Verbraucherzentrale Südtirol
Centro Tutela Consumatori Utenti
Die Stimme der VerbraucherInnen
La voce dei consumatori

VZS-name

VZS-str
VZS-plz
VZS-tel
info@verbraucherzentrale.it

Zu welchen Werbetricks greifen Lebensmittelhersteller?

Mon, 07/15/2024 - 10:20

Die Verbraucherschutzorganisation foodwatch hat 2024 zum 13. Mal den Goldenen Windbeutel für die dreisteste Werbelüge des Jahres verliehen.
Die Negativ-Auszeichnung ging diesmal an Alete für das Produkt „Alete bewusst Obsties Erdbeeere Banane mit Jogurt“. Dieser gefriergetrocknete Kinder-Snack wird laut Angabe auf der Sichtseite der Verpackung „ohne Zuckerzusatz“ hergestellt. Die Nährwerttabelle offenbart dennoch einen Gesamtzuckergehalt (inklusive der natürlich enthaltenen Zucker) von über 72 Gramm pro 100 Gramm Produkt. Die Zutatenliste entlarvt Apfelpüreekonzentrat und Apfelsaftkonzentrat als Zuckerquellen. Eine Packung (20 Gramm) enthält somit 14,5 Gramm Zucker. Laut der Weltgesundheitsorganisation WHO sollten Kinder unter sechs Jahren bestenfalls nicht mehr als 15 bis 18 Gramm, höchstens aber 30 bis 35 Gramm freie Zucker[1] täglich aufnehmen. „Obsties“ kosten in Deutschland übrigens mehr als 100 Euro pro Kilogramm.

„Auch die anderen vier Produkte in der Endauswahl zum Goldenen Windbeutel zeigen aber exemplarisch, wie unverschämt Lebensmittelhersteller gesetzliche Spielräume ausreizen und Verbraucher und Verbraucherinnen täuschen“, meint Silke Raffeiner, die Ernährungsexpertin der Verbraucherzentrale Südtirol (VZS).

Das „Cremissimo Bourbon Vanille“-Eis, die beliebteste Eissorte der Deutschen, „schmolz“ 2024 von vorher 1.300 Millilitern auf nur mehr 900 Milliliter Füllmenge pro Packung. Bei gleich bleibendem Verkaufspreis pro Packung beträgt die versteckte Preiserhöhung, bezogen auf den Grundpreis, 44 Prozent.

Der pflanzliche Wurstersatz „Rügenwalder Mühle Veganer Schinken Spicker Mortadella“ wird laut Angaben auf der Sichtseite „auf Basis von Sonnenblumenkernen“ sowie „ohne Zusatz von Geschmacksverstärkern“ hergestellt. Tatsächlich enthält das Produkt gar keine Sonnenblumenkerne, sondern Sonnenblumenprotein, und auch davon lediglich zwei Prozent. Hauptsächlich besteht das vegane Wurstimitat aus Wasser, Rapsöl, Bambusfasern, Verdickungsmitteln, Gewürzen und einem

natürlichen Aroma. Foodwatch wertet die Aufmachung des Produkts als Verbrauchertäuschung.

Der Müsliriegel „Offset Nutrition Pretty Little Meal Bar Naked Apple White and Crisp“ soll laut Angaben auf der Verpackung („1 Riegel = 1 Mahlzeit“) eine komplette Mahlzeit „für eine gewichtskontrollierende Ernährung“ ersetzen. Der Hersteller bezeichnet den Riegel als ausgewogene, vollwertige Mahlzeit. Der Zuckeranteil beträgt laut Nährwerttabelle jedoch über 26 Prozent. Das Zutatenverzeichnis listet 44 verschiedene Zutaten auf, neben Apfel, weißer Schokolade und Jogurtschokolade sowie wenig Haferflocken auch isoliertes Sojaprotein, Aromen, Gewürze sowie künstliche Zusätze von Mineralstoffen und Vitaminen. Fazit: ein hochverarbeitetes Lebensmittel, das man wohl kaum als vollwertig bezeichnen kann.

Die „Heiße Tasse Champignon Creme“ enthält laut Auslobung „echtes Gemüse“ und keine „geschmacksverstärkenden Zusatzstoffe“. Das Gemüse entpuppt sich in der Zutatenliste als mickrige 1,5% Champignonstücke und Champignonextrakt sowie Spuren von Petersilie und Sellerie. Hauptsächlich besteht das Produkt aus modifizierter Kartoffelstärke, Palmöl, Glukosesirup, Gewürzen, Aromen, Hefeextrakt und Zusatzstoffen. Hefeextrakt und Aromen sind zwar definitionsgemäß keine Zusatzstoffe, sehr wohl aber geschmacksverstärkende Zutaten.

Um sich von der Industrie kein X für ein U vormachen zu lassen, helfe nur das konsequente Lesen der Zutatenliste und der Nährwerttabelle, so der Rat der VZS.

---

[1] **Als freie Zucker werden alle zugesetzten Zuckerarten sowie Zucker in Honig, Sirupen, Fruchtsaftkonzentraten und Fruchtsäften verstanden.**