

Schädliche Produkte und Werbelügen

Alumüll, was sonst?

"Aus der Region - für die Region!", wirbt eine Kieler Genossenschaft. Doch Reis wächst nicht in Norddeutschland. Eine Sammlung wunderbarer Werbelügen.von Jost Maurin

Margarine – Risiko für das Herz

Unilever wirbt, man solle seine Margarine **Becel pro.activ** schon dann essen, wenn man "ein wenig besorgt" wegen seines Cholesterinspiegels ist. Dem Produkt wurden cholesterinsenkende Pflanzenstoffe zugesetzt. Doch aufgrund beunruhigender Studien rät das Bundesinstitut für Risikobewertung Menschen mit normalen Cholesterinwerten von Lebensmitteln mit diesen Zusätzen ab. Es wird vermutet, dass sie bei Verzehr dieser Nahrungsmittel sogar ein höheres Risiko für Herz-Kreislaufkrankungen haben. Unilever rechtfertigt sich damit, der Cholesterinspiegel könne gar nicht zu niedrig sein.

Tütensuppe – Kein Gramm Fleisch

Die **Knorr Suppenliebe Hühnersuppe** enthält laut Zutatenverzeichnis kein einziges Gramm Hühnerfleisch. Stattdessen billigeres Fett vom Huhn und Aroma. Die Verbraucherzentralen finden, dass das Wort "Hühnersuppe" die Erwartung auf Fleisch wecken könne. Hersteller Unilever antwortet darauf im Internetportal lebensmittelklarheit.de: "Jede Hühnersuppe enthält selbstverständlich Hühnerbestandteile - dies muss aber nicht unbedingt Hühnerfleisch sein und ist es auch bei einer traditionell zu Hause hergestellten Hühnersuppe nicht immer."

Reis – Herkunft verschleiert

"**Unser Norden**" **Langkorn-Spitzenreis** gehört zur Regionalmarke der Kieler Genossenschaft Coop. Die Firma wirbt zwar mit Slogans wie "Aus der Region - für die Region!", doch Reis wächst bekanntlich nicht in Norddeutschland. Wie andere Produktbezeichnungen mit Regionalbezug hält "Unser Norden" nicht, was es suggeriert. Coop rechtfertigte sich in der Zeitschrift *Öko-Test* so: "Alle Lebensmittel werden entweder in Norddeutschland produziert, veredelt oder abgepackt. Und die Produkte werden nach nordischem Geschmack und langjähriger Tradition hergestellt."

Brotaufstrich – Beim Fett gemogelt

Nuss-Nougat-Creme **Nutella** besteht zu 55 Prozent aus Zucker und zu 31 Prozent aus Fett, was Hersteller Ferrero auf seinen Etiketten herunterspielt. Angegeben wird, wie viel der empfohlenen Tagesmenge Fett und Zucker in 15 Gramm Nutella enthalten sind: nur 7 Prozent. Für Vitamine, Calcium, Magnesium und Eisen dagegen weist Ferrero die Mengen pro 100 Gramm aus. Ergebnis: 78 Prozent des Vitamin-E-Bedarfs. Erst als ein Frankfurter Gericht dies 2011 monierte, kündigte Ferrero an, alle Nährwertdaten "sowohl in 100 Gramm als auch pro Portion" anzugeben.

Kaffee – Tonnen von Alumüll

Nespresso ist normaler Kaffee. Allerdings hat Hersteller Nestlé jede Portion in kleine Aluminiumkapseln gepresst. Angeblich hält sich Aroma so besser. Im Vergleich zu Kaffee aus Tüten entstehen Tausende Tonnen zusätzlicher Müll - und den Kunden erhebliche Mehrkosten. Dennoch wuchs die Nespresso-Sparte von Nestlé dank einer gigantischen Werbekampagne 2010 um mehr als 20 Prozent. Ein Teil des Mülls wird nach Firmenangaben recycelt.

Smoothie – Kaum Kokos

Chiquita Smoothie mit Kokos + Mango heißt das Getränk, und beide Früchte werden auch auf dem Etikett der kleinen Flasche gezeigt. Doch die Hauptzutaten sind laut dem Kleingedruckten auf

der Rückseite Äpfel, Trauben und Bananen. Die Namensgeber Kokosmilch und Mango hingegen kommen zusammen nur auf 12 Prozent. Der Konsument könne wegen der Bilder und Produktbezeichnung jedoch einen höheren Anteil erwarten, urteilen die Verbraucherzentralen. Hersteller Chiquita hält mit dem Argument dagegen, Kokos und Mango würden dem Getränk ja seinen Geschmack geben.

Artikel zum Thema

[Auftakt zur Grünen Woche . Die nimmersatte Branche](#)

19jan2012

<http://www.taz.de/Schaedliche-Produkte-und-Werbeluegen/!85954/>