Stellungnahme von HOSTA zur aktuellen Diskussion um ROMY

Die Verbraucherzentrale Hamburg hat ROMY im September 2026 als „Mogelpackung des Monats“ eingeordnet. Kritisiert werden insbesondere die Reduzierung der Füllmenge von 200 g auf 150 g, der gestiegene Grundpreis sowie unterschiedliche Angaben auf der bisherigen und der neuen Verpackung.

Wir nehmen diese Kritik und vor allem die Rückmeldungen unserer Verbraucherinnen und Verbraucher sehr ernst. Dabei sehen wir auch, dass wir einige Hintergründe der Umstellung im Rahmen des Relaunchs vielleicht nicht ausreichend verständlich erklärt haben. **Das hätten wir besser machen müssen.**

Warum wir ROMY auf 150 g umgestellt haben

Mit dem Relaunch wurde die Füllmenge von ROMY von 200 g auf 150 g reduziert. Gleichzeitig haben wir unsere unverbindliche Preisempfehlung pro Tafel von 2,99 Euro auf 2,49 Euro gesenkt. Richtig ist aber auch: Der Grundpreis pro 100 Gramm ist dadurch gestiegen – von rund 1,50 Euro auf 1,66 Euro. Beides möchten wir transparent benennen.

Der Entscheidung für das neue Format gingen Verbraucheranalysen voraus. Unser Ziel war es, ROMY behutsam weiterzuentwickeln: das Bewährte und den vertrauten Charakter der Marke für unsere langjährigen Käuferinnen und Käufer zu erhalten und gleichzeitig neue Impulse zu setzen, um auch neue und jüngere Käufer für ROMY zu gewinnen. Dazu gehörten ein modernerer Produktauftritt und eine niedrigere absolute Preisschwelle pro Tafel. Mit der 150-g-Tafel wollten wir diese beiden Ziele miteinander verbinden. Die Reduzierung der Grammatur war damit Teil einer umfassenderen Weiterentwicklung der Marke und nicht allein eine Reaktion auf gestiegene Kosten.

Gleichzeitig bedeutet 25 Prozent weniger Inhalt nicht, dass sich die Herstellkosten einer Tafel proportional um 25 Prozent reduzieren. Ein erheblicher Teil der Kosten – etwa für Verpackung, Produktion, Energie, Logistik sowie Rüst- und Prozesskosten – besteht unabhängig von der enthaltenen Schokoladenmenge weiter.

Auch Veränderungen an den Rohstoffmärkten wirken sich nicht unmittelbar auf unsere Kosten aus. Unsere Rohstoffe werden mit Vorlauf und über entsprechende Kontrakte beschafft. Steigende wie fallende Börsenpreise schlagen sich daher zeitversetzt in unseren tatsächlichen Einkaufskosten nieder. Hinzu kommen weitere Kostenfaktoren wie Verpackung, Energie, Logistik und Produktion. Dass sich einzelne Rohstoffmärkte inzwischen entspannt haben, begrüßen wir. Sollten sich daraus nachhaltige Entlastungen unserer tatsächlichen Gesamtkosten ergeben, werden wir diese auch bei unserer Preisgestaltung berücksichtigen.

Warum die Tafel in Höhe und Breite gleich groß geblieben ist

Die Grundfläche der ROMY-Tafel ist unverändert geblieben, die Tafel selbst wurde jedoch dünner. Der Grund dafür liegt im Markenschutz für die quadratische Tafelform eines bekannten Wettbewerbers und den hierzu bestehenden Vereinbarungen mit uns. Dadurch konnten wir bei der Um-

stellung auf 150 g weder die Höhe noch die Breite der ROMY-Tafel verändern. Die Reduzierung der Füllmenge wurde deshalb über die Dicke der Tafel umgesetzt. Die neue Füllmenge von 150 g ist auf der Verpackung angegeben und wurde im Rahmen unserer Kommunikation zum Relaunch thematisiert. Gleichzeitig verstehen wir, dass die weitgehend unveränderte Grundfläche bei geringerer Grammatur kritisch wahrgenommen werden kann.

Die Rezeptur von ROMY wurde nicht verändert

Besonders wichtig ist uns die Klarstellung zur Rezeptur: Die Rezeptur von ROMY wurde im Zuge des Relaunchs nicht verändert. Die eingesetzten Zutaten sowie das Verhältnis von Schokolade und Füllung sind unverändert geblieben.

Dass auf der bisherigen Verpackung ein *Kakaoanteil von mindestens 35 Prozent* und auf der neuen Verpackung *mindestens 31 Prozent im Milchschokoladenanteil* angegeben wird, hat einen anderen Hintergrund. Die damalige und die heutige Kennzeichnung beruhen auf unterschiedlichen Berechnungsgrundlagen. Im Zuge des Relaunchs wurde die Berechnung fachlich und lebensmittelrechtlich überprüft und an die heute standardisiert angewandte Berechnungsmethodik angepasst. Auf dieser Grundlage wurde der deklarierte Gehalt an Kakaotrockenmasse konsistent und nachvollziehbar ermittelt.

Entscheidend ist: Wendet man dieselbe heutige Berechnungsmethodik auf die bisherige 200-g-Rezeptur und die neue 150-g-Rezeptur an, ergibt sich für beide derselbe Wert von mindestens 31 Prozent bezogen auf den Milchschokoladenanteil. Der Unterschied zwischen den früher angegebenen 35 Prozent und den heute angegebenen 31 Prozent beruht damit nicht auf einer Verringerung des Kakaoanteils oder einer Veränderung der Rezeptur.

Auch die Änderung der Bezeichnung von „Molkenerzeugnis“ zu „Süßmolkenpulver“ bedeutet keinen Austausch des Rohstoffs. Die bereits zuvor verwendete Zutat wird heute lediglich spezifischer bezeichnet.

Gleiches gilt für die unterschiedlichen Nährwertangaben. Bei Verpackungsänderungen werden grundsätzlich die aktuellsten Analysenergebnisse berücksichtigt und daraus repräsentative Werte abgeleitet. Hinzu kommen lebensmittelrechtlich vorgesehene Rundungen sowie natürliche Rohstoff- und Produktionsschwankungen.

Die überarbeitete Deklaration spezifiziert damit einzelne Angaben und berücksichtigt aktuelle Berechnungs- und Analysegrundlagen.

Was wir beim neuen Tafelformat gelernt haben

Auch wenn die Rezeptur unverändert geblieben ist, nehmen wir Rückmeldungen ernst, wonach das Produkterlebnis der neuen ROMY als anders wahrgenommen wird. Die Geometrie der Tafel hat sich verändert: Die neue ROMY ist dünner als die bisherige 200-g-Tafel. Dadurch können sich insbesondere Biss und Mundgefühl verändern. **Diese Wahrnehmung möchten wir nicht in Abrede stellen.**

Uns ist bewusst geworden, dass zu einem über Jahrzehnte vertrauten Produkt wie ROMY nicht allein die Rezeptur gehört. Auch Form, Dicke, Biss und Mundgefühl können für Verbraucherinnen

und Verbraucher ein wichtiger Teil des vertrauten Produkterlebnisses sein. Dieses Feedback nehmen wir sehr ernst und werden es in die weitere Entwicklung von ROMY einbeziehen.

Was wir in unserer Kommunikation besser hätten machen müssen
Unsere Aussage „unveränderte Rezeptur“ ist sachlich richtig. Die unterschiedlichen Angaben auf alter und neuer Verpackung waren jedoch ohne zusätzliche Erläuterung nicht ausreichend nachvollziehbar.

Wer auf der einen Verpackung 35 Prozent und auf der anderen 31 Prozent liest, zusätzlich unterschiedliche Nährwerte sieht und gleichzeitig ein neues Tafelformat vor sich hat, kann nachvollziehbar zu dem Eindruck gelangen, dass sich auch die Zusammensetzung verändert hat.
Diesen Zusammenhang hätten wir von Beginn an klarer und transparenter erklären müssen. Das war unser Fehler.

Auch mit unserer Aussage „Neuer Look, gleicher Genuss“ wollten wir ausdrücken, dass wir die Rezeptur nicht verändert und ROMY geschmacklich nicht neu positioniert haben. Gleichzeitig sehen wir heute, dass die neue Tafeldicke Biss und Mundgefühl und damit das individuelle Produkterlebnis beeinflussen kann. Auch diesen Unterschied möchten wir offen benennen.

Unser Fazit

ROMY ist für viele Menschen seit Jahrzehnten ein vertrautes Produkt. Gerade deshalb nehmen wir die aktuelle Kritik und die Rückmeldungen unserer Verbraucherinnen und Verbraucher sehr ernst.

Die Rezeptur von ROMY wurde nicht verändert. Gleichzeitig haben wir verstanden, dass die neue, dünnere Tafel das Produkterlebnis verändern kann. Und wir haben verstanden, dass wir die Hintergründe des Relaunchs und insbesondere die Veränderungen bei der Kennzeichnung von Beginn an transparenter und verständlicher hätten erklären müssen.

Dafür übernehmen wir Verantwortung und werden es künftig besser machen. Wir werden Veränderungen noch transparenter kommunizieren und das Feedback zum neuen Tafelformat sorgfältig auswerten und in die weitere Entwicklung von ROMY einbeziehen