preiserhöhungen auf

Hersteller von Mogelpackungen aufgepasst: Das Portal der Interwall-Azubis entlarvt verdeckte Preiserhöhungen.

Verbraucher schlagen zurück: Verdeckte-preiserhoehungen.de entlarvt heimliche Preis- und Mengenänderungen bei Produkten. Auf dem neuen Portal machen Konsumenten auf "Mogelpackungen" in den Supermarktregalen aufmerksam. Einträge gibt es etwa bereits zu den Marken Wasa, Pampers, Philadelphia und Calgonit.

Das Portal steht aber nicht nur Kunden, sondern auch den betroffenen Unternehmen offen: Sie können auf die Vorwürfe reagieren.

Die Idee für die Seite stammt von Auszubildenden der Bremer Online-Agentur Interwall. Finanziert wird das Portal unter anderem durch Anzeigen.

[veröffentlicht am 08.06.2009, 01:00 - mt/ks]

[Fenster schließen](#)

Der Kontakter

Erscheinungsdatum: 08. Juni 2009

Medientyp: Fachzeitschrift

Erscheinungsweise: wöchentlich

INTERWALL

Portal deckt heimliche Preiserhöhungen auf

Verbraucher schlagen zurück: **Verdeckte-preiserhoehungen.de** entlarvt heimliche Preis- und Mengenänderungen bei Produkten. Auf dem neuen Portal machen Konsumenten auf „Mogelpackungen“ in den Supermarktregalen aufmerksam. Einträge gibt es etwa bereits zu den Marken Wasa, Pampers, Philadelphia und Calgonit. Das Portal steht aber nicht nur Kunden, sondern auch den betroffenen Unternehmen offen: Sie können auf die Vorwürfe reagieren. Die Idee für die Seite stammt von Auszubildenden der Bremer Online-Agentur **Interwall**. Finanziert wird das Portal unter anderem durch Anzeigen. *mt/ks*

Interwall-Azubis: hatten die Idee für das Portal.

KONTAKTER_08.06.09_24/2009



Pressemittteilung veröffentlichen

Registrieren

Kategorien

Nachrichten abonnieren

PR Inside weiterempfehlen

PR-Tipps

Sport

HelloArticle

Mit unserem RSS-Feed
sind Sie immer auf dem
neuesten Stand



[Mehr Informationen](#)

[Wirtschaft & Industrie](#)

Verdeckten Preiserhöhungen auf der Spur

**(PR-inside.com 09.06.2009 17:24:53) - Neuse Internetportal entlarvt
Mogelpackungen bei Produkten des täglichen Bedarfs**

(Bremen, 09. Juni 2009) Die Auszubildenden der Online-Agentur Interwall haben in Eigenregie ein Internetportal für das Aufspüren von verdeckten Preiserhöhungen bei Produkten (www.verdeckte-preiserhoehungen.de) erstellt. Auf dem Portal können Nutzer versteckte Preis- oder Mengenänderungen bei Produkten des täglichen Bedarfs einstellen und damit auf Mogelpackungen der Hersteller aufmerksam machen. Damit reagieren die Azubis auf die am 12. April 2009 in Kraft getretene neue EU Richtlinie, die das bisherige Gesetz für einheitliche Verpackungsgrößen aufhebt.

Verbraucherschützer vermuten jetzt bei vielen Produkten versteckte Erhöhungen der Preise durch die simple Reduzierung des Inhalts, ohne dass die Kunden darüber aufgeklärt werden.

Das Portal bietet aber nicht nur verärgerten Konsumenten die Möglichkeit, auf Preiserhöhungen hinzuweisen und Kommentare zu Produkten abzugeben: Auch die betroffenen Unternehmen bekommen die Chance, zu den Gründen und Umständen der Preiserhöhungen öffentlich Stellung zu nehmen. „So fördern wir neben dem Verbraucherschutz auch den Dialog zwischen Herstellern und Endverbrauchern“, so die Interwall-Azubis Kolja Pagel, Wiebke Wefer, Katrin Myltanz und Kolja Wagschal.

Das Projekt mit all seinen interaktiven Möglichkeiten – unter anderem auch der Nutzung von Features wie Twitter – wurde allein von den Auszubildenden konzipiert und neben der eigentlichen Tätigkeit in der Online-Agentur umgesetzt. Die Website finden Sie unter: www.verdeckte-preiserhoehungen.de

Das Unternehmen Interwall

Interwall, 2001 gegründet, fokussiert sich mit 25 Mitarbeitern auf die Bereiche Beratung, Online-Marketing, E-Commerce und Portale. Die Agentur für digitale Medien und Kommunikation mit Sitz in der Bremer Überseestadt, entwirft und gestaltet vertriebsorientierte Internetlösungen unter anderem für Kunden wie Air Berlin, Arvato Mobile, Berentzen, CMC Markets, EWE TEL, autoplennum.de, Orsay und Teekanne. Zudem betreibt Interwall eigene Online-Shops als Lizenzpartner im Full-Service für Marken wie Beck's, Diebels, Hasseröder und Milka sowie für Tourismusverbände. Eingesetzt werden neben Open X Ad-Server und eigenem Affiliate-Portal vor allem das Content-Management-System TYPO3 und Shop-Systeme von Magento.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Interwall Agentur für digitale Medien und Kommunikation GmbH
Ansprechpartner: Nils T. Kohle, Geschäftsführender Gesellschafter
T. +49 421 333055-599 • E. n.kohle@interwall.net • I. www.interwall.net

Autor:

Daniel Günther

[e-mail](#)

Web: www.dialog-pr.de/

Telefon: 04 21 - 32 88 11-21

Ausdrucken

Per e-Mail
empfehlen



Verdeckten Preiserhöhungen auf der Spur

von  DIALOG Public Relations

09.06.2009 - 16:56 Uhr - Trends, Lifestyle & Verbraucher

(prcenter.de) Neues Internetportal entlarvt Mogelpackungen bei Produkten des täglichen Bedarfs

(Bremen, 09. Juni 2009) Die Auszubildenden der Online-Agentur Interwall haben in Eigenregie ein Internetportal für das Aufspüren von verdeckten Preiserhöhungen bei Produkten (www.verdeckte-preiserhoehungen.de) erstellt. Auf dem Portal können Nutzer versteckte Preis- oder Mengenänderungen bei Produkten des täglichen Bedarfs einstellen und damit auf Mogelpackungen der Hersteller aufmerksam machen. Damit reagieren die Azubis auf die am 12. April 2009 in Kraft getretene neue EU Richtlinie, die das bisherige Gesetz für einheitliche Verpackungsgrößen aufhebt. Verbraucherschützer vermuten jetzt bei vielen Produkten versteckte Erhöhungen der Preise durch die simple Reduzierung des Inhalts, ohne dass die Kunden darüber aufgeklärt werden.

Das Portal bietet aber nicht nur verärgerten Konsumenten die Möglichkeit, auf Preiserhöhungen hinzuweisen und Kommentare zu Produkten abzugeben: Auch die betroffenen Unternehmen bekommen die Chance, zu den Gründen und Umständen der Preiserhöhungen öffentlich Stellung zu nehmen. „So fördern wir neben dem Verbraucherschutz auch den Dialog zwischen Herstellern und Endverbrauchern“, so die Interwall-Azubis Kolja Pagel, Wiebke Wefer, Katrin Mytanz und Kolja Wagschal.

Das Projekt mit all seinen interaktiven Möglichkeiten – unter anderem auch der Nutzung von Features wie Twitter – wurde allein von den Auszubildenden konzipiert und neben der eigentlichen Tätigkeit in der Online-Agentur umgesetzt. Die Website finden Sie unter: www.verdeckte-preiserhoehungen.de

Das Unternehmen Interwall

Interwall, 2001 gegründet, fokussiert sich mit 25 Mitarbeitern auf die Bereiche Beratung, Online-Marketing, E-Commerce und Portale. Die Agentur für digitale Medien und Kommunikation mit Sitz in der Bremer Überseestadt, entwirft und gestaltet vertriebsorientierte Internetlösungen unter anderem für Kunden wie Air Berlin, Arvato Mobile, Berentzen, CMC Markets, EWE TEL, autoplenum.de, Oessy und Teekanne. Zudem betreibt Interwall eigene Online-Shops als Lizenzpartner im Full-Service für Marken wie Beck's, Diebels, Hasselöder und Milka sowie für Tourismusverbände. Eingesetzt werden neben Open X Ad-Server und eigenem Affiliate-Portal vor allem das Content-Management-System TYPO3 und Shop-Systeme von Magento.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Interwall Agentur für digitale Medien und Kommunikation GmbH
Ansprechpartner: Nils T. Kohle, Geschäftsführender Gesellschafter
T. +49 421 333055-599 • E. n.kohle@interwall.net • I. www.interwall.net

Angaben zum Autor (Angaben als Text-Datei downloaden):

DIALOG Public Relations
Daniel Günther e.K.
Alterwall 24
28195 Bremen
Tel.: 04 21 - 32 88 110
Fax: 04 21 - 32 88 111
Internet: www.dialog-pr.de

Amtsgericht Bremen HRA 24290 HB
DIALOG Public Relations Daniel Günther e.K.

Direktlink auf diese Pressemitteilung

Wenn Sie diese Pressemitteilung verlinken möchten, nutzen Sie diesen Direktlink:

<http://www.prcenter.de/Verdeckten-Preiserhoehungen-auf-der-Spur.58813.html>

Preistreiber am Online-Pranger

Neues Bremer Internetportal entlarvt versteckte Preiserhöhungen bei Konsumgütern

VON
ILJA MERTENS

Eine neue EU-Richtlinie für Verpackungsgößen ermöglicht Herstellern von Verbrauchsartikeln, unauffällig die Preise zu erhöhen (wir berichteten). Vier Bremer Azubis haben jetzt eine Internet-Seite online gestellt, die Mogelpackungen enttarnt.

In regelmäßigen Abständen kann man im Supermarkt beobachten, dass die Produkte eine neue Verpackung erhalten. Viele Kunden freuen sich über die Abwechslung, denken, dass sieht ja chic aus, greifen zu. Doch dahinter

verbergen sich häufig versteckte Preiserhöhungen. Neues Design, weniger Inhalt, gleicher Preis – die Verbraucherzentrale kritisiert dieses Vorgehen seit Jahren.

Mit der neuen EU-Verpackungsrichtlinie ist das jetzt noch einfacher: Bisher galten für den deutschen Markt nämlich feste Einheiten, die in der sogenannten Fertigpackungsverordnung festgeschrieben wurden.

So war es beispielsweise nur erlaubt, Milch in den Abfüllmengen 0,5 Liter, 0,75 Liter und 1 Liter zu verkaufen. Doch jetzt könnte man auch Packungen mit 0,9 Litern Milch anbieten. Verkauft man die zum 1-Liter-Preis, hat man ganz unauffällig den Preis um zehn Prozent erhöht.

Um dieser Mogelei Einhalt zu

geben, haben sich vier junge Bremer Azubis der Bremer Online-Firma Interwall aus der Überseestadt etwas Pfiffiges einfallen lassen. Kolja Pagel (26), Auszubildender zum Kaufmann für Marketingkommunikation: „Als wir von der neuen Richtlinie erfuhren, stellten wir fest, dass es überhaupt kein Forum für Verbraucher zu diesem Thema gibt.“

In nur drei Monaten und der Unterstützung von Interwall-Chef Nils T. Kohle haben Pagel und seine Azubi-Kollegen Katrin Mytanz (22), Wiebke Wefer (22) und Kolja Wagschal (23) das Online-Portal www.verdecktepreiserhoehungen.de entwickelt und ins Netz gestellt. Dort kann jeder nun auf versteckte Preis- oder Mengenänderungen bei Produkten des

täglichen Bedarfs aufmerksam machen.

Ganz oben in der Liste steht beispielsweise ein bekannter Frischkäse, der in einer form-schönen ovalen Schale statt mit 200 Gramm nun mit 175 Gramm angeboten wird – nur der Preis von 1,35 Euro ist geblieben. Wer immer die neusten Einträge sofort erhalten möchte, kann sich mittels des Sofortbenachrichtigungssystems „Twitter“ stets auf dem Laufenden halten.

Das Portal bietet zudem die Möglichkeit, Kommentare zu den Produkten abzugeben. Pagel: „Selbstverständlich können die betroffenen Unternehmen zu den Einträgen Stellung nehmen.“ Davon hat bisher allerdings kein Hersteller Gebrauch gemacht.

DRUCK BESSER

Zur globalen Suche

Druckanbleter Journal Marktplatz Mein Druckbesser So geht's

Themen Artikel Archiv Autoren

i Linktipp  01.07.2009

Neues Verpackungslayout - unauffällige Preiserhöhung

Saskia Kaeding

Vier Bremer Azubis sorgen mit ihrer neuen Website verdecktepreiserhoehungen.de für Aufklärung in Sachen Mogelpackungen, die versteckt hinter dem Lockmittel eines neuen, trendigen Verpackungslayouts unauffällig die Preise von Konsumgütern erhöhen.


Die neuen EU-Richtlinien für Verpackungsgrößen machen es möglich: ganz unauffällig werden die Preise erhöht. Seit dem 11. April gilt eine neue Regelung für viele Produkte, die bisher nur in festgelegten Verpackungsgrößen auf den Markt durften. Die Produkte können nun in ungewohnten Größen angeboten werden. Versteckt hinter einem neuen, trendigen Design der Verpackung und eventuell noch einer etwas abgeänderten Form der Verpackung fällt dies den meisten Menschen gar nicht auf.

Kleinere Verpackung - gleicher Preis

Aber in vielen Fällen steckt eine verdeckte Preiserhöhung dahinter. Das Produkt kostet genauso viel wie vorher. Das Design ist neu. Wer achtet schon darauf, wie viel Inhalt nun genau in der Verpackung ist. Enthielt ein Glas Marmelade beispielsweise vorher 450 Gramm, sind nun vielleicht nur noch 430 Gramm drin - nur der Preis bleibt gleich. Oder wer merkt schon, dass der Frischkäse in der formschönen ganz neu durchgestylten Verpackung plötzlich nur noch 175 Gramm Inhalt hat wobei es vorher noch 200 Gramm waren.

Durchelnander der Verpackungsgrößen

Außerdem haben die neuen EU-Richtlinien dafür gesorgt, dass bald keiner durch den Verpackungsdschungel durchblickt. War man es beispielsweise gewohnt Milch in Packungen von einem Liter oder einem halben Liter aus dem Kühlregal zu nehmen, so kann man jetzt auch ein



Screenshot verdecktepreiserhoehungen.de

Packung mit 0,9 Litern erwischen. Schokolade hatte üblicherweise ein Gewicht von 100 Gramm und die große Tafel enthielt 200 Gramm. Da konnte man so nebenbei ganz einfach ausrechnen, ob eine Großpackung wirklich günstiger ist. Hält man nun aber eine „normale“ Schokoladentafel mit, sagen wir mal 93 Gramm in der Hand und soll eine große Tafel mit vielleicht 217 Gramm gegenrechnen, lässt sich das schon nicht mehr so einfach nachvollziehen.

So können fast unbemerkt Preiserhöhungen von fünf, zehn oder sogar 20 Prozent durchgeführt werden und kaum einer merkt etwas davon.

Website verdecktepreiserhoehungen.de sorgt für Klarheit

Seit Kurzem sorgen vier Azubis der Bremer Online-Firma Interwall mit ihrer neuen Website verdecktepreiserhoehungen.de dafür, dass sich diese Preiserhöhungen nicht mehr hinter einem neuen Verpackungslayout verstecken können. Die vier jungen Leute haben ihr Online-Portal mit Unterstützung des Interwall-Chefs in nur drei Monaten auf die Beine gestellt.

Sie haben damit ein Forum entwickelt auf dem jeder auf versteckte Preiserhöhungen bzw. Änderungen der Verpackungsgrößen bei Produkten des täglichen Bedarfs hinweisen kann. Zusätzlich kann man Kommentare zu den Einträgen abgeben. Und selbstverständlich haben auch die betroffenen Unternehmen die Möglichkeit zu einer Stellungnahme auf der Website. Davon hat bisher allerdings noch niemand Gebrauch gemacht.

[»Alle Kommentare ansehen \(0\)](#)