Jumbo en Dirk passen verpakking aan na nominatie Gouden Windei

25-11-2022 08:47

MISLEIDENDE MARKETING



Jumbo en Dirk passen de verpakkingen aan van producten waarmee ze zijn genomineerd voor het Gouden Windei. Ze maken nog wel steeds kans om deze titel voor meest misleidende product in de wacht te slepen, meldt organisator Foodwatch.

Jumbo is genomineerd met diverse soorten icetea: Inner Beauty, Feel Immune en Good Energy. Die zouden goed zijn voor huid, haren en nagels, helpen bij vermoeidheid, of helpen bij het immuunsysteem. Volgens Foodwatch koopt de consument voornamelijk suikerwater in een mooi jasje. Na de nominatie meldde Jumbo dat het de verpakking 'op korte termijn' verandert. De naam van het product wordt gewijzigd en de gezondheidsclaims worden niet meer gebruikt. Omdat de verpakking pas ergens in de eerste helft van 2023 wordt aangepast, blijft het product op de lijst met genomineerden staan.

Dirk en DekaMarkt zijn genomineerd met de Pure Ambacht Ambachtelijke Salade Oma's Aardappel-Scharrelei. Volgens Foodwatch suggereert de naam een ambachtelijk product, maar zit het vol met conserveermiddelen en zoetstoffen. Dirk meldt dat de benaming 'zo snel mogelijk' wordt aangepast. De termen 'ambachtelijk' en 'oma's' worden weggehaald. Ook wordt het niet meer onder de merknaam Pure Ambacht verkocht. Er is een overgangsperiode van een week of drie waarin zowel de oude als de nieuwe verpakking in de winkels ligt. Ook dit product blijft op de lijst staan.

De derde genomineerde is Kellogg's, met zijn All-Bran Fruit'n Fibre. De inhoud van het pak is met een kwart

verkleind terwijl het uiterlijk en formaat vanaf de voorkant nog hetzelfde zijn. "De prijs is slechts licht gedaald. De prijs per kilo is flink gestegen." Kellogg's heeft nog niet gereageerd op de nominatie.