verbraucherzentrale
Rheinland-Pfalz

Werbung mit Fruchtsüße und Co. auf Kinderprodukten durchschaut

Marktcheck zur Vermarktung von Kinderprodukten mit Süße-Werbebotschaften und dem Zuckergehalt

INHALTSVERZEICHNIS

AUSGANGSSITUATION	**3**
RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN	**4**
ZIELSETZUNG DES MARKTCHECKS	**5**
VORGEHENSWEISE BEIM MARKTCHECK	**5**
ERGEBNISSE	**5**
ZUSAMMENFASSUNG	**10**
FAZIT	**11**

AUSGANGSSITUATION

Frühstückscerealien, Quetschies und Soßen wie Ketchup sind bei Kindern oft beliebt. Für Eltern ist es von besonderem Interesse Lebensmittel auszuwählen, die die Ernährungsbedürfnisse und Vorlieben von Kindern bedienen. Viele dieser und weiterer Kinderlebensmittel enthalten Zucker. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfiehlt für Erwachsene und Kinder die Aufnahme von freiem Zucker auf maximal fünf Prozent des täglichen Energiebedarfs zu beschränken.[1] Für Kinder zwischen vier bis zehn Jahren bedeutet das umgerechnet in etwa 16 bis 20 Gramm freier Zucker bei einem Energiebedarf von 1300 bis 1700 Kilokalorien.[2] Für Kleinkinder entspricht dies in etwa 12 Gramm freier Zucker bei einem Energiebedarf von 950 Kilokalorien.[3] Unter freiem Zucker wird in Produkten zugesetzter Zucker verstanden, beispielsweise in Form von Sirupen, oder Zucker der natürlicherweise in Fruchtsäften, Honig, Trockenfrüchten und weiteren enthalten ist.[1] Freie Zucker liefern viel Energie aber wenig bis keine Nährstoffe. Zudem korreliert ein hoher Zuckerkonsum mit der Entstehung von Übergewicht, Diabetes, kardiovaskulären Erkrankungen sowie Karies.[1] In unverarbeitetem Gemüse und Obst befindet sich auch Zucker, jedoch weniger konzentriert und zusammen mit Vitaminen, Mineralstoffen und Ballaststoffen trägt er insgesamt zu einer ausgewogenen Ernährung bei. In den ersten Lebensjahren werden die Geschmacksgewohnheiten geprägt, deshalb ist es besonders wichtig in dieser Entwicklungsphase auf eine ausgewogene Auswahl an Lebensmitteln zu achten. Die Lebensmittelauswahl in jungen Jahren ist elementar für die spätere Ernährungsweise. Um Gesundheitsrisiken zu senken und um Kinder vor zu viel Zucker zu schützen, hat die WHO für verschiedene Lebensmittel, die sich in ihrer Aufmachung an Kinder richten, maximal empfohlene Zuckergehalte festgelegt. Für die Kategorie Quetschies, Frühstückscerealien und Riegel aus getrockneten Früchten beträgt der maximal empfohlene Zuckergehalt 12,5 Gramm pro 100 Gramm Lebensmittel. Kindersoßen, darunter Ketchup, als auch Kekse und Riegel aus Getreide sollten laut WHO überhaupt keinen zugesetzten Zucker enthalten.[4] Die WHO bezieht bei der Festlegung der Höchstgehalte für freien Zucker das Nährwertprofil der Lebensmittel mit ein. Daher dürfen Kinderlebensmittel wie Quetschies einen gewissen Zuckeranteil enthalten, da sie auch Vitamine und Mineralstoffe liefern. Nährstoffarme, energiereiche Produkte wie zuckerhaltige Kekse sollten daher nicht für Kinder beworben werden.[4]

Im umgangssprachlichen Sinne wird unter Zucker der weiße Kristallzucker verstanden, der aus Zuckerrohr oder Zuckerrüben hergestellt wird, auch Haushaltszucker (Saccharose) genannt. Haushaltszucker ist ein Zweifachzucker, bestehend aus den Einfachzuckern Fruktose (Fruchtzucker) und Glucose (Traubenzucker). In der Industrie wird gerne Fruktose-Sirup zum Süßen eingesetzt, da dieser ein billiger Rohstoff ist. Die Vielfalt der eingesetzten Zuckerformen hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Invertzuckersirup, Maltose oder Dextrose sind Beispiele dafür. Auch Zutaten wie Trockenobst, Früchte, Saft und Molkenpulver können Zucker in Form von Frucht- und Milchzucker liefern. „Zucker“ muss also nicht wortwörtlich in der Zutatenliste stehen, um im Lebensmittel enthalten zu sein. Eine Orientierung anhand der Zutatenliste ist für Verbraucher:innen durch die Vielzahl an Bezeichnungen für süßende Zutaten besonders schwer. Die

---

[1] WHO, 2015

[2] DGE, 2015

[3] WHO Guideline, 2015

[4] WHO, 2023

Nährwerttabelle auf Lebensmittelverpackungen gibt dagegen genau an wie viel Zucker insgesamt in dem Lebensmittel enthalten ist.[1] Allerdings achtet nur ein Teil der Verbraucher:innen beim Lebensmitteleinkauf auf die Nährwerttabelle von Produkten. Einige Verbraucher:innen kennen sogar die Nährwerttabelle als Angabe für den Zuckergehalt nicht. [6] Oft ist nicht viel Zeit für den Einkauf und Entscheidungen werden routinemäßig getroffen. Umso wichtiger sind vertrauenswürdige und leicht verständliche Hilfestellungen auf der Vorderseite der Verpackung. Gerne werben Lebensmittelhersteller auf der Vorderseite mit Süße-Claims wie „ohne Zuckerzusatz“ oder „Süße nur aus Früchten“. Insbesondere bei Kinderlebensmitteln werden sie in vielen Produktkategorien eingesetzt.[6] Sie suggerieren Eltern geringe Zuckermengen in den Produkten für ihre Kinder.

Doch mit welchem Zuckergehalt ist bei Produkten mit diesen Werbeclaims zu rechnen? Fehleinschätzungen können langfristig für die Sprösslinge gesundheitliche Risiken bergen.

Wie nährwertbezogene Angaben zum Zuckergehalt und weitere Süße-bezogene Werbeaussagen, so genannte Süße-Claims, tatsächlich auf das Kaufverhalten wirken, hat eine repräsentative Studie der Georg-August-Universität zu Süße Marketingclaims (2021) ergeben.[5] Süße-Claims können für Verbraucher:innen irreführend sein und zu einer Überschätzung der Nährwertqualität beitragen. In der Forschung wird diese Wirkung als Health-Halo-Effekt beschrieben. Beispielsweise wurde bei einem Kinderprodukt mit dem Süße-Claim „mit Apfelsüße“ eine positivere Gesundheitsbewertung und ein geringerer Zuckergehalt vermutet als in einem vergleichbaren Produkt ohne Claim. Darüber hinaus hat die Verbraucherbefragung gezeigt, dass Haushaltszucker von Verbraucher:innen ausgesprochen kritisch gesehen werden. Andere Zuckerarten wie Fruchtzucker, aber auch Glukose-Fruktose-Sirup, Dicksaft und getrocknete Früchte, die gesundheitlich vom Zuckergehalt vergleichbar problematisch sind, werden von vielen Verbraucher:innen hingegen deutlich positiver eingeschätzt.

Vor diesem Hintergrund hat die Verbraucherzentrale in einem Marktcheck Kinderlebensmittel hinsichtlich ihres Zuckergehalts und ihrer Vermarktung mit Süße-Werbebotschaften untersucht.

RECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die europäische Verordnung zu nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben, die so genannte Health Claims Verordnung, definiert für einige Süße-Claims Rahmenbedingungen.[6] Das Süße-bezogene Werbeversprechen „ohne Zuckerzusatz“ unterliegt einer eindeutigen rechtlichen Definition. Demnach darf dem Lebensmittel keine Einfach- oder Zweifachzucker, wie Fruchtzucker oder Haushaltszucker, oder anderen wegen ihrer süßenden Wirkung eingesetzten Zutaten, zugesetzt sein. Demnach ist das indirekte Süßen

[5] Zühlsdorf et al., 2021

[6] Europäisches Parlament und europäischer Rate, 2006

nicht erlaubt, wenn die süßende Zutat nicht auch als Geschmacksrichtung in der Bezeichnung genannt wird.[7] Ist Zucker von Natur aus in dem Lebensmittel enthalten, sollte auf dem Etikett zusätzlich folgender Hinweis angebracht werden: "ENTHÄLT NATÜRLICH VORKOMMENDEN ZUCKER".

Der Süße-Claim „Süße nur aus Früchten“ ist nicht gesetzlich geregelt. Die Verwendung dieser Werbebotschaft ist nur verboten, wenn diese irreführend ist. Wann das der Fall ist, ist allerdings aufgrund der fehlenden Definition nicht immer einfach zu bestimmen.

ZIELSETZUNG DES MARKTCHECKS

Die Verbraucherzentrale hat im Rahmen eines nicht-repräsentativen Marktchecks den Zuckergehalt von Kinderlebensmitteln verschiedener Produktkategorien erhoben. Dabei wurden besonders Produkte ausgewählt, die einen Süße-Claim „ohne Zuckerzusatz“ oder „Süße nur aus Früchten“ tragen. Das Ziel dieser Erhebung bestand darin, die Verlässlichkeit von Süße-Claims hinsichtlich ihres Zuckereinsparpotentials zu überprüfen.

VORGEHENSWEISE BEIM MARKTCHECK

Bei der Auswahl der Lebensmittelgruppen wurde der Fokus auf Kinderlebensmittel gelegt. In den Produktkategorien Quetschie, Frühstückscerealien, Ketchup und Fertigsoßen, Riegel und Kekse wurde anbieterorientiert online nach entsprechenden Produkten mit den Süße-Claims „Ohne Zuckerzusatz“ oder „Süße nur aus Früchten“ recherchiert. Die Erhebung hat vom 03. März bis 21. März 2025 stattgefunden. Die gefundenen Produkte wurden unter der Angabe des Produktnamens, der Produktmarke, dem Süße-Claim, dem Zuckergehalt pro 100 Gramm und der Zuckerarten erfasst. Die Produktverpackung sowie die Zutatenliste und die Nährwerttabelle wurden zur Dokumentation festgehalten.

ERGEBNISSE

Insgesamt wurden 68 Kinderlebensmittel aus den Kategorien Quetschie, Kekse, Riegel, Ketchup und Fertigsoßen sowie Frühstückscerealien mit dem Süße-Claim „Ohne Zuckerzusatz“ und „Süße nur aus Früchten“ erfasst. Die folgende Tabelle stellt die Anzahl der untersuchten Produkte je Kategorie dar.

[7] FAO, 1997

Tabelle 1: Anzahl der untersuchten Produkte je Kategorie (n=68)

Kategorie	**Süße-Claim**	**Anzahl**
Quetschie	ohne Zuckerzusatz	14
Kekse	Süße nur aus Früchten	5
	ohne Zuckerzusatz	9
Riegel	Süße nur aus Früchten	14
	ohne Zuckerzusatz	2
Ketchup und Fertigsoßen	Süße nur aus Früchten	2
	ohne Zuckerzusatz	3
Frühstückscerealien	Süße nur aus Früchten	7
	ohne Zuckerzusatz	12
Gesamt		∑ 68

Bei Betrachtung der durchschnittlichen Zuckergehalte in Abbildung 1 fällt auf, dass Riegel mit dem Süße-Claim „Süße nur aus Früchten“ die höchsten Zuckergehalte aufwiesen. Der durchschnittliche Zuckergehalt lag hier bei rund 37 Gramm pro 100 Gramm. Auch die Riegel mit dem Süße-Claim „ohne Zuckerzusatz“ enthielten durchschnittlich 30,5 Gramm Zucker pro 100 Gramm. Ketchup und Fertigsoßen mit den beiden Süße-Claims enthielten durchschnittlich 13,0 bzw. 13,77 Gramm Zucker pro 100 Gramm. Um eine Orientierung zu geben, wurde in Abbildung 1 der Grenzwert der WHO von 12,5 Gramm Zucker auf alle untersuchten Produktkategorien angewandt. Laut WHO sollten Ketchup und Kekse, die sich in ihrer Aufmachung an Kinder richten, überhaupt keinen zugesetzten Zucker enthalten. Der niedrigste durchschnittliche Zuckergehalt kam in Kinder-Frühstückscerealien mit dem Süße-Claim „Süße nur aus Früchten“ vor.

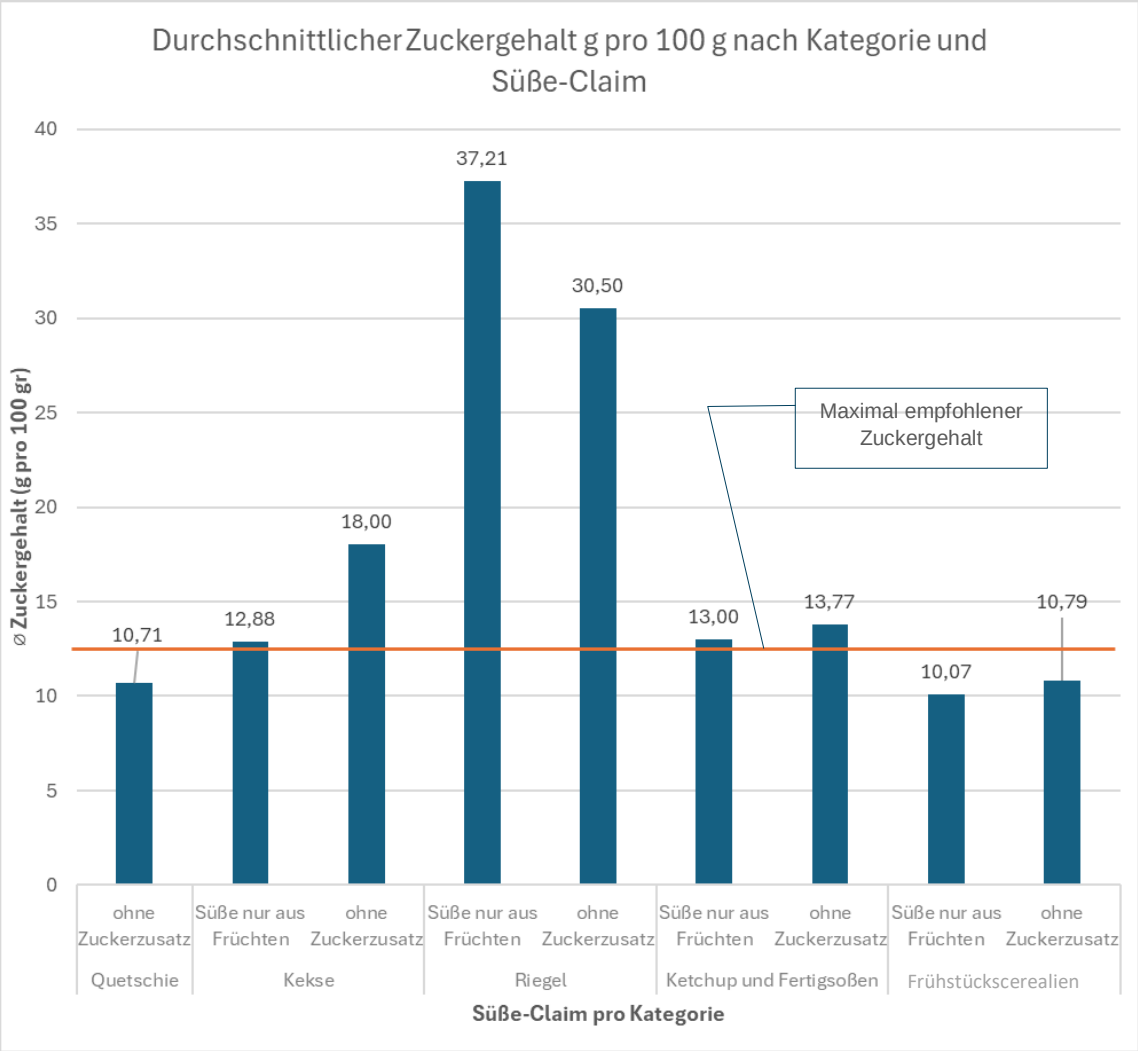

Abbildung 1: Durchschnittlicher Zuckergehalt pro Kategorie unterschieden nach Süße-Claims

Trotzdem wurden auch unter den Frühstückscerealien mit dem Süße-Claim „ohne Zuckerzusatz“ zwei Ausreißer mit mehr als 20 Gramm Zucker pro 100 Gramm gefunden. Daher lohnt sich auch in dieser Produktkategorie immer der Blick auf die Nährwerttabelle. Ein weiteres Beispiel wie Hersteller durch Hervorheben der Zuckerart sich die fälschlicherweise positive Wahrnehmung von Fruchtzucker zu eigen machen, zeigt sich bei einem Kinderketchup. Der Hersteller wirbt statt des gesetzlich geregelten Claims „ohne Zuckerzusatz“ mit „statt Zusatz von Kristallzucker“ und hebt deutlich hervor, dass der Ketchup nur mit Agavendicksaft und Dattelsaftkonzentrat gesüßt ist. Dadurch kommt ein erheblicher Zuckergehalt von 17 Gramm pro 100 Gramm zustande (Abbildung 2).

Durchschnittliche Nährwerte	pro 100 ml
Brennwert	**400 kJ** **94 kcal**
Fett	**0,3 g**
davon gesättigte Fettsäuren	**<0,1 g**
Kohlenhydrate	**20 g**
davon Zucker	**17 g**
Eiweiß	**2,6 g**
Salz	**1,3 g**

Abbildung 2: Produktbeispiel Werder Kinder Tomatenketchup Bio mit Süße-bezogener Werbeaussage „Gesüßt mit Agavendicksaft“ „Satt Zusatz von Kristallzucker“, Zuckergehalt von 17 Gramm pro 100 Gramm

Der höchste Zuckergehalt mit 52 Gramm pro 100 Gramm war in der Fruchtschnitte von dmBio zu finden. Mit nur einer Fruchtschnitte (25 Gramm) hätte ein Kleinkind die täglich empfohlene Menge an Zucker bereits überschritten. Wie Abbildung 3 illustriert, wird das Produkt für Kinder ab einem Jahr empfohlen und wirbt mit dem Claim „Süße nur aus Früchten“. Ein ähnlicher hoher Zuckergehalt ist in Schokoriegeln der Marke kinder enthalten.

Durchschnittliche Nährwertangaben	pro 100 g
Brennwert	1.556 kJ / 369 kcal
Fett	8,2 g
davon gesättigte Fettsäuren	3,8 g
Kohlenhydrate	67 g
davon Zucker	52 g

Durchschnittliche Nährwerte	Unzubereitet pro 100 g
Energie	2.360 kJ
Energie	566 kcal
Fett	35 g
Fett, davon gesättigte Fettsäuren	22,6 g
Kohlenhydrate	53,5 g
Kohlenhydrate, davon Zucker	53,3 g

Abbildung 3: Produktbeispiel dmBio Fruchtschnitte mit einem Zuckergehalt von 52 Gramm pro 100 Gramm verglichen mit dem Schokoriegel der Marke kinder

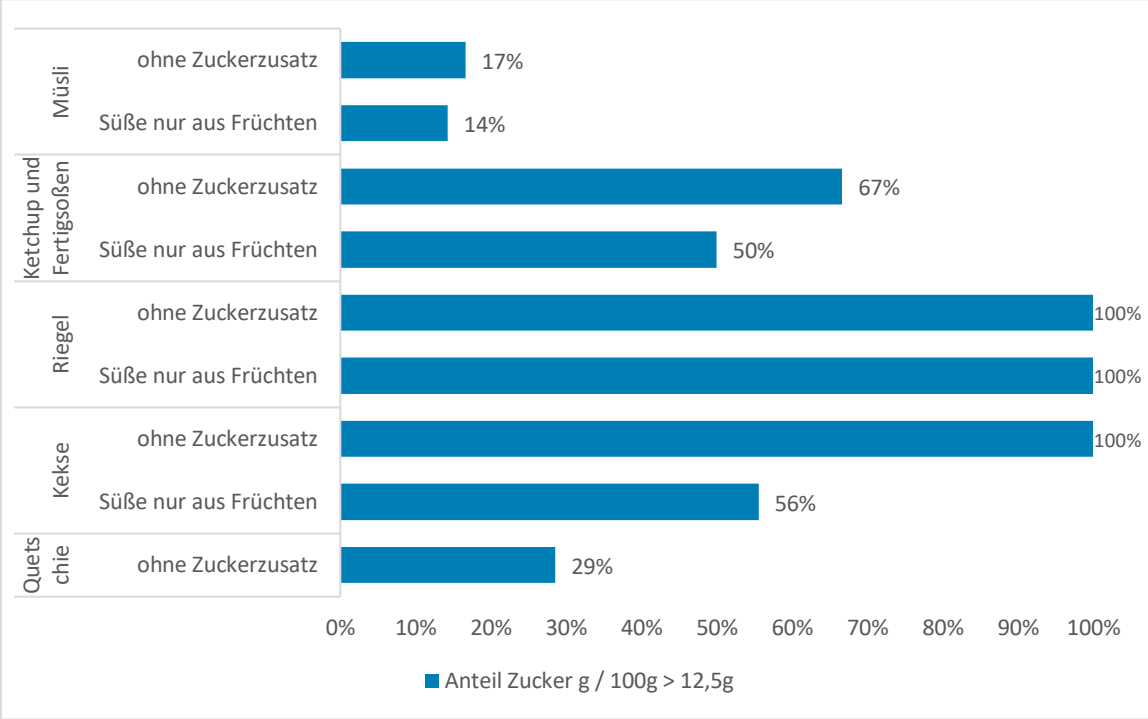

Abbildung 4 zeigt, übersteigt jeder untersuchte Riegel den WHO-Grenzwert von 12,5 Gramm pro 100 Gramm unabhängig vom Süße-Claim. Dies gilt ebenso für Kekse mit dem Süße-Claim „Ohne Zuckerzusatz“. Mit dem Süße-Claim „Süße nur aus Früchten“ ist dies bei 56 Prozent der untersuchten Kekse der Fall. In der Kategorie Quetschie überschreiten knapp 30 Prozent der Produkte den maximal empfohlenen Zuckergehalt von 12,5 Gramm. Mit nur einem Quetschie haben Kleinkinder damit schnell die täglich empfohlene Höchstmenge an Zucker der WHO ausgeschöpft.

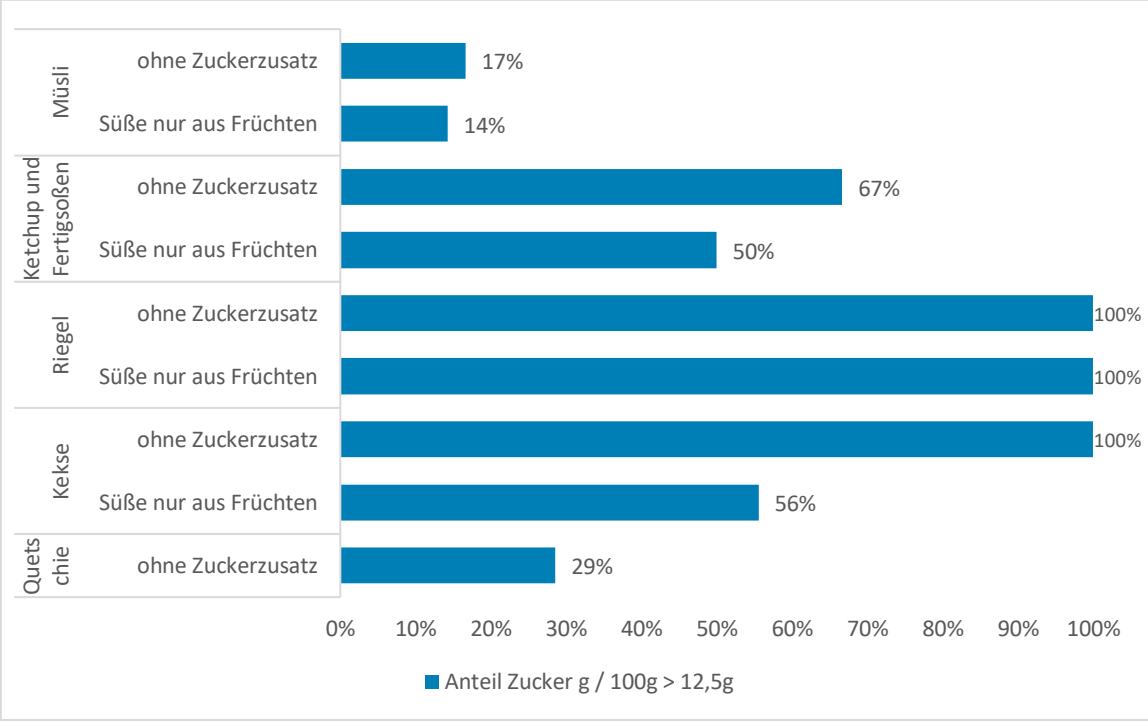

Abbildung 4: Prozentualer Anteil der Produkte, die mehr als 12,5 Gramm pro 100 Gramm enthalten

Bei genauerer Betrachtung der Zutatenliste wird deutlich, dass sich Verbraucher:innen bei dem Süße-Claim „Süße nur aus Früchten“ nicht immer darauf verlassen können,

dass nur Fruchtzucker enthalten ist. In einigen Produkten findet sich in der Zutatenliste Magermilchpulver oder Agavendicksaft. Der prozentual größte Anteil (82 Prozent) der Fruchtsüße ist hingegen auf Apfel als Zutat zurückzuführen. Am zweithäufigsten wird Banane (53 Prozent) als Zutat eingesetzt. Exotisches Obst wie Mango (zehn Prozent) oder Beeren wie Heidelbeere (zehn Prozent) werden deutlich seltener als Zutat eingesetzt oder kommen nur in geringen Mengen vor. Trotzdem suggerieren einige Produktverpackungen etwas anderes. So wirbt beispielsweise das Produkt von Fruchtbar bei ihrem Bio-Riegel mit den Früchten Heidelbeere und Banane (Abbildung 5). Bei genauerer Betrachtung der Zutatenliste wird ersichtlich, dass als Frucht hauptsächlich Apfel als kostengünstige Zutat eingesetzt wird und nur zu fünf Prozent Heidelbeeren und zu vier Prozent Banane.

Abbildung 5: Produktbeispiel FruchtBar Bio-Riegel Heidelbeere, Banane, Hafer

Auch das Süße-Werbeversprechen „ohne Zuckerzusatz“ ist bei vielen Produkten kritisch zu sehen. In allen Produktkategorien fanden sich Produkte mit Fruchtsaftkonzentraten, bei denen zu vermuten ist, dass diese zumindest teilweise wegen ihrem süßenden Charakter eingesetzt wurden. Korrekter wäre die Verwendung von Fruchtflocken oder -stücken wie es bei einigen Frühstückscerealien zu sehen ist.

ZUSAMMENFASSUNG

Der Marktcheck hat gezeigt, dass Kinderlebensmittel mit Süße-Claims beträchtliche Zuckermengen enthalten können. Insbesondere Riegel mit dem Süße-Claim „Ohne Zuckerzusatz“ und „Süße nur aus Früchten“ sowie Kekse mit dem Süße-Claim „Ohne Zuckerzusatz“ wiesen hohe Zuckergehalte auf. Hier lag die Gesamtheit der analysierten Produkte über dem maximal empfohlenen Grenzwert der WHO für die Bewerbung von Kinderlebensmitteln. Die durchschnittlich höchsten Zuckergehalte wiesen Produkte mit dem Süße-Claim „Süße nur aus Früchten“ aus der Kategorie Riegel auf. Hierbei handelte es sich überwiegend um Frucht- oder Getreideriegel. Einige davon wiesen ähnlich hohe Zuckergehalte wie Schokolade auf. Damit liegt zwar rechtlich kein Verstoß vor, aber Verbraucher:innen wird durch Süße-Claims ein zuckerarmes Produkt suggeriert.

Auch bei Ketchup und Fertigsoßen zeigte sich, dass einige Produkte mit dem Süße-Claim „ohne Zuckerzusatz“ mehr eine Süßigkeit als eine Würzsauce darstellen. Laut WHO sollte Ketchup, der sich in seiner Aufmachung an Kinder richtet, überhaupt keinen zugesetzten Zucker enthalten.

Die Produktkategorie Frühstückscerealien hat bezogen auf den durchschnittlichen Zuckergehalt gut abgeschnitten. Hier lagen die wenigsten Produkte mit den Süße-Claims

„ohne Zuckerzusatz“ und „Süße nur aus Früchten“ über dem Grenzwert der WHO. Trotzdem zeigten auch in dieser Produktkategorie einige Ausreißer, dass trotz Süße-Claims hohe Zuckermengen enthalten sein können.

Bei genauerer Betrachtung der Zutatenliste wird deutlich, dass sich Verbraucher:innen bei dem Süße-Claim „Süße nur aus Früchten“ nicht immer darauf verlassen können, dass nur Fruchtzucker enthalten ist. Gleiches zeigt sich für den Süße-Claim „Ohne Zuckerzusatz“, da bei einigen Produkten aus der Kategorie Frühstückscerealien und Riegeln zu vermuten ist, dass die verwendeten Fruchtsaftkonzentrate aufgrund ihres süßenden Charakters eingesetzt werden.

FAZIT

Der Marktcheck hat gezeigt, dass sich Eltern bei Süße-Claims nicht darauf verlassen können, dass an Zucker in den Produkten für Kinder gespart wird. In der Annahme ein zuckerarmes Produkt für die eigenen Kinder zu kaufen, werden Eltern bei alleiniger Beachtung von Süße-Claims in die Irre geführt. Ohne Blick auf die Nährwerttabelle lässt sich der Zuckergehalt nicht einschätzen. Vor allem der Süße-Claim „Süße nur aus Früchten“ vermittelt den Eindruck, dass es sich nur um „natürlichen“ Zucker handelt und dieser gesünder sei. Aus ernährungsphysiologischer Sicht spielt es allerdings keine Rolle aus welcher Quelle Zucker stammt, auch Fruchtzucker ist nicht gesünder. Insbesondere Frucht- und Getreideriegel für Kinder mit dem Süße-Claim „Süße nur aus Früchten“ enthalten verglichen mit Schokoriegeln ähnlich hohe Mengen an Zucker.

Da der Süße-Claims „Ohne Zuckerzusatz“ häufig auf Produkten zu finden ist, die Frucht-Zutaten enthalten, sollte der Zusatz "ENTHÄLT NATÜRLICH VORKOMMENDEN ZUCKER“ verpflichtend eingeführt werden. Außerdem wäre eine genauere Definition zum Einsatz von Fruchtsaftkonzentraten wünschenswert, da sich gezeigt hat, dass diese Zutat zu beträchtlichen Zuckergehalten in den Kinderlebensmitteln führt.

Deutlich verlässlicher als Süße-Claims ist für Eltern der Nutri-Score. Er bewertet günstige und ungünstige Inhaltsstoffe in einem Produkt und trifft so eine Aussage über das Nährwertprofil verarbeiteter Lebensmittel. Im Vergleich zu Süße-Claims, die sich nur auf einen einzelnen Nährstoff beziehen, werden durch den Nutri-Score Fehlschlüsse über die Nährwertqualität verhindert. Bislang ist die Angabe des Nutri-Scores freiwillig. Ein echter Vergleich ist hingegen nur möglich, wenn alle verarbeiteten Lebensmittel mit dem Nutri-Score gekennzeichnet sind. Daher braucht es aus Sicht der Verbraucherzentrale eine europaweit verpflichtende Kennzeichnung des Nutri-Scores.

Um die Interpretation von Süße-Claims zu verbessern, wäre bis dahin zumindest die Ausweitung der gesetzlichen Definitionen sinnvoll. Bislang dürfen Lebensmittelhersteller selbst entscheiden, unter welchen Kriterien sie den Claim „Süße nur aus Früchten“ anwenden. Eine gesetzliche Definition mit einheitlichen Kriterien wäre aus Sicht der Verbraucherzentrale dringend erforderlich.

Zum aktuellen Zeitpunkt kann Eltern nicht empfohlen werden auf Süße-Claims wie „ohne Zuckerzusatz“ und „Süße nur aus Früchten“ zu achten, wenn sie für ihre Sprösslinge auf der Suche nach zuckerarmen Produkten sind. Allein die Zutatenliste und die Nährwerttabelle geben Aufschluss über die enthaltenen Zuckerarten und -mengen. Als Richtwert eignet sich hierbei der WHO-Grenzwert von maximal 12,5 Gramm Zucker pro 100 Gramm.

Unserer Einschätzung nach sollten Kinderlebensmittel der Kategorien Frühstückscerealien, Quetschies und Riegel mit einem Zuckergehalt über 12,5 Gramm pro 100 Gramm keine süße-bezogenen Werbebotschaften tragen. Ferner sollten sich Ketchup und Kekse, denen Zucker zugesetzt wurde, in ihrer Aufmachung nicht an Kinder richten.

IMPRESSUM

Herausgeber:
Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V.
Seppel-Glückert-Passage 10, 55116 Mainz
Telefon (06131) 28 48 0 | Telefax (06131) 28 48 683
info@vz-rlp.de | www.verbraucherzentrale-rlp.de

Für den Inhalt verantwortlich: Heike Troue
Vorständin der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V.

Texte und Redaktion: Sophie Ickler und Marlene Bär

Stand: Mai 2025

Bildnachweis: PixelsEffect / iStock.com

© Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V., Mainz

verbraucherzentrale
Rheinland-Pfalz

Der Marktcheck wurde gefördert durch das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie und Mobilität Rheinland-Pfalz im Rahmen der Landesinitiative

Rheinland-Pfalz
ISST BESSER