

„KONSUM-Ente“ – Die ärgerlichsten Lebensmittel-Produkte des Jahres 2020

Utl.: Iglo Broccoli gewinnt den Negativ-Preis =

Wien (OTS/VKI) - Rund 6.000 Konsumentinnen und Konsumenten haben sich an der Abstimmung zum ärgerlichsten Lebensmittel des Jahres 2020 auf [www.lebensmittel-check.at] (<http://www.lebensmittel-check.at>) beteiligt. Die Melde- und Informationsplattform Lebensmittel-Check, die vor mehr als zehn Jahren vom Verein für Konsumenteninformation (VKI) und dem Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK) aus der Taufe gehoben wurde, kürt mit der „KONSUM-Ente“ regelmäßig das ärgerlichste Lebensmittel-Produkt des Jahres. Für das Jahr 2020 geht dieser Negativpreis an Iglo. Der Hersteller, der in seiner Kommunikation die Herkunft seines Gemüses eng mit dem Marchfeld verknüpft, sorgte mit seinem tiefgefrorenen Broccoli aus Ecuador für den größten Unmut. Auf den weiteren Plätzen folgten Kelly's Pom-Bär („Mogelpackung“) und Rio Mare Thunfisch Natur (unerwarteter Zusatz von Aromen). Ein ausführliches Ranking der ärgerlichsten Lebensmittel des Jahres 2020 sowie die Stellungnahmen der Hersteller gibt es ab sofort auf [www.konsument.at] (<http://www.konsument.at>) und ab 25. Februar im Testmagazin KONSUMENT.

Das Projekt Lebensmittel-Check wurde 2010 gemeinsam mit dem Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK) ins Leben gerufen. „Dabei war und ist es uns besonders wichtig, dass Konsumentinnen und Konsumenten nicht nur ein Informationsangebot erhalten, sondern aktiv einen Beitrag zu größerer Transparenz im Lebensmittelbereich leisten können“, erläutert Mag. (FH) Wolfgang Hermann, Geschäftsführer des Vereins für Konsumenteninformation. „Wer sich durch die Aufmachung, Kennzeichnung oder die Werbung eines Produktes in die Irre geführt sieht, kann dieses auf der Plattform Lebensmittel-Check melden und so direkt eine Prüfung durch den VKI veranlassen.“

Dieses Angebot wurde in den vergangenen Jahren verstärkt angenommen: Waren es 2018 noch rund 200 Beschwerden, stieg die Zahl der Meldungen 2019 bereits auf 445. Im vergangenen Jahr erhöhte sich diese Zahl nochmals auf 535. Alle Konsumentenbeschwerden, die der VKI erhält, werden sorgfältig von der Fachabteilung geprüft. Ergibt die

Prüfung keine rechtlichen Verstöße, aber dennoch Klärungsbedarf, erhält der Hersteller Gelegenheit zur Stellungnahme, bevor eine Produktbesprechung auf [www.lebensmittel-check.at] (<http://www.lebensmittel-check.at>) veröffentlicht wird. Nimmt der Hersteller in weiterer Folge Verbesserungen am Produkt vor, wird ebenfalls darüber berichtet.

Konsumentenschutzminister Rudi Anschober lobt das Projekt: „Der Lebensmittel-Check stellt eine enorme Fülle an Informationen zur Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln zur Verfügung. Daneben ermöglicht diese Plattform Konsumentinnen und Konsumenten aber auch, sich aktiv Gehör zu verschaffen, sollten geweckte Erwartungen enttäuscht werden. Die jährlich steigende Anzahl an Nutzerinnen und Nutzern dieses Angebots auf [www.lebensmittel-check.at] (<http://www.lebensmittel-check.at>) zeigt, dass österreichische Konsumentinnen und Konsumenten kritisch hinterfragen, was auf ihren Tellern landet.“

Sowohl für 2020 als auch in der Gesamt-Rückschau zeigt sich, dass die Aufmachung und Verpackung von Produkten (Stichwort „Mogelpackungen“) am häufigsten kritisiert wurden, gefolgt von der Zusammensetzung der Produkte. „Auffällig war im vergangenen Jahr, dass die Frage der regionalen Herkunft von Lebensmitteln wesentlich an Bedeutung gewinnt“, so VKI-Projektleiterin Nina Siegenthaler. „Wir haben nicht nur anhand der Zahl der Meldungen, sondern auch im Rahmen der Abstimmung zur KONSUMENT-Ente 2020 bemerkt, dass es dahingehend eine zunehmend größere Sensibilität gibt.“

Die 5 ärgerlichsten Lebensmittel 2020 im Überblick

KONSUM-Ente - Platz 1: Iglo Broccoli

Iglo bewirbt seine Gemüseprodukte auf der Homepage als „Erntefrisches Gemüse von iglo – natürlich aus dem Marchfeld“. Dieser Herkunftsnachweis ist auch auf zahlreichen Iglo-Tiefkühlprodukten zu finden. Auf der Verpackung des tiefgekühlten Broccolis war zwar nur der Hinweis „Erntefrisch vom Feld tiefgefroren“ aufgedruckt. Was ein genauer Blick auf die Herkunftsangabe offenbarte, sorgte bei zahlreichen Konsumentinnen und Konsumenten dennoch für Unmut: Das Gemüse stammte aus Ecuador. Auch wenn Iglo dieses Tiefkühlprodukt formal korrekt ausgezeichnet hat: Die Erwartungshaltung vieler Konsumentinnen und Konsumenten ist vor dem Hintergrund der Markenerzählung des Unternehmens ganz klar eine andere.

Platz 2 - Kelly's Pom-Bär

Kelly's Pom-Bär wird in einem Beutel mit Luftpolster verkauft. Bei derartigen Packungen lässt sich von außen kaum abschätzen, wie viel (oder wenig) Produkt sie enthalten. Dass die Verpackung von Kelly's Pom-Bär letztlich nur zur Hälfte gefüllt ist, empfanden zahlreiche Konsumentinnen und Konsumenten als „Mogelpackung“. Das Unternehmen argumentiert, dass der Luftpolster für die Frische und Unversehrtheit des Produktes Sorge. Ein Blick auf andere Hersteller zeigt jedoch, dass man auch mit weniger Luft in der Verpackung unbeschädigte Produkte in den Handel bringen kann.

Platz 3 - Rio Mare Thunfisch Natur

Wer eine Dose Thunfisch Natur kauft, geht in der Regel wohl davon aus, ungewürzten Thunfisch in eigener Lake zu erhalten - und sonst nichts weiter. Das trifft bei vielen Produkten, die mit „Natur“ oder „Naturell“ werben, auch zu. Dass dem „Thunfisch Natur“ von Rio Mare laut Zutatenliste Sellerie- und Zwiebelaroma zugesetzt wurde, empfanden zahlreiche Konsumentinnen und Konsumenten als unangenehme Überraschung und sorgte für den dritten Platz im Ranking.

Platz 4 - Vollkraft Klare Suppe

Vollkraft Klare Suppe aus kontrolliert biologischem Anbau wirbt auf der Packung mit dem Hinweis „nach Hildegard von Bingen“. Umso mehr überraschte es Konsumentinnen und Konsumenten, dass sich an zweiter Stelle der Zutatenliste Palmfett als eine der Hauptzutaten fand. Es darf zu Recht bezweifelt werden, dass diese Zutat vor rund 1.000 Jahren in mittelalterlichen Klöstern gebräuchlich war.

Platz 5 - Fruchtgummi Beauty Sweeties

Die Verpackung der zuckerfreien Fruchtgummi-Häschen Beauty Sweeties wirbt in großer Schrift mit Zusätzen wie „zuckerfrei“, „vegan“ und „Coenzym Q10“. Wesentlich kleiner gehalten wurde dagegen folgender sachdienlicher Hinweis: „Naschen in Maßen - kann bei übermäßigem Verzehr (ab ca. 5 Häschen) abführend wirken.“ Dass diese Warnung ernst genommen werden sollte, zeigen Beschwerden von Konsumenten, die dem VKI von Bauchkrämpfen, Blähungen und Übelkeit nach dem Verzehr von nur wenigen Häschen berichteten. Grund des Übels: Zwecks Kalorienreduktion wurden als Zuckerersatz mehrwertige Alkohole (Zuckeralkohole) verwendet, die besagte Wirkung entfalten

können.

SERVICE: Weitere Ergebnisse der Abstimmung sowie die Stellungnahmen betroffener Unternehmen gibt es ab sofort auf [www.konsument.at] (<http://www.konsument.at>) und ab dem 25.02. in der März-Ausgabe der Zeitschrift KONSUMENT.

~

Rückfragehinweis:

Verein für Konsumenteninformation

Pressestelle

01/588 77-256

presse@vki.at

www.vki.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/226/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0010 2021-02-24/08:00

240800 Feb 21

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20210224_OTS0010