

15. September 2009

Das große Schweigen

Lebensmittelhersteller geizen mit Nährwertangaben

Viele Lebensmittelhersteller geizen mit Angaben zum Zucker- und Fettgehalt auf der Verpackung. Das ergab eine bundesweite Untersuchung der Verbraucherzentralen von über 3 500 Lebensmitteln von 50 Herstellern. Gerade bei zucker- und fetthaltigen Lebensmitteln wie Milchprodukten, Wurst und Süßigkeiten fehlen oft wichtige Nährwertangaben.

Im August 2009 überprüften die Verbraucherzentralen Lebensmittel aus 11 Warengruppen in 17 Supermarktketten auf ihre Nährwertkennzeichnung. Fast die Hälfte der untersuchten Produkte war immer noch nicht mit der Kennzeichnung aller acht („Big Eight“) Nährwerte versehen: Energiegehalt, Eiweiß, Kohlenhydrate, Zucker, Fett, gesättigte Fettsäuren, Ballaststoffe und Natrium bzw. Salz. „Das wäre aber eine wichtige Voraussetzung, um Dickmacher zu entlarven“, sagt ??? von der Verbraucherzentrale ???. Bei knapp 15 Prozent der untersuchten Lebensmittel fehlt jegliche Angabe zum Kaloriengehalt und zu den Nährstoffen. Die obligatorische Kennzeichnung von Nährwerten ist bisher nicht gesetzlich vorgeschrieben.

Schlechte Ergebnisse für Markenartikler: Besonders schlecht schnitten bekannte Marken wie Ferrero, Storck und Haribo ab. So fanden die Verbraucherzentralen bei Ferrero nur ein einziges Produkt von 36, das mit der Angabe zum Zuckergehalt versehen war. Den letzten Platz belegte Ritter Sport; hier wurde gar kein gekennzeichnetes Produkt gefunden. Insgesamt war bei 33 der 50 untersuchten Hersteller, also bei 67 Prozent, die Kennzeichnung unbefriedigend. Nur bei 18 Prozent war sie gut; dazu gehören Danone, Zentis und Iglo.

Seltener Kennzeichnung bei fett- oder zuckerreichen Produkten:

Auffällig ist, dass gerade bei kalorienreichen Produkten oft die Nährwertangabe fehlt: Die Kalbsleberwurst wird ohne Kennzeichnung angeboten, der fettarme Schinken dagegen ist mit den Nährwerten ausgezeichnet. Bei Molkereiprodukten gibt es ähnliche Fälle, genau so bei Konfitüren in Bezug auf den Zuckergehalt.

Handel beeinflusst Nährwertkennzeichnung: Discounter legen offensichtlich mehr Wert auf die Nährwertkennzeichnung als Supermärkte. Aldi errang unangefochten den Spitzenplatz: Nur 6 Prozent der untersuchten Produktpackungen bei Aldi waren nicht mit der „Big Eight“-

Kennzeichnung versehen. Lidl folgt auf dem zweiten Platz, aber schon mit knapp 30 Prozent fehlenden Angaben. Am Ende stehen Edeka und Real. Ein interessantes Ergebnis der Untersuchung ist auch, dass offensichtlich Händler auf die Hersteller Druck ausüben können, um eine bessere Nährwertkennzeichnung zu erreichen. So gibt es einige Produkte von Haribo oder Storck, die nur bei Aldi mit „Big Eight“ gelabelt waren. „Wir fordern die Händler auf, im Sinne der Verbraucher mehr Druck auf die Anbieter auszuüben und für eine bessere Kennzeichnung zu sorgen, sagt Valet.

Ampelkennzeichnung gefordert: Die beste Lösung für eine bessere Kennzeichnung des Nährwerts von Lebensmitteln ist nach Überzeugung der Verbraucherzentralen die Einführung der obligatorischen Ampelkennzeichnung. Damit könnten Verbraucher schnell und unkompliziert Zuckerbomben und Fettfallen erkennen. Nur die Firma Frosta kennzeichnet bisher vier ihrer Produkte so verbraucherfreundlich.

Die Untersuchungsergebnisse sind im Internet zu finden unter www.verbraucherzentrale-ampelcheck.de. Dort gibt es auch alle Informationen zum Thema Ampelkennzeichnung mit knapp 400 geampelten Produkten.