



Kandidat Nr. 1:

**Alete bewusst Obsties Erdbeere Banane mit Joghurt von der Humana Vertriebs GmbH**

*foodwatch-Kritik:*

*„Alete bewusst“ gestaltet seine „Obsties“ gezielt als kinderfreundlichen Snack. Die Verpackung spricht gezielt Kinder an und suggeriert eine gute*

*Nährwertqualität. Dabei enthält der Snack beachtliche 72 Gramm Zucker pro 100 Gramm. Mit so einem hohen Zuckergehalt sollte das Produkt nach den Kriterien der Weltgesundheitsorganisation nicht an Kinder beworben werden.*

### Fakten, Quellen und Bewertung

- Auf der Verpackung der ‚Obsties‘ prangt eine kinderfreundliche Szene: Im Vordergrund posieren zwei Comic-Mäuse mit Obst und Joghurt. Im Hintergrund sieht man eine grüne Wiese und einen rosa Himmel mit Erdbeerhäuschen, umgeben von noch mehr Obst und ‚Obsties‘.
- ‚Alete bewusst‘ hebt auch hervor, dass die ‚Obsties‘ „für Kinder“ und „ohne Zuckerzusatz“ sind und erweckt daher den Eindruck, dass es sich um ein Lebensmittel mit besonders guter Nährwertqualität handelt.
- Mit einem Sternchenhinweis räumt ‚Alete bewusst‘ ein, dass die ‚Obsties‘ von Natur aus Zucker enthalten. Tatsächlich besteht der Kindersnack **fast zu drei Vierteln aus Fructose, mit 72 Gramm Fructose pro 100 Gramm**. Dieses Produkt ist **kein ausgewogener Snack, sondern eher eine Süßigkeit**. Der Name ‚Obsties‘ suggeriert jedoch Verbraucher:innen den Verzehr von gesundem Obst. Die Umbenennung von ‚Alete‘ zu ‚Alete bewusst‘ im Jahr 2020 soll laut Hersteller das Engagement der Marke für bewusste und gesunde Ernährung betonen.<sup>1,2</sup>
- Die WHO hat ein Nährwertprofilmodell entwickelt, das verarbeitete Lebensmittel nach ihrem Gehalt an Zucker, Salz und Fett klassifiziert. Es soll Nationalstaaten als Grundlage für gesetzliche Regelungen zum Kindermarketing dienen. Laut Kriterien der WHO dürfte ein Produkt dieser Art nur mit einem Zuckergehalt von bis zu 12,5 Gramm je 100 Gramm an Kinder vermarktet werden.<sup>3</sup>

**Zutaten:**

Apfelpüreekonzentrat\*, Bananenpüree\*, Magermilchjoghurt\*, Apfelsaftkonzentrat\*, Erdbeerpüree\*, farbiges Lebensmittel: Schwarzwurzelkonzentrat\*, Zitronensaftkonzentrat\*  
\*aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft

**Nährwerte je 100 g:**

Brennwert 1545 kJ / 365 kcal  
Fett 0,5 g  
davon ges. Fettsäuren 0,2 g  
Kohlenhydrate 78,2 g  
davon Zucker 72,4 g  
Ballaststoffe 6,3 g  
Eiweiß 8,6 g  
Salz 0,25 g

**Verkaufspreis  
im Einzelhandel:**

20 g für 2,45 Euro

<sup>1</sup> <https://www.aletebewusst.de/das-neue-alete/geschichte>, abgerufen am 02.05.2024

<sup>2</sup> <https://dmk.de/was-uns-bewegt/unsere-produkte/artikel/das-neue-alete-moderner-authentischer-bewusst>, abgerufen am 02.05.2024

<sup>3</sup> <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/366328/WHO-EURO-2023-6894-46660-68492-eng.pdf?sequence=1>, Tab. 1, Nr. 16, abgerufen am 29.04.2024

- Die **Nutri-Score-Bewertung** der ‚Obsties‘ ist insbesondere aufgrund des hohen Zuckergehalts ein **D (orange)**, was der **zweitschlechtesten Bewertung** entspricht.
- foodwatch fordert: **Lebensmittel, die laut WHO-Kriterien nicht für die Vermarktung an Kinder geeignet sind, dürfen nicht mit Comicfiguren oder ähnlichen kinderfreundlichen Motiven beworben werden. Der Gesetzgeber muss Kinder vor Werbung für ungesunde Lebensmittel schützen.**
- Die Verbraucherin Susanne hat das Produkt über das foodwatch-Portal [www.schummelmelder.de](http://www.schummelmelder.de) eingereicht.<sup>4</sup> Ihre Begründung: *„Hier wird mit den Attributen ‚Bio‘, ‚bewusst‘, ‚für Kinder‘ und ‚ohne Zuckerzusatz‘ ein Produkt als gesund und bestens für Kinder geeignet dargestellt, das ganze 71,8 % Zucker enthält. (...) Zudem ist diese Zuckerbombe mit einem Kilopreis von 103,75 € völlig überteuert. Fazit: gesundheitsschädlich für Kinder, Abzocke für Eltern!“*

---

<sup>4</sup> <https://www.schummelmelder.de/#1>, abgerufen am 30.04.2024



Kandidat Nr. 2:

**Heisse Tasse Champignon Creme von GB Foods Deutschland GmbH**

foodwatch-Kritik:

Die ‚Heisse Tasse Champignon Creme‘ wirbt auf der Vorderseite der Verpackung prominent mit „echtem Gemüse“, groß abgebildet sind frische Champignons. Doch ein Blick auf die Zutatenliste zeigt: Die Suppe enthält gerade einmal 2 Prozent Gemüse.

**Zutaten:**

Modifizierte Kartoffelstärke, Palmöl, Glukosesirup, 12 % Croûtons (Weizenmehl (Gluten), Palmöl, Salz, Hefe, Antioxidationsmittel: Rosmarinextrakt), Salz, Aromen (enthält Gerste (Gluten) und Milch), Stabilisator: E340 und E452, Hefeextrakt, 1,5 % Champignonstücke und -extrakt, Zucker, Lactose, Milchprotein, Maltodextrin, Petersilie, Emulgator: E471, Gerstenmalzextrakt (Gluten), Kurkuma, Sellerie. Enthält 2,0 % Gemüse.

**Fakten, Quellen und Bewertung**

- Die Vorderseite der Verpackung zeigt eine Tasse gefüllt mit Suppe und Croûtons umgeben von Champignons sowie Petersilie. Auffallend sind die Werbeclaims „mit echtem Gemüse“ und „Natürlich ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“.
- Auch auf der Rückseite setzt ‚Heisse Tasse‘ (GB Foods) den Gemüseanteil mit Abbildungen und Text prominent in Szene: „Uns kommt nichts in die Tasse außer echt guter Geschmack. Darum setzen wir auf hochwertige Zutaten. Heisse Tasse wird aus echtem Gemüse hergestellt.“ Die Werbeaussagen auf der Verpackung suggerieren einen hohen Gemüseanteil. Ein Blick auf die Zutatenliste auf der Verpackungsseite verrät: **Tatsächlich enthält die ‚Heisse Tasse‘ gerade einmal 1,5 Prozent Champignons, zum Teil aus Extrakt, und 0,5 Prozent Petersilie sowie Sellerie.**
- Die **Hauptzutaten der Instantsuppe sind: modifizierte Kartoffelstärke, Palmöl und Glukosesirup.**
- Laut Artikel 7 der EU-Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV) dürfen Informationen über Lebensmittel „nicht irreführend sein“, was auch die „Art“ und „Zusammensetzung“ des Produkts einschließt.<sup>1</sup>
- Nach Einschätzungen der Verbraucherzentrale könnte eine Mengenangabe der beworbenen Zutat in Prozent auf der Verpackungsvorderseite das Täuschungspotenzial „signifikant verringern“.<sup>2</sup>
- Derzeit wird durch die Gerichte im Einzelfall geprüft, ob die werbliche Hervorhebung geringfügig enthaltener Zutaten irreführend ist.<sup>3</sup>

**Nährwerte je 100 ml (Angaben beziehen sich auf die verzehrfertige Suppe):**

Brennwert 194 kJ / 46 kcal  
Fett 2,2 g  
davon ges. Fettsäuren 1,7 g  
Kohlenhydrate 6,1 g  
davon Zucker 0,5 g  
Ballaststoffe 0,1 g  
Eiweiß 0,4 g  
Salz 0,99 g

**Verkaufspreis im Einzelhandel:**

42 g für 0,99 Euro

<sup>1</sup> <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:de:PDF>, abgerufen am 18.04.2024

<sup>2</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), abgerufen am 30.04.2024

<sup>3</sup> <https://rsw.beck.de/aktuell/daily/meldung/detail/olg-frankfurt-am-main-auch-nach-rucola-schmeckendes-i-pesti-con-basilico-e-rucola-trotz-minimalen-rucola-anteils-nicht-irrefuehrend>, abgerufen am 18.04.2024

- foodwatch fordert: **Werden einzelne Zutaten eines Produkts 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.**
- Viele Verbraucher:innen dürfte ebenfalls irritieren, dass in einem Lebensmittel, das prominent mit „Natürlich ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ wirbt, Hefeextrakt und Aromen enthalten sind. Vermutlich verstärken diese den Geschmack der nur zu 1,5 Prozent enthaltenen Champignonstücke und des -extraktes. Rechtlich ist das nicht zu beanstanden. Hefeextrakt und Aroma gelten nicht als Zusatzstoffe, sondern als Zutaten.<sup>4</sup> Missverständlich ist es trotzdem.
- Die Verbraucherin Clara hat das Produkt über das foodwatch-Portal [www.schummelmelder.de](http://www.schummelmelder.de) eingereicht.<sup>5</sup> Ihre Begründung: *„Geworben wird mit ‚echtem Gemüse & natürlich ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe‘. Den Verbrauchern wird damit suggeriert, dass es sich um ein gesundes, ‚natürliches‘ Produkt handelt. Ein Blick auf die Zutatenliste zeigt jedoch: Emulgator E471, Palmöl, Zucker, Aromen und lediglich 0,9 % Champignons. Die Verbraucher werden hier getäuscht. Außerdem sind Aromen geschmacksverstärkende Zusatzstoffe, die Information ‚ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe‘ ist falsch.“*

---

<sup>4</sup> <https://www.lebensmittelklarheit.de/fragen-antworten/kennzeichnung-keine-geschmacksverstaerker-aber-aroma-enthalten#:~:text=Hefeextrakt%2C%20Aroma%20und%20Raucharoma%20gelten.k%C3%B6nnen%20aber%20dennoch%20geschmacksverst%C3%A4rkend%20wirken>, abgerufen am 02.05.2024

<sup>5</sup> <https://www.schummelmelder.de/#1>, angerufen am 03.05.2024



Kandidat Nr. 3:

**Langnese  
Cremissimo Bourbon  
Vanille von Unilever**

*foodwatch-Kritik:*

*„Langnese Cremissimo  
Bourbon Vanille“ ist ein  
besonders dreistes*

*Beispiel für Shrinkflation. Unilever hat die Packungsgröße von 1300 ml auf 900 ml verringert, aber den Preis von 3,99 Euro beibehalten. Verbraucher:innen bekommen fürs gleiche Geld fast ein Drittel weniger Inhalt – eine Preiserhöhung von 44 Prozent!*

**Fakten, Quellen und Bewertung**

- Eine 1300-ml-Packung ‚Langnese Cremissimo Bourbon Vanille‘ war bisher für 3,99 Euro erhältlich. Offenbar seit Anfang des Jahres hat Langnese den Inhalt auf 900 ml geschrumpft, den Preis aber beibehalten. Verbraucher:innen fällt die Verkleinerung der Packung nicht unbedingt auf, da die 1300-ml-Packung selten zum Vergleich im Kühlfach danebensteht. Das ist eine **Preissteigerung von satten 44 Prozent**.
- Die **Verbraucherzentrale Hamburg** hat das Eis deshalb zur **Mogelpackung des Monats April 2024** gekürt.<sup>1</sup>
- Kann die Preissteigerung mit einer Rezepturverbesserung erklärt werden? Die **Nährwerte** wie Fett, Eiweiß und Zucker sind für **beide Rezepturen identisch**, nur der Energiegehalt steigt um 1 kcal pro 100 ml Eis.
- Ein Vergleich der Zutatenliste der alten und neuen Rezeptur zeigt: Ein weiteres Verdickungsmittel, Tarakernmehl (E417), wurde zugesetzt. Emulgatoren und Stabilisatoren tauschen die Reihenfolge in der Zutatenliste.
- Eine mögliche Erklärung ist, dass wegen des schwankenden Preises von Johannisbrotkernmehl Hersteller nach günstigeren Alternativen mit ähnlichen Eigenschaften suchen. Oftmals kommt deshalb offenbar Tarakernmehl<sup>2</sup> zum Einsatz. So könnte der Anteil an Johannisbrotkernmehl reduziert werden.<sup>3,4</sup> **Ein zusätzliches Verdickungsmittel kann nicht als Qualitäts- und Produktverbesserung gelten.**

**Zutaten:**

**Cremissimo Bourbon Vanille 900 ml**  
entrahmte Milch, Wasser, Zucker, Glukosesirup, Kokosfett, Fruktose, Glukose-Fruktose-Sirup, Molkenerzeugnis, vermahlene Vanilleschoten, Emulgator (Mono- und Diglyceride von Speisefettsäuren), Stabilisatoren (Guarkernmehl, Johannisbrotkernmehl, Tarakernmehl), natürliches Vanillearoma, Farbstoff (Carotin)

**Cremissimo Bourbon Vanille 1300 ml**  
entrahmte Milch, Wasser, Zucker, Glukosesirup, Kokosfett, Fruktose, Glukose-Fruktose-Sirup, Molkenerzeugnis, vermahlene Vanilleschoten, Stabilisatoren (Guarkernmehl, Johannisbrotkernmehl), Emulgator (Mono- und Diglyceride von Speisefettsäuren), natürliches Vanillearoma, Farbstoff (Carotin)

**Nährwerte je 100 ml:**

**Cremissimo Bourbon Vanille 900 ml**  
Energie 93 kcal / 387 kJ  
Fett 3,7 g  
davon ges. Fettsäuren 3,4 g  
Kohlenhydrate 13,0 g  
davon Zucker 9,4 g  
Eiweiß 1,0 g  
Salz 0,06 g

**Cremissimo Bourbon Vanille 1300 ml**  
Energie 92 kcal / 385 kJ  
Fett 3,7 g  
davon ges. Fettsäuren 3,4 g  
Kohlenhydrate 13,0 g  
davon Zucker 9,4 g  
Eiweiß 1,0 g  
Salz 0,06 g

<sup>1</sup> <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/cremissimo-eis-das-grosse-schmelzen-bei-unilever>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>2</sup> <https://www.zusatzstoffmuseum.de/lexikon-der-zusatzstoffe/taragummi.html>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>3</sup> <https://foodcom.pl/de/tarakernmehl-ubersicht/>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>4</sup> <https://www.moproweb.de/news/home/preissteigerungen-kompensieren/>, abgerufen am 01.05.2024

- Gegenüber der Verbraucherzentrale hat Unilever eine Stellungnahme zu den Preiserhöhungen von 15 Cremissimo-Produkten abgegeben:<sup>5</sup> „Wir arbeiten ständig daran, unsere Produkte weiterzuentwickeln und die Qualität zu verbessern. In fast allen Sorten haben wir zum Beispiel den Anteil an Sauce und Stückchen erhöht. Diese Produktverbesserungen führen zu einem Mehrkostenaufwand und damit zu einer Reduzierung der Füllmengen.“ Bei diesen Produkten hat sich der Preis nur um 9 Prozent erhöht. Eine Erklärung, die eine Erhöhung um 44 Prozent der Sorte Bourbon Vanille rechtfertigt, liefert Unilever nicht.
- Zur Sorte Cremissimo Bourbon Vanille führt Unilever nur aus: „(...) das Cremissimo Produkt Bourbon Vanille wird es in der Größe von 1.300 ml weiterhin als Familienpackungsformat geben.“<sup>6</sup> Bei vielen Testkäufen im Frühjahr in Filialen von Rewe, Edeka, Aldi und Penny konnte foodwatch die 1300-ml-Packung nicht mehr finden, nur noch die 900-ml-Packungen zum Preis von 3,99 Euro. Ab Mitte Mai haben wir im Handel sehr selten Familienpackungen mit neuer Rezeptur und der auffälligen Angabe „+44 % Familiengröße“ auf der Vorderseite zum Preis von 3,99 Euro entdeckt. Ein Hinweis auf der Rückseite besagt dazu auch „im Vergleich zu Cremissimo Bourbon Vanille 900 ml“. Der Hersteller hat die Packungsverkleinerung auf 900 ml nicht mit einem ähnlich auffälligen Hinweis gekennzeichnet.



- Weiter heißt es von Unilever „Um aber auch den Ansprüchen der Konsumentinnen und Konsumenten nach einem kleineren Format gerecht zu werden, bieten wir ab diesem Jahr diese beliebte Sorte auch in 900 ml an.“<sup>7</sup> Kleinere Formate mögen sich einige Verbraucher:innen wünschen, dann aber auch zum kleineren Preis.
- Sowohl foodwatch als auch die Verbraucherzentrale Hamburg<sup>8</sup> beobachten seit einiger Zeit den Trend, dass Hersteller den Inhalt vieler Produkte reduzieren. Der Preis am Regal bleibt jedoch bestehen, teilweise werden die Preise sogar gleichzeitig erhöht. Dieses Phänomen heißt Shrinkflation (shrink = schrumpfen). Für Verbraucher:innen sind diese dreisten Preiserhöhungen oft unsichtbar.

**Verkaufspreis  
im Einzelhandel:**

900 ml für 3,99 Euro  
1300 ml für 3,99 Euro

<sup>5</sup> <https://www.vzhh.de/sites/default/files/medien/171/dokumente/Stellungnahme%20Unilever110324-geschw%C3%A4rzt.pdf>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>6</sup> <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/cremissimo-eis-das-grosse-schmelzen-bei-unilever>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>7</sup> <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/mogelpackung-des-monats/cremissimo-eis-das-grosse-schmelzen-bei-unilever>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>8</sup> <https://www.vzhh.de/themen/mogelpackungen/jede-menge-mogelpackungen-weniger-drin-preis-gleich>, abgerufen am 01.05.2024



- foodwatch fordert: **Wenn Hersteller den Inhalt von Produkten schrumpfen, den Preis jedoch beibehalten oder sogar erhöhen, müssen sie dies klar kennzeichnen.**<sup>9</sup> In Frankreich gilt ab Juli 2024 eine Kennzeichnungspflicht im Supermarkt in unmittelbarer Nähe zum betroffenen Produkt.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> <https://www.foodwatch.org/de/shrinkflation-verbraucherzentrale-hamburg-und-foodwatch-fordern-kennzeichnung-von-versteckten-preiserhoehungen>, abgerufen am 01.05.2024

<sup>10</sup> <https://presse.economie.gouv.fr/reduflation-publication-de-larrete-ministeriel-reglementant-linformation-des-consommateurs-sur-laugmentation-des-prix-des-produits-dont-la-quantite-a-diminue/>, abgerufen am 01.05.2024



Kandidat Nr. 4:

**Offset Nutrition Pretty Little Meal Bar (Naked Apple White + Crisp) von Famous Brands GmbH**

foodwatch-Kritik:

Offset Nutrition bewirbt den ‚Pretty Little Meal Bar‘ als „Hauptmahlzeitenersatz“, der „zum Abnehmen konzipiert“ sein soll. Tatsächlich enthält der Riegel fast fünf Zuckerwürfel und erhält Nutri-Score E, die schlechteste Bewertung.

**Fakten, Quellen und Bewertung**

- Der Hersteller Offset Nutrition verspricht mit seinen Produkten viel: „So easy & lecker war gesunde Ernährung noch nie!“<sup>1</sup> Ein ‚Pretty Little Meal Bar‘ (= hübsche kleine Mahlzeit Riegel) sei eine „Mahlzeit als Frühstück, Mittag- oder Abendessen“ und „versorgt dich mit allen wichtigen Proteinen, Ballaststoffen, Vitaminen und Mineralstoffen“.<sup>2</sup> Auch Abnehmen sei mit dieser „neuen Art der ausgleichenden Ernährungsweise“ ganz leicht: „Du sparst Zeit, Geld und nimmst dabei ab – ohne jemals hungrig zu bleiben.“<sup>3</sup>
- Das Kölner Unternehmen bietet neben den Riegeln auch weitere Produkte an, zum Beispiel Pulver-Mischungen zur Zubereitung von Pancakes (= Pfannkuchen) oder Shakes, die vornehmlich über die Webseite vertrieben werden.
- Offset erweckt in seiner Werbung auf der Webseite und auf den Social-Media-Kanälen den Eindruck, der Riegel sei gesund und Teil eines „Healthy Lifestyle“ (= gesunder Lebensstil)<sup>4</sup>.
- Fakt ist: Der Riegel von Offset Nutrition würde den **Nutri-Score E** erhalten, also die schlechteste Bewertung für Produkte mit einer eher ungünstigen Nährwertzusammensetzung. Es handelt sich also keinesfalls um ein gesundes Lebensmittel. Der ‚Pretty-Little-Meal“-Riegel besteht zu mehr als einem Viertel aus Zucker, hat einen relativ hohen Anteil gesättigter Fette und eine hohe Kaloriendichte.

**Zutaten:**

Sojaprotein, Joghurtgeschmack weiße Schokolade 34 % [Zucker, Kakaobutter, Vollmilchpulver, Molkenpulver, Emulgatoren: Lecithine (Soja) und Polyglycerinpolyricinoleat, Aroma] (14 %), Apfel [Apfel, Salz], weiße Schokolade 34 % [Zucker, Kakaobutter, Vollmilchpulver, Molkenpulver, Emulgatoren: Lecithine (Soja) und Polyglycerinpolyricinoleat, Aroma] (10 %), Glukosesirup, Mineralmix [Kaliumcitrat, Kalziumphosphat (Kalziumsalz der Orthophosphorsäure), Natriumcitrat, Magnesiumoxid, Maltodextrin, Eisenfumarat, Zinksulfat, Mangansulfat, Kupfersulfat, Kaliumjodid, Natriumselenit], Puffreis, Feuchthaltemittel: Maltitsirup, Haferflocken (glutenfrei), Sonnenblumenöl, Aroma, Vitaminmix [Maltodextrin, Ascorbinsäure, DL-alpha-Tocopherylacetat, Nicotinamid, Retinylacetat, Kalziumpantothenat, Pyridoxinhydrochlorid, Phyllochinon, Riboflavin, Thiaminhydrochlorid, Pteroylmonoglutaminsäure, D-Biotin, Cholecalciferol, Cyanocobalamin], Säureregulator: Zitronensäure, Meersalz, Zimt (Cinnamomum zeylanicum)

**Nährwerte je 100 g:**

Energie 1627 kJ / 387 kcal  
Fett 12,7 g  
davon ges. Fettsäuren 6,3 g  
Kohlenhydrate 42,4 g  
davon Zucker 26,5 g  
Ballaststoffe 3,3 g  
Eiweiß 25,6 g  
Salz 1,65 g

<sup>1</sup> <https://offset-nutrition.com/pages/how-to>, abgerufen am 03.05.2024

<sup>2</sup> <https://offset-nutrition.com/products/pretty-little-meal-bar?variant=42604994986221>, abgerufen am 03.05.2024

<sup>3</sup> <https://offset-nutrition.com/pages/abnehmsets>, abgerufen am 03.05.2024

<sup>4</sup> <https://offset-nutrition.com/pages/how-to>, abgerufen am 03.05.2024

- Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) empfiehlt, sich überwiegend von Obst und Gemüse, Vollkorngetreide, Hülsenfrüchten sowie Nüssen und pflanzlichen Ölen zu ernähren.<sup>5</sup> Hochverarbeitete Produkte, wie die Riegel, sieht die DGE dagegen skeptisch. Sie kommt zu folgendem Ergebnis: „*Erwachsene, die viele stark verarbeitete Lebensmittel (ultra-processed foods UPF) konsumieren, haben wahrscheinlich ein höheres Risiko für Übergewicht, Adipositas, Bluthochdruck, Typ-2-Diabetes und Herz-Kreislauf-Erkrankungen.*“<sup>6</sup>
- Die Ernährungswissenschaftlerin und zertifizierte Ernährungsberaterin Alice Luttrupp, die auch für foodwatch tätig ist, sagt dazu: „*Bei den Riegeln von Offset Nutrition handelt es sich um hochverarbeitete Produkte. Die werden nicht durch die Zugabe von Vitaminen und Mineralstoffen zu einer gesunden Mahlzeit. **Für den Körper ist es immer besser, Vitamine aus natürlichen Lebensmitteln aufzunehmen.** Dort sind sie zusammen mit sekundären Pflanzeninhaltsstoffen und Pflanzenfasern enthalten. Den gesamten gesundheitlichen Nutzen eines Lebensmittels nimmt nur auf, wer Früchte, Gemüse und Getreide in ihrer natürlichen Form verzehrt. Natürlich kann man auch einen solchen Riegel mal essen, man sollte sich dabei aber bewusst sein, dass man u.a. wegen des hohen Zuckergehalts **eher eine Süßigkeit** verzehrt als ein gesundes Frühstück oder Abendessen.*“
- Bewerbung des Riegels auf der Webseite:<sup>7</sup>

**Verkaufspreis (online):**

55 g für 3,65 Euro



- Auf der Webseite wirbt Offset damit, dass der Riegel keine Süßungsmittel enthalte. Das klingt gut. Fakt ist: Ein Riegel enthält satte 14,6 Gramm Zucker, also fast fünf Zuckerwürfel. Die Behauptung ist dennoch legal. Denn Zucker gilt lebensmittelrechtlich – im Gegensatz zu Süßstoffen – nicht als Süßungsmittel. Für viele Verbraucher:innen ist diese Definition trotzdem missverständlich.<sup>8</sup> Ebenfalls irritierend: Offset wirbt

<sup>5</sup> <https://www.dge.de/gesunde-ernaehrung/gut-essen-und-trinken/dge-empfehlungen/>, abgerufen am 03.05.2024

<sup>6</sup> [Wie wirken stark verarbeitete Lebensmittel auf die Gesundheit? | DGE](#), abgerufen am 03.05.2024

<sup>7</sup> [Pretty Little Meal Bar – OFFSET Nutrition \(offset-nutrition.com\)](#), abgerufen am 03.05.2024

<sup>8</sup> <https://www.lebensmittelklarheit.de/umfragen/umfrage-zeigt-begriff-suessungsmittel-ist-missverstaendlich>, abgerufen am 03.05.2024

damit, man könne mit dem Riegel, der fünf Stück Zuckerwürfel enthält, „Vom Zucker wegkommen“.<sup>9</sup>

- Offset bewirbt seine Riegel als „perfekt zum Abnehmen“. So heißt es auf Instagram beispielsweise: „*I GOT 99 PROBLEMS BUT MY DIET AIN'T ONE 🤪*“ (= ICH HABE 99 PROBLEME, ABER MEINE ERNÄHRUNG IST KEINES DAVON).<sup>10</sup> Auch sogenannte Cheat Days, also Schummel-Tage, an denen man nicht auf seine Ernährung achtet, seien kein Problem: „*Du musst nicht auf Burger und Co. verzichten und kannst dein Leben in vollen Zügen genießen.*“<sup>11</sup> Mit den Produkten von Offset – was mit „ausgleichen“ übersetzt werden kann – macht man alles wieder gut. Es handele sich um eine „neue Art der ausgleichenden Ernährungsweise, die langfristig und vor allem alltagstauglich ist“.<sup>12</sup> Prof. Dr. Diana Rubin, Leiterin des Zentrums für Ernährungsmedizin und Diabetologie des Vivantes Humboldt-Klinikums bewertet das als fraglich: „***Der Riegel ist sicher keine neue Art der ausgleichenden Ernährungsweise, sondern ein hochverarbeitetes Lebensmittel mit überwiegend ungünstigen Inhaltsstoffen und dem Zusatz von künstlichen Vitaminen und Mineralstoffen um das Nahrungsmittel werbetechnisch bestmöglich vermarkten zu können.*** Alltagsstauglich ist er sicher, ein echtes Convenience-Produkt (= Fertigprodukt). Ein Riegel, der ungesunde Ernährungsweisen aufgrund von Zucker, Fett, künstlichen Aromen und hoher Energiedichte fördert, ist nicht zum Abnehmen geeignet. Vor allem nicht für ein gesundes Abnehmen ohne Jojo-Effekt. Mit Mahlzeitenersatzprodukten lässt sich zwar prinzipiell ein Gewichtsverlust erzielen, dieser ist jedoch selten nachhaltig. Insbesondere wenn Produkte, die eher eine Süßigkeit sind, konsumiert werden, ist keine grundlegende Änderung des Ernährungsverhaltens in Richtung einer ausgewogenen Ernährung zu erwarten.“
- Die Marke Offset wurde von Mareike über das foodwatch-Portal [www.schummelmelder.de](http://www.schummelmelder.de) für den Goldenen Windbeutel vorgeschlagen.<sup>13</sup> Sie hält eine Facebook-Werbung von Offset mit dem Claim „Funktioniert so gut wie die Abnehmspritze“ für eine Werbelüge. Diese Werbung hatte sie gesehen und als Screenshot eingereicht. Sie schreibt dazu: „*Kein Nachweis der Wirksamkeit*“.

<sup>9</sup> <https://offset-nutrition.com/products/pretty-little-meal-bar?variant=42604994986221>, abgerufen am 03.05.2024

<sup>10</sup> [OFFSET Nutrition® \(@offsetnutrition\) • Instagram-Fotos und -Videos](https://www.instagram.com/offsetnutrition/), abgerufen am 03.05.2024

<sup>11</sup> <https://offset-nutrition.com/pages/how-to>, abgerufen am 03.05.2024

<sup>12</sup> <https://offset-nutrition.com/pages/home>, abgerufen am 03.05.2024

<sup>13</sup> <https://www.schummelmelder.de/>, abgerufen am 03.05.2024



Kandidat Nr. 5:

### Veganer Schinken Spicker Mortadella von Rügenwalder Mühle

foodwatch-Kritik:

Hersteller ‚Rügenwalder Mühle‘ schreibt auf seinem ‚Veganen Schinken Spicker Mortadella‘ „Auf Basis von Sonnenblumenkernen“. *Tatsächlich enthalten sind aber nur 2 Prozent Sonnenblumenprotein. Passender müsste es „Auf Basis von Rapsöl“ heißen.*

### Fakten, Quellen und Bewertung

- ‚Rügenwalder Mühle‘ behauptet, das Produkt ‚Veganer Schinken Spicker Mortadella‘ sei „Auf Basis von Sonnenblumenkernen“. Fakt ist: Das Produkt besteht überwiegend aus Trinkwasser, Rapsöl und Bambusfasern. **Tatsächlich enthält es nur 2 Prozent Sonnenblumenprotein**, das wahrscheinlich durch einen mehrstufigen Prozess hergestellt wird.<sup>1</sup> Richtiger wäre daher die Aussage ‚Auf Basis von Rapsöl‘.
- Die Leitsätze der Deutschen Lebensmittelbuchkommission für vegane und vegetarische Ersatz-Lebensmittel legen fest, wie diese Lebensmittel gekennzeichnet werden sollen. Danach soll an einer „gut sichtbaren Stelle deutlich und gut lesbar auf die maßgeblich ersetzende Zutat“ hingewiesen werden.<sup>2</sup>
- Es handelt sich bei diesem Produkt um ein Ersatzprodukt für Wurst, die üblicherweise deutlich mehr Fett als Protein beinhaltet. Die Verbraucherzentrale hat zu dem verwandten Produkt ‚Veganer Schinken Spicker Grillgemüse‘ eine Einschätzung abgegeben: „Als ersetzende Zutat sollte deshalb auch das Pflanzenfett genannt werden. Auch aus diesem Grund passt der alleinige Hinweis auf Sonnenblumenkerne nicht.“<sup>3</sup>
- Eine bevölkerungsrepräsentative Befragung des Instituts für Handelsforschung (IFH Köln) 2022 in Deutschland ergab, dass die Aussage ‚Auf Basis von ...‘ häufig als direkter Hinweis auf die ersetzende, wie auch die hauptsächliche Zutat verstanden wird.<sup>4</sup>

#### Zutaten:

Trinkwasser, Rapsöl, Bambusfasern, Gewürzextrakte, 2 % Sonnenblumenprotein, Kochsalz, natürliches Aroma, Traubenzucker, Citrusfasern, Verdickungsmittel: Carrageen, Tarakernmehl, Konjak; Gewürze, Kartoffelprotein, Farbstoffe: Anthocyane, Carotine

#### Nährwerte je 100 g:

Energie 484 kJ / 117 kcal  
Fett 9,0 g  
davon ges. Fettsäuren 0,7 g  
Kohlenhydrate 2,9 g  
davon Zucker 1,5 g  
Ballaststoffe 8,0 g  
Eiweiß 2,2 g  
Salz 2,1 g

#### Verkaufspreis im Einzelhandel:

80 g für 1,59 Euro

<sup>1</sup> Beispiele aus der Industrie für die Gewinnung von Sonnenblumenprotein: <https://www.sunflowerfamily.de/ueber-uns>, <https://www.sunbloom.de/produkte/#protein>, abgerufen am 30.04.2024

<sup>2</sup> [https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/\\_Ernaehrung/Lebensmittel/Kennzeichnung/LeitsaetzevegetarischeveganeLebensmittel.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=6](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ernaehrung/Lebensmittel/Kennzeichnung/LeitsaetzevegetarischeveganeLebensmittel.pdf?__blob=publicationFile&v=6), abgerufen am 30.04.2024

<sup>3</sup> <https://www.lebensmittelklarheit.de/produktmeldungen/hinweis-auf-basis-von-sonnenblumenkernen-passt-nicht>, abgerufen am 30.04.2024

<sup>4</sup> Befragung des Instituts für Handelsforschung (IFH) Köln, veröffentlicht auf der Seite: [https://www.vzbv.de/sites/default/files/2022-04/220307\\_IFH%20K%C3%96LN\\_Verbraucherzentrale\\_Kennzeichnung%20von%20Ersatzprodukten\\_final.pdf](https://www.vzbv.de/sites/default/files/2022-04/220307_IFH%20K%C3%96LN_Verbraucherzentrale_Kennzeichnung%20von%20Ersatzprodukten_final.pdf), abgerufen am 30.04.2024

- Nach Artikel 7 der EU-Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV) dürfen Informationen über Lebensmittel „nicht irreführend“ sein, beispielsweise in Bezug auf die „Art“ oder „Zusammensetzung“. <sup>5</sup> Die Beschreibung des ‚Veganen Schinken Spickers Mortadella‘ dürfte daher in Bezug auf die Zusammensetzung des Produkts irreführend sein.
- foodwatch fordert: **Bei veganen Ersatzprodukten muss gut sichtbar auf der Vorderseite der Verpackung die hauptsächlich ersetzende Zutat und ihr Anteil in Prozentzahlen benannt werden.**
- ‚Rügenwalder Mühle‘ bewirbt auch die Sorten ‚Grillgemüse‘, <sup>6</sup> ‚Bunte Paprika‘, <sup>7</sup> ‚Bunter Pfeffer‘ <sup>8</sup> und ‚Schnittlauch‘ <sup>9</sup> als „Auf Basis von Sonnenblumenkernen“, bei 2 Prozent Sonnenblumenprotein.
- Die Verbraucherin Renate hat den Veganen Schinken-Spicker ‚Schnittlauch‘ auf [www.schummelmelder.de](http://www.schummelmelder.de) gemeldet. <sup>10</sup> Ihre Begründung: *„Auf der Vorderseite steht ‚auf Basis von Sonnenblumenkernen‘, bei den Zutaten beträgt der Anteil zwei Prozent Sonnenblumenproteine.“*

---

<sup>5</sup> <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:de:PDF>, abgerufen am 30.04.2024

<sup>6</sup> <https://www.ruegenwalder.de/de/produkte/vegane-produkte/veganer-wurstaufschnitt/veganer-schinken-spicker/grillgemuese>, abgerufen am 30.04.2024

<sup>7</sup> <https://www.ruegenwalder.de/de/produkte/vegane-produkte/veganer-wurstaufschnitt/veganer-schinken-spicker/bunte-paprika>, abgerufen am 30.04.2024

<sup>8</sup> <https://www.ruegenwalder.de/de/produkte/vegane-produkte/veganer-wurstaufschnitt/veganer-schinken-spicker/bunter-pfeffer>, abgerufen am 30.04.2024

<sup>9</sup> <https://www.ruegenwalder.de/de/produkte/vegane-produkte/veganer-wurstaufschnitt/veganer-schinken-spicker/schnittlauch>, abgerufen am 30.04.2024

<sup>10</sup> <https://www.schummelmelder.de/>, abgerufen am 01.05.2024