

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

ohne Zuckerzusatz Schwindl Spar

25.09.2023

ent scheidung

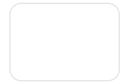
Entscheidung:

Der Österreichische Werberat sieht im Falle der beanstandeten Werbemaßnahmen (Social-Media Beiträge) von Spar **keinen Grund zum Einschreiten**.

Begründung:

Die eindeutige Mehrheit der Werberäte und Werberätinnen sprechen sich bei den beanstandeten Werbesujets unter den Titeln „Young & Urban by SPAR macht Lust auf Neues!“ und „Yummy! Yummy!“ für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

Bei den beanstandeten Sujets handelt es sich um Beiträge am Instagram-Account von Spar Österreich. Unter der Headline „Für einen natürlichen Start in den Tag.“ werden zwei Produkte der Spar-Marke Nussy abgebildet: das Bio Dinkel Birchermüsli und der Bio Dinkel Porridge. Neben den Müsli-Packungen zieren Himbeeren, Äpfel und Dinkelkörner, sowie eine Schüssel mit frisch zubereitetem Porridge die Produktdarstellung. Auf den Produktverpackungen selbst finden sich Illustrationen von Tieren, eine Produktabbildung sowie die Aufschrift „ohne Zuckerzusatz“. Im zweiten Sujet werden Tiefkühl-Himbeeren und Tiefkühl-Heidelbeeren mit der Rezeptidee eines „Beerensorbets“ beworben. Gezeigt wird dabei neben den Abbildungen der Tiefkühlprodukte, ein Glas mit Sorbet, welches auf einem Tisch voller Beeren präsentiert wird.

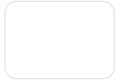


mittelpunkt. Die Präsentation mit frischem Obst und/oder Einkornmehl wird im ersten, sowie zweiten Sujet nicht als irreführend eingestuft, zudem es sich neben einem Produktzusammenhang auch um ästhetische Gestaltungsmerkmale handelt.

Eine Verletzung des Ethik-Kodex der Werbewirtschaft wird nicht erkannt. Die Werberäte und Werberätinnen sprechen sich deshalb bei den Beiträgen „Yummy! Yummy!“ und „Young & Urban“ von Spar klar für **keinen Grund zum Einschreiten** aus.

be schwerde

Sehr geehrte Damen und Herren des Werberats, als Ernährungsberater/in möchte ich meine Bedenken bezüglich zwei Werbeposts des Spar-Marktes äußern. Das erste Bild zeigt Nussy Produkte, die mit "ohne Zuckerzusatz" gekennzeichnet sind, ansprechend neben Früchten, Weizen und einer Müslischale arrangiert. Das zweite Bild präsentiert gefrorene Früchte neben einem Eisglas mit Beerensorbet. https://www.instagram.com/p/Ctvdj_9sR3F/ <https://www.instagram.com/p/CuEM4Jzsot2/> Obwohl "ohne Zuckerzusatz" auf den Nussy Produkten steht, kann das irreführend sein. Die Platzierung neben natürlichen, gesunden Lebensmitteln suggeriert, dass diese Produkte ebenso nährstoffreich sind. Zudem ist es erwähnenswert, dass gefrorene Früchte, obwohl sie oft als gesund angesehen werden, nicht immer die gleichen Nährstoffwerte wie frisches Obst haben. Die Kombination dieser Elemente in der Werbung kann zu einer Fehlwahrnehmung führen und Konsumenten veranlassen, weniger informierte Ernährungsentscheidungen zu treffen. Ich empfinde solche Darstellungen, insbesondere aus meiner Position als Ernährungsberater/in, als irreführend und bitte Sie, diese Anzeigen im Hinblick auf eine verantwortungsvolle Werbung zu überprüfen. Mit freundlichen Grüßen,



Wiedner Hauptstraße 57 / III, 1040 Wien

ZVR Zahl: 693792629

Bürozeiten:

Montag bis Donnerstag von 9:00 bis 18:00 Uhr

Freitag von 9:00 bis 14:00 Uhr

Tel: +43 (0) 664 543 0136

E-Mail: office@werberat.at

Beschwerde-E-Mail: beschwerde@werberat.at

www.werberat.at