



Kandidat Nr. 1:

Philadelphia mit Ziegenkäse & Rosmarin von Mondelez

foodwatch-Kritik: Name und Verpackungsgestaltung erwecken den Eindruck, es handle sich um ein Ziegenkäseprodukt. Erst im ganz Kleingedruckten erfährt man: der Ziegenkäse-Anteil liegt gerade einmal bei 3 Prozent!

Fakten, Quellen und Bewertung

- Der Deckel der „Sorte des Jahres“ von Philadelphia zeigt den Umriss einer Ziege in einer idyllischen Landschaft. Zusätzlich ist ein aufgeschnittenes Stück einer Ziegenkäserolle neben einem Rosmarinzweig abgebildet. Ein Hinweis auf Kuhmilch findet sich nicht.
- Für Verbraucher:innen ist kaum erkennbar, dass das Produkt überwiegend aus einer Frischkäsezubereitung aus Kuhmilch besteht und **tatsächlich nur 3 Prozent Ziegenfrischkäse** enthält. Nicht einmal die Zutatenliste auf der Verpackungsrückseite weist den Anteil aus. Hierfür muss man schon auf das Kleingedruckte am Verpackungsrand schauen.
- Ein vergleichbares Produkt von Arla, das etwas mehr Ziegenkäse enthält, wirbt zurückhaltender. Dort heißt es: „verfeinert mit mildem Ziegenkäse“.¹ So wird zumindest sprachlich deutlich, dass es sich nicht um ein Ziegenkäse-Produkt handelt.
- Nach Artikel 7 der EU-Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV) dürfen Informationen über Lebensmittel „nicht irreführend“ sein, beispielsweise in Bezug auf die „Art“ oder „Zusammensetzung“.²
- Nach Artikel 22 der LMIV müssen Hersteller bei beworbenen Zutaten die verwendete Menge angeben – das genügt jedoch im Kleingedruckten.³ Nach Einschätzung der Verbraucherzentralen würde eine Kennzeichnungspflicht des Zutaten-Anteils auf der Vorderseite das Täuschungspotenzial „signifikant verringern“.⁴
- Aktuell ist es eine Einzelfallentscheidung, ob die werbliche Hervorhebung einer Zutat irreführend ist, wenn nur geringe Mengen enthalten sind.⁵

Zutaten: Frischkäse, Molkenerzeugnisse (aus Milch), Ziegenfrischkäse, Speisesalz, Rosmarin, weißer Pfeffer, Verdickungsmittel (Johannisbrotkernmehl, Carrageen), Aroma (enthält Milch), modifizierte Stärke, Säuerungsmittel (Citronensäure)

Nährwerte je 100g:
Energie 607 kJ/146 kcal
Fett 11 g
davon ges. Fettsäuren 7,1 g
Kohlenhydrate 5,0 g
Davon Zucker 4,8 g
Ballaststoffe 0,4 g
Salz 1,0 g

Verkaufspreis im Einzelhandel:

2,19 Euro

¹ <https://www.arlafoods.de/produkte/arla-buko/milder-ziegenkase-200g-441/>, abgerufen am 30.05.2023

² <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:de:PDF>, abgerufen am 30.05.2023

³ <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:de:PDF>, abgerufen am 30.05.2023

⁴ https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2017/09/05/17-09-06_vzbv_mehr_klarheit_bei_geringen_zutatenmengen_und_aramen_forderungspapier_des_vzbv.pdf, abgerufen am 30.05.2023

⁵ <https://rsw.beck.de/aktuell/meldung/olg-frankfurt-am-main-auch-nach-rucola-schmeckendes-i-pesti-con-basilico-e-rucola-trotz-minimalen-rucola-anteils-nicht-irrefuehrend>, abgerufen am 30.05.2023

<https://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Gericht=OLG%20N%FCrnberg&Datum=21.02.2017&Aktenzeichen=3%20U%201830/16>, abgerufen am 30.05.2023

- foodwatch fordert: **Werden einzelne Zutaten eines Produktes werblich in Bild oder Text hervorgehoben, muss der Hersteller den Anteil, den diese Zutat im Produkt ausmacht, in Prozentzahlen auf der Vorderseite nennen – gut sichtbar direkt bei der werblichen Hervorhebung.**
- Doch warum schmeckt der Philadelphia-Käse nach Ziegenkäse, obwohl nur 3 Prozent enthalten sind? **Unsere Vermutung liegt nahe: Aroma.** Laut Zutatenliste enthält das Produkt Aroma, welches wiederum Milch enthält. Es ist unklar, ob es sich dabei um Ziegenkäse-Aroma handelt – es ist jedoch wahrscheinlich.
- foodwatch fordert: Der Einsatz von Aromen und Zusatzstoffen muss transparent sein. Werden echte, aus Lebensmitteln gewonnene Aromen verwendet, müssen diese als „natürliches Aroma“ unter Nennung des Rohstoffs in der Zutatenliste stehen – alle anderen Aromen müssen dort als „lebensmittelfremdes Aroma“ deklariert werden.
- Der Verbraucher Stefan hat das Produkt über das foodwatch-Portal www.schummelmelder.de eingereicht. Seine Begründung:
„Produktbezeichnung und Verpackungs-Illustrationen erwecken den Eindruck, es handle sich um (annähernd) reinen Ziegenkäse. Auf der Abbildung wird ein echter Ziegenkäse gezeigt, daneben eine Ziege. Kühe oder sonstige Anspielungen auf Kuhmilch tauchen nicht auf, auch nicht im Namen. Tatsächlich sind im Produkt, wie man dem Kleingedruckten an der Packungsseite entnehmen kann, 3 (!) Prozent Ziegenkäse enthalten.“⁶

⁶ https://www.schummelmelder.de/philadelphia-mit-ziegenkaese-rosmarin-von-mondelez_abgerufen_am_30.05.2023



Kandidat Nr. 2:

**Pom-Bär Ofen Minis von
Intersnack Deutschland**

foodwatch-Kritik:

Die Pom-Bär Ofen Minis in den Geschmacksrichtungen „Paprika“ und „Sour Cream Style“ richten sich an Kinder und werben mit „50 Prozent weniger Fett“. Doch die

Chips in Bärenform sind alles andere als gesund: Sie enthalten etwa sechs Mal so viel Zucker wie die Original Pom-Bären und dürften nach den Empfehlungen der WHO gar nicht erst an Kinder beworben werden.

Fakten, Quellen und Bewertung:

- Intersnack Deutschland bewirbt die Pom-Bär Ofen Minis explizit an Kinder, in dem es lachende Comicfiguren auf die Verpackungen druckt und die Chips in Bärenform präsentiert.¹
- Zudem sollen offenbar gesundheitsbewusste Eltern zu den Produkten greifen: Der Hersteller verspricht, dass die Pom-Bär Ofen Minis „50 Prozent weniger Fett als herkömmliche Kartoffelsnacks“ enthalten. Was sich hinter „herkömmlichen Kartoffelsnacks“ verbirgt, bleibt unklar.
- Was der Hersteller verschweigt: Die Chips enthalten **deutlich mehr Zucker** als die Original Pom-Bären². Die Pom-Bär Ofen Minis „Paprika“³ schlagen mit 13 Gramm Zucker pro 100 Gramm und die Sorte „Sour Cream Style“⁴ mit 12 Gramm Zucker pro 100 Gramm zu Buche. Die Original Pom-Bären enthalten dagegen nur 2,2 Gramm Zucker. Das heißt, die Sorte „**Sour Cream Style**“ **enthält etwa fünfeinhalb Mal so viel Zucker und die Sorte „Paprika“ knapp sechs Mal so viel.**
- Kinder essen ohnehin schon mehr als doppelt so viele Süßigkeiten und Knabberereien und nicht mal halb so viel Obst und Gemüse wie empfohlen.⁵
- Nach den Kriterien der **Weltgesundheitsorganisation (WHO)** dürfte **der Snack aufgrund des Zucker- und Salzgehalts nicht an Kinder beworben werden.**⁶
- foodwatch fordert seit langem, dass das Kindermarketing für unausgewogene Produkte gesetzlich reguliert werden muss.

**Zutaten (Bsp. Sorte
Paprika):**

Kartoffelpulver (65%),
Kartoffelstärke,
Sonnenblumenöl,
Weizenmehl, Zucker,
Speisesalz,
Trockenmilcherzeugnis aus
Sauerrahm, Zwiebelpulver,
Paprikapulver, natürliches
Aroma, Emulgator (Lecithine),
Hefeextrakt, Knoblauchpulver,
Gewürze, Säuerungsmittel
(Citronensäure), Farbstoff
(Paprikaextrakt).

**Nährwerte je 100g (Bsp.
Sorte Paprika):**

Brennwert: 1744kJ/414kcal
Fett: 8,3g
davon ges. Fettsäuren:
1,0g
Kohlenhydrate: 74g
davon Zucker: 13g
Ballaststoffe: 7,2g
Eiweiß: 6,9g
Salz: 0,89g

**Verkaufspreis
im Einzelhandel:**

1,69€ / 80 g

¹ <https://www.pom-baer.de/sortiment/ofen-minis-sour-cream-style>, abgerufen am 30.05.2023

² <https://www.pom-baer.de/sortiment/original>, abgerufen am 30.05.2023

³ <https://www.pom-baer.de/sortiment/ofen-minis-paprika>, abgerufen am 30.05.2023

⁴ <https://www.pom-baer.de/sortiment/ofen-minis-sour-cream-style>, abgerufen am 30.05.2023

⁵ EsKiMo II - Die Ernährungsstudie als KiGGS-Modul, Robert Koch-Institut, Berlin 2020. Vgl. Abbildung 16: Verteilung des Lebensmittelverzehrs im Vergleich zur OMK-Empfehlung: https://edoc.rki.de/bitstream/handle/176904/6887.2/EsKiMoII_Projektbericht.pdf?sequence=3&isAllowed=y, S. 44, abgerufen am 30.05.2023

⁶ <https://www.who.int/europe/publications/i/item/WHO-EURO-2023-6894-46660-68492>, S. 5, abgerufen am 30.05.2023

- Das Bundesernährungsministerium hat bereits Eckpunkte für einen entsprechenden Gesetzentwurf vorgelegt.⁷ Dieser umfasst jedoch in erster Linie die Werbung im TV, Radio und Internet, nicht die Verpackungsgestaltung. Das ist ein Schlupfloch: Mit Comicfiguren auf Verpackungen von Süßwaren und fettigen Snacks fördert die Lebensmittelindustrie Fehlernährung insbesondere bei Kleinkindern, die über andere Kanäle kaum erreicht werden, aber bereits mit ihren Eltern einkaufen gehen.
- Zwar liegt der Gesamtenergiegehalt der Pom-Bär Ofen Minis unter dem der Original Pom-Bären.⁸ Das ändert aber nichts daran, dass ein Produkt mit einem solchen Zucker- und Salzgehalt alles andere als ausgewogen ist.
- Der Verbraucher Max hat das Produkt über das foodwatch-Portal www.schummelmelder.de eingereicht. Seine Begründung: *„Die Packung suggeriert eine Mini-Version von Pom-Bär, die durch das Backen im Ofen auch noch besonders gesund (...) ist. (...) Auch bei vergleichbaren Chips/Knabbergebäck habe ich keine auch nur annähernd vergleichbare Zuckermenge gesehen.“*⁹

⁷ <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/gesunde-ernaehrung/kita-und-schule/lebensmittelwerbung-kinder.html>, abgerufen am 30.05.2023

⁸ Original Pom-Bären: 2.156 kJ/ 516 kcal; Pom-Bär Ofen Minis „Paprika“: 1.744 kJ/ 414 kcal; Pom-Bär Ofen Minis „Sour Cream Style“: 1.738 kJ/ 412 kcal

⁹ <https://www.schummelmelder.de/pom-baer-ofen-minis-von-intersnack>, abgerufen am 30.05.2023



Kandidat Nr. 3:

Yfood Smooth Vanilla von yfood Labs GmbH

foodwatch-Kritik: Auf der Verpackung des Drinks Yfood prangt der Slogan „This is Food“. Eine 500ml-Flasche soll eine Mahlzeit ersetzen und wird als gesund, ausgewogen und vollwertig beworben. Über Geschmack lässt sich streiten. Fakt ist: Der Preis von mit 3,99 € ist ziemlich happig für Milch mit Wasser und ein paar zugesetzten Vitaminen, Mineralien und Süßstoff. Künftig wird Yfood mit dem Nutri-Score E bewertet.

Fakten, Quellen und Bewertungen:

- Das Münchener Start-Up Yfood preist seine Trinkmahlzeit in den höchsten Tönen an: „Bewusste Ernährung“ sei damit „ganz einfach“. Yfood sei „convenient, gesund, lecker und nachhaltig“ und habe ein „vollwertiges Nährstoffprofil“. Yfood „liefert deinem Körper essenzielle Nährstoffe, wie Proteine, Ballaststoffe, pflanzliche Öle sowie 26 Vitamine und Mineralstoffe. Kurz: eine praktische, gesunde Mahlzeit. Vor allem, wenn Zeit mal wieder knapp ist. Als Drink, Pulver oder Riegel. Schmeckt, spart Zeit und macht satt.“¹
- Yfood bietet neben Trinkmahlzeiten auch Pulver zum Selbstmischen, Riegel sowie Mahlzeiten zum Aufgießen an. Die Drinks werden als Produkte auf Kuhmilchbasis sowie als vegane Drinks auf Sojabasis angeboten.
- **Der Preis pro Liter für die Yfood-Drinks beträgt 7,98 €.** Zum Vergleich: Einen Liter fettarme Biomilch gibt es schon für **1,25 Euro**.²
- Yfood enthält neben dem in Milch natürlicherweise enthaltenen Zucker auch Maltodextrin und Sucralose. Maltodextrin wird laut Yfood nicht zum Süßen, sondern als Kohlenhydratquelle in geringen Mengen eingesetzt.³ Sucralose ist ein sehr stark süßendes künstliches Süßungsmittel. foodwatch bewertet **Süßstoffe in Lebensmitteln grundsätzlich kritisch**, da sie zur Süßgewöhnung beitragen.
- Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) rät davon ab, zur Gewichtskontrolle auf zuckerfreie Süßstoffe zu setzen. Die langfristige Einnahme der Süßungsmittel könne potenziell unerwünschte Auswirkungen haben, wie etwa ein erhöhtes Risiko für Typ-2-Diabetes, Herz-Kreislauf-Erkrankungen und Sterblichkeit bei Erwachsenen.⁴

Zutaten (Yfood Smooth Vanilla):
Fettarme Milch, Wasser, Milcheiweiß, pflanzliche Öle 2,9% (Raps, Sonnenblume), Kokosnussmilch, glutenfreie Haferfaser, lösliche Maisfaser, Reispulver (Reismehl, Reisstärke, Reissirup), Vitamine (A, C, D, K, B1, B3, B5, B6, Folsäure, Biotin), Mineralstoffe (Magnesium, Eisen, Kupfer, Mangan, Selen, Chrom, Molybdän, Jod), Emulgator Lecithine; Maltodextrin, Süßungsmittel Sucralose; Stabilisatoren Gellan, verarbeitete Euchema-Algen; Laktase, natürliche Aromen.

Nährwerte je 100ml:
Energie 418kJ / 100 kcal
Fett 4,7 g, davon ges. Fettsäuren 1,0 g
Kohlenhydrate 6,8 g
Davon Zucker 4,5 g
Ballaststoffe 1,6 g
Salz 0,17 g

Verkaufspreis im Einzelhandel:
3,99€/500ml

¹ <https://www.yfood.eu/>, abgerufen am 30.05.2023

² <https://www.aldi-nord.de/sortiment/kuehlung-tiefkuehlung/kaese-milch-milchprodukte/milch-milchersatz/frische-fettarme-milch-6984-0-0.article.html> (abgerufen am 24.05.23)

³ <https://www.yfood.eu/pages/zutaten>, abgerufen am 30.05.2023

⁴ <https://www.who.int/news/item/15-05-2023-who-advises-not-to-use-non-sugar-sweeteners-for-weight-control-in-newly-released-guideline>, abgerufen am 30.05.2023

- Auch wenn Yfood die Drinks „Ohne Zuckerzusatz bewirbt“: Eine 500-ml-Flasche Yfood Smooth Vanilla enthält ganze **22 Gramm Zucker** aus der Kuhmilch – das sind mehr als **7 Zuckerwürfel**.
- Yfood schmückt sich aktuell noch mit dem **Nutri-Score A**. Das wird sich jedoch ändern. Kürzlich haben Wissenschaftler:innen die Berechnungsgrundlagen der Lebensmittelampel verbessert. Nach der neuen Berechnung **wird Yfood ein rotes E erhalten** – also die schlechteste Bewertung für Produkte mit einer besonders ungünstigen Nährwertzusammensetzung. Der Grund: Milch sowie milchbasierte Getränke werden künftig nicht mehr wie Lebensmittel, sondern wie Getränke berechnet. Zudem wird die Verwendung von Süßungsmitteln mit Negativ-Punkten berücksichtigt. Die neuen Benutzungsbedingungen treten ab 31. Dezember 2023 in Kraft. Unternehmen, die ihre Produkte bereits mit dem Nutri-Score kennzeichnen, haben eine Übergangsfrist bis Ende 2025, um die Kennzeichnung anzupassen.⁵
- „Schluck, schluck, satt!“: Yfood hat einen relativ hohen Kaloriengehalt von 500 Kilokalorien pro 500-Milliliter-Flasche. Die wenigsten Menschen haben das Problem, zu wenige Kalorien zu sich zu nehmen. Gerade, wenn Yfood als schnelle Mahlzeit am Schreibtisch verzehrt wird. Die Ernährungswissenschaftlerin und zertifizierte Ernährungsberaterin Alice Luttrupp, die auch für foodwatch tätig ist, sieht das kritisch: *„Aus meiner Sicht ist es **absurd, Yfood als vollwertiges Essen zu verkaufen**. Es ist ein hochverarbeitetes industriell hergestelltes Produkt. Es enthält eine ganze Menge Zucker und hat eine sehr hohe Kaloriendichte. In meiner Praxis gibt es immer wieder Menschen, die annehmen, mit Yfood abnehmen zu können. Das ist ein großes Missverständnis: Eine 500ml-Flasche enthält immerhin 500 Kilokalorien. Sie ist schnell getrunken. Ein Sättigungsgefühl stellt sich aber erst nach etwa 20 Minuten ein. In der kurzen Zeit, die es dauert, den Drink zu trinken, nehme ich also möglicherweise mehr Kalorien zu mir, als ich eigentlich hungrig bin. Zudem ist der Kauprozess wichtig, der bei einer Trinkmahlzeit naturgemäß wegfällt. Beim Kauen wird mit Speichelenzymen vorverdaut und das Gehirn realisiert, dass eine Nahrungsaufnahme stattfindet. Der Kauprozess regt die Produktion von Speichel, Magensäften und Verdauungsenzymen an. Wenn ich die Trinkmahlzeit rasch trinke, kommen im Magen sehr viele Kalorien auf einmal an und dies auch noch in flüssiger Form, so dass der Verdauungstrakt kaum etwas zu tun hat, um die einzelnen Nährstoffe aufzuspalten.“*
- Yfood enthält zahlreiche zugesetzte künstliche Vitamine und Mineralstoffe. Ernährungswissenschaftlerin Alice Luttrupp bewertet dies so: *„Isolierte Vitamine können nicht die Karotte oder den Grünkohl ersetzen. **Für den Körper ist es immer besser, Vitamine aus natürlichen Lebensmitteln aufzunehmen**. Denn sie sind dort im Zusammenspiel mit sekundären Pflanzeninhaltsstoffen und Pflanzenfasern enthalten. Die komplette Bandbreite und den gesundheitlichen Nutzen des Lebensmittels nimmt nur auf, wer Früchte, Gemüse und Getreide in ihrer natürlichen Form verzehrt. Aus der medizinischen Praxis ist Trinknahrung schon lange bekannt. Sie kann durchaus sinnvoll sein für alte oder kranke Menschen, die Schwierigkeiten haben, genügend Kalorien und Nährstoffe aus natürlichen Lebensmitteln zu sich zu*

⁵ <https://www.bmel.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2023/045-nutri-score.html>, abgerufen am 30.05.2023

nehmen. Für gesunde Menschen ist es aus meiner Perspektive kein vollwertiger Mahlzeiterersatz.“

- Laut einer Meldung der österreichischen Wettbewerbsbehörde steigt der Schweizer Lebensmittelkonzern Nestlé beim Münchner Start-Up Yfood mit einer Minderheitsbeteiligung ein.⁶
- Das Produkt wurde auf der foodwatch-Plattform www.schummelmelder.de eingereicht. User Jan V. schreibt: „Es handelt sich hier nicht um eine „Mahlzeit“. Yfood wirbt hier und auch auf YouTube Channel (über Dritte) als wäre dies eine Mahlzeit und man könnte sich davon quasi ernähren. Die Zusammensetzung des Produkts sind katastrophal und es handelt sich um ein Mahlzeiterersatz der in keinsterweise eine regelmäßige Mahlzeit darstellen sollte.“

⁶ <https://www.bwb.gv.at/zusammenschlusse/zusammenschluss/6238>, abgerufen am 30.05.2023

Kandidat Nr. 4:



Tuc Bake Rolls von Mondelez

foodwatch-Kritik: Die Tuc Bake Rolls sind ein besonderes Beispiel für versteckte Preiserhöhungen. Der Hersteller Mondelez hat den Preis von 1,39 auf 1,99 Euro erhöht und zugleich den Inhalt von 250 auf 150 Gramm verkleinert. Obendrein hat

Mondelez die Marke ausgetauscht. Auf diese Weise bekommen Verbraucher:innen kaum mit, dass sie für fast den gleichen Inhalt mehr als doppelt so viel Geld zahlen.

Zutaten (Bsp. Sorte Meersalz):

Tuc: Weizenmehl, Sonnenblumenöl 13 %, Zucker, Meersalz 1,5 %, Hefe, Ackerbohnenmehl, Emulgator (Natriumstearoyl-2-lactylat), Mehlbehandlungsmittel (Ascorbinsäure, L-Cystein), Weizenstärke.

7days: Weizenmehl, Sonnenblumenöl, Meersalz 2,35 %, Zucker, Hefe, Bohnenmehl, Emulgator (Natriumstearoyl-2-lactylat), Mehlbehandlungsmittel (Ascorbinsäure, L-Cystein), Weizenstärke.

Fakten, Quellen und Bewertung

- Mondelez verkauft die Bake Rolls, die zuvor unter der Marke 7days im Supermarkt-Regal lagen, neuerdings unter der Marke Tuc. Es handelt sich quasi um das gleiche Produkt¹ – nur wird es jetzt deutlich teurer verkauft: Kosteten 250 Gramm im Einzelhandel zuvor 1,39 Euro, so dokumentiert die Preisvergleichsapp Smhaggle² die Tuc Bake Rolls seit Mitte Mai zu einem dominierenden Regalpreis von 1,99 Euro für 150 Gramm³ - **eine versteckte Preiserhöhung von rund 139 Prozent** (von 5,56 Euro pro Kilo zu 13,27 Euro).
- Mondelez hatte Anfang 2022 die Chipita Global S.A. gekauft, zu der die Marke 7days gehörte.⁴
- Schaut man sich beispielsweise die Zutatenliste der Sorte Meersalz an, erkennt man, **dass die Zutatenlisten der Bake Rolls von 7days und Tuc identisch sind**. Zwar steht bei den Tuc Bake Rolls „Ackerbohnenmehl“ und bei den 7days Bake Rolls „Bohnenmehl“. Man kann aber davon ausgehen, dass es sich um dieselbe Zutat handelt. **Auch die Nährwertabelle ist bis auf den Salz- und Energiegehalt identisch.**⁵
- Zudem ist die Verpackungsgestaltung stark an die der 7days Bake Rolls angelehnt: Farbgestaltung und Motiv gleichen sich.
- Mondelez verkauft nun also fast das gleiche Produkt unter einer anderen Marke für mehr als den doppelten Preis.
- Deshalb hat die **Verbraucherzentrale Hamburg** die Tuc Bake Rolls zur **Mogelpackung des Monats März 2023** gekürt. Sie hat verschiedene

Nährwerte je 100g (Bsp. Sorte Meersalz):

Tuc:
Energie 1854 kJ / 441 kcal
Fett: 14,5 g
Davon gesättigte Fettsäuren : 1,6 g
Kohlenhydrate : 62 g
Davon Zucker: 4,0 g
Ballaststoffe: 3,2 g
Eiweiß: 14 g
Salz: 1,5 g

7days:
Energie 1861 kJ/ 443 kcal
Fett: 14,5 g
Davon gesättigte Fettsäuren: 1,6 g
Kohlenhydrate: 62 g
Davon Zucker: 4,0 g
Eiweiß: 14 g
Salz: 2,35 g

Verkaufspreis im Einzelhandel:

Tuc (150g): 1,99 Euro
7days (250g): 1,39 Euro
(wahrscheinlich nicht mehr im Handel erhältlich)

¹ Dies betrifft die Sorten Meersalz, Knoblauch, Zwiebeln sowie Tomate & Olive. foodwatch konnte die Sorte Meersalz direkt miteinander vergleichen. Die Verbraucherzentrale Hamburg hat auch die weiteren Sorten verglichen. Soweit erkennbar, gibt es bei der Sorte Tomate & Olive minimale Abweichungen bei den Zutaten. Die weiteren Sorten Pizza, Sour Cream & Onion und Barbecue von 7days sind als Mini Bake Rolls der Marke Tuc erhältlich. Ob sich auch bei diesen Sorten die Zutaten gleichen, hat foodwatch nicht geprüft.

² Smhaggle ist eine App, in der Nutzer:innen Kassensbons ihrer Einkäufe hochladen können. So verfügt Smhaggle über Preisdaten fast aller im Einzelhandel verfügbaren Lebensmittel über einen längeren Zeitraum.

³ Zunächst betrug die Preiserhöhung etwa 127 Prozent. Die Tuc Bake Rolls wurden zwischen Ende Januar und Mitte Mai zu einem dominierenden Regalpreis von 1,89 Euro verkauft.

⁴ <https://www.mondelezinternational.com/Welcom-Chipita-Brands>, abgerufen am 30.05.2023

⁵ Salzgehalt bei 7days: 2,35g pro 100g; Salzgehalt bei Tuc: 1,5g Salz pro 100g; Energie bei 7days: 1861 kJ/ 443 kcal, Energie bei Tuc: Energie 1854 kJ / 441 kcal

Sorten der 7days Bake Rolls mit den Tuc Bake Rolls verglichen und kam zu dem Ergebnis: Die 7days Bake Rolls wurden fast eins zu eins durch die Tuc Bake Rolls ersetzt. Die Sorten Meersalz, Knoblauch, Zwiebeln sowie Tomate & Olive gebe es bei Tuc genauso wie sie zuvor unter der Marke 7days verkauft wurden. Dabei seien Aussehen, Rezepturen und Nährwerte der verschiedenen Bake Rolls für alle Sorten quasi identisch. Nur der Salzgehalt der „neuen“ Bake Rolls falle etwas geringer aus. Nährwerte für Fett, gesättigte Fettsäuren, Zucker und Eiweiß seien identisch.⁶

- Gegenüber der Verbraucherzentrale hat Mondelez eine Stellungnahme⁷ abgegeben und erklärt: „Die Bake Rolls sind ein neues Produkt im TUC-Sortiment. Durch die Neueinführung von Brotchips unter unserer Marke TUC erweitern wir das Portfolio um einen weiteren Snack in dieser Kategorie.“ Ein neues Produkt im Mondelez-Sortiment sind sie jedenfalls nicht. Denn unter der Marke 7days wurden sie ja vorher verkauft.
- Weiter gibt Mondelez an: *Die Marke 7Days gibt es weiterhin. Mondelez International hat sich jedoch entschieden, Snacking-Kompetenzen unter etablierten Marken stärker zu bündeln. Daher führen wir salzige Snacks wie Brotchips in Deutschland unter unserer Crackermarke TUC.* foodwatch interpretiert die Aussage wie folgt: **„In Deutschland bekommt ihr die Bake Rolls nur noch zum doppelten Preis.“**
- Zu der Preiserhöhung äußert sich Mondelez folgendermaßen: *„Die Gestaltung der Endverbraucherpreise liegt alleine beim Lebensmitteleinzelhandel bzw. beim Online-Händler – als Hersteller haben wir darauf keinen Einfluss.“* Das ist kaum nachvollziehbar. foodwatch geht davon aus, dass sich sowohl der Verkaufspreis von Mondelez an die Händler als auch die unverbindliche Preisempfehlung deutlich erhöht hat.
- Sowohl foodwatch⁸ als auch die Verbraucherzentrale Hamburg⁹ mussten den Trend feststellen, dass Hersteller den Inhalt vieler Produkte reduzieren. Dieses Phänomen heißt Shrinkflation (shrink = schrumpfen). Teilweise werden die Preise gleichzeitig erhöht. Dadurch bleiben Preiserhöhungen für Konsument:innen oft unsichtbar.
- Foodwatch fordert: **Produkte mit geschrumpftem Inhalt müssen klar gekennzeichnet sein. Auf der Verpackung und im Supermarktregal.**
- Die Tuc Bake-Rolls hat die Verbraucherin Cordula auf der Plattform www.schummelmelder.de eingereicht.¹⁰

⁶ <https://www.vzh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/tuc-bake-rolls-das-hat-sich-gebacken>, abgerufen am 30.05.2023

⁷ https://www.vzh.de/sites/default/files/medien/171/dokumente/2023-02_Stellungnahme_Mondelez.pdf, abgerufen am 30.05.2023

⁸ foodwatch wurden vermehrt Shrinkflation-Produkte über das Portal www.schummelmelder.de gemeldet.

⁹ <https://www.vzh.de/themen/mogelpackungen/jede-menge-mogelpackungen-weniger-drin-preis-gleich>, abgerufen am 30.05.2023

¹⁰ <https://www.schummelmelder.de/tuc-bake-rolls-duenne-knusprige-brotchips-von-mondelez-deutschland-gmbh-28078-bremen>, abgerufen am 30.05.2023



Kandidat Nr. 5:

3 Bears Porridge von 3 Bears Foods

foodwatch-Kritik:

Das Start-Up 3 Bears bewirbt sein „Porridge“ mit einigem Brimborium: Der „Kerniger Klassiker“ sei ein „Solo-Star“ – eine „geheime Mischung aus Vollkornhaferflocken. Garantiert ohne zugesetzten Zucker oder künstliche Zusätze.“ Der Blick auf die Zutatenliste zeigt: Es handelt sich schlicht und einfach um 100 % Haferflocken. Dafür müssen die

Verbraucher:innen tief in die Tasche greifen: 400

Gramm Haferflocken kosten 3,99 Euro.

Fakten, Quellen und Bewertung:

- Auf der Verpackung des „kernigen Klassikers“ von 3 Bears steht groß „Porridge“, verbunden mit dem Hinweis „zuckerfrei“. Als Verbraucher:in kann man den Eindruck bekommen, dass dahinter mehr als nur Haferflocken stecken.
- **Im Einzelhandel kostet das Porridge 3,99 Euro (400 Gramm).** Im Onlineshop von 3 Bears bekommt man die Haferflocken ebenfalls für 3,99 Euro, jedoch als Aktionsware mit kurzem MHD. Laut Webseite spart man 20 Prozent, da der Original-Preis sogar mit 4,99 Euro angegeben ist.¹
- Zum Vergleich: Eigenmarken-Haferflocken von Kaufland² und Rewe³ kosten 79 Cent (500 Gramm). Die 3 Bears-Haferflocken sind also **mehr als sechs Mal so teuer**. Selbst die etwas teureren Kölln-Flocken können für 1,69 Euro (500 Gramm)⁴, die Bio-Haferflocken von Alnatura für 1,19 (500 Gramm)⁵ erworben werden.
- Auf der Webseite schreibt 3 Bears zu dem Produkt: „Wir verwenden nur ausgewählte Qualitätsflocken und verzichten auf Zusatzstoffe und zugesetzten Zucker.“ Der Verzicht auf Zusatzstoffe und zugesetzten Zucker ist jedoch selbstverständlich – es handelt sich schließlich um **reine Haferflocken**.
- Weiter heißt es: „Wir waren damals schon überzeugt, dass Porridge eine der besten Ideen für ein gesundes und leckeres Frühstück ist – nur leider konnten wir absolut nichts Gutes im Handel finden. Alle Produkte waren entweder randvoll mit Industriezucker oder schmeckten im günstigsten Fall nach nichts. Deswegen haben wir angefangen, unser eigenes Porridge zu machen.“⁶ Bezogen auf das Porridge „Kerniger Klassiker“ ist das sehr dick aufgetragen. Haferflocken gibt es schon lange im Handel und sie sind – wenn es reine Haferflocken sind – keinesfalls voll mit Industriezucker. Porridge ist schließlich auch nur ein Haferbrei, der

Zutaten:

Vollkorn-Haferflocken

Nährwerte je 100g:

Brennwert: 1566kJ/327kcal
Fett: 7g
davon ges. Fettsäuren: 1,3g
Kohlenhydrate: 59g
davon Zucker: 0,7g
Ballaststoffe: 10g
Eiweiß: 14g
Salz: 0,10g

Verkaufspreis

im Einzelhandel:

3,99€ / 400g

¹ <https://3bears.de/products/kerniger-klassiker-mhd>, abgerufen am 30.05.23

² Einkauf foodwatch vom 17.05.2023

³ <https://shop.rewe.de/p/ia-zarte-haferflocken-500g/6343171>, abgerufen am 30.05.2023

⁴ <https://shop.rewe.de/p/koelln-flocken-bluetenzart-500g/157910>, abgerufen am 30.05.2023

⁵ Einkauf foodwatch vom 17.05.2023

⁶ <https://3bears.de/pages/unsere-geschichte>, abgerufen am 30.05.2023

- traditionell mit Haferflocken, Wasser und etwas Salz gekocht wird.⁷
- Bekannt wurde die Marke 3 Bears 2017 in „Die Höhle der Löwen“, als Frank Thelen und Judith Williams in das Unternehmen investierten⁸.
 - Der Verbraucher Gunvar hat das Produkt über das foodwatch-Portal www.schummelmelder.de für den Goldenen Windbeutel vorgeschlagen.⁹ Seine Begründung: *„Hier werden 400 g normale Haferflocken (Haferflocken sind immer Vollkorn) für 3,95 Euro verkauft = 1 kg für fast 10 € = für ca. das Zehnfache (!) des Normalpreises. Als Rechtfertigung wird das Produkt als „Porridge“ betitelt und speziell diese Sorte als „Kerniger Klassiker“. Hinten ist zu lesen: „Da wir (ein deutsch-englisches Paar in Deutschland) keine leckerere Variante (Porridge) ohne Zuckerzusatz finden konnten, haben wir unsere eigenen Rezepte entwickelt.“ Das Rezept in diesem Fall: Haferflocken!“*

⁷ <https://www.bzfe.de/lebensmittel/trendlebensmittel/porridge/>, abgerufen am 30.05.2023

⁸ <https://3bears.de/pages/3bears-und-die-hoehle-der-loewen>, abgerufen am 30.05.2023

⁹ <https://www.schummelmelder.de/porridge-bzw-haferflocken-von-3-bears>, abgerufen am 30.05.2023