

Ressort: Gesundheit

## **Foodwatch vergibt Preis für die dreisteste Lebensmittellüge**

### **Der Goldene Windbeutel 2014**

Berlin, 04.09.2014, 15:34 Uhr

**GDN** - Wer hat Ihrer Meinung nach eine Preis für die irreführendste Lebensmittelwerbung verdient? Die Verbraucherschutzorganisation Foodwatch stellt wie in den Jahren zuvor fünf Kandidaten zur Verleihung des goldenen Windbeutels vor. Die Verbraucher können nun bis Ende September abstimmen.

Dass man den zahlreichen Versprechen der Werbeindustrie nur bedingt Glauben schenken kann, weiß inzwischen wohl jeder. Dennoch kann es manchmal schwer fallen, Wahrheit von Lüge zu unterscheiden. Immerhin erwartet der Verbraucher, dass in einer Hühnersuppe auch Hühnerfleisch enthalten ist und Säuglingsnahrung die ersten Zähnchen nicht gleich wieder zerstört. Die Verbraucherschutzorganisation Foodwatch enthüllt regelmäßig unhaltbare Versprechen der Lebensmittelindustrie. Die Krönung bildet hierbei die jährliche Vergabe des goldenen Windbeutels, einer Auszeichnung für die dreisteste Lebensmittellüge des Jahres. Die Verbraucher sind aufgerufen, bis Ende September auf der Foodwatch-Website ihre Stimme abzugeben.

### **Glacéau Vitaminwater von Coca Cola**

Der diesjährige Favorit auf den zweifelhaften Preis entstammt dem Hause Coca Cola. Beim Glacéau Vitaminwater handelt es sich um ein Mineralwasser, das mit Aromen, Farbstoffen und Vitaminen angereichert wurde und dessen Aufmachung eher an ein Arzneimittel als an ein Erfrischungsgetränk erinnert. Das Vitaminwasser ist verhältnismäßig teuer und stelle laut Foodwatch keinen gesundheitlichen Mehrwert für den Verbraucher dar.

### **Knorr activ Hühnersuppe**

Der nächste Kandidat für den goldenen Windbeutel 2014 aus dem Hause Unilever ist die Knorr activ Hühnersuppe, die bizzarerweise kein einziges Gramm Hühnerfleisch enthält. Allein 1% Hühnerfett sind in der Tütensuppe enthalten. Im Zuge eines ähnlichen Falls im Jahr 2011 erläuterte Unilever, dass eine Hühnersuppe zwar Hühnerbestandteile, jedoch nicht zwangsläufig Hühnerfleisch enthalten müsse. Den Geschmack beeinflusse die Fondsqualität, nicht die Fleischeinlage, so Unilever.

### **Coop: Unser Norden Bio Apfelsaft naturtrüb**

Woran denkt man, wenn man diesen Titel liest? Vermutlich an Äpfel aus dem Norden Deutschlands, die zu Apfelsaft verarbeitet wurden. Laut Foodwatch würden allerdings nicht nur Äpfel aus dem Norden Deutschlands verarbeitet, weshalb die vermeintliche Regionalität des Produktes nicht gegeben sei. Das Bio-Siegel auf dem Etikett deklariert zudem nur "EU-Landwirtschaft" als Herkunftsangabe. Der Hersteller entschuldigte den Umstand damit, dass die "aufwendigen Prozesse" zur Anpassung der Regionalmarke Unser Norden an die "veränderten Erwartungen an regionale Lebensmittel" noch nicht abgeschlossen sei.

### **Mondelez: Belvita Frühstückskeks**

Als empfehlenswertes Frühstück mit fünf Cerealien beworben entpuppt sich der Belvita Frühstückskeks von Mondelez laut Foodwatch als reine Süßigkeit mit einem Zuckergehalt von 28%. Mondelez erwiderte auf den Vorwurf, dass auf der Packung eindeutig deklariert sei, dass der Belvita Frühstückskeks kein ausreichendes Frühstück darstelle und ausführliche Informationen zum Nährstoffgehalt auf der Packung wie auch im Internet zur Verfügung stünden.

### **Nestle: Alete Trinkmahlzeit ab dem 10. Monat**

Kinderärzte warnen schon seit Längerem davor, dass Trinkmahlzeiten zur Überfütterung von Kleinkindern führen und die Kariesbildung fördern können. Ungeachtet dessen bewirbt Nestlé seine Alete Trinkmahlzeit ab dem 10. Monat mit dem Hinweis "Reich an Calcium und Vitamin D für gesundes Knochenwachstum" als vollwertige Mahlzeit für Säuglinge. Die Aussage, die Trinkmahlzeit wäre besonders gesund, wird daher von Foodwatch kritisiert.

Die Intention der Aktionen von Foodwatch ist die Aufklärung der Verbraucher und die Stärkung der Verbraucherrechte. In diesem Zusammenhang deckt die Organisation regelmäßig Werbelügen und irreführende Produktdeklarationen auf. Sie entlarvt gesundheitsgefährdende Zusatzstoffe in Fertigprodukten ebenso wie unhaltbare Werbeversprechen. Zum sechsten Mal wird nun auch der Goldene Windbeutel verliehen. Der Sieger 2013 hieß übrigens "Capri Sonne" und folgte damit den "Hipp Instant Fruchteees" von 2012 sowie der "Ferrero Milchschnitte" von 2011.

**Bericht online:**

<https://www.germindailynews.com/bericht-40418/foodwatch-vergibt-preis-fuer-die-dreisteste-lebensmittelluege.html>

**Redaktion und Verantwortlichkeit:**

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Julia Klotz

**Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Julia Klotz

**Editorial program service of General News Agency:**

UPA United Press Agency LTD  
483 Green Lanes  
UK, London N13NV 4BS  
contact (at) unitedpressagency.com  
Official Federal Reg. No. 7442619