

Bilanz: 5 Jahre abgespeist.de – die foodwatch-Kampagne gegen legale Verbrauchertäuschung (Stand: 22.11.2012)

Bilanz in Zahlen

Seit Ende 2007 wurde(n) auf abgespeist...

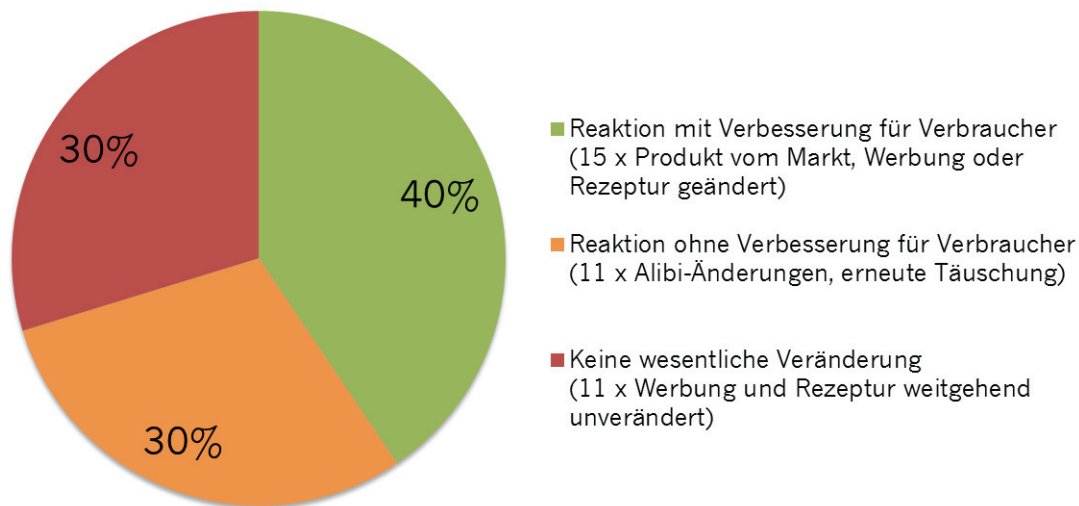
... 37 Werbelügen vorgestellt und Protest-Aktionen gestartet.

... 4 Mal die Werbelüge des Jahres gekürt und der „Goldene Windbeutel“ verliehen.

... von Verbrauchern etwa 5.000 Vorschläge für irreführende Produkte eingereicht.

... etwa 270.000 Verbraucherbeschwerden an die Hersteller verschickt.

Reaktionen der Hersteller*



*insgesamt 37 Produkte (mehr Details siehe Seite 2)

Erfolge der Kampagne

- foodwatch hat die öffentliche Debatte über „legale Irreführung“ entfacht und den politischen Handlungsbedarf aufgezeigt.
- Die Lebensmittelindustrie reagiert und gründet den Verein „Die Lebensmittelwirtschaft“ (von der Lebensmittelzeitung auch als „Anti-Bode“ bzw. „Anti-foodwatch“ bezeichnet).
- Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner reagiert und startet die 975.000 Euro schwere Initiative „Klarheit und Wahrheit“, wozu auch das Portal lebensmittelklarheit.de gehört.

Fazit und Forderungen

- Nur gut ein Drittel der Hersteller reagiert auf Verbraucherprotest mit wesentlichen Verbesserungen im Sinne der Verbraucher, die restlichen zwei Drittel ignorieren die Kritik oder versuchen sich mit Alibi-Änderungen aus der Affäre zu ziehen.
- Um die allgegenwärtige Täuschung im Lebensmittelmarkt zu beenden, genügt das in § 11 Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch formulierte, allgemein gehaltene „Täuschungsverbot“ nicht; es bietet keinen ausreichenden Schutz vor Irreführung.
- Selbstverpflichtungen und freiwillige Siegel entfalten keine Wirkung. Gesetzlich verpflichtende Vorgaben für das Lebensmittelmarketing sind nötig.
- foodwatch hat einen 15-Punkte-Plan vorgelegt, mit dem die häufigsten Fälle von Verbrauchertäuschung verhindert werden könnten.

Produktübersicht: foodwatch-Kritik, Anzahl der Mitmacher, Reaktion des Herstellers

VÖ	Hersteller	Produkt	Kritik foodwatch	Mitmacher	Reaktion des Herstellers	Kategorie für Statistik
Mai 12	HiPP	Instant-Teegetränke*	Zuckergranulat-Tee nicht geeignet für Kinder ab 12. Monat, wie behauptet	10.000	Produkt wird ersetzt (künftig Teebeutel ohne Zuckerzusatz)	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Mrz 12	Radeberger	Clausthaler	Enthält entgegen der Bezeichnung als "alkoholfrei" sehr wohl Alkohol	8.700	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Mrz 12	Netto	Viva Vital	Gestrecktes, überteuertes Hackfleisch mit irreführenden Gesundheitsaussagen	12.600	Produkt unverändert, neuerdings unter der Marke "hackplus" vertrieben	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Jan 12	Teekanne	Landlust	Standard-Industrieware mit Märchen von Land-Idylle überteuert verkauft	13.200	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Nov 11	Unilever	Becel pro.activ	Cholesterin-Margarine mit ungeklärtem Nutzen und möglichen Risiken	17.800	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Okt 11	Bongrain	Saint Albray	Rinde trotz Anti-Pilzmittel Natamycin als "essbar" beworben	14.000	Vom Verzehr der Natamycin-Rinde wird nun abgeraten	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Jul 11	Danone	Activia-Becher	Neuer Becher aus Maisstärke (PLA) ist nicht "umweltfreundlicher" als der alte aus Rohöl	8.000	Keine Auslobung vermeintlicher ökologischer Vorteile des PLA-Bechers	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Apr 11	Ferrero	Milch-Schnitte*	Angeblich "leichte" Zwischenmahlzeit, doch fett und zuckrig wie Schoko-Sahnetorte	16.700*	Statt expliziter Irreführung nun subtile Manipulation von Eltern und Kindern	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Mrz 11	Danone	Activia	Kann keineswegs mal eben die Verdauung regulieren, wie suggeriert	7.700	Keine Aussagen mehr zu Verdauung und Darmwohlfinden	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Feb 11	Stockmeyer	Ferdi Fuchs	Kein gesundes Kinderprodukt, da viel zu hoher Salzgehalt	8.400	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Dez 10	Gutfried	Puten Cervelatwurst	Keine "Putenwurst", denn sie besteht beinahe zur Hälfte aus Schweinefleisch	10.000	Produkt nun ohne Schweinefleisch in der Rezeptur	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Sep 10	Kühne	Schlemmertöpfchen	Keine Spur von "Tradition", sondern Farbstoffe und Aromen	10.200	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Jul 10	Storck	nimm2	Bonbon bleibt Bonbon, Vitaminzusatz hin oder her	8.700	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Feb 10	Unilever	Bertolli Gegrilltes Gemüse	Angeblich "verbesserte Rezeptur", die enthält jedoch Hefeextrakt und Citronensäure	5.800	Minimale Änderung der Rezeptur sowie Änderung des Produktnamens	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Jan 10	Pfanner	Der Gelbe Physalis	Physalis gar nicht und Gelber Tee kaum enthalten; dafür umso mehr Zucker	10.700*	Mini-Dosis Physalis hinzugefügt, kosmetische Änderungen am Etikett	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Dez 09	Dr. Oetker	Pur Crema Choc	Mit Rechenricks als "Edelbitter" und hochwertig beworben, enthält jedoch < 2% Kakao	10.400*	Produkt vom Markt genommen	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Nov 09	Zott	Monte Drink*	Keine gesunde "Zwischenmahlzeit", sondern mehr Zucker als Coca Cola	12.800**	Minimale Zuckerreduktion im Monte Drink, Ergänzung des Sortiments	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Okt 09	Kraft Foods	Philadelphia Pesto & Tomato	Angeblich "mediterraner Genuss", doch Pesto gar nicht, Tomaten kaum enthalten	6.300	Produkt vom Markt genommen	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Sep 09	Carlsberg	Beo Heimat	Angeblich "rein natürlich", doch "Bio" sind gerade mal 5,5%; Aroma aus dem Labor	3.000	Produkt vom Markt genommen	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Aug 09	Schwartau	Corny Schoko	Kein ausgewogener Vollkornsnack, nur hochgradig verarbeitetes Getreide mit Zucker verklebt	5.400	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Jul 09	Escoffier	Champignon Creme-Suppe	Angeblich Feinschmeckerprodukt, doch nicht besser als Tütensuppe (Aroma und Zusatzstoffe)	4.000	Rezepturänderung: Nun echter, eingekochter Fond ohne Zusatzstoffe	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Jun 09	Adelholzener	Active O2	Sauerstoff-Zusatz steigert keineswegs die Leistungsfähigkeit, wie suggeriert	3.600	Sauerstoff-Claims verschwunden, dafür neue Produkte mit Vitamin-Claims	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Mai 09	Wild/SiSi-Werke	Capri-Sonne	Angeblich "gesunde Früchte", ist jedoch in Wahrheit ein zuckriger Softdrink mit Aromen	5.100	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Apr 09	Ferrero	Yogurette	Als "leicht" positioniert, enthält jedoch mehr Fett und Kalorien als Vollmilchschokolade	5.800	Statt expliziter Irreführung ("leicht") nun subtil mit der selben Botschaft	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Dez 08	Danone	Actimel*	Kann keineswegs vor Erkältungen schützen, wie suggeriert	8.400*	Keine Aussagen mehr zu Abwehrkräften/Immunsystem	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Okt 08	Schwartau	Mövenpick Erdbeere	Industrie-Standard zum Premiumpreis	4.000	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Okt 08	Unilever	Milchzeit	Kein Ersatz für ein Glas Milch, sondern eine Süßigkeit	2.200	Produkt vom Markt, aber stattdessen analoge "Milk Time"-Produkte	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Okt 08	Nestlé	Maggi Naturpur Bio	Angeblich ohne "Geschmacksverstärker", enthält jedoch Hefeextrakt	4.000	Produkt vom Markt genommen	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Sep 08	Unilever	Bertolli Pesto Verde	Billige Ersatzzutaten statt "original italienische Rezeptur"	5.200	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Jul 08	Unilever	Rama Cremefine	Überteuertes Sahne-Imitat, das nicht gesünder ist als Sahne	3.600	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Jun 08	Nestlé	Fitness Fruits	Als Fitness-Produkt beworben, besteht jedoch zu einem Drittel aus Zucker	3.100	Werbung unverändert, minimale Zuckerreduktion	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Mai 08	Campina	Landliebe	Weder "artgerechte Tierhaltung", "Qualitätsgarantie" noch Premiumpreis nachvollziehbar	4.200	Futter ohne Gentechnik; foodwatch-Kritik nicht wiederlegt	Änderung ohne Verbesserung für Verbraucher
Apr 08	Bahlsen	GenießerKuchen	Keine "erlesenen Zutaten", sondern Aromen, Zusatzstoffe und Käfigeier	4.400	Nun Eier aus Bodenhaltung (zum 1.1.2012 / seit EU-Käfigeier-Verbot in Kraft)	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Dez 07	Schwartau	Fruit2Day	Ersetzt keineswegs eine Ration Obst, wie suggeriert, höchstens ein Glas Saft	3.100	Werbung und Rezeptur ohne relevante Änderungen	Keine Reaktion
Okt 07	Ferrero	Kinder-Riegel	Extra-Portion-Milch irreführend, da mehr Fett und Kalorien als Vollmilchschokolade	5.400	Kein Hinweis mehr auf die "Extra-Portion-Milch" oder "gutes Kalzium"	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Okt 07	Eckes-Granini	Frucht-Tiger	Kein "gesunder Durstlöcher", sondern umstrittene Süßstoffe und Citronensäure	1.000	Rezeptur verbessert (Nun Saftschorle ohne Zusatzstoffe und Aromen)	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
Okt 07	Bauer	Biene Maja	Kein ausgewogenes Kindermilchgetränk, sondern eine Zuckerbombe	1.500	Produkt vom Markt genommen	Rezeptur/Werbung verbessert/Produkt vom Markt
		* Gewinner eines "Goldenen Windbeutels"		269.000		
					* aus 2 Mitmach-Aktionen	
					** aus 3 Mitmach-Aktionen	

Ausführliche Informationen zu den einzelnen Produkten finden Sie auf www.abgespeist.de