

# Nach Abmahnung von foodwatch: Bio-Müsli-Hersteller stoppt irreführende „Immun-Werbung“

geschrieben von Andreas | 6. Dezember 2024



## Pressemitteilung

Berlin, 6. Dezember 2024. Der Müslihersteller Barnhouse will in Zukunft auf „Immun-Werbung“ für sein Früchtemüsli verzichten. In einer Unterlassungserklärung gegenüber der Verbraucherorganisation foodwatch kündigte das Unternehmen an, sein Produkt nicht mehr „Immune Plus“ zu nennen. Zuvor hatte foodwatch Barnhouse – neben mehreren anderen Lebensmittelherstellern – abgemahnt. Der Vorwurf: Die Gesundheitswerbung verstoße gegen die Health Claims-Verordnung und führe Verbraucher:innen in die Irre. Zudem enthalte das Produkt viel Zucker und sei teurer als vergleichbare Produkte, so foodwatch. Barnhouse versprach gegenüber foodwatch, die irreführende Werbung auf den Verpackungen bis Ende März 2025 einzustellen.

„Barnhouse bewirbt ein überzuckertes Müsli als Plus für das Immunsystem. Dass das Unternehmen diese irreführende Werbung stoppen will, ist ein wichtiges Signal an die Branche, die mit täuschenden Gesundheitsversprechen Profite macht“, erklärte Rauna Bindewald von foodwatch. „Die Drogeriekette dm und Safthersteller Voelkel müssen jetzt nachziehen und auf ehrliches Marketing setzen. Süße Kinderquetschies oder zuckrige Fruchtsäfte als Immun-Kick anzupreisen – das ist

dreist und verstößt obendrein gegen geltendes Recht.“

foodwatch hatte im vergangenen Monat insgesamt drei Produkte wegen irreführender Gesundheitswerbung abgemahnt. Das Krunchy Müsli von Barnhouse wird mit „Immune Plus“ und „reich an Vitamin C“ vermarktet. Das Produkt enthält zwar zu 1,6 Prozent getrocknete Schwarze Johannesbeere und kleinere Mengen Beerenpulver. Aber zugleich stecken in dem Müsli 18 Prozent Zucker, das entspricht mehr als 19 Zuckerwürfel in der 325-Gramm-Verpackung. Wäre die Lebensmittelampel Nutri-Score verpflichtend, dann müsste der Hersteller ein gelbes C auf die Verpackung drucken. Auch der Preis des Immun-Müslis ist im Vergleich zu anderen Früchte-Müslis mit 4,29 Euro hoch.

Die Verbraucherorganisation mahnte außerdem die Drogeriekette dm und den Safthersteller Voelkel ab. Die dm-Eigenmarke Mivolis vermarktet einen Obst-Quetschie als „Immun Smoothie für Kinder“ und platziert das Produkt neben Nahrungsergänzungsmitteln. Hauptbestandteil ist Fruchtピューree, angereichert mit zugesetzten Vitaminen. Trotz des Hinweises „ohne Zuckerzusatz“ enthält das Produkt rund zehn Prozent Zucker – Fruchtzucker, der nachweislich ebenso ungesund ist wie Haushaltszucker. Der Quetschie bekäme den Nutri-Score D, die zweitschlechteste Bewertung. Voelkel vermarktet seinen BioC-Multifruchtsaft als Stärkung für das Immunsystem. Zwar enthält der Saft positive Bestandteile wie Vitamine, er enthält aber auch 7,8 Prozent Zucker. In einem 250-Milliliter-Glas stecken somit rund 20 Gramm Zucker. Zur Einordnung: Die WHO empfiehlt einer erwachsenen Frau, idealerweise maximal 25 Gramm Zucker pro Tag zu sich zu nehmen. Der Saft von Voelkel erhält wegen seines Zuckergehaltes lediglich den Nutri-Score C.

Die Health Claims-Verordnung der EU soll Verbraucher:innen vor irreführenden Gesundheitsaussagen schützen. Lebensmittelhersteller dürfen nur mit solchen Aussagen werben, die zuvor ein Zulassungsverfahren unter Beteiligung der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA)

erfolgreich durchlaufen haben und in einer EU-weiten Liste aufgeführt sind. Zugelassen ist etwa die Aussage, dass die Vitamine C und D jeweils zu einer normalen Funktion des Immunsystems beitragen. Dies erlaube Herstellern aber nicht, ihre Produkte als Ganzes „Immun-Smoothie“ zu nennen oder Saft mit „Immunkraft“ zu bewerben, so foodwatch.

#### **Quellen und weiterführende Informationen:**

[Unterlassungserklärung von Barnhouse](#)

[Fotostrecke mit Produktbeispielen, auch von Barnhouse, dm und Voelkel](#)

[WHO-Empfehlungen zum Zuckerkonsum](#)

#### **Pressekontakt:**

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

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

Tel.: +49 (0)174 375 16 89

---

# **foodwatch mahnt dm, Barnhouse und Voelkel wegen irreführender „Immun-Werbung“ ab**

geschrieben von Andreas | 6. Dezember 2024



## Pressemitteilung

Berlin, 22. November 2024. Die Verbraucherorganisation foodwatch hat mehrere Lebensmittelunternehmen wegen irreführender Gesundheitswerbung abgemahnt. Betroffen sind die Drogeriekette dm für den „Immun-Smoothie für Kinder“, die Firma Barnhouse für das Müsli „Krunchy Immune Plus“ und der Getränkehersteller Voelkel für den Fruchtsaft „BioC Immunkraft“. Die Unternehmen erweckten den Eindruck, ihre Produkte seien gesundheitsfördernd und stärkten die Abwehrkräfte. Dies verstoße jedoch gegen die Europäische Health Claims-Verordnung, die Verbraucher:innen vor täuschenden Gesundheitsversprechen schützen soll, erklärte foodwatch. Zudem seien die Produkte teuer und überzuckert, kritisierte die Verbraucherorganisation. foodwatch forderte die Unternehmen auf, die irreführende „Immun-Werbung“ zu stoppen.

*„Die Unternehmen verpassen Zuckerbomben mit dem wohlklingenden Wort ‚Immun‘ einen gesunden Anstrich und verlangen dafür sogar einen Aufpreis. Damit führen sie Verbraucher:innen, die sich gerade jetzt in der kalten Jahreszeit gegen Erkältungen schützen wollen, hinters Licht und ziehen ihnen das Geld aus der Tasche“, kritisierte Rauna Bindewald von foodwatch. „Die dreiste Immun-Werbung von dm, Barnhouse und Voelkel ist schlicht rechtswidrig.“*

foodwatch hatte in der vergangenen Woche nach Supermarkt-Recherchen mehrere Fälle von irreführender „Immun-Werbung“ kritisiert, darunter auch die Produkte von Barnhouse, dm und Voelkel. Um diese Produkte geht es:

**Krunchy Immune Plus:** Das Bio-Früchtemüsli von Barnhouse wirbt mit „Immune Plus“ und „reich an Vitamin C“. Das Produkt enthält lediglich 1,6 Prozent getrocknete Schwarze Johannesbeere und kleinere Mengen Beerenpulver. Aber zugleich stecken in dem Müsli 18 Prozent Zucker, das entspricht mehr als 19 Zuckerwürfel pro 325-Gramm-Verpackung. Wäre die Lebensmittelampel Nutri-Score verpflichtend, dann müsste der Hersteller ein gelbes C auf die Verpackung drucken. Auch der Preis des Immun-Müslis ist im Vergleich zu vielen anderen Früchte-Müslis hoch: Es kostet 4,29 Euro und damit etwa drei Mal so viel wie ein Bio-Früchtemüsli von dm.

**Mivolis Immun Smoothie für Kinder:** Die dm-Eigenmarke Mivolis vermarktet einen Obst-Quetschie als „Immun Smoothie für Kinder“ und platziert das Produkt neben Nahrungsergänzungsmitteln. Hauptbestandteil ist Fruchtpüree, angereichert mit zugesetzten Vitaminen. Trotz des Hinweises „ohne Zuckerzusatz“ enthält das Produkt rund zehn Prozent Zucker – Fruchtzucker, der nachweislich ebenso ungesund ist wie Haushaltszucker. Der Quetschie bekäme den Nutri-Score D, die zweitschlechteste Bewertung. Der Mivolis Smoothie (90 Gramm) kostet obendrein 1,25 Euro und ist damit fast doppelt so teuer wie der dm Bio Quetschie Apfel, Banane, Erdbeere mit Hafer (0,75 Euro für 100 Gramm).

**BioC Immunkraft:** Voelkel vermarktet seinen Multifruchtsaft als Stärkung für das Immunsystem. Zwar enthält der Saft positive Bestandteile wie Vitamine, er enthält aber auch 7,8 Prozent Zucker. In einem 250-Milliliter-Glas stecken somit rund 20 Gramm Zucker. Zur Einordnung: Die WHO empfiehlt einer erwachsenen Frau, idealerweise maximal 25 Gramm Zucker pro Tag zu sich zu nehmen. Der Saft von Voelkel erhält wegen seines Zuckergehaltes lediglich den Nutri-Score C. Die Flasche Immunkraft von Voelkel kostet 3,99 Euro und ist damit mehr als ein Euro teurer als ein vergleichbarer Bio-Multifrucht-Saft von dm.

**Verstoß gegen Health-Claims-Verordnung**

Erst kürzlich hatte das Oberlandesgericht Koblenz dem Safthersteller Eckes Granini verboten, sein Erfrischungsgetränk als „Immun Water“ zu bewerben. Der Hersteller erwecke den Eindruck, das beworbene Getränk als Ganzes habe einen positiven Einfluss auf das Immunsystem. Damit handele es sich um eine spezifische gesundheitsbezogene Angabe, die von der Europäischen Union nicht zugelassen und deshalb verboten sei, urteilte das Gericht. Ähnlich sieht es foodwatch bei den jetzt abgemahnten Produkten von dm, Barnhouse und Voelkel.

Die Health Claims-Verordnung der EU soll Verbraucher:innen vor irreführenden Gesundheitsaussagen schützen. Lebensmittelhersteller dürfen nur mit solchen Aussagen werben, die zuvor ein Zulassungsverfahren unter Beteiligung der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) erfolgreich durchlaufen haben und in einer EU-weiten Liste aufgeführt sind. Zugelassen ist etwa die Aussage, dass die Vitamine C und D jeweils zu einer normalen Funktion des Immunsystems beitragen. Dies erlaube Herstellern aber nicht, ihre Produkte als Ganzes Immun-Smoothie oder Immun-Wasser zu nennen, so foodwatch.

### **Quellen und weiterführende Informationen:**

[Abmahnungen an dm, Barnhouse und Voelkel](#)

[Pressemitteilung vom 16.11.2024: foodwatch kritisiert irreführende „Immun-Werbung“ von dm, Eckes Granini & Co.](#)

[Fotostrecke mit allen Produktbeispielen, darunter Einzelfotos von dm, Barnhouse und Voelkel](#)

[Urteil zu Hohes C](#)

[WHO-Empfehlungen zum Zuckerkonsum](#)

### **Pressekontakt:**

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

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

Tel.: +49 (0)174 375 16 89

---

# Demeter unterstützt Qualitätsgemeinschaft Bio- Mineralwasser

geschrieben von Andreas | 6. Dezember 2024

PRESSEINFORMATION

Neumarkt, 09.02.2017. Demeter ist jetzt Mitglied in der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V. Der älteste Bio-Anbauverband Deutschlands unterstreicht damit seine umfassende Unterstützung für das Bio-Mineralwasser-Siegel und das Wasserschutzengagement der Qualitätsgemeinschaft durch die Förderung des ökologischen Landbaus. Dr. Alexander Gerber, Vorstandssprecher von Demeter: „Der erschreckende Nitratbericht der Bundesregierung hat es wieder einmal klar verdeutlicht: Wenn wir die Reinheit unseres Wassers bewahren wollen, müssen wir seine Qualität immer genau im Blick behalten und es aktiv vor den Gefahrstoffen der intensiven Landwirtschaft schützen. Das Bio-Mineralwasser-Siegel der Qualitätsgemeinschaft setzt hier genau an den richtigen Stellen an und überträgt den bewährten Bio-Ansatz absolut konsequent auf unser wichtigstes Lebensmittel: Als neues Reinheitsgebot für Wasser garantiert es den Verbrauchern durch unabhängige Überwachung der Quellen und zeitgemäße, wissenschaftlich fundierte Grenzwertsetzung schon heute jederzeit höchste Wasserqualität. Gleichzeitig verpflichtet es die Bio-Mineralwasser-Brunnen zu Nachhaltigkeit und aktivem Wasserschutz durch die Förderung des komplett agrochemiefreien Ökolandbaus, um diese Reinheit auch für zukünftige

Generationen sicherzustellen. Wir von Demeter unterstützen diesen umfassenden Ansatz und sind uns sicher, dass wir hier gemeinsam viel erreichen werden.“

Dr. Franz Ehrnsperger, Vorsitzender der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser: „Es freut uns sehr, dass wir bei unserem Engagement für das Wasser ab sofort auch auf die Unterstützung und Expertise des ältesten Bio-Anbauverbands Deutschlands bauen können. Demeter steht seit über neunzig Jahren konsequent für höchste Lebensmittelqualität und eine ganzheitliche, ökologische Wirtschaftsweise, die unsere Lebensgrundlagen erhält und schützt statt sie zu vernichten. Nach Bioland jetzt auch Demeter als Mitglied der Qualitätsgemeinschaft willkommen heißen zu dürfen, zeigt einmal mehr, dass wir mit unserem umfassenden Bio-Mineralwasser-Konzept genau auf dem richtigen Weg sind.“

### **Über die Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V.**

Die Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e.V. setzt sich seit 2008 ein für einen behutsamen Umgang mit unserem wichtigsten Lebens-Mittel, dem Wasser. Sie wacht über die Richtlinien für das Qualitätssiegel „Bio-Mineralwasser“ und sensibilisiert Branche und Verbraucher für die Problematik der zunehmenden Wasserverschmutzung. Mitglieder der Qualitätsgemeinschaft sind u.a. die Bio-Anbauverbände Bioland und Demeter. Um das Bio-Mineralwasser-Siegel der Qualitätsgemeinschaft zu erlangen, müssen Mineralbrunnen 45 streng gefasste Kriterien erfüllen, die den Verbrauchern ein Höchstmaß an Qualität und Transparenz sowie nachhaltige Produktionsbestimmungen garantieren. Die Richtlinien wurden von unabhängigen Experten erarbeitet und werden laufend an neue wissenschaftliche Erkenntnisse angepasst. Deren Einhaltung überwacht die Biokontrollstelle BCS Öko-Garantie GmbH. Als bundesweit erstes Bio-Mineralwasser wurde bereits 2009 das „BioKristall“ des Bio-Pioniers Neumarkter Lammsbräu zertifiziert, es folgten Ensinger in Baden-Württemberg (Ensinger Gourmet), Voelkel in Niedersachsen (BioZisch-

Limonade) und Lammsbräu (now-Limonade) sowie Gehring-Bunte aus Nordrhein-Westfalen (Christinen Mineralwasser), die PreussenQuelle Rheinsberg (PreussenQuelle, PreussenQuelle Theodor) aus Brandenburg sowie die Johann Spielmann GmbH (Landpark Bio-Quelle) aus Nordrhein-Westfalen. Mehr Informationen über Bio-Mineralwasser finden Sie unter [www.bio-mineralwasser.de](http://www.bio-mineralwasser.de)

### **Über Demeter e.V.**

Demeter steht für Produkte der Biologisch-Dynamischen Wirtschaftsweise. Diese älteste ökologische Form der Landbewirtschaftung geht auf Impulse von Rudolf Steiner zurück, der Anfang des 20. Jahrhunderts auch Waldorfpädagogik und anthroposophische Heilweise initiierte.

In Deutschland wirtschaften rund 1.500 Landwirte mit mehr als 77.800 Hektar Fläche biologisch-dynamisch. Zum Demeter e. V. gehören zudem etwa 330 Demeter-Hersteller und -Verarbeiter sowie Vertragspartner aus dem Naturkost- und Reformwaren-Großhandel. Als internationale Bio-Marke ist Demeter auf allen Kontinenten vertreten. Von Argentinien bis Ungarn wird in rund 60 Ländern von etwa 5.000 Bauern mit rund 170.000 Hektar Fläche nach den konsequenten Demeter-Richtlinien anerkannt biologisch-dynamisch gewirtschaftet. [www.demeter.de](http://www.demeter.de)

### **Pressekontakt**

Dr. Daniel Haussmann  
Thomas Pfaff Kommunikation  
Höchlstraße 2  
D-81675 München

Fon: +49-89-992496-54

Fax: +49-89-992496-53

[haussmann@pfaff-kommunikation.de](mailto:haussmann@pfaff-kommunikation.de)