AKTUELLE NACHRICHTEN Österreich
NACHRICHTEN AG
10. Juni 2025

Aldi in der Mangel: Nachtcreme „LACURA“ täuscht Füllhöhe vor!

Aldi Nord gerät wegen irreführender Verpackungen von LACURA Nachtcreme in die Kritik. Stiftung Warentest deckt Mogelpackungen auf.

Rust, Deutschland - In Österreich sorgt Aldi Nord momentan für Schlagzeilen, und das nicht aus den besten Gründen. Das Unternehmen sieht sich heftiger Kritik wegen der irreführenden Verpackung seiner beliebten Nachtcreme „LACURA Gesichtspflege Vital“ ausgesetzt. Die Creme kostet nur 1,95 Euro und gehört zur Eigenmarke Lacura. Verbraucher:innen sind über die erhebliche Diskrepanz zwischen der angegebenen und der tatsächlichen Füllhöhe empört. Laut einer Untersuchung der Stiftung Warentest beträgt die äußere Füllhöhe 3,8 cm, während die innere tatsächlich nur 2,7 cm misst, was bedeutet, dass lediglich etwa 70 Prozent der Verpackung tatsächlich gefüllt sind. Die Verbraucherin Franziska Junker hatte diese Mogelpackung erkannt und das Problem an die Stiftung

Warentest gemeldet.

Aldi Nord hat sich zu der Angelegenheit geäußert und erklärt, die falsche Füllhöhe sei notwendig, um die Versiegelung der Verpackung technisch zu gewährleisten. Diese Begründung wird von der Stiftung Warentest jedoch nicht akzeptiert. Auch Aldi Süd ist betroffen, da sie ebenfalls verschiedene Gesichtscremes der Marke Lacura im Angebot haben. Verbraucherzentrale bietet eine Plattform, um solche Mogelpackungen zu melden, und die Verbraucherzentrale Hamburg verleiht jährlich den Negativpreis „Mogelpackung des Jahres“ für besonders irreführende Produkte.

Alarmierende Trends bei der Verpackung

Diese Problematik ist nicht isoliert. Verbraucherzentralen warnen seit langem vor der Verwendung von Tricks, wie dicken Böden und übergroßen Verpackungen, um den Anschein größerer Füllmengen zu erwecken. Laut der **Verbraucherzentrale** kann dies nicht nur Lebensmittel, sondern auch Kosmetika betreffen. Hinweise zeigen, dass viele Unternehmen die Füllmengen reduzieren, ohne die Preise entsprechend zu senken. Ein erschreckendes Beispiel ist die Lupinen Rostbratwurst von Alberts, die nur zwei Drittel ihrer Verpackung füllt oder das Dr. Oetker Vitalis Müsli, dessen Inhalt um 20 Prozent reduziert wurde, was zu einer versteckten Preissteigerung führt.

Verbraucher:innen können durch ihr Kaufverhalten Einfluss auf die Hersteller nehmen. Wenn sich Käufer:innen gegen Produkte entscheiden, die als Mogelpackungen bekannt sind, erkennen Unternehmen möglicherweise den Handlungsbedarf. Dennoch gibt es noch viele Produkte, deren Verpackungen weit mehr Luft enthalten als für den Schutz des Inhalts notwendig wäre. Die **Stiftung Warentest** selbst setzt sich für mehr Transparenz ein und dokumentiert Fälle von irreführenden Verpackungen, oft mit Reaktionen der Hersteller, die in vielen Fällen nicht ausreichend überzeugend sind.

Eine aktuelle Studie zeigt zudem, dass konsequente Maßnahmen zur Reduzierung überdimensionierter Verpackungen jährlich bis zu 1,4 Millionen Mülltonnen einsparen könnten. Das wäre ein wesentlicher Beitrag zum Umweltschutz und zur Reduzierung von Verpackungsmüll. Doch die gesetzlichen Bestimmungen sind bisher schwammig und lassen viel Spielraum für Interpretationen. Bis zu 30 Prozent Luft in einer Verpackung sind ein Anhaltspunkt, um irreführende Praktiken zu erkennen, aber eine präzise Regelung fehlt.

Verbraucher:innen sollten also aufmerksam bleiben und sich aktiv gegen Mogelpackungen zur Wehr setzen. Der Ball liegt nun bei den Herstellern und Politikern, die dazu aufgefordert werden, striktere Maßnahmen zu ergreifen, um den Verbraucherschutz zu stärken und für mehr Ehrlichkeit im Handel zu sorgen.

Details	
Ort	Rust, Deutschland
Quellen	• **www.ruhr24.de** • **www.test.de** • **www.verbraucherzentrale.de**

Besuchen Sie uns auf: aktuelle-nachrichten.at