

## Pressemitteilung

### **Kommt die dreisteste Werbelüge des Jahres aus Bayern? Unternehmen aus Mertingen und Maisach im Rennen um den „Goldenen Windbeutel 2010“**

Berlin, 22. März 2010. Etikettenschwindel made in Bayern: Zwei Produkte von Unternehmen aus Schwaben und Oberbayern sind Kandidaten für den „Goldenen Windbeutel 2010“, den Preis für die dreisteste Werbelüge des Jahres: der „Monte Drink“ von Zott (Sitz in Mertingen, Region Augsburg) und die „Duett Champignon Creme-Suppe“ von Escoffier (Verwaltungssitz in Maisach, Kreis Fürstenfeldbruck), beworben von Sternekoch Alfons Schuhbeck. Die Verbraucherrechtsorganisation foodwatch verleiht den „Goldenen Windbeutel“ als Negativ-Preis für irreführende Werbung in diesem Jahr zum zweiten Mal. In einer Internet-Abstimmung auf [www.abgespeist.de](http://www.abgespeist.de) können Verbraucher ab sofort einen Monat lang wählen, von welchem Produkt sie sich am meisten in die Irre geführt sehen.

Nominiert wurden die insgesamt fünf Kandidaten von einer prominenten Jury. Der Kabarettist Frank-Markus Barwasser alias Erwin Pelzig hat sich für den „Monte Drink“ entschieden: Zott suggeriert, bei seinem Kindergetränk handele es sich um eine gesunde „Zwischenmahlzeit“, dabei sind die 200-Milliliter-Fläschchen echte Zuckerbomben. Frank-Markus Barwasser: „Eine beliebte Zwischenmahlzeit, sagt Zott. Der ideale Begleiter für die Schule, sagt Zott. Enthält allerdings umgerechnet acht Stück Würfelzucker, mehr als die gleiche Menge Cola – eine zuckersüße Kalorienbombe im Schulranzen. Sagt Zott natürlich nicht. Aber deshalb ein heißer Kandidat für den Goldenen Windbeutel 2010, sagt foodwatch. Und das würde ich auch sagen.“

„Spiegel“-Autor Ullrich Fichtner nominierte die „Duett Champignon Creme-Suppe“ von Escoffier. Sie wird – mit Hilfe von Starkoch Alfons Schuhbeck – wie ein Feinkostprodukt beworben, dabei ist sie voller Zusatzstoffe und vergleichbar mit gewöhnlichen Tütensuppen. Statt in der Tüte wird sie jedoch für teures Geld in zwei Dosen verkauft: In einer befindet sich das Pulver, in der zweiten wird das Wasser zum Anrühren gleich mitgeliefert. Ullrich Fichtner über die Suppe: „Sie tut so, als wäre sie Kochen, dabei ist sie auch nur Industrienahrung wie jede andere. Sie wird empfohlen von Alfons Schuhbeck, dem beliebten Spitzenkoch, der seinem Namen damit keine große Ehre macht.“

Außerdem für den „Goldenen Windbeutel“ nominiert sind:

- „Beo Heimat Apfel & Birne“ von Carlsberg, eine Bio-Limonade voller Aromastoffe aus dem Labor – und ohne Äpfel und Birnen
- die Pastasauce „Bertolli Gegrilltes Gemüse“, bei der Hersteller Unilever eine Zutatenverschlechterung als „Rezepturverbesserung“ verkauft
- „Der Gelbe Zitrone-Physalis“ von Pfanner, ein Physalis-Getränk ohne jede Spur Physalis

**Link:**

Die Internet-Wahl läuft bis zum 22. April auf [www.abgespeist.de](http://www.abgespeist.de).

**Fotostrecken, Film und Abstimm-Formular als Widget für Redaktionen und Websitebetreiber:**

- Bildmaterial einschließlich einer Fotostrecke können Sie unter <http://www.foodwatch.de/material-abgespeist> herunterladen.
- Einen Film zur Windbeutel-Wahl mit allen Juroren finden Sie unter <http://www.youtube.com/foodwatchTV>
- Widgets, mit dem Sie die Wahl zum Goldenen Windbeutel auf Ihrer Seite einbetten können, finden Sie unter <http://www.foodwatch.de/widgets>

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Martin Rücker

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

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 - 19

Fax: +49 (0)30 / 24 04 76 - 26