



Kandidat Nr. 2:

**Volvic Bio Rooibos Tee von Danone Waters**

*foodwatch-Kritik:*

*Danone Waters verspricht einen „Bio Rooibos Tee“ für „Teeverehrer“. Doch in Wahrheit besteht der „Tee“ nur zu 0,26 Prozent aus Rooibos-Aufguss – und zu 92 Prozent aus aromatisiertem Mineralwasser. Die rötliche Farbe kommt hauptsächlich durch eine entsprechend eingefärbte Verpackung – damit es auch fast ohne Rooibos nach einem echten Tee aussieht.*

**Zutaten:**

Natürliches Mineralwasser  
Volvic (92%), Bio-Rohrzucker, Bio-Zitronensaft aus Zitronensaftkonzentrat, Bio-Rooibos-Aufguss (0,26%), natürliches Aroma.

**Nährwerte je 100ml:**

Brennwert: 66kJ/16kcal  
Kohlenhydrate: 3,8g  
davon Zucker: 3,8g  
Salz: <0,01g

**Verkaufspreis  
im Einzelhandel:**  
1,69€/750ml

**Fakten und Quellen**

- Danone bewirbt sein Produkt als „Rooibos Tee“. Dabei enthält es nur 0,26 Prozent Rooibos-Aufguss – und besteht zu 92 Prozent aus natürlichem Mineralwasser. Weitere Zutaten sind Zucker, Zitronensaft und nicht näher definiertes „natürliches Aroma“.
- Nicht nur beim Geschmack greift Danone Waters zu Hilfsmitteln, sondern auch bei der Farbe. Durch eine braun-rötlich-gefärbte Folie um die gesamte Flasche verstärkt Danone den Eindruck, es handele sich um einen aufgebrihten Rooibos-Tee.
- Nach Artikel 7 der EU-Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV) dürfen Informationen über Lebensmittel „nicht irreführend“ sein, beispielsweise in Bezug auf die „Art“ oder „Zusammensetzung“. Auch ist es unzulässig, eine Zutat zu bewerben, wenn diese durch eine andere Zutat ersetzt wurde.<sup>1</sup> Ob geringe Mengen einer Zutat für eine werbliche Hervorhebung ausreichen, ist regelmäßig Gegenstand von Gerichtsverfahren – mit unterschiedlichem Ergebnis.<sup>2,3</sup>
- Nach Artikel 22 der LMIV müssen Hersteller bei beworbenen Zutaten die verwendete Menge angeben – das genügt jedoch im Kleingedruckten.<sup>4</sup> Nach Einschätzung der Verbraucherzentralen würde eine Kennzeichnungspflicht des Zutaten-Anteils auf der Vorderseite das Täuschungspotenzial „signifikant verringern“.<sup>5</sup>
- 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.
- Der Verbraucher Stefan hat das Produkt über das foodwatch-Portal [www.schummelmelder.de](http://www.schummelmelder.de) für den Goldenen Windbeutel vorgeschlagen. Seine Begründung: „Das Produkt wirbt damit, ein Rooibos Tee zu sein. Lediglich 0,26% sind Tee Aufguss. Das Produkt braucht sogar eine farbige Folie, so dass die Farbe einem echten Rooibos Tee gleicht.“<sup>6</sup>

<sup>1</sup> <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:de:PDF>

<sup>2</sup> <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>

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

<sup>4</sup> <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:de:PDF>

<sup>5</sup> [https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2017/09/05/17-09-06\\_vzbv\\_mehr\\_klarheit\\_bei\\_geringen\\_zutatenmengen\\_und\\_aromen\\_forderungspapier\\_des\\_vzbv.pdf](https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2017/09/05/17-09-06_vzbv_mehr_klarheit_bei_geringen_zutatenmengen_und_aromen_forderungspapier_des_vzbv.pdf)

<sup>6</sup> <https://www.schummelmelder.de/volvic-rooibos-tee-von-danone-waters/>

