

## PRESSEINFORMATION

Wien, 22. Jänner 2024



### **VKI: Negativpreis „KONSUM-Ente 2023“ geht an „Paw Patrol Wasser“** Stilles Wasser in Plastik-Einwegflaschen, importiert aus Griechenland

Rund 10.000 Teilnehmer:innen haben über die „KONSUM-Ente 2023“ abgestimmt: Der Negativpreis des Vereins für Konsumenteninformation (VKI) für das ärgerlichste Lebensmittelprodukt des vergangenen Jahres ging an „Paw Patrol Wasser“, welches in Griechenland abgefüllt und unter anderem von SPAR in Österreich verkauft wird. Den zweiten Platz im Ärgeris-Ranking belegt das Ovomaltine-Getränkpulver, dessen Füllmenge im vergangenen Jahr erneut einer Schrumpfkur unterzogen wurde. Auf dem dritten Platz landeten die Obsties von „Alete bewusst“, die aufgrund des hohen Zuckeranteils den Unmut der Abstimmenden auf sich gezogen hatten. Weitere Informationen zur KONSUM-Ente 2023 sowie die Stellungnahmen der Hersteller gibt es online unter [www.konsument.at/KONSUM-Ente-2023](http://www.konsument.at/KONSUM-Ente-2023) bzw. ab 25.01.2024 im Testmagazin KONSUMENT.

#### **KONSUM-ENTE – Platz 1: Paw Patrol Wasser**

In farbenfroher Gestaltung verkauft unter anderem „Spar“ ein – speziell für Kinder gedachtes – stilles Wasser in Plastik-Einwegflaschen. Das in Griechenland abgefüllte „Paw Patrol Wasser“ hat damit einen weit längeren Transportweg als Wasser aus der Leitung hinter sich, was rund ein Drittel der Teilnehmer:innen der Abstimmung am meisten erzürnte.

Der Handelskonzern Spar rechtfertigt den Wasserimport damit, dass es nur dort einen Abfüller gebe, der die speziell geformten Flaschen in der geforderten Qualität herstellen könne. Die Verpackung sei zudem das Hauptkriterium, das Produkt im Sortiment zu führen. Die Flaschen würden gerne wieder mit Getränken befüllt, außerdem sei das Paw-Patrol-Wasser wesentlich gesünder als zuckerhaltige Softdrinks.

„Grundsätzlich ist es erfreulich, Kinder durch die spielerische Aufmachung eines Produktes zum Trinken von Wasser anstatt von zuckerreichen Softdrinks zu animieren“, entgegnet VKI-Ernährungswissenschaftlerin Teresa Bauer. „Viele Konsument:innen können jedoch genauso wenig wie wir nachvollziehen, warum für dieses Getränk ausgerechnet Wasser aus Griechenland ins wasserreiche Österreich importiert werden soll.“

Auch das Argument der Wiederbefüllung ist für Teresa Bauer problematisch: „Dadurch könnte sich unter anderem Mikroplastik lösen und in den Flascheninhalt übergehen. Wir empfehlen stattdessen, wiederbefüllbare Flaschen aus Glas oder Edelstahl zu verwenden.“

#### **Platz 2 – Ovomaltine Getränkepulver**

Die Füllmenge des Ovomaltine Getränkepulvers wurde seit 2022 gleich zweimal einer Schrumpfkur unterzogen – von 1.000 Gramm auf 900 und danach 750 Gramm. Im Vergleich mit der 1.000 Gramm-Packung kommt die 750 Gramm-Variante nun bis zu 33 Prozent teurer – ein klassischer Fall von Shrinkflation, der für den zweiten Platz auf dem Podest sorgte.

Der Hersteller, die Wander AG, rechtfertigt sich mit gestiegenen Produktionskosten. Die Firma argumentiert, hinsichtlich der Qualität und Zutaten keine Kompromisse eingehen zu wollen. Die Wander AG entschied sich deshalb, den Packungsinhalt zu reduzieren, „weil es für viele KonsumentInnen einfacher ist, etwas weniger zu kaufen, als mehr dafür zu bezahlen.“ Da diese Maßnahme beim ersten Mal nicht fruchtete, entschied sich das Unternehmen zu einer weiteren Reduktion, „um den Geldbeutel der KonsumentInnen zu entlasten“.

Teresa Bauer: „Eine deutliche Reduzierung des Inhalts bei schlussendlich höherem Kilopreis als Entlastung des Geldbeutels zu verkaufen, halten wir gelinde gesagt für dreist.“ Ein Standpunkt, den offenbar auch zahlreiche Konsument:innen teilen.

### **Platz 3 – Alete bewusst Obsties**

Die Produktlinie „Obsties“ von Alete erweckt in der Aufmachung und mit dem Hinweis „ohne Zuckerzusatz“ zwar den Eindruck eines gesunden Obst-Snacks für Kleinkinder. Im Kleingedruckten erfährt man jedoch, dass diese Snacks immerhin zu rund 75 Prozent aus Zucker bestehen und damit eher als Süßigkeit zu werten sind.

Für den Hersteller, die Deutsche Milchkontor GmbH (DMK), ist der Zuckergehalt in den Snacks unproblematisch. Obsties seien für zwischendurch gedacht. Da Obst den Hauptbestandteil ausmache, erkläre dies den relativ hohen Gehalt an natürlichem Zucker. Zudem verwies die DMK auf wissenschaftliche Empfehlungen, denen zufolge bis zu 10 Prozent des Tagesbedarfs an Energie durch süße oder herzhaft Snacks bzw. maximal 5 Prozent des Gesamtenergiebedarfs durch freie Zucker gedeckt werden können.

„Die Aufmachung des Produktes lässt jedenfalls ein gesundes Lebensmittel für Kinder erwarten“, kritisiert Bauer. „Der unscheinbare Zusatzhinweis, dass das Produkt von Natur aus Zucker enthält, ist hingegen leicht zu übersehen.“ Die Ernährungswissenschaftlerin fände es daher angemessen, auf der Verpackung den Hinweis „Enthält von Natur aus Zucker“ deutlicher sichtbar zu machen und auf den Hinweis „ohne Zuckerzusatz“ zu verzichten.

**SERVICE:** Weitere Informationen zum Thema sowie die Stellungnahmen der Hersteller gibt es ab sofort online unter [www.konsument.at/KONSUM-Ente-2023](http://www.konsument.at/KONSUM-Ente-2023) bzw. ab 25.01.2024 im Testmagazin KONSUMENT. Bildmaterial für eine redaktionelle Verwendung gibt es unter: [www.vki.at/PA-KONSUM-Ente-2023](http://www.vki.at/PA-KONSUM-Ente-2023).

**RÜCKFRAGEHINWEIS FÜR MEDIENANFRAGEN:** VKI-Pressestelle, Tel.: +43 664 231 44 81, E-Mail: [presse@vki.at](mailto:presse@vki.at)