

Neuer Report: Red Bull, Monster & Co. vermarkten Energydrinks direkt an Kinder

geschrieben von Redakteur | März 31, 2025



Energydrink-Hersteller werben systematisch bei Minderjährigen – mit Influencer-Marketing, Gaming-Kooperationen, Sportsponsoring und sogar Kinderclubs. Das zeigt ein neuer Report von foodwatch.

Gefüllte Berliner – Keine besser als „befriedigend“

geschrieben von Redakteur | März 31, 2025



Sie sind an Karneval, Fasching, Fasnet oder Fastnacht nicht

wegzudenken. Aber Feierlaune kommt bei den Ergebnissen nicht auf: Keiner der gefüllten Berliner im Test schneidet besser als „befriedigend“ ab. Die Hauptkritikpunkte: Pestizidrückstände, Mineralöl, zu viel Zucker und unnötige Zusatzstoffe. Vier Produkte fallen durch.

Kostenfreies Bildungsprogramm: Kita-Kinder entdecken Lebensmittel

geschrieben von Redakteur | März 31, 2025



Wo kommen die Eier her? Warum gibt eine Kuh Milch? Mit dem kostenfreien Bildungsprogramm „Essen entdecken!“ gehen pädagogische Fachkräfte gemeinsam mit Kita-Kindern auf Entdeckungsreise zum Ursprung unserer Lebensmittel. Dabei lernen die Kinder, woher Lebensmittel kommen und welchen Weg sie zurücklegen, bevor sie auf ihren Tellern landen.

Pflanzendrinks in der Kleinkindernährung

geschrieben von Redakteur | März 31, 2025



Pflanzendrinks aus Hafer, Soja oder Mandeln nutzen immer mehr Kleinkind-Eltern in der Alltagsküche. Die Milchalternativen liefern jedoch nicht die gleichen, für Kinder essenziellen Nährstoffe wie Kuhmilch.

Mineralöl in veganem Käse: Fünf Produkte sind „ungenügend“

geschrieben von Redakteur | März 31, 2025



Vegane Ersatzprodukte sind immer gefragter – nicht nur bei

Veganerinnen und Veganern. Die Ergebnisse im Test sind allerdings durchwachsen: In vielen Produkten stecken laut Öko-Test Mineralölrückstände oder zu viel Salz. Fünf Produkte fallen mit „ungenügend“ durch, fünf andere können die Verbraucherschützer aber mit „gut“ empfehlen.

Maßnahmen gegen ungesunde Lebensmittel dringend gefordert

geschrieben von Redakteur | März 31, 2025



Die Briten machen Nägel mit Köpfen: Ab Oktober 2025 wird Werbung für ungesunde Lebensmittel im Fernsehen tagsüber und im Internet rund um die Uhr verboten. In Deutschland bewegt sich dagegen kaum etwas. Deshalb fordern Mediziner und zahlreiche Verbände dringend Maßnahmen, die den Erwerb ungesunder Lebensmittel verteuern und die Werbung für diese Produkte einschränken.

Bitterschokolade: Lindt und Penny fallen durch – Spekulatius mit ein wenig Acrylamid

geschrieben von Redakteur | März 31, 2025



Öko-Test hat in seiner Dezember Ausgabe Bitterschokolade und Spekulatius getestet. Das Magazin kann für keine Schokolade im Test Kinderarbeit sicher ausschließen. Immerhin: Fünf sind „gut“. Dafür waren in fast allen Spekulatius Acrylamid nur in Spuren nachweisbar. Bei den Testprodukten von Lidl und Aldi gibt es Luft nach oben.

foodwatch kritisiert irreführende „Immun-Werbung“ von dm, Eckes Granini & Co.

geschrieben von Redakteur | März 31, 2025



© foodwatch

Mit Schlagworten wie „Immune Plus“, „Immunkraft“ und „immunstark“ erweckten die Unternehmen den Eindruck, ihre Produkte seien gesundheitsfördernd und stärkten die Abwehrkräfte. Dies verstöße jedoch gegen die Europäische Health Claims-Verordnung, die Verbraucher:innen vor täuschenden Gesundheitsversprechen schützen soll.