

Land-Imitat vom Fließband

TEEKANNE Landlust Mirabelle & Birne

Zutaten: Äpfel, weißer Hibiskus, Hibiskus, Hagebutten, Birnen (8%), süße Brombeerblätter, Orangenschalen, natürliches Aroma mit Mirabellen-Geschmack, natürliches Aroma mit Birnen-Geschmack, Süßholz.

Nährwerte pro 100ml (bei Zubereitung eines Beutels mit 200ml Wasser)	
Brennwert	9kJ / 2kcal
Eiweiß	0,1g
Kohlenhydrate	0,4g
davon Zucker	0,3g
Fett	<0,1g
davon gesättigte Fettsäuren	<0,1g
Ballaststoffe	<0,1g
Natrium	0,001g

Der Schwindel: „Genießen Sie einen kleinen Ausflug aufs Land und entdecken Sie den ursprünglichen Genuss vertrauter Früchte, die noch in Ruhe heranreifen können“, verspricht TEEKANNE für seinen sogenannten „Landlust“-Früchtetee.

Die Wahrheit: Genau genommen ist „Landlust Mirabelle & Birne“ ein ganz normaler, aromatisierter Industrie-Früchtetee. Nur deutlich teurer. Hauptzutaten sind – wie bei den allermeisten Früchtetees – Äpfel, Hibiskus und Hagebutte. Billige Standard-Zutaten eben. Die namensgebende Mirabelle ist offenbar nicht einmal enthalten. Um ihren Geschmack zu imitieren, müssen nicht näher definierte „natürliche Aromen“ herhalten. Kurz gesagt: Landlust Mirabelle & Birne von TEEKANNE ist nichts als Standard-Industrieware aus billigen Zutaten zu einem hohen Preis von mehr als 4 Euro je 100 Gramm. Die Krönung: Die beim Bundeslandwirtschaftsministerium angesiedelte Lebensmittelbuchkommission hat in ihrem „Leitsatz für aromatisierte teeähnliche Erzeugnisse“ eine solche Irreführung sogar offiziell genehmigt. Auf der Verpackung dürfen goldgelbe Mirabellen prangen, auch wenn nur ein Aroma deren Geschmack imitiert. Das ist amtlich legalisierte Verbrauchertäuschung!

Der Hintergrund: In Zeiten grassierender Landflucht sehnt sich der Mensch offenbar nach dem ihm unbekannt gewordenen Landleben. Ursprünglichkeit, Natürlichkeit und Entschleunigung als Ingredienzien der Idylle. Die Lebensmittelindustrie kennt sich aus mit diesen Sehnsüchten, wie ein Besuch im Supermarkt zeigt: Neuerdings wimmelt es nur so von „Land“-Lebensmitteln. Doch im Regelfall wird hier Standard-Industrieware verkauft. Also das, wovor der Mensch mit seiner Sehnsucht eigentlich fliehen möchte.

Das Fazit: Ursprünglichkeit und Naturbelassenheit „wie aus dem eigenen Garten“? Das gibt's bei TEEKANNE nur in der Werbung, nicht in den Teebeuteln. Und die Deutsche Lebensmittelbuchkommission gibt dafür auch noch ihren Segen.

[Jetzt direkt bei TEEKANNE und der Lebensmittelbuchkommission beschweren!](#)