

„Es tut uns leid“: Aletes Baby-Keks plötzlich nicht mehr „babygerecht“

geschrieben von Andreas | 7. November 2017

Pressemitteilung

- Unternehmen reagiert auf Nominierung für den Goldenen Windbeutel**
- Alete will ein zuckriges Produkt für Babys ab dem achten Monat nicht länger als „babygerecht“ verkaufen.**
- Produkt ist nominiert für den Goldenen Windbeutel 2017, die Online-Abstimmung von foodwatch zur Werbelüge des Jahres.**
- Rossmann hatte nach Kritik ein ähnliches Babyprodukt vom Markt genommen.**

Berlin, 7. November 2017. Alete will einen stark zuckerhaltigen Keks für Babys nicht länger als „babygerecht“ verkaufen. Das kündigte das Unternehmen gegenüber der Verbraucherorganisation foodwatch an. „Es tut uns leid, dass die Angabe ‘babygerecht’ offenbar falsch verstanden werden kann. Wir werden deshalb unser Etikett überarbeiten und die Angabe entfernen“, schrieb Alete in einer Stellungnahme von Dienstag und kündigte zudem eine Rezepturänderung an. foodwatch hatte Aletes Kinderkeks als einen von fünf Kandidaten für den Goldenen Windbeutel nominiert, die Online-Wahl zur dreistesten Werbelüge des Jahres auf www.goldener-windbeutel.de. Denn der Babynahrungshersteller bewirbt sein Produkt entgegen den Empfehlungen von Ärzten und Gesundheitsexperten als „babygerecht“ und „zum Knabbern lernen“ ab dem achten Monat – dabei enthält der Babykeks mit 25 Gramm pro 100 Gramm mehr Zucker als beispielsweise Leibniz Butterkekse. In der vergangenen Woche hatte die Drogeriekette Rossmann einen ähnlich zuckrigen Keks seiner Eigenmarke Babydream vom Markt genommen.

„Wenn noch nicht einmal die Babyprodukte eines Babynahrungsherstellers babygerecht sind – worauf sollen sich die Verbraucherinnen und Verbraucher dann noch verlassen?“, sagte Sophie Unger von foodwatch, „Wahlleiterin“ für den Goldenen Windbeutel 2017. In einer Stellungnahme zum Start der Online-Abstimmung hatte Alete noch jede Kritik von sich gewiesen. Sophie Unger: „Der Fall Alete zeigt erneut: Offenbar reagieren Lebensmittelhersteller nur auf öffentlichen Druck. Doch auch wenn die dreiste Bezeichnung ‚babygerecht‘ jetzt von der Packung verschwindet: Einen zuckrigen Keks für Säuglinge ab dem achten Monat zu empfehlen, ist unverantwortlich. Die Lebensmittelindustrie sollte sich langsam fragen, ob für jede Änderung hin zu einer verantwortungsvollen Werbung ein Goldener Windbeutel erforderlich ist. Ehrliche Etiketten sollten eigentlich selbstverständlich sein.“

Der Keks wird dem Schreiben von Alete nach weiterhin als Produkt für Säuglinge ab dem achten Lebensmonat empfohlen. Dabei empfiehlt etwa die Weltgesundheitsorganisation (WHO) explizit: „Salz und Zucker sollten nicht in Beikost zugesetzt sein“. Auch die Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin (DGKJ) rät für die Ernährung gesunder Säuglinge: „Auf den Verzehr von stark gezuckerten Produkten (Süßigkeiten, Getränke) sollte soweit als möglich verzichtet werden (Kariesgefahr, Geschmacksprägung, Übergewichtsrisiko)“.

Zuvor hatte die Drogeriekette Rossmann ein ähnliches Produkt, seinen „Babydream Bio Kinderkeks“ mit etwa 24 Prozent Zuckeranteil, ausgelistet und in einem Schreiben an foodwatch angekündigt, ihn durch Kekse mit deutlich weniger Zucker zu ersetzen.

Noch bis 26. November können Verbraucherinnen und Verbraucher auf www.goldener-windbeutel.de aus fünf Kandidaten wählen, wer den Preis für die „dreisteste Werbelüge des Jahres“ erhalten soll. Dem Hersteller des Produkts mit den meisten Stimmen will foodwatch den Negativpreis am Firmensitz überreichen.

Link:

- Die Wahl der Werbelüge des Jahres unter www.goldener-windbeutel.de

Quellen und weiterführende Informationen:

- Schreiben von Alete an foodwatch: tinyurl.com/y9rvcadY
- Mehr Informationen zum Alete Kinderkeks inklusive Einschätzung der Weltgesundheitsorganisation: tinyurl.com/yd9vlu3s
- Ursprüngliche Stellungnahme von Alete zum Start des Goldenen Windbeutels: tinyurl.com/y8msjxfb
- Schreiben von Rossmann an foodwatch: tinyurl.com/ycrukVjs

+++ Achtung, TV- und Hörfunk-Redaktionen +++

foodwatch bietet umfangreiches Bild- und Audiomaterial zur freien redaktionellen Verwendung zum Download an:

- Bewegtbildmaterial aller Kandidaten für den Goldenen Windbeutel: tinyurl.com/y7q7elq2
- TV-Statements: tinyurl.com/y6w2wfc4
- Audio-0-Töne: www.foodwatch.de/material-windbeutel

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 290