

foodwatch mahnt Rewe wegen irreführender Klima-Werbung ab – Handelsunternehmen vermarktet klimaschädliches Produkt als „klimaneutral“

geschrieben von Andreas | 4. Dezember 2021



Pressemitteilung

Berlin, 2. Dezember 2021. Die Verbraucherorganisation foodwatch hat den Handelskonzern Rewe abgemahnt, weil dieser das Hähnchenfleisch seiner Rewe-Eigenmarke Wilhelm Brandenburg als „klimaneutral“ bewirbt. Verbraucher:innen könnten die Werbung so verstehen, dass sich die Produktion des Hähnchenfilets nicht schädlich auf das Klima auswirke. Tatsächlich werde das Hähnchenbrustfilet weder emissionsfrei hergestellt noch würden die bei der Produktion anfallenden Emissionen ausgeglichen. foodwatch-Recherchen belegen: Das Wald-Projekt in Peru, durch das die Treibhausgas-Emissionen kompensiert werden sollen, schützt den dortigen Wald und damit auch das Klima nicht. Das Hähnchenbrustfilet von Rewe ist einer der Kandidaten für die Wahl zum Goldenen Windbeutel 2021 (www.goldener-windbeutel.de), dem Preis für die dreisteste Werbelüge des Jahres. foodwatch spricht sich für eine klare Regulierung von „nachhaltigen“ Werbeversprechen aus.

„Von wegen Klimaretter – das Hähnchenfleisch von Rewe ist eine dreiste Klimalüge. Mit manipulierten Zertifikaten rechnet Rewe

Fleisch klimaneutral – doch durch das Kompensationsprojekt in Peru werden Bäume nicht geschützt, sondern gefällt“, kritisierte Manuel Wiemann, Wahlleiter des Goldenen Windbeutels. „Klima- und Umweltwerbung auf unökologischen Produkten muss gestoppt werden!“

Die Tierhaltung trägt weltweit mit über 15 Prozent zu den vom Menschen verursachten Treibhausgas-Emissionen und damit zum Klimawandel bei. Es sei grundsätzlich irreführend, Fleisch als „klimaneutral“ zu bewerben, kritisierte foodwatch. Für die vermeintliche „Klimaneutralität“ der in Bayern verkauften Wilhelm Brandenburg-Geflügelprodukte kompensiert Rewe Treibhausgas-Emissionen über den Anbieter „Climate Partner“. Dafür werden ausschließlich Zertifikate eines Projekts zum Waldschutz mit nachhaltigem Paranussanbau in Tambopata/ Peru gekauft. Eine von foodwatch in Auftrag gegebene Recherche zeigt: Das Projekt erfüllt nicht die grundlegenden Anforderungen an Kompensationsprojekte. Es schafft keinen zusätzlichen Nutzen für das Klima und existierte mindestens in den ersten Jahren nur auf dem Papier. Die Zertifikate für das Geflügelfleisch von Rewe stammen aus den Jahren 2010-2012. Für diesen Zeitraum hat das Projekt nachweislich keinerlei Emissionsreduktionen bewirkt, die Zertifikate sind also falsch. Dass das Projekt keinen zusätzlichen Nutzen für Wald und Klima bringt, zeigt auch die tatsächliche Entwaldungsrate. Nach Projektbeginn hat die Entwaldung nicht wie versprochen abgenommen, sondern zugenommen. Lag die Entwaldungsrate vor Projektbeginn bei durchschnittlich 0,15 Prozent pro Jahr (2001-2010), verdoppelte sie sich nach Projektbeginn auf durchschnittlich 0,29 Prozent (2010-2020). Das Projekt konnte also keinerlei Abholzung verhindern – im Gegenteil, es wurden mehr Bäume gefällt als vorher. Neben Rewe hat foodwatch auch die Lohmann & Co. AG (PHW-Gruppe) abgemahnt. Der größte deutsche Geflügelzüchter stellt das Produkt im Auftrag von Rewe her. Die beiden Unternehmen haben bis zum 6. Dezember Zeit, eine Unterlassungserklärung abzugeben.

Neben Rewe hat foodwatch Produkte von Danone, Naturally Pam, Darboven und Katjes für den Goldenen Windbeutel 2021 nominiert. Die meisten von ihnen präsentieren sich als besonders klima- und umweltfreundlich – können diese Werbeversprechen aber nicht halten, kritisierte foodwatch. Verbraucher:innen können noch bis zum 12. Dezember auf www.goldener-windbeutel.de aus den fünf Kandidaten ihren Favoriten für den Preis der dreistesten Werbelüge wählen. Dem Hersteller des Produkts mit den meisten Stimmen will foodwatch den Negativpreis am Firmensitz überreichen.

Links:

Online-Abstimmung Goldener Windbeutel:
www.goldener-windbeutel.de

Quellen und weiterführende Informationen:

[Abmahnung Rewe](#)

[Factsheet zum Rewe-Hähnchenbrustfilet](#)

[foodwatch-Recherche zum Tambopata-Waldschutzprojekt in Peru](#)

[Fotostrecke der Windbeutel-Kandidaten zum Download \(inkl. Rewe\)](#)

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Sarah Häuser

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)170 523 74 71

Rossmann nimmt überzuckerten

Bio-Babykeks vom Markt – Alete verkauft ähnliches Produkt weiter als „babygerecht“

geschrieben von Andreas | 4. Dezember 2021
Pressemitteilung

- Rossmann hat einen zuckrigen Keks für Babys vom Markt genommen.
- foodwatch hatte das Produkt als nicht geeignet für Säuglinge und kleine Kinder kritisiert.
- Alete hingegen verkauft ein ähnliches Produkt weiter als „babygerecht“.

Berlin, 3. November 2017. Rossmann hat einen stark zuckerhaltigen Bio-Keks seiner Eigenmarke Babydream vom Markt genommen. Die Verbraucherorganisation foodwatch hatte in einer Anfrage an die Drogeriekette kritisiert, der Keks mit etwa 24 Prozent Zucker widerspreche den gängigen Ernährungsempfehlungen für Babys. Rossmann hatte seinen „Babydream Bio Kinderkeks“ dennoch für Säuglinge ab dem achten Monat empfohlen und mit „babygerechter Rezeptur“ beworben. Wie das Unternehmen jetzt gegenüber foodwatch bestätigte, wurde das Produkt aus dem Sortiment genommen. foodwatch wollte den Babykeks eigentlich für den Goldenen Windbeutel 2017 nominieren. Stattdessen ist jetzt Alete im Rennen um die Online-Wahl von foodwatch zur „dreistesten Werbelüge des Jahres“ auf www.goldener-windbeutel.de. Denn der Babynahrungshersteller bewirbt ein ähnliches Produkt mit 25 Prozent Zuckeranteil weiter als „babygerecht“ und „zum Knabbern lernen“ ab dem achten Monat.

„Rossmann nimmt ein ungesundes Babyprodukt vom Markt – Alete

verkauft seinen Zucker-Keks einfach weiter als ‚babygerecht‘. Das Beispiel zeigt, wie unterschiedlich Lebensmittelhersteller mit Kritik umgehen“, sagte Sophie Unger von foodwatch, „Wahlleiterin“ für den Goldenen Windbeutel 2017. „Ärzte und Gesundheitsexperten empfehlen ganz klar: Produkte für Babys sollten keinen zugesetzten Zucker enthalten. Alete muss aufhören, die Eltern zu belügen! Zuckrige Kekse sind alles andere als babygerecht.“

Seit 23. Oktober läuft die Wahl zum Goldenen Windbeutel. foodwatch hatte im Vorfeld der Online-Abstimmung mehrere Lebensmittelunternehmen kontaktiert, unter anderem Alete und Rossmann. Die Kritik der Verbraucherorganisation: Beide Unternehmen vermarkten Kekse mit hohem Zuckeranteil als Lebensmittel für Kinder. Doch während Rossmann bekannt gab, sein Sortiment zu überarbeiten und zuckerreduzierte Kekse anzubieten, wiegelte Alete ab: Bei seinem Kinderkeks würden alle gesetzlichen Vorgaben „selbstverständlich eingehalten“, zudem orientiere man sich „bei der Rezepturerstellung an den Empfehlungen z.B. der Weltgesundheitsorganisation (WHO) zum Zuckerkonsum.“ Die WHO-Empfehlung, die Alete heranzieht, bezieht sich allerdings nur auf Erwachsene und Kinder – nicht auf Säuglinge, für die das Produkt auf der Verpackung explizit empfohlen wird. Für die gesunde Ernährung von Kleinkindern und Säuglingen empfiehlt die WHO explizit: „Salz und Zucker sollten nicht in Beikost zugesetzt sein.“

Rossmann hat seinen „Babydream Bio Kinderkeks“ mit etwa 24 Prozent Zuckeranteil aufgelistet und in einem Schreiben an foodwatch angekündigt, ihn durch Kekse mit deutlich weniger Zucker zu ersetzen („Babydream Dinkelkeks“ und „Babydream Apfel-Karotten-Keks“ mit jeweils rund 10 Gramm Zucker pro 100 Gramm). Sophie Unger von foodwatch: „Auch ein Keks mit 10 Prozent Zucker ist noch immer kein gesundes Lebensmittel für Babys und Kleinkinder. Aber Alete schießt wirklich den Vogel ab. Der Babynahrungshersteller nutzt sein gutes Image, um auf Kosten der Gesundheit von Kindern Kasse zu machen.“

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:

– Korrespondenz zwischen foodwatch und Rossmann: tinyurl.com/ycrukvjs

– Mehr Informationen zum Alete Kinderkeks inklusive Einschätzung der Weltgesundheitsorganisation: tinyurl.com/yd9vlu3s

– Stellungnahme von Alete: tinyurl.com/y8msjxfb

+++ 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