

Der Goldene Windbeutel 2017 – die Wahl der dreistesten Werbelüge des Jahres

Die Wahl

- Gesucht wird die „dreisteste Werbelüge des Jahres“
- Verbraucher können online abstimmen unter www.goldener-windbeutel.de
- Wahlzeitraum: 23. Oktober bis 26. November 2017
- Preisverleihung am Firmensitz des Gewinners

Die Kandidaten



Alete: Kinderkeks

Wird als „babygerecht“ beworben, besteht aber zu einem Viertel aus Zucker.



Bauer: Protein Drink Vanille

Aromatisierte Milch mit überflüssigem Proteinzusatz, teuer vermarktet.



Continental Foods: Lacroix Gebundene Ochsenschwanz Suppe

Ochsenschwanzsuppe – ganz ohne Ochsenschwanz.



Kellogg's: Urlegenden Müsli Quinoa, Apfel, Cranberries & Chia-Samen

Wirbt mit „Urkorn“, enthält aber nur 2,5 Prozent davon – dafür Palmöl und Aroma.



Unilever: Becel Omega-3 Pflanzenöl

Rühmt sich mit besonders viel gesundem Omega-3 – stinknormales Rapsöl enthält mehr.



Warum vergibt foodwatch den Goldenen Windbeutel?

Irreführende Werbeaussagen und Verbrauchertäuschung sind im Supermarkt leider eher die Regel als die Ausnahme – und nach wie vor ganz legal. Die Bundesregierung hatte das Problem zwar schon im Jahr 2011 anerkannt und die Initiative „Klarheit und Wahrheit“ gestartet, aber bessere Gesetze gibt es bis heute nicht. Die Lebensmittelindustrie kann sich weiter ihrer kleinen Tricks und perfiden Täuschungsmaschen bedienen – und damit eine informierte Kaufentscheidung im Supermarkt erschweren. Das möchte foodwatch ändern und will deshalb mit der Online-Wahl auf das Problem aufmerksam machen.

Der Goldene Windbeutel seit 2009

foodwatch vergibt den Goldenen Windbeutel zum siebten Mal. 2013 wurde einmalig die „dreisteste Werbemasche bei einem Kinderprodukt“ ausgezeichnet. Die bisherigen Preisträger¹ sind:

2009: Actimel von Danone

2010: Monte Drink von Zott

2011: Milch-Schnitte von Ferrero

2012: Instant-Tees von Hipp

2013: Capri-Sonne von Wild/Deutsche SiSi-Werke

2014: Alete Trinkmahlzeiten ab dem 10. Monat (damals Nestlé)

Link

Die Wahl zum Goldenen Windbeutel 2017 unter: www.goldener-windbeutel.de

Pressematerial

Unter www.foodwatch.de/material-windbeutel finden Sie zum Download:

- Bildmaterial/Fotostrecke
- O-Töne (TV und Hörfunk)
- Bewegtbildmaterial aller Produkte
- Widget zum Einbinden der Wahl in Websites und Blogs

¹ Mehr Informationen zum Goldenen Windbeutel seit 2009:

<https://www.foodwatch.org/de/informieren/goldener-windbeutel/mehr-zum-thema/>

Kandidat Nr. 1:

Kinderkeks von Alete



foodwatch-Kritik:

Alete bezeichnet seinen Kinderkeks als „babygerecht“ und empfiehlt ihn „zum Knabbern lernen“ ab dem achten Monat. Doch ein Keks mit 25 Prozent Zucker ist nicht babygerecht, sondern fördert Karies.

Babynahrungsspezialist Alete hat hingegen seine eigene Definition von „babygerecht“, nämlich: „für die kleine Hand zum Selberessen“.

Fakten und Quellen

- Alete bewirbt sein Produkt auf der Vorderseite mit den Aussagen „ab 8. Monat“, „babygerecht“, „zum Knabbern lernen“.
- Die Bezeichnung „babygerecht“ ist mit einer Fußnote versehen, die seitlich auf der Verpackung wie folgt erklärt wird: „babygerecht, für die kleine Hand zum Selberessen“.
- Als Verzehrsempfehlung führt Alete seitlich auf der Verpackung aus: „ab 6. Monat, Kinderkekse als Brei anbieten“, „ab 8. Monat. Zum Knabbern mit den ersten Zähnen“.
- In einer E-Mail an foodwatch behauptet Alete: „Bei der Rezepturerstellung orientieren wir uns unter anderem an den Empfehlungen z.B. der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zum Zuckerkonsum.“¹
- Die WHO-Empfehlung, die Alete heranzieht, bezieht sich allerdings nur auf Erwachsene und Kinder – nicht auf Säuglinge². Für die gesunde Ernährung von Kleinkindern und Säuglingen empfiehlt die WHO explizit: „Salz und Zucker sollten nicht in Beikost zugesetzt sein“³.
- Das von der Bundesregierung ins Leben gerufene Netzwerk „Gesund ins Leben“ empfiehlt als Beikost für Babys „Produkte ohne Zugabe von Zucker“⁴.
- Die Bundeszahnärztekammer warnt, süße Zwischenmahlzeiten führten „zur Entwicklung einer frühkindlichen Karies“⁵.
- Die Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ) empfiehlt für die Ernährung gesunder Säuglinge: „Auf den Verzehr von stark gezuckerten Produkten (Süßigkeiten, Getränke) sollte soweit als möglich verzichtet werden (Kariesgefahr, Geschmacksprägung, Übergewichtsrisiko)“⁶.

Zutaten:

Weizenmehl 65,5%, Zucker, Palmöl, Gerstenmalzextrakt, Magermilchpulver 1,6%, Backtriebmittel (Ammoniumcarbonat, Kaliumtartrate, Natriumcarbonate), Calciumcarbonat, Eisenlactat, Aroma, Vitaminmischung [Niacin, Riboflavin (Vitamin B2), Vitamin B6, Thiamin (Vitamin B1)].

Nährwerte je 100g:

Brennwert: 415kcal
Fett: 8,5g
Davon gesättigte Fettsäuren: 4,3g
Kohlenhydrate: 75,0g
davon Zucker: 25,0g
Eiweiß: 8,5g
Salz: 0,23g

Verkaufspreis im Einzelhandel:

1,35€ (UVP)

¹ https://www.foodwatch.org/fileadmin/Themen/Goldener_Windbeutel_2017/Antwort_Alete.pdf

² WHO (2015): Guideline: Sugars intake for adults and children
http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/149782/1/9789241549028_eng.pdf?ua=1

³ WHO (September 2015): Factsheet Healthy Diet, Fact sheet N°394.

⁴ <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs394/en/>

⁵ Ernährung und Bewegung von Säuglingen und stillenden Frauen. Aktualisierte Handlungsempfehlungen von „Gesund ins Leben – Netzwerk Junge Familie“, eine Initiative von IN FORM. 2016 aktualisiert und erweitert, S.443.

⁶ <https://tinyurl.com/ya9qy7o2>

⁷ Kassenzahnärztliche Bundesvereinigung (KZBV) und Bundeszahnärztekammer (BZÄK) (Januar 2014): Frühkindliche Karies vermeiden. Ein Konzept zur zahnmedizinischen Prävention bei Kleinkindern, S.9.

⁸ https://www.bzaek.de/fileadmin/PDFs/presse/pk/140207/ECC_Konzept.pdf

⁹ Ernährungskommission der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ) (2014): Ernährung gesunder Säuglinge, S. 535.

¹⁰ https://www.dgkj.de/uploads/media/1406_EK_Empfehlungen_Erna%CC%88hrunggesunder_Sa%CC%88uglinge.pdf

Kandidat Nr. 2:
Protein Drink Vanille von Bauer



foodwatch-Kritik:

Hersteller Bauer bewirbt seinen Protein Drink an eine „fitnessorientierte und alltagsaktive Zielgruppe“. Doch selbst wer viermal die Woche joggen geht, braucht keinen Protein-Zusatz.

Der Protein-Trend ist eine überflüssige Marketing-Masche, die Verbraucherinnen und Verbraucher teuer bezahlen: Der Bauer Milch-Drink ist etwa 50 Prozent teurer als andere Vanillemilch.

Zutaten:

89% Milch, 4,8% Vanillezubereitung (Wasser, Fruktose-sirup, natürliches Aroma, Verdickungsmittel: Johannisbrotkernmehl; Süßungsmittel: Acesulfam K, Sucralose; Farbstoff: Carotin; Säureregulatoren: Citronensäure, Natriumhydroxid), Milcheiweiß, Inulin.

Nährwerte je 100g:

Brennwert: 62kcal
Fett: 0,9g
Davon gesättigte Fettsäuren: 0,6g
Kohlenhydrate: 6,4g
davon Zucker: 6,4g
Eiweiß: 6,9g
Salz: 0,11g

Verkaufspreis

im Einzelhandel:

1,29€ (UVP)

Fakten und Quellen

- Bauer bewirbt seinen Protein Drink Vanille mit den Hinweisen auf den Gehalt von „23g Protein“ und „1% Fett“, sowie mit den gesundheitsbezogenen Aussagen „Unterstützt den Muskelaufbau“, „Unterstützt den Trainingseffekt“ und „Trägt zur Erhaltung bestehender Muskeln bei“.
- In einer E-Mail an foodwatch schreibt Hersteller Bauer: „Der Bauer Protein Drink richtet sich an eine fitnessorientierte und alltagsaktive Zielgruppe. Mit dem hochwertigen Milchprodukt bedient die Privatmolkerei Bauer die Bedürfnisse der Verbraucher und erfüllt den Wunsch nach proteinreichen Trendprodukten.“¹
- Laut Deutscher Gesellschaft für Ernährung (DGE) haben erwachsene Breitensportler, die vier- bis fünfmal pro Woche 30 Minuten bei mittlerer Intensität körperlich aktiv sind, keinen erhöhten Proteinbedarf². Die von der DGE für Erwachsene empfohlene Proteinmenge³ kann problemlos durch eine ausgewogene Ernährung aufgenommen werden. Aus der Nationalen Verzehrsstudie II (NVS II) geht hervor, dass Männer und Frauen in Deutschland im Durchschnitt mehr Protein aufnehmen, als die DGE empfiehlt.⁴
- Die von der Lebensmittelindustrie selbst in Auftrag gegebene Verbraucherstudie „Consumers' Choice '17“ kommt zu dem Ergebnis: „Protein-Produkte sind das Wachstumssegment des Jahres, überdurchschnittlich hoch ist die Nachfrage bei den jungen sowie fitness-orientierten Konsumenten (hier kauft fast jeder Zweite).“⁵
- Der Bauer Protein Drink Vanille kostet mit 0,39€ pro 100g beziehungsweise 0,41€ pro 100ml deutlich mehr als andere Vanillemilch: Das Bauer Produkt ist beispielsweise knapp 40 Prozent teurer als Landliebe Landmilch Vanille (0,28€/100g) und 64 Prozent teurer als Müller Milch Vanilla (0,25€/100ml). Im Vergleich zu Bärenmarke Alpenfrische Vanille Milch (0,15€/100ml) kostet der Bauer Drink sogar mehr als 2,5 Mal so viel.⁶

¹ https://www.foodwatch.org/fileadmin/Themen/Goldener_Windbeutel_2017/Antwort_Bauer.pdf

² Deutsche Gesellschaft für Ernährung, Arbeitstagung zu Sporternährung (20./21.9.2017)

<http://www.dge.de/presse/pm/sporternaehrung-praxisnah-top-trainiert-und-ernaehrt/>

DGE FAQ zu Protein (Frage 14) <http://www.dge.de/wissenschaft/weitere-publikationen/faq/protein/>

³ Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung empfiehlt für Erwachsene zwischen 19 und 65 Jahren eine tägliche Proteinzufuhr von 0,8 g/kg Körpergewicht pro Tag. Das entspricht einer empfohlenen täglichen Proteinmenge von 55-57g für Männer bzw. 47-48g für Frauen, <http://www.dge.de/wissenschaft/referenzwerte/protein/>

⁴ Auf Basis der 24h-Recalls der NVS II liegt die mediane Proteinzufuhr pro Tag bei Männern zwischen 81g (51-64jährige) und 84g (35-50jährige), bei Frauen zwischen 56g (19-24jährige) und 62g (35-50jährige).

BMEL und Max-Rubner-Institut (2013): Nationale Verzehrsstudie II (NVS II): Lebensmittelverzehr und Nährstoffzufuhr auf Basis von 24-h-Recalls. https://www.mri.bund.de/fileadmin/MRI/Institute/EV/Lebensmittelverzehr_N%C3%A4hrstoffzufuhr_24h-recalls-neu.pdf

⁵ <https://www.bve-online.de/presse/pressemitteilungen/pm-20171005>

⁶ Preisvergleich Rewe Online Shop, vom 06.10.2017.

Kandidat Nr. 3:

Lacroix Gebundene Ochsenschwanz Suppe von Continental Foods



foodwatch-Kritik:

Hersteller Continental Foods bewirbt seine Ochsenschwanzsuppe mit der „Lacroix-Qualitätsphilosophie“ und bezeichnet sie als „kleinen kulinarischen Höhepunkt des Tages“.

Doch in der Ochsenschwanzsuppe sucht man eins vergeblich: Ochsenschwanz. Den nutzt der Hersteller nicht, schreibt er.

Na dann, bon appétit!

Zutaten:

Wasser, gegartes Rindfleisch 6,0% (Rindfleisch, Stärke, Salz), Rotwein (enthält Sulfite), Zwiebeln, modifizierte Stärke, Rapsöl, Tomatenmark, Jodsalz, Madeira (enthält Sulfite), Zucker, Aroma (enthält Sellerie), Weizenmehl, Gewürze (Paprikapulver, Knoblauch, Nelkenpulver), Milchzucker, Gerstenmalzextrakt, färbender Paprikaextrakt, Raucharoma, Verdickungsmittel: Guarkernmehl.

Nährwerte je 100g:

Brennwert: 56kcal
Fett: 2,9g
Davon gesättigte Fettsäuren: 0,3g
Kohlenhydrate: 4,3g
davon Zucker: 1,4g
Eiweiß: 1,7g
Salz: 1,3g

Verkaufspreis im Einzelhandel:

2,99€ (UVP)

Fakten und Quellen

- Hersteller Continental Foods bewirbt sein Produkt mit einer „Lacroix Qualitätsphilosophie“. Hinten auf der Dose heißt es „Für einen kleinen kulinarischen Höhepunkt des Tages die Suppe in gewohnter Form erhitzen. Bon appétit!“. Auf seiner Internetseite schreibt der Hersteller: „Kreiert aus erlesenen Zutaten, abgeschmeckt von Lacroix-Meisterköchen.“¹
- Laut Zutatenliste enthält die Ochsenschwanzsuppe keinen Ochsenschwanz. Hersteller Continental Foods schreibt in einer E-Mail an foodwatch: „Aus Qualitätsgründen wird kein Ochsenschwanz genutzt, da Ochsenschwanz häufig knorpeliges und sehnendurchwachseses Fleisch ist. Nur die zusätzliche Bezeichnung wie original oder klassische Ochsenschwanzsuppe setzt die Verwendung von Ochsenschwanz voraus.“² Der Hersteller beruft sich dabei auf eine Definition, die sich die Lebensmittelwirtschaft selbst ausgedacht hat.³
- Das Branchenfachblatt Lebensmittelzeitung zeichnet jedes Jahr die 100 erfolgreichsten Lebensmittelmarken als „Top Marke“ aus. Für 2017 wurde Lacroix als „Top Marke“ ausgezeichnet⁴. Grundlage für die Auszeichnung sind Erhebungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) unter anderem zu Marktanteil, Umsatzentwicklung und Käuferzahl⁵.

¹ <http://www.lacroix.de/2015/index.php/produkte/suppen/ochsenschwanzsuppe-gebunden>

² https://www.foodwatch.org/fileadmin/Themen/Goldener_Windbeutel_2017/Antwort_Continental_Foods.pdf

³ Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (BLL) und Kulinarika Deutschland e.V., Verband der Hersteller kulinarischer Lebensmittel (Oktober 2015): „Richtlinie zur Beurteilung von Suppen und Soßen“

<https://www.bll.de/de/infomaterial/richtlinien/richtlinie-beurteilung-suppen-sossen>

⁴ <http://www.lebensmittelzeitung.net/industrie/Top-Marke-2017-Food-II-129806>

⁵ <http://www.lebensmittelzeitung.net/service/TopMarkeVergabekriterien>

Kandidat Nr. 4:

Urlegenden Müsli Quinoa, Apfel, Cranberries & Chia- Samen von Kellogg's



foodwatch-Kritik:

Kellogg's wirbt mit „Urkorn“, es ist aber nur 2,5 Prozent „Urkorn“ enthalten (Quinoa). Hauptzutat ist Hafer. Und dieser zählt gar nicht zu den Urgetreiden.

Was die Märchenonkel von Kellogg's außerdem im Kleingedruckten verstecken: Das „Frühstück für Legenden“ enthält neben 20 Prozent Zucker auch Palmöl, Aroma und Zusatzstoffe. Das ist alles andere als ursprünglich.

Fakten und Quellen

- Kellogg's bezeichnet seine Produktreihe als „Urlegenden“ und bewirbt den Gehalt von „Urkorn“ und „Urgetreide“. Auf der Verpackungsrückseite heißt es: „Bereits zu Urzeiten gaben Menschen ihren heldenhaften Legenden Urgetreide“.
- Eine Anfrage von foodwatch zur Definition von „Urkorn“ und der Bitte um Stellungnahme zu der Kritik von foodwatch ließ Kellogg's unbeantwortet.
- Der Begriff „Urgetreide“ ist gesetzlich nicht definiert. Das staatliche Bundezentrum für Ernährung (BZfE) versteht unter „Urgetreide“ die Sorten Emmer, Einkorn, Kamut, Dinkel/Grünkern, Ur-Roggen und Hirse.¹
- Im weitesten Sinne kann auch Quinoa als „Urkorn“ bezeichnet werden. Quinoa gilt in der Botanik als „Pseudogetreide“. Das BZfE bestätigt, dass Quinoa bereits vor 6.000 Jahren in den südamerikanischen Anden als Grundnahrungsmittel verwendet wurde.²
- Der Definition des BZfE folgend, ist das einzige „Urkorn“ im Kellogg's Müsli Quinoa – und dieses ist lediglich zu 2,5 Prozent enthalten. Die Hauptzutat im Kellogg's Müsli ist Hafer (51 Prozent). Weiterhin enthalten sind Gerste (mindestens 9 Prozent) und Roggen (1 Prozent).
- Ungeachtet der Definition des BZfE hat Kellogg's nach eigener Aussage „ein unabhängiges Forschungsinstitut damit beauftragt, verschiedene Cerealien und Pseudocerealien auf ihre Eignung für ein Urkorn-Produkt zu bewerten“.³ Aus den eigenen Studien leitet Kellogg's eine Definition ab, nach der auch Hafer, Gerste und Roggen zu den Urgetreiden gehören.⁴
- Dass Verbraucherinnen und Verbraucher unter der Bezeichnung Urkorn andere Getreidesorten erwarten und sich durch die Produktaufmachung offenbar getäuscht fühlen, zeigt eine Veröffentlichung auf dem staatlichen Portal www.lebensmittelklarheit.de.⁵

Zutaten:

Vollkornhafer (51%), Sultaninen (9%), Vollkorngerste (9%), Cranberrystücke (8,5%) (Cranberries, Zucker, Sonnenblumenöl), getrocknete Apfelstücke (4%) (Äpfel, Konservierungsstoff (Schwefeloxid)), Gerstenflakes (Gerste, Zucker, Sonnenblumenöl, Aroma, färbendes Lebensmittel (Konzentrat aus Karotten und schwarzer Johannisbeere)), gepuffte Quinoa (2,5%), Sonnenblumenkerne (2,5%), Zucker, Palmöl, Vollkornroggen (1%), Chia-Samen (1%), Melasse, Glukosesirup, Salz, Natriumhydrogencarbonat, Antioxidationsmittel (stark tocopherolhaltige Extrakte), Zimt.

Nährwerte je 100g:

Brennwert: 389kcal
Fett: 8,8g
Davon gesättigte Fettsäuren: 2,1g
Kohlenhydrate: 64g
davon Zucker: 20g
Eiweiß: 8,9g
Salz: 0,2g

Verkaufspreis im Einzelhandel:

2,99€ (Kaufland Online Shop)

¹ <https://www.bzfe.de/inhalt/urgetreide-28442.html> (06.10.17).

² <https://www.bzfe.de/inhalt/quinoa-5707.html> (06.10.17).

³ Antwort von Kellogg's vom 28.11.2016 auf eine Verbraucherbeschwerde zum Thema „Urkorn“ <http://www.lebensmittelklarheit.de/produkte/kelloggs-urlegenden-crunchy-muesli> (06.10.17).

⁴ <http://www.ancientlegends.com/DE/ancient-grains.html> (06.10.17)

⁵ <http://www.lebensmittelklarheit.de/produkte/kelloggs-urlegenden-crunchy-muesli> (06.10.17)

Kandidat Nr. 5:

Becel Omega-3 Pflanzenöl von Unilever



foodwatch-Kritik:

Unilever täuscht mit seinem Becel Pflanzenöl ein hochwertiges Gesundheitsprodukt vor. Hochwertig ist allerdings nur der Preis (6,58€ pro Liter), die Hauptzutat ist billiges Sonnenblumenöl. Becel rühmt sich als Quelle von gesundem Omega-3 – doch ganz normales Rapsöl enthält ein Drittel mehr von dieser wichtigen Fettsäure und kostet deutlich weniger.

Zutaten:

59% Sonnenblumenöl, 34% Rapsöl, 7% Leinöl, Vitamin E.

Nährwerte je 100ml:

Brennwert: 813kcal
Fett: 92g
Davon gesättigte Fettsäuren: 8,7g
Kohlenhydrate: 0g
davon Zucker: 0g
Eiweiß: 0g
Salz: 0g

Omega-3 (alpha-Linolensäure): 5,8g
Omega-6 (Linolsäure): 41g

Verkaufspreis

im Einzelhandel:

3,29€ (Rewe Online Shop)

Fakten und Quellen

- Unilever bewirbt sein Produkt mit den Aussagen: „für ein gesundes Herz-Kreislaufsystem“ und „3x mehr Omega-3 als Olivenöl“.
- Die von Unilever beworbenen Omega-3-Fettsäuren sind laut Nährwerttabelle im Produkt zu 5,8 Gramm pro 100 Milliliter enthalten. Umgerechnet auf 100 Gramm Becel-Öl sind das 6,3 Gramm Omega-3-Fettsäuren. Pures Rapsöl enthält im Vergleich zum Becel-Öl etwa ein Drittel mehr Omega-3-Fettsäuren (nämlich rund 9 Gramm pro 100 Gramm¹) und ist in der Regel auch deutlich günstiger (zwischen 0,99€ und 4€ pro Liter²).
- Auf der Vorderseite wirbt Unilever mit der Aussage „3x mehr Omega-3 als Olivenöl“. Das ist ein irreführender Vergleich. Denn Olivenöl enthält naturgemäß nicht besonders viele Omega-3-Fettsäuren (nicht einmal 1 Gramm pro 100 Gramm).³
- Bei der gesundheitlichen Bewertung von Pflanzenölen kommt es auf die richtige Zusammensetzung der Fettsäuren an: Eine zu hohe Aufnahme von Omega-6 kann die positiven Wirkungen des Omega-3 auf Bluteigenschaften, Immunsystem und Entzündungsreaktionen hemmen^{4,5}. Deswegen empfiehlt die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) für die Aufnahme von Omega-6- und Omega-3-Fettsäuren ein Verhältnis von höchstens 5:1⁶. Auch die von Becel genutzte gesundheitsbezogene Werbeaussage „für ein gesundes Herz-Kreislaufsystem“ geht von dem Verhältnis 5:1 aus, wie eine Fußnote im Kleingedruckten auf der Rückseite erklärt. Allerdings: Das Becel-Öl hat ein eher ungünstiges Verhältnis von 7:1, pures Rapsöl von 2:1.
- Weiterhin erklärt Unilever bezüglich seiner gesundheitsbezogenen Aussage: „Die positive Wirkung stellt sich bei einer täglichen Aufnahme von 2g ALA bzw. 10g LA ein.“⁷ Umgerechnet bedeutet das, man muss täglich 34 Milliliter Becel-Öl zu sich nehmen, damit sich die versprochene Wirkung überhaupt einstellt. Unilever geht jedoch bei den Nährwertangaben von einer zehn Milliliter-Portion aus.
- Eine Anfrage von foodwatch zu den von Unilever genutzten Werbeaussagen blieb unbeantwortet.

¹ OptiDiet (Software für Ernährungsberatung der Gesellschaft für optimierte Ernährung Linden): Arachidonsäure (AS)- und Omega-3-Fettsäure (n3)-Gehalt ausgewählter Lebensmittel.

² Preisvergleich Rewe Online Shop, (06.10.2017).

³ OptiDiet, siehe Fußnote 1.

⁴ <http://www.dge.de/presse/pm/was-sie-schon-immer-ueber-fette-wissen-wollten-1/>

⁵ DGE (2015) D-A-CH Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, Kapitel „Fett“ (S. 4), Kapitel „Essentielle Fettsäuren“ (S.2).

⁶ DGE (2015) D-A-CH Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, Kapitel „Essentielle Fettsäuren“, S.3.

⁷ ALA= Omega-3-haltige Alpha-Linolensäure, LA= Omega-6-haltige Linolsäure