

08.10.2009

Philadelphia alla Pesto verde & Tomate

Schwindelt himmlisch gut

Kann Spuren von Tomaten enthalten

Ganz italienisch kommt er daher, der Philadelphia mit Pesto und Tomate. Im Internet wirbt Kraft sogar mit „sonnengereiften Tomaten“ für den Frischkäse. Und auch die Verpackung verspricht einen mediterranen Traum aus reifen, roten Früchten und frischem Pesto. Kaum ist die Verpackung geöffnet, zerplatzt der schöne Traum. Tomaten haben es nur zu sagenhaften 0,4% in den Käse geschafft. Und das auch nur in getrockneter Form. Echtes Pesto ist gar nicht zu finden – stattdessen hat Kraft ein bisschen Schmelzkäse und 2,6% Basilikum untergerührt. Der „Philadelphia des Jahres“ ist wohl eher der „Qualitätsschwindel des Jahres“.

Next Generation Frischkäse?

Seit kurzem ist die Zukunft im Frischkäseregal angekommen. Denn nach Aussage von Kraft setzt Philadelphia „neue Maßstäbe beim Frischkäse-Genuss“. Wie das gelingen kann? Durch „die Kombination von Tradition, Qualität und Innovation“. Was das konkret bedeutet? Dass die Verpackung jetzt besser in der Hand liegt. Der „neue ovale Becher“ ist nämlich „zugleich handlich, praktisch und unverwechselbar“. Super! So viel Innovation kostet natürlich, darum hat Kraft mit der neuen Verpackung auch gleich den Preis erhöht. Schließlich habe man 20 Millionen in das deutsche Philadelphia-Werk investiert. Ja, die Zukunft ist halt nicht umsonst zu haben. Jetzt beschweren!

Appetitliche Zusatzstoffe

Das „neue, frische Aussehen“ der Verpackung macht den Griff nach Philadelphia laut Kraft jetzt noch leichter. Die „appetitlichen Fotos“ und „intensiven Farben“ zeigen nämlich „was drin ist“ und „machen Lust darauf“ zu probieren. Nun, tatsächlich zeigen die Fotos eben nicht, was drin ist. Reife Tomaten zum Beispiel. Oder Pesto. Dafür finden sich unter den Zutaten jede Menge Zusatzstoffe. Neben Aromen und Säuerungsmitteln stecken Verdickungsmittel wie das umstrittene Carrageen drin. Unentbehrlich sind Zusatzstoffe aber selbst bei fettreduziertem Frischkäse nicht, wie einige „Buko“-Sorten des Kraft-Konkurrenten Arla zeigen.

Pestoschmelze

Nicht nur, dass der „Philadelphia alla Pesto verde und Tomate“ Pesto und Tomaten im Namen trägt. Nein, auf der Packung sind auch Tomaten und ein Mörser, prall gefüllt mit der Basilikumsoße, zu sehen. Drin stecken ganze 0,4% getrocknete Tomate. Anstelle von echtem Pesto, das traditionell aus Olivenöl, Parmesan, Pinienkernen, Knoblauch und Basilikum hergestellt wird, kommt nur eine Basilikum-Schmelzkäse-Mischung zum Einsatz. Macht ja nichts, es gibt ja Aromen, die können im Handumdrehen teure Zutaten ersetzen! Nach Auskunft von Kraft sind es hier naturidentisches Tomaten- und natürliches Käse-Aroma.

Der Preis ist heiß

Wie erhöht man unauffällig den Preis? Indem man eine neue Verpackung mit weniger Inhalt zum alten Preis anbietet. Das hat sich 2009 wohl auch Kraft gedacht, dabei aber nicht mit der Verbraucherzentrale Hamburg gerechnet, die Philadelphia in ihre Mogenliste aufnahm. Die Folge: Verbraucher beschwerten sich in Scharen. Der Kraft-Chef Hubert Weber reagierte darauf mit dem Vorwurf, dass deutsche Verbraucher bei Lebensmitteln wohl mehr am Preis als an Qualität interessiert seien. Im Fall von Philadelphia ließe sich fragen: Welche Qualität, Herr Weber? Aromen, Zusatzstoffe und jede Menge heiße Luft aus der Werbeabteilung?

Teuer = gut?

Krafts Reaktion auf den Verbraucherprotest gegen die Preiserhöhung Mitte 2009 lässt sich etwa so zusammenfassen: Die meisten deutschen Verbraucher sind leider Billigheimer ohne jeden Sinn für Qualität. Die Wahrheit ist: Solange „Qualität“ vor allem von der Werbeabteilung produziert wird und Zutaten-Schummelein ganz legal sind, haben Verbraucher überhaupt keine andere Wahl, als sich am Preis zu orientieren. Im Lebensmittelmarkt gilt nämlich: Teuer ist nicht gleich gut und billig nicht gleich schlecht. Und deshalb kann das billigere Produkt durchaus die bessere Qualität haben.