

## Pressemitteilung

### **Kommt die dreisteste Werbelüge des Jahres aus Österreich? Vorarlberger Unternehmen Pfanner im Rennen um den „Goldenen Windbeutel 2010“**

Berlin, 22. März 2010. Etikettenschwindel made in Lauterach: Ein Produkt des Vorarlberger Unternehmens Pfanner ist einer der Kandidaten für den „Goldenen Windbeutel 2010“, den Preis für die dreisteste Werbelüge des Jahres: der Wellnesstee „Der Gelbe Zitrone-Physalis“. Die Verbraucherrechtsorganisation foodwatch verleiht den „Goldenen Windbeutel“ als Negativ-Preis für irreführende Werbung in diesem Jahr zum zweiten Mal. In einer Internet-Abstimmung auf [www.abgespeist.de](http://www.abgespeist.de) können Verbraucher ab sofort einen Monat lang wählen, von welchem Produkt sie sich am meisten in die Irre geführt sehen.

Nominiert wurden die insgesamt fünf Kandidaten von einer prominenten Jury. Die deutsche Fernsehjournalistin Astrid Frohloff (ARD-„Kontraste“, rbb) hat sich für den „Gelben“ von Pfanner entschieden. Die Physalis, die groß auf der Verpackung prangen, sind im Produkt nicht einmal in Spuren enthalten, und auch der namensgebende edle Gelbe Tee nur zu 15 Prozent. Dafür aber umgerechnet 47 Stück Würfelzucker im Zwei-Liter-Karton – ganz schön unentspannt für einen Wellnesstee. Astrid Frohloff: „Eine ‚süße Frucht der Verführung‘ wird uns da versprochen – und wenn man genau hinschaut, sieht man von Physalis keine Spur, stattdessen nur Aromastoffe. So viel Chuzpe muss man erstmal haben.“

Außerdem für den „Goldenen Windbeutel“ nominiert sind:

- „Beo Heimat Apfel & Birne“ von Carlsberg, eine Bio-Limonade voller Aromastoffe aus dem Labor – und ohne Äpfel und Birnen
- die Pastasauce „Bertolli Gegrilltes Gemüse“, bei der Hersteller Unilever eine Zutatenverschlechterung als „Rezepturverbesserung“ verkauft
- die „Duett Champignon Creme-Suppe“ von Escoffier, beworben von Starkoch Alfons Schuhbeck wie ein Feinkostprodukt, in Wahrheit nur eine überteuerte Tütensuppe in der Dose
- der „Monte Drink“ von Zott, das vermeintlich gesunde Kindergetränk, das sich als echte Zuckerbombe entpuppt

#### **Link:**

Die Internet-Wahl läuft bis zum 22. April auf [www.abgespeist.de](http://www.abgespeist.de).



**Fotostrecken, Film und Abstimm-Formular als Widget für Redaktionen und Websitebetreiber:**

- Bildmaterial einschließlich einer Fotostrecke können Sie unter <http://www.foodwatch.de/material-abgespeist> herunterladen.
- Einen Film zur Windbeutel-Wahl mit allen Juroren finden Sie unter <http://www.youtube.com/foodwatchTV>
- Widgets, mit dem Sie die Wahl zum Goldenen Windbeutel auf Ihrer Seite einbetten können, finden Sie unter <http://www.foodwatch.de/widgets>

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: [presse@foodwatch.de](mailto:presse@foodwatch.de)

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 - 19

Fax: +49 (0)30 / 24 04 76 - 26