



Kandidat Nr. 4:

Be-Kind Protein Riegel Crunchy Peanut Butter von Mars

foodwatch-Kritik:

Mars vermarktet seinen Erdnussriegel wie einen gesunden Sport-Snack mit dem „pflanzlichen Protein Kick“. Dabei besteht der Riegel zur Hälfte aus Fett und Zucker und ist damit alles andere als gesund. Die Lebensmittelampel Nutri-Score würde gar ein oranges „D“ anzeigen – die zweitschlechteste Kategorie.

Fakten und Quellen

- Zentraler Blickfang ist der Produktname „Protein“ – davon stecken insgesamt 12 Gramm in einem Riegel, so die Werbung. Anlässlich der Produkteinführung in Deutschland verortete Mars das Produkt in der Kategorie der „gesunden Snackriegel“ und argumentierte mit Ernährungsempfehlungen der Weltgesundheitsorganisation, wonach die Deutschen „nicht genug Nüsse, Früchte, Gemüse und Hülsenfrüchte essen“ – mit Be-Kind könne „dieser Entwicklung entgegen gewirkt werden“.¹
- Der Be-Kind-Riegel ist jedoch ernährungsphysiologisch keinesfalls mit unverarbeiteten Nüssen zu vergleichen, das zeigt die wissenschaftlich anerkannte Lebensmittelampel Nutri-Score. Während die meisten Nüsse ein grünes „A“ bekommen, zeigt der Nutri-Score bei dem „Protein“-Riegel ein oranges „D“ – die zweitschlechteste Kategorie. Kein Wunder: Im Vergleich zu reinen Erdnüssen enthält der Riegel drei bis vier Mal so viel Zucker und außerdem mehr gesättigte Fette und Salz. Mars vergleicht sozusagen Äpfel mit Süßigkeiten.
- Die Be-Kind-Riegel kommen ursprünglich aus den USA und sind dort am Markt bereits etabliert. Im Jahr 2018 erwarb Mars Inc. eine Minderheitsbeteiligung an Be-Kind. Im August 2019 hat Mars Wrigley angekündigt, den Riegel in Deutschland zu vertreiben.^{2,3}
- Der Produktname „Protein“ ist eine nährwertbezogene Angabe und fällt unter die „europäische Health-Claims-Verordnung“. Diese hatte ursprünglich das Ziel, irreführende Gesundheitswerbung für Lebensmittel zu unterbinden.⁴ Die EU hätte bis Januar 2009 Anforderungen an Rezepturen festlegen müssen, so dass die Ernährungsindustrie keine Produkte mit hohem Salz-, Fett- oder Zuckergehalt als gesundheitsförderlich bewerben darf. Doch diese so genannten Nährwertprofile wurden bis heute nicht eingeführt. Dass Mars einen unausgewogenen Riegel mit nährwertbezogenen Angaben bewerben darf, ist also auf eine nicht umgesetzte Regulierung zurückzuführen.⁵ Laut der „Farm To Fork“-Strategie der EU-Kommission sollen die Nährwertprofile nun im zweiten Quartal 2022

Zutaten:

Erdnuss, Überzug mit Erdnussbuttergeschmack (Zucker, Palmkernöl, Erdnussmehl, Magermilchpulver, Erdnussöl, Salz, Emulgator (Sojalecithin)), Chicoreewurzelfaser, Sojaproteinisolat, Honig, Glukosesirup, Meersalz, Emulgator (Sojalecithin). (Kann enthalten: Sesam und andere Nüsse).

Nährwerte je 100g:

Brennwert: 2104kJ/526cal
Fett: 35g
davon ges. Fettsäuren: 8,5g
Kohlenhydrate: 24g
davon Zucker: 16g
Ballaststoffe: 9,6g
Eiweiß: 24g
Salz: 0,69g

Verkaufspreis im Einzelhandel:

2,25€ / 50g
(Seit mindestens 5.8.2020)

2,45€ / 50g
(Bis mindestens 28.7.2020)

¹ https://deu.mars.com/news-stories/pressemitteilungen/das-phaenomen-be-kindtm-erobert-deutschland?language_content_entity=de

² <https://www.markenartikel-magazin.de/rubric/detail.php?nr=5840&rubric=marke-marketing>

³ https://deu.mars.com/news-stories/pressemitteilungen/das-phaenomen-be-kindtm-erobert-deutschland?language_content_entity=de

⁴ Siehe Allgemeine Grundsätze, Artikel 3 der EU-Verordnung 1924/2006:

<https://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:012:0003:0018:DE:PDF>

⁵ Weiterführende Informationen zum Thema in der foodwatch-Studie „Vitamine und Naschen?“ aus dem Jahr 2016:

https://www.foodwatch.org/fileadmin/Themen/Health_Claims/Dokumente/2016-03-30_Report_Vitaminwerbung.pdf

verabschiedet werden – wenn es dazu überhaupt kommt, wären das 13 Jahre Verspätung.⁶

- Die Schriftgröße entspricht der gesetzlichen Mindestvorgabe mit ca. 0,9mm bezogen auf das kleine x. Dies reicht nicht aus für eine gute Lesbarkeit unabhängig von Alter und Sehschwäche.⁷
- Birgit hat das Produkt im Juni 2020 im foodwatch-Portal www.schummelmelder.de eingereicht und dazu geschrieben: „gekonnte irreführende Werbung, völlig unnötig, sehr überteuert und mit Zucker“.⁸

⁶ https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf S.22

⁷ Lebensmittelinformationsverordnung 1169/2011 Art. 13 Abs. 2

⁸ <https://www.schummelmelder.de/bekind-proteinriegel-crunchy-peanut-butter-von-mars/>