

Bauer: Biene Maja


Der Schwindel: Der Kinderjoghurt „Biene Maja“ ist ein ausgewogenes Milchgetränk für Kinder.

Die Wahrheit: „Biene Maja“ enthält 44 Würfelzucker auf einen Liter, Cola im Vergleich dazu nur 28.

✓ **Produkt vom Markt genommen**

Nestlé: Maggi Natur Pur Bio Frühlings-gemüsesuppe


Der Schwindel: Maggi Natur Pur Bio, die Tütensuppe, die ganz ohne Geschmacksverstärker auskommt.

Die Wahrheit: Drin ist die geschmacksverstärkende Substanz Hefeextrakt - Glutamat unter anderem Namen.

✓ **Produkt vom Markt genommen**

Unilever: Langnese Milchzeit


Der Schwindel: Das Kinder-Eis Milchzeit kommt als gesunder Kalziumlieferant und soll offenbar das tägliche Glas Milch ersetzen.

Die Wahrheit: Milchzeit ist eine Süßigkeit, die Langnese als Gesundheitsprodukt ausgibt, um „Verzehrsanlässe“ zu schaffen. Damit Kinder Eis essen, statt Milch zu trinken.

Bahlsen: Gourmet Genießerkuchen


Der Schwindel: Kontrollierte Qualität und erlesene Zutaten, besonders kombiniert.

Die Wahrheit: Im Gourmetkuchen stecken jede Menge E-Nummern, Aromen und vor allem: Käfig-Eier. „Erlesene“ Zutaten leidet der Fehlanzeige.

Nestlé: Fitness Fruits


Der Schwindel: Frühstücksflocken, die zu einem „gesunden Lebensstil“ beitragen, zur „Wunschfigur“ verhelfen, eine „leichte“, „ausgewogene“ Ernährung bieten.

Die Wahrheit: Diese Flocken bestehen zu einem Drittel aus Zucker. So viel Zucker zum Frühstück macht auf Dauer nicht fit, sondern dick. Das angeblich gesunde Frühstück ist eigentlich eine Süßigkeit.

Eckes-Granini: Frucht-Tiger


Der Schwindel: Frucht-Tiger - der gesunde Durstlöcher für Kinder.

Die Wahrheit: Das Gemisch aus Wasser und Saftkonzentrat enthält nicht nur umstrittene Süßstoffe, sondern auch jede Menge zahnschädliche Citronensäure.

✓ **mit veränderter Rezeptur auf dem Markt: ohne Zusatzstoffe, Süßstoffe und Aromen**

Ferrero: Kinder-Riegel


Der Schwindel: Ohne schlechtes Gewissen Naschen, dank der „Extra-Portion-Milch“ mit viel gutem Kalzium.

Die Wahrheit: Erst 13 Riegel würden den Tagesbedarf eines Kindes an Kalzium decken. Das sind gleich 48 Würfelzucker, ein halbes Paket Butter plus Aromen und Zusatzstoffe.

Schwartau: Fruit2Day


Der Schwindel: „100% der täglichen Portion Obst“ stecken in „Fruit2Day“.

Die Wahrheit: 200 Milliliter einer aromatisierten Mischung aus Fruchtsaftkonzentraten und Püree sind bei weitem nicht dasselbe wie 200 Gramm unverarbeitetes Obst. „Fruit2Day“ ersetzt höchstens ein Glas Saft, ist aber bis zu viermal so teuer.

Campina: Landleibe


Der Schwindel: „Landmilch“ von „ausgewählten Höfen“, besonders strenge Qualitätsvorgaben und sogar eine „Qualitätsgarantie“, zum Beispiel für artgerechte Tierhaltung.

Die Wahrheit: Belege für artgerechte Tierhaltung liefert Campina nicht, die „strengen“ Qualitätsvorgaben sind Selbstverständlichkeiten und der satte Aufpreis fließt nicht an die Bauern, sondern vor allem ins Marketing.

Unilever: Rama Cremefine


Der Schwindel: „Rama Cremefine zum Schlagen“ will mit 11% weniger Fett als herkömmliche Sahne eine „innovative“ Alternative für „die leichte Küche“ sein.

Die Wahrheit: Das Sahne-Imitat enthält eine ganze Reihe von Zusatzstoffen, nicht näher definiertes Aroma und zu viele gesättigte Fettsäuren – die Rama selbst als „schlechtes Fett“ bezeichnet. Dafür ist das Kunstprodukt doppelt so teuer wie normale Sahne.

Unilever:
Bertolli Pesto Verde


Der Schwindel: Der Pesto-Klassiker nach „original italienischer Rezeptur“ enthält „nur die besten Zutaten“ wie „feinstes Bertolli Olivenöl“ und Pinienkerne.

Die Wahrheit: Drin stecken ein Fingerhut voll Olivenöl und wenige Pinienkerne. Dafür umso mehr undefiniertes „pflanzliches Öl“, Cashewnüsse, Aroma und Säuerungsmittel – billigere Ersatz-Zutaten statt Originalrezept.

Schwartau:
Mövenpick Gourmet-Frühstück Erdbeere


Der Schwindel: „Beste und erlesene Zutaten“ wie die „Königin der Erdbeeren“, Senga Sengana, „höchste Qualität“ und „der kleine Luxus im Alltag“ – ein ganz besonderer Fruchtaufstrich.

Die Wahrheit: Senga Sengana, die von Mövenpick verwendete Erdbeere, ist die Standard-Sorte in der Konfitürenindustrie. Luxuriös sind bei Mövenpick vor allem die Preise.

Danone: Actimel


Der Schwindel: Actimel – ein besonderer Joghurt-Drink, der das Immunsystem „aktiviert“ und „wetterfest“ macht.

Die Wahrheit: Jeder Joghurt „aktiviert“ das Immunsystem ein bißchen. Actimel ist zusätzlich jedoch viermal so teuer und doppelt so zuckrig wie ein herkömmlicher Naturjoghurt. Und wissenschaftliche Beweise für einen Erkältungsschutz gibt es nicht..

Ferrero:
Yogurette


Der Schwindel: Yogurette ist „joghurt-leicht“ und „sportlich“, eine „leichte“ Variante im Vergleich zu anderen Schokoladen.

Die Wahrheit: Die „leichte“ Schokolade enthält mehr Fett und Kalorien als andere Vollmilchschokolade. „Leicht“ ist daran gar nichts.

Wild/ SiSi-Werke:
Capri-Sonne


Der Schwindel: Capri-Sonne ist ein ausgewogenes, „sportliches“ Getränk mit „gesunden Früchten“ und ein guter Durstlöcher für Kinder.

Die Wahrheit: Mit Früchten hat Capri-Sonne so wenig zu tun wie mit gesund. Gerade einmal 12% Saft werden aufgefüllt mit Wasser, Zucker und Aromen. Der Zuckergehalt wurde bis vor kurzem auf der Verpackung sogar verschwiegen.

Adelholzener:
Active O2


Der Schwindel: „Der Powerstoff“ mit der „15fachen Menge an Sauerstoff“, Active O2, hat eine positive Wirkung auf den Stoffwechsel oder die sportliche Leistungsfähigkeit.

Die Wahrheit: „Active O2“ gibt weder einen besonderen Powerschub für die Gesundheit noch steigert es die sportliche Leistungsfähigkeit. Auswirkungen auf den eigenen Geldbeutel lassen sich allerdings in jedem Fall nachweisen.

Escoffier:
Duett Champignon Creme-Suppe


Der Schwindel: „Ausgewählte Zutaten“, mit der „Kunstfertigkeit“ von „Spitzenköchen“ verarbeitet. Sternekoch Alfons Schuhbeck steht mit seinem Namen für besondere Qualität.

Die Wahrheit: Es waren erst 4000 Verbraucherbeschwerden nötig, um den Inhalt von dem einer normalen Tütensuppe unterscheidbar zu machen. Immerhin: Was zuvor nicht mehr als aromatisiertes Salzwasser war, ist heute offenbar ein klassischer, eingekochter Fond.

✓ Rezeptur grundlegend verbessert

Schwartau:
Corny Schoko


Der Schwindel: Corny, der „locker-kernige“ Riegel mit den angeblichen „ausgewogenen Zutaten“ und dem „Besten aus dem Korn“ kommt als „optimaler Energiespender“ und gesunder Vollwertsnack daher.

Die Wahrheit: Corny ist eine ganz normale Süßigkeit. Getreide landet auf dem Riegel vor allem in hochgradig verarbeiteter Form, verklebt mit jeder Menge Zucker. Der gesunde Müsli-Eindruck ist ein echter Etikettenschwindel: Corny Schoko ist ein Müsli-Imitat-Riegel.

Carlsberg:
Beo Heimat


Der Schwindel: Carlsberg bewirbt „Beo“ als „Bio Erfrischung“ aus „rein natürlichen Zutaten“ für alle, denen ein „verantwortungsbewusster Umgang mit unseren Ressourcen am Herzen liegt“.

Die Wahrheit: Für den Geschmack der Brause sorgen nicht echte Früchte, sondern Aroma aus Labor. „Bio“ sind an der Brause damit gerade mal 5,5% - Zucker und Gerstenmalz. Natürlichkeit und Verantwortung? Fehlanzeige!

✓ Produkt vom Markt genommen

Kraft Foods:
Philadelphia alla Pesto verde & Tomato


Der Schwindel: Auf der Verpackung glänzen jede Menge Tomaten und ein Mörser voll Pesto, beworben werden „sonnenge-reifte Tomaten“ und „einzigartige Qualität“..

Die Wahrheit: Die Frischkäsezubereitung enthält gerade einmal 0,4% getrocknete Tomaten und statt Pesto nur eine Basilikum-Schmelzkäse-Mischung. Dafür stecken jede Menge Zusatzstoffe wie das umstrittene Verdickungsmittel Carrageen (E407) drin und dem Geschmack wird mit Aromen auf die Sprünge geholfen. Einzigartig ist hier nur der Etikettenschwindel.

Zott:
Monte Drink


Der Schwindel: Früher bewarb Zott das Produkt als „gesunden Drink“, später dann als „Zwischenmahlzeit“. Neuerdings verzichtet der Hersteller auf diese Auslobungen. Doch nun soll Nationalkeeper René Adler für den sportlichen und gesunden Touch sorgen, den sich Zott für seine Marke Monte offenbar wünscht.

Die Wahrheit: In dem „Milchmischgetränk“ vor allem eins: Zucker. Auch wenn „bis Frühjahr 2011“ aus 8 Würfeln etwa 7 pro Flasche werden sollen - der Drink ist in etwa so zuckrig wie Coca Cola und damit alles andere als ein Getränk, das Profisportler formt.

Dr. Oetker:
Pur Crema Choc
Tansania edelbitter


Der Schwindel: „enthält Schokolade mit 75% Kakao“ verspricht Dr. Oetker auf der Verpackung. Und zwar nicht irgendeine Schokolade, sondern „Tansania edelbitter“.

Die Wahrheit: Der Pudding verspricht mehr, als er halten kann. Da nur 2,5% Schokolade reduziert sich der beworbene Kakao aus Tansania auf 1,875 % am Gesamtprodukt. Und die Bezeichnung „edelbitter“ erinnert zwar an hochwertiger Edelschokolade, Edelkakaobohnen sucht man in Pur Crema Choc aber leider vergebens.

Pfanner: Der Gelbe
Zitrone-Physalis


Der Schwindel: Leuchtend gelb prangen Physalis und der Hinweis auf den „Gelben Tee“, der als besonders hochwertig gilt, auf der Verpackung des vermeintlichen Wellness-Tees.

Die Wahrheit: Wichtig ist das exotische Früchtchen offenbar nur für die Werbung. Die Menge Physalis ist so gering, dass sie nicht einmal deklariert werden muss. Die übrige Zusammensetzung ist umso klarer: gerade mal 15% gelber Tee, Aromen, Citronensäure E330 und 44 Stück Würfelzucker im 2-Liter-Tetrapak. Von wegen Wellness.

Unilever: Bertolli
Gegrilltes Gemüse


Der Schwindel: Seit Oktober 2009 gibt es die Bertolli Pasta Sauce Classico „Gegrilltes Gemüse“ mit „verbesserter Rezeptur“. So steht es zumindest gut sichtbar auf dem Etikett.

Die Wahrheit: Im Zuge der angeblichen Rezepturverbesserung haben es der Geschmacksverstärker Hefeextrakt, der Zusatzstoff Citronensäure E330 und ein nicht näher definiertes Aroma ins Produkt geschafft.

Storck: nimm2


Der Schwindel: Storck suggeriert, nimm2 seien im Vergleich zu anderen Süßigkeiten die bessere oder gesündere Wahl.

Die Wahrheit: nimm2-Produkte sind weder besser noch gesünder als andere Süßigkeiten. Der künstliche Vitamincocktail ist nicht nur sinnlos, sondern höchst problematisch. Denn Kinder bekommen vermittelt, dass Süßigkeiten so „wertvoll“ und wichtig sind wie Obst und Gemüse. Ein absolut falsches Signal.

Kühne: Schlemmer-
töpfchen Feine
Gürkchen


Der Schwindel: „Erliesene Kräuter“, „beste natürliche Zutaten“ verfeinert mit viel Liebe und Leidenschaft. Seit 1722“ - klingt nach einem echten Premium- und Traditions-Produkt.

Die Wahrheit: Das vermeintlich erlesene Produkt ist zwar etwa doppelt so teuer wie viele andere Gewürzgurken, enthält neben Farbstoff aber auch Aromen. Mit Tradition und „besten natürlichen Zutaten“ hat das nichts zu tun.

Gutfried: Puten
Cervelatwurst


Der Schwindel: „Puten Cervelatwurst“ sollte es angeblich sein, die der „Geflügelwurst-Spezialist“ (Gutfried über Gutfried) uns aufsticht.

Die Wahrheit: Bis sich fast 10.000 Verbraucher beschwert hatten, bestand die Putenwurst fast zur Hälfte aus Schweinefleisch. Doch das erkannte der Verbraucher nur im Kleingedruckten auf der Rückseite.

✓ Irreführung gestoppt

Stockmeyer:
Ferdi Fuchs
Mini Würstchen


Der Schwindel: Stockmeyer tituliert die Würstchen als „täglichen Beitrag für die gesunde Ernährung“.

Die Wahrheit: Das Salz hat Stockmeyer bei der Rechnung mit der „gesunden Ernährung“ offenbar erfolgreich ignoriert: Ein Päckchen Würstchen deckt knapp den minimalen täglichen Bedarf. Wer als Kind zu viel Salz zu sich nimmt, erhöht das Risiko, später an Bluthochdruck zu leiden.

**Danone:
Activia**

Der Schwindel: Danone bewirbt Activia wie eine Wunderwaffe gegen „träge Verdauung“, „Blähbauch“ und allerlei Verdauungsbeschwerden.

Die Wahrheit: Activia kostet zwar dreimal so viel wie Naturjoghurt, kann aber keineswegs mal eben die Verdauung „regulieren“. Den satten Aufpreis zahlen Verbraucher vor allem für aufgeblasene Werbeversprechen.

**Danone:
Activia-Becher**

Der Schwindel: Activia gibt's neuerdings im „umweltfreundlicheren“ Becher aus Maisstärke (PLA). So steht es zumindest auf der Verpackung

Die Wahrheit: Der neue Becher ist gar nicht wirklich „umweltfreundlicher“ als der alte, wenn man die Ökobilanz-Maßstäbe vom staatlichen Umweltbundesamt ansetzt. Fazit: Wie der Joghurt, so der Becher - ein dreister Schwindel.

**Unilever:
Becel pro.activ**

Der Schwindel: Unilever suggeriert, Becel pro.activ wäre eine Wunder-Margarine für die Herzgesundheit, weil sie den Cholesterinspiegel senkt.

Die Wahrheit: Becel pro.activ ist ein Medikament in Lebensmittelform - mit fraglichem Nutzen und womöglich gefährlichen Nebenwirkungen. Solche „Lebensmittel“ gehören nicht in den Supermarkt, sondern in die Apotheke!

**Netto: Viva Vital
Hackfleisch-Zubereitung**

Der Schwindel: Netto verspricht für seine Viva Vital Hackfleisch-Zubereitung „30% weniger Fett im Vergleich zu gemischtem Hackfleisch“.

Die Wahrheit: Obwohl Netto sein Produkt zu etwa 30% mit Wasser und Weizen streckt, enthält es in der Regel sogar mehr Fett als frisch durch den Fleischwolf gedrehtes, echtes Hackfleisch vom Metzger oder der Bedien-Theke.

**HiPP:
Instant-Teegetränke**

Der Schwindel: Seine Instant-Tees ab dem 12. Monat vermarktet HiPP als „Durstlöcher“ für „Babys, Kleinkind und Schulkinder“.

Die Wahrheit: Die HiPP-Instant-Tees ab dem 12. Monat bestehen hauptsächlich aus Zuckergranulat und enthalten pro fertige 200-Milliliter-Tasse 7,6 Gramm Zucker, das sind umgerechnet rund zweieinhalb Stück Würfelzucker. Es sind also schlicht Süßgetränke und keine empfehlenswerten Durstlöcher.

**Ferrero:
Milch-Schnitte**

Der Schwindel: „Schmeckt leicht. Belastet nicht. Ideal für zwischendurch.“, so der Slogan. Passend dazu sind es seit eh und je Spitzensportler, die den vermeintlich leichten Milch-Snack bewerben.

Die Wahrheit: Mit etwa 60 Prozent Fett und Zucker haut Milch-Schnitte mehr rein als Schoko-Sahnetorte und ist damit alles andere als eine „leichte“ Zwischenmahlzeit. Da ändern auch die Sportler nichts dran, die Ferrero unter Vertrag hat.

**Bongrain:
Saint Albray
Klosterkäse**

Der Schwindel: Bongrain legte besonderen Wert auf die vermeintlich „essbare Rinde“.

Die Wahrheit: Diese „essbare“ Rinde enthält Natamycin. Der Zusatzstoff, in der Medizin ein Mittel zur Behandlung von Pilzinfektionen, sollte keinesfalls mitgegessen werden, warnen deutsche Behörden. Nach 14.000 Verbraucherbeschwerden möchte Bongrain künftig vom Verzehr der Rinde abraten.

✓ Irreführung gestoppt

**TEEKANNE:
Landlust**

Der Schwindel: „Genießen Sie einen kleinen Ausflug aufs Land und entdecken Sie den ursprünglichen Genuss vertrauter Früchte“, verspricht TEEKANNE.

Die Wahrheit: Teekanne nutzt die Sehnsucht der Verbraucher nach Ursprünglichkeit aus, um billige Industrieware teuer zu verkaufen. Landlust Mirabelle & Birne ist nicht besser als Noname-Früchtetee, doch kostet das Dreifache!

**Radeberger:
Clausthaler Classic**

Der Schwindel: „Clausthaler Classic“ von Radeberger wird seit jeher als „alkoholfrei“ angepriesen.

Die Wahrheit: Clausthaler ist in Wahrheit ein alkoholfreies Bier. Es enthält 0,45 Vol.-% Alkohol. Während Radeberger das in Deutschland auf dem Etikett verschweigt, wird das gleiche Bier anderswo ehrlich gekennzeichnet – als „Alkoholfreies Premium Lagerbier“ mit „weniger als 0,5 % Alkohol“.

Lassen Sie sich nicht länger mit Werbelügen abspeisen! Machen Sie Druck auf die Hersteller und beschweren Sie sich über Verbrauchertäuschung und Etikettenschwindel!

Jetzt mitmachen unter

<http://www.abgespeist.de>