



Yvonne Willicks und Stefanie von Drathen

ACHTUNG MOGELPACKUNG!

Wissen für Verbraucher

WDR¹

Yvonne Willicks und Stefanie von Drathen
ACHTUNG MOGELPACKUNG! Wissen für Verbraucher
Mai 2017

© 2017 Edition Essentials GmbH & Co. KG, Heidelberg
info@edition-essentials.com

© WDR, Köln
Lizenziert durch die WDR mediagroup GmbH

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen und Datenbanken. Die Inhalte dieses Buches sind sorgfältig geprüft, dennoch kann keine Garantie übernommen werden. Das Buch enthält Links zu externen Webseiten Dritter, auf deren Inhalte, Veränderungen oder Verfügbarkeit im Netz wir keinen Einfluss haben und für die wir auch keine Gewähr übernehmen können.

REDAKTION	Yvonne Willicks, Stefanie von Drathen
LEKTORAT	Eva-Maria Thürmer
LAYOUT	TW Werbeagenten Heidelberg GmbH
BILDNACHWEISE	Luca Siermann, Stefanie von Drathen und WDR

Gedruckt in Deutschland – NINO Druck GmbH, Neustadt/Weinstraße

ISBN 978-3-9816935-7-7

Yvonne Willicks und Stefanie von Drathen

ACHTUNG MOGELPACKUNG!

Wissen für Verbraucher

Vorwort	4
Über die Autorinnen	7
1. Einfach geht anders! Lebensmittelkennzeichnungen und Verpackungen	10
1.1 Bezeichnungen	13
1.1.1 Kleine Aromen-Kunde	24
1.2 Health Claims	26
1.3 Verpackungsräger	38
2. Einfach weggeschummelt – wie Zutaten von der Verpackung verschwinden!	56
2.1 Versteckte Schweinereien	60
2.2 Versteckte Käfigeier	72
2.3 Clean Labels	79
2.4 Versteckte Gentechnik	90
2.5 Lebensmittel „made in Germany“	106
2.5.1 Herkunftskennzeichnung mit EU-Gütezeichen	122
3. Genau hinschauen bei Siegeln und Labels	126
3.1 Test- und Lebensmittel-Siegel	127
3.2 Fairtrade-Siegel	140
3.3 Tierschutzlabel	152
4. Falsche Versprechen und gutgläubige Verbraucher!	176
4.1 Regionaler Schwindel	178
4.2 Luftverpackungen	194
4.3 Schnäppchenlüge	202
Mogelpackung des Jahres	212
Fazit	216
Register	218

Über die Autorinnen

YVONNE WILLICKS (Jahrgang 1970) ist in Kamp-Lintfort am Niederrhein geboren und aufgewachsen. Mittlerweile pendelt sie zwischen ihrer Wahlheimat Hamburg und ihrem Arbeitsplatz in Köln. Yvonne Willicks ist verheiratet und hat drei inzwischen erwachsene Kinder zusammen mit ihrem Mann großgezogen. Seit 2005 präsentiert sie mit großer Freude und in ihrer unverstellten Art Verbraucherthemen im deutschen Fernsehen.

STEFANIE VON DRATHEN (Jahrgang 1972) arbeitet seit mehr als 15 Jahren als Fernsehjournalistin. Gemeinsam mit Yvonne Willicks hat sie viele Sendungen produziert. Stefanie von Drathen lebt mit ihrem Mann und zwei Kindern in Berlin.







**Einfach geht anders!
Lebensmittel-
kennzeichnungen
und Verpackungen**

1. Einfach geht anders! Lebensmittelkennzeichnungen und Verpackungen

Lebensmittelverpackungen richtig zu entschlüsseln, kann ganz schön kompliziert sein. Wer sich nicht auskennt, lässt sich schnell täuschen durch blumige Produktnamen auf den ach so schön gestalteten Verpackungen. Oft muss auch ich ganz genau hinschauen, um überhaupt erst mal zu erkennen, um was für ein Produkt es sich handelt und welche Qualität es hat. Seit Dezember 2014 ist europaweit eine neue Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) in Kraft. Und natürlich wurden nicht alle von uns Verbrauchern bemängelten Kritikpunkte berücksichtigt. Noch immer können Hersteller tricksen, vertuschen und verwirren. Aber immerhin: Es hat sich einiges getan. Auf vielen Produktverpackungen stehen nun mehr Sach- und weniger Scheininformationen.

Was muss auf der Packung stehen?

Das wurde auch Zeit! Denn egal ob Profi vom Verbraucherverband oder Kunde im Supermarkt: Viele Slogans, Logos und Abbildungen verwirren und geben eben keine klare Information zur Kaufentscheidung. Die große Mehrzahl von uns Kunden hat das Gefühl, dass bei den Aussagen auf den Packungen viel getrickst wird.

Aber wer weiß, worauf es beim täglichen Einkauf ankommt, lässt sich nicht so leicht hinters Licht führen. Nur, worauf gilt es zu achten?

Pflichtangaben auf Lebensmittelverpackungen

Für alle Lebensmittelverpackungen gibt es verpflichtende Angaben, die uns Kunden helfen sollen, das Lebensmittel richtig einzuschätzen. Das Herzstück jedes Produkts ist die Zutatenliste, in der (bis auf wenige Ausnahmen) sämtliche Inhaltsstoffe in absteigender Reihenfolge aufgeführt sein müssen. Das heißt: Von der Zutat, die an erster Stelle steht, ist am meisten im Produkt enthalten. Von der Zutat, die an letzter Stelle steht, ist am wenigsten drin.

Der Name auf der Vorderseite der Verpackung wie „Yvones Traumkekse“ ist ein Phantasiename. Den kann sich der Hersteller frei wählen. Der offizielle

Name des Lebensmittels ist nach der neuen LMIV die „Bezeichnung“, in diesem Fall „Haferkekse“.

Meistens steht sie über dem Zutatenverzeichnis, eine rechtliche Vorschrift dazu gibt es aber nicht. Sie soll die Ware eindeutig kennzeichnen. Das tut sie auch manchmal, aber leider nicht immer (mehr dazu: **1.1 Bezeichnungen** ab Seite 13).

Auf (fast) jedes Produkt gehört ein Mindesthaltbarkeitsdatum, ausgenommen sind einige wenige Lebensmittel wie frisches Obst und Gemüse, Wein oder Zucker. Das Mindesthaltbarkeitsdatum gibt an, bis zu welchem Tag das Lebensmittel Geschmack, Geruch, Farbe und Nährwert mindestens behält. Das heißt aber nicht, dass es danach schlecht ist. Das Produkt kann auch nach Ablauf noch sicher und gesund sein. Etwas anderes ist das „Verbrauchsdatum“, das auf leicht verderblichen Lebensmitteln wie zum Beispiel Hackfleisch steht. Solche Lebensmittel sollten so schnell wie möglich verbraucht werden, denn nach Ablauf des Verbrauchsdatums ist das Lebensmittel nicht mehr zum Essen geeignet.

Rückverfolgbarkeit und Ansprechpartner

Außerdem muss auf einer Verpackung eine Los- und Chargennummer vorhanden sein, damit sie bis in die produzierende Fabrik zurückverfolgt werden kann. Name und Anschrift des Herstellers, Verpackers oder EU-Verkäufers darf auch nicht fehlen. Und: Die Netto-Füllmenge muss angegeben werden, also wie viel Gramm oder Milliliter in der Packung enthalten sind. Die vielen unterschiedlichen Verpackungsgrößen

VERBRAUCHER UND VERPACKUNGEN

Nach einer Studie im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) sind rund 75 Prozent der Verbraucher der Ansicht, dass die Angaben auf der Verpackung Lebensmittel oft besser darstellen, als sie in Wirklichkeit sind. 72 Prozent haben das Gefühl, dass bei den Aussagen viel getrickst wird. Und knapp 77 Prozent meinen, dass man beim Lebensmitteleinkauf genau hinschauen muss, um die tatsächliche Qualität eines Produktes zu erkennen.

Quelle: Zühlsdorf, A., Nitzko, S., Spiller, A. (2013): Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln aus Sicht der Verbraucher: Empirische Untersuchungsbefunde, Göttingen.

machen es Verbrauchern aber schwer, Mengen und somit die Preise richtig einzuschätzen. Nach der LMIV müssen auf allen Lebensmitteln potenzielle Allergene kenntlich gemacht werden. Zurzeit sind das 14 Lebensmittelzutaten. Sie lösen 90 % aller Lebensmittelunverträglichkeiten aus. Dazu zählen Eier, glutenhaltige Getreide, Schalenfrüchte (also Nüsse), Erdnüsse, Soja, Milch und Sellerie. In der Regel sind die Allergene in der Zutatenliste fett gedruckt. Bei unverpackter Ware muss der Kunde die Möglichkeit haben zu erfahren, welche Allergene enthalten sind, entweder durch eine Zutatenliste oder eine mündliche Auskunft (mehr dazu: 1.3 Verpackungsträger ab Seite 38).

Nährwerttabellen gehören seit Dezember 2016 verpflichtend auf fast alle verpackten Lebensmittel. Sie zeigen an, wie viele Kalorien, wie viel Fett, Zucker usw. in einem Produkt – bezogen auf 100 Gramm oder 100 Milliliter – enthalten sind. Vorgeschrieben ist die Kennzeichnung der sieben wichtigsten Nährwerte: Energiegehalt, Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß, Salz. Zusätzlich können noch angegeben werden: einfach und mehrfach ungesättigte Fettsäuren, Stärke, Ballaststoffe, mehrwertige Alkohole



und Vitamine und Mineralstoffe. Wirbt ein Produkt mit einem Nährstoff, wie etwa „reich an Ballaststoffen“ oder „mit Vitamin C“, dann muss der Gehalt des angepriesenen Stoffs in der Nährwerttabelle angegeben werden.

Für einzelne Produktkategorien gibt es weitere Pflichtangaben, zum Beispiel zur Herkunft bei Fleisch oder Olivenöl, zum Einfrierdatum bei Fleisch und Fisch oder zur besonderen Aufbewahrung. Für alle Pflichtangaben gilt, sie müssen an einer gut sichtbaren Stelle angebracht werden und deutlich und gut lesbar sein. Die Schrift muss mindestens 1,2 Millimeter hoch sein, bei kleinen Verpackungen mindestens 0,9 Millimeter.

Dazu gibt es noch eine Reihe freiwilliger Zeichen, die auf spezielle Anbau- oder Haltungsformen hinweisen. Wie etwa das „Fairtrade“-Zeichen oder der Hinweis „ohne Gentechnik“. Besonders gerne schmücken Hersteller ihre Produkte aber mit Aufdrucken wie diesen: „Mit Vitamin C, das zum Schutz der Zellen vor oxidativem Stress beiträgt.“



Das sind nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben, sogenannte „Health Claims“. Sie dürfen nur nach wissenschaftlicher Prüfung und einer europäischen Zulassung verwendet werden – und trotzdem lässt sich auch mit ihnen eine Menge Schindluder treiben (mehr dazu: 1.2 Health Claims ab Seite 26).

1.1 Bezeichnungen

Wenn es um die Namen von Produkten geht, ist die Lebensmittelindustrie kreativ darin, uns Verbraucher zu manipulieren. Was zum Beispiel ist eine „Himmelscreme“ oder ein „Traumkeks“? Produktnamen dürfen Hersteller frei wählen, da sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt. „Bauern-Rouladen“, „Fruchtzwerge“ oder „Texas-Topf“. Diese kreativen Wortschöpfungen schmücken großflächig das Etikett auf der Vorderseite der Verpackungen. Aussagekräftig sind sie aber nicht. Der offizielle Produktname steht oft eher kleingedruckt auf der Rückseite. Er nennt sich im Bürokraten-Deutsch „Bezeichnung“, bis Ende 2014 „Verkehrsbezeichnung“, und gehört auf jede Verpackung. Laut Gesetz soll die Bezeichnung das Lebensmittel eindeutig benennen, sodass wir Verbraucher es erkennen und von anderen Lebensmitteln unterscheiden können.



A woman with short, wavy blonde hair and glasses is looking down at a document. She is wearing a blue denim jacket over a dark top. Her hands are visible at the bottom of the frame, holding the document. A blue banner with white text is overlaid on the lower right portion of the image.

**EINFACH WEGGESCHUMMELT –
WIE ZUTATEN VON DER
VERPACKUNG VERSCHWINDEN**

2. Einfach weggeschummelt – wie Zutaten von der Verpackung verschwinden!

Lebensmittelverpackungen sind wie Festgarderoben. Sie sollen ihre Träger umhüllen, optisch schmeicheln und in strahlendem Glanz erscheinen lassen. Verpackungen sind das Aushängeschild für ihre Waren. Mit verführerischen Abbildungen und ausgeklügelten Werbeslogans versuchen Lebensmittelproduzenten ihre Waren von der schönsten Seite zu präsentieren, damit wir Verbraucher gerne und oft zugreifen. Umfragen zeigen, dass beim Einkaufen der erste Eindruck den entscheidenden Unterschied macht. Es dauert nur Sekunden, bis die Hand nach dem einen oder eben nach dem anderen Joghurt greift. Ausschlaggebend ist dabei hauptsächlich die Aufmachung der Schau-seite! Deswegen beschäftigt die Lebensmittelwirtschaft eine ganze Armada an Marketingspezialisten, die Trends aufspüren, an neuen Verpackungsdesigns tüfteln und Marktforschungsdaten auswerten, bevor neue oder überarbeitete Lebensmittel auf den Markt kommen. Beraten werden die Verkaufsprofis von Rechtsanwälten, die ausloten, was wie auf der Packung erscheinen darf.

Denn auch wenn es uns Verbrauchern nicht gefällt, der allergrößte Teil der Verpackungen in deutschen Supermarktregalen – und das betrifft auch den allergrößten Teil der „Mogelpackungen“, über die wir berichtet haben – hält sich an die gesetzlichen Vorgaben.

Bei den vielen, vielen grenzwertigen Produkten, die wir für unsere Beiträge schon in den Händen gehalten haben, fragt man sich da, ob die Rechtslage nicht doch ein wenig zu sehr an den Herstellern und zu wenig an den Verbrauchern orientiert ist. Die Industrie jedenfalls kennt die juristischen Grundlagen in- und auswendig und interpretiert sie für ihre Zwecke bis zur Grenze des Belastbaren. Was für uns wie Verbrauchertäuschung aussieht, ist oft gesetzlich erlaubt. Bitter, aber wahr!

Doch die Kunden sind aufmerksamer, als der Lebensmittelindustrie lieb sein kann. Die allermeisten von uns (83 Prozent) haben nur ein geringes oder gar kein Vertrauen in die Bilder und Aussagen auf den Verpackungen.¹ Kein Wunder! Spätestens zu Hause merken selbst die geneigtsten Konsumenten:

¹ TNS Emnid (2014): Einkaufs- und Ernährungsverhalten in Deutschland, Berlin; im Auftrag des BMEL.

Hier stimmt etwas nicht! Zu oft reibt sich König Kunde verwundert die Augen, wenn er genauer hinschaut.

Beispielsweise bei der Verwendung des Begriffs „natürlich“. „Natürlich“ suggeriert dem gesunden Menschenverstand und wohl auch den meisten Kunden, dass ein Produkt naturbelassen, unbehandelt, nicht verarbeitet, vielleicht sogar einigermaßen frisch ist. Das kann auch durchaus sein, muss es aber nicht! Denn außer bei der Verwendung „natürliches Aroma“ und „natürliches Mineralwasser“ ist der Begriff „natürlich“ nämlich nicht gesetzlich geschützt.

Warum überrascht mich das jetzt nicht!

Ach ja – war bei den Aromen schon so undurchsichtig!



So kann eigentlich jedes Produkt irgendwie mit „natürlich“ versehen werden. Auch hochverarbeitete Lebensmittel wie Tütensuppen können mit einem großen Schriftzug „natürlich“ werben, auch wenn bei genauerer Betrachtung das Produkt nur „natürlich ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe“ ist.

*Wenn man so argumentiert, dann ist ja alles natürlich.
Es ist ja alles irgendwo mal gewachsen ...*



Worin der „100% natürliche Geschmack“ einer Fertigpizza bestehen soll, dürfte den meisten Verbrauchern auch nach längerem Nachsinnen verborgen bleiben. Wie gesagt, solche Auslobungen sind rechtlich völlig in Ordnung. Die einzige juristische Handhabe, die Verbraucherverbände gegen täuschende Angaben haben, ist das „Irreführungsverbot für Lebensmittel“. In der Lebensmittelinformationsverordnung (EU-Verordnung Nr. 1169/2011) heißt es in Artikel 7:

Lauterkeit der Informationspraxis

- (1) Informationen über Lebensmittel dürfen nicht irreführend sein, insbesondere
 - a) in Bezug auf die Eigenschaften des Lebensmittels, insbesondere in Bezug auf Art, Identität, Eigenschaften, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprungsland oder Herkunftsort und Methode der Herstellung oder Erzeugung;
 - b) indem dem Lebensmittel Wirkungen oder Eigenschaften zugeschrieben werden, die es nicht besitzt;
 - c) indem zu verstehen gegeben wird, dass sich das Lebensmittel durch besondere Merkmale auszeichnet, obwohl alle vergleichbaren Lebensmittel dieselben Merkmale aufweisen, insbesondere durch besondere Hervorhebung des Vorhandenseins oder Nicht-Vorhandenseins bestimmter Zutaten und/oder Nährstoffe;
 - d) indem durch das Aussehen, die Bezeichnung oder bildliche Darstellungen das Vorhandensein eines bestimmten Lebensmittels oder einer Zutat suggeriert wird, obwohl tatsächlich in dem Lebensmittel ein von Natur aus vorhandener Bestandteil oder eine normalerweise in diesem Lebensmittel verwendete Zutat durch einen anderen Bestandteil oder eine andere Zutat ersetzt wurde.

Die Produzenten dürfen ihre Kunden also nicht absichtlich belügen. Und so gibt es für fast jeden Einzelfall eine schlaue juristische Begründung, warum der Hersteller eine Angabe in der einen oder anderen Form machen kann und seine Kunden damit – rein rechtlich gesehen – nicht täuscht. Für uns Konsumenten bedeutet diese juristische Finesse, dass wir ständig auf der Hut sein müssen. Beispielsweise, wenn Lebensmittel gar nicht mit den guten Zutaten werben, die im Produkt enthalten sind, sondern damit, was eben **nicht** drin ist an Konservierungsstoffen, Geschmacksverstärkern, Farbstoffen usw.

Ach, das ist ja schön!

Dann heißt es: aufpassen wie ein Fuchs und ran an die Zutatenliste. Dort finden sich dann oft Alternativzutaten, die die gleiche Wirkung haben wie die angeblich nicht enthaltenen Stoffe. Clean Labeling nennt sich das Prinzip der sauberen Etiketten. Von uns Verbrauchern kritisch beäugte Zusatzstoffe lassen sich nämlich ziemlich einfach weggeschummeln (mehr dazu: **2.3 Clean Labels** ab Seite 79).

Zu detailliert sollten Kunden nach Ansicht vieler Hersteller sowieso besser nicht über die Inhaltsstoffe ihrer Produkte Bescheid wissen – oder darüber, mit welchen Methoden sie hergestellt werden. Zusätze aus Schlachtabfällen? Unappetitlich! Zum Glück können sie ganz legal verschwiegen werden (mehr dazu: **2.1 Versteckte Schweinereien** ab Seite 60).

Auch der Einsatz von Käfigeiern oder Gentechnik muss nicht immer auf den Packungen deklariert werden. Praktisch! So erfahren wenigstens die Kunden nichts darüber (mehr dazu: **2.2 Versteckte Käfigeier** ab Seite 72 und **2.4 Versteckte Gentechnik** ab Seite 90).

Und die globalen Warenströme, die das ganzjährig umfangreiche Angebot im deutschen Einzelhandel erst ermöglichen? Interessiert uns Verbraucher doch nicht, wo unsere Produkte tatsächlich herkommen, oder? Hauptsache wir können uns das ganze Jahr Erdbeermarmelade aufs Brötchen schmieren. Und außerdem ist ja auf den Verpackungen eh kein Platz für Herkunftskennzeichnungen. Alles Argumente, die wir bei unseren Recherchen zur Herkunft von Lebensmitteln auf deutschen Tellern gehört haben (mehr dazu: **2.5 Lebensmittel „made in Germany“** ab Seite 106).





3. Genau hinschauen bei Siegeln und Labels

Verpackungen verwirren uns Verbraucher. Und das ist Absicht, denn sie sollen – wie im ersten Kapitel beschrieben – nicht nur ihren Inhalt aufbewahren. Die bunten Schachteln und Tüten sind auch dazu da, besonders verführerisch auszusehen. Unerwünschte Zutaten oder Herstellungsmethoden können mit einer hübschen Verpackung und einer geschickten Aufmachung perfekt verschleiert, sogar verschwiegen werden.

Verbraucherfreundliche, klare und deutliche Angaben auf den Verpackungen sind daher nicht die Regel. Eine Orientierungshilfe, um – neben dem Preis – Qualität zu erkennen, bieten Siegel oder Logos. Darauf achten viele von uns bewusst oder unterbewusst beim Einkauf, versprechen die Zeichen doch, dass wir etwas besonders Gutes in den Einkaufswagen legen.¹ Doch hier ist Vorsicht geboten, denn viele Produzenten schmücken ihre Produkte mit Phantasie-Labels oder Testsiegeln, bei denen sie selbst die Kriterien festlegen. Das Landwirtschaftsministerium von Mecklenburg-Vorpommern ist nach einer Verbraucherumfrage zu verpackten Lebensmitteln zu folgendem Schluss gekommen:²

Landwirtschaftsministerium Mecklenburg-Vorpommern: „Auch ist die Kennzeichnung durch die Vielfalt der Siegel und Labels hier häufig nicht eindeutig und vergleichbar. Die unterschiedlichen Qualitäten sind nicht immer erkennbar und die vielen verschiedenen Angaben können für den Verbraucher verwirrend sein.“

Ach echt? Das ist ja mal ne Neuigkeit! Seit Jahren forsche ich im Siegel- und Label-Dschungel und finde mich trotzdem nicht zurecht.

Wichtig zu wissen ist folgende Unterscheidung: Ein Siegel ist nicht das gleiche wie ein Label oder ein Logo. Ein Siegel ist in der Regel ein Gütezeichen, das klar definierte Anforderungen an die Qualität eines Produktes stellt. Meist wird es von einer übergeordneten Behörde oder einer staatlichen Stelle vergeben und unterliegt Prüfkriterien, die stetig überwacht werden. Beispiele hierfür sind das TÜV-Siegel, das Biosiegel oder das

¹ BMEL (Hrsg.) (2016): Ernährungsreport 2017, Deutschland, wie es isst, Berlin.

² Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz Mecklenburg-Vorpommern (2013): Verbraucherumfrage Lebensmittelkennzeichnung, Schwerin.

MSC-Siegel für nachhaltigen Fischfang. Ein Siegel ist in den meisten Fällen eine freiwillige Auszeichnung, für die ein Hersteller entsprechende Prüfungen beauftragt. Dafür zahlt er Geld. Label oder Logos dagegen unterliegen keinen speziellen Kriterien oder unabhängigen Kontrollen. Hier können die Hersteller ihrer Phantasie freien Lauf lassen, mit Eigenlabels, Firmenlabels, Produktlabels oder Testlabels, wenn sie nicht gegen bestimmte gesetzliche Regelungen verstoßen, wie beispielsweise den Irreführungsparagraphen oder die Health-Claims-Verordnung.

Ich könnte beispielsweise ein „Yvonne Willicks getestet“-Logo erstellen und nach meinem eigenen Geschmack Produkte bewerten. So ungefähr arbeiten viele Hersteller, die sich in ihren Fachabteilungen seriös aussehende Labels designen lassen, um sich selber damit auszuzeichnen (mehr dazu: 3.1 Test- und Lebensmittel-Siegel).

Aber auch bei Siegeln heißt es: Spitz, pass auf! Denn die Fallstricke liegen – wie so oft – im Kleingedruckten. Was genau beinhaltet das Zertifikat „Für mehr Tierschutz“, das der Deutsche Tierschutzbund an Produzenten in der industriellen Fleischindustrie vergibt? Wie viel mehr bedeutet das „mehr“ genau? Und ist das ausreichend (mehr dazu: 3.3 Tierschutzlabel ab Seite 152)?

Und auch beim „Fairtrade“-Siegel (mehr dazu: 3.2 Fairtrade-Siegel ab Seite 140) läuft meiner Meinung nach nicht alles so fair, wie es sein sollte.

3.1 Test- und Lebensmittel-Siegel

Ob mit „Goldener Preis DLG-prämiert“ für Würstchen aus dem Glas, mit „geprüfter Spitzenqualität“ für Schinken aus dem Kühlregal oder mit Prüfsiegeln von wissenschaftlichen Einrichtungen wie dem Institut Fresenius oder dem Fraunhofer-Institut: Viele Lebensmittel werben mit Labels und Prüfzeichen für ihre angeblich besondere Qualität. Und das kommt an: Jeder dritte Verbraucher



(35 Prozent) orientiert sich beim Einkauf an Siegeln oder Labels.³ Mehr als 1.000 solcher Zeichen gibt es in Deutschland, und zwei Drittel aller Verbraucher halten die Lebensmittel mit Gütesiegeln für vertrauenswürdiger als Alternativprodukte ohne Auszeichnung. Dabei weiß aber noch nicht mal jeder Zweite, was die Logos überhaupt über das jeweilige Produkt aussagen.⁴

Die Vielfalt der Siegel ist das Resultat von zwei widersprüchlichen Trends, weiß Verbraucherschutzexpertin Britta Klein vom aid infodienst, einem unabhängigen Verein, der vom Ministerium für Ernährung und Landwirtschaft mitfinanziert wird.

Britta Klein, aid infodienst: „Auf der einen Seite steht der Wunsch vieler Verbraucher nach möglichst naturbelassenen Produkten, die am liebsten auch noch einen regionalen Bezug haben. Gleichzeitig wollen die Menschen sich aber nach dem Stand der Wissenschaft absichern. Dazu orientieren sie sich an Prüf- und Testsiegeln. Davon erhoffen sie sich in einer kaum noch nachvollziehbaren Lebensmittelwelt eine größtmögliche Sicherheit. Durch die Flut von Siegeln ist aber auch das nicht mehr möglich.“

Echten Mehrwert haben nur wenige Siegel!

Viele Kennzeichen sind seriös und halten, was sie versprechen, beispielsweise das deutsche und das europäische Biosiegel oder das MSC-Siegel für Fisch. Aber der Großteil der Zeichen ist absolut wertlos. Einige sind von den Herstellern selbst entwickelt worden, nur um die eigenen Produkte besser zu vermarkten. Und viele Prüfsiegel bestätigen lediglich, dass gesetzliche Vorgaben eingehalten werden. Hier wird der Anschein der Wissenschaftlichkeit bemüht, um einem Produkt eine besondere Wertigkeit zu verleihen. Einige Beispiele:

DLG-prämiert

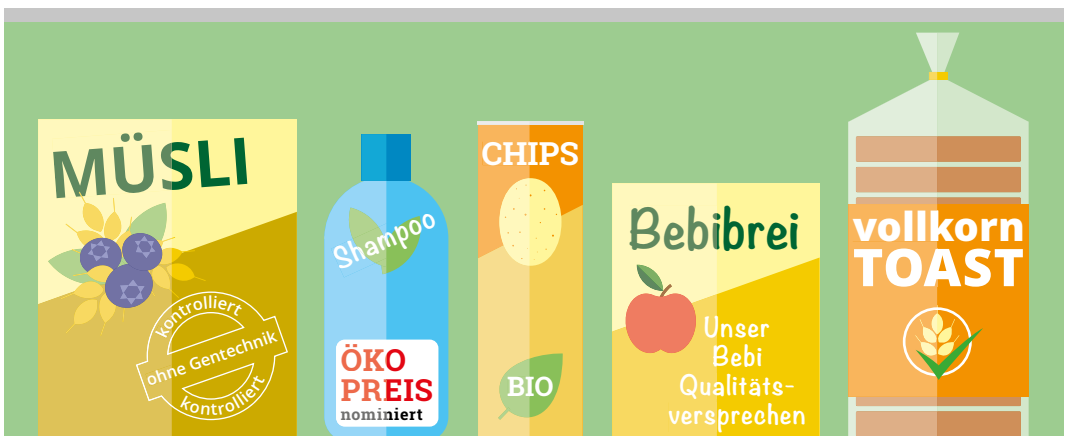
Bei dem „DLG-prämiert“-Zeichen handelt es sich um eine Auszeichnung der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG). Hersteller reichen ihre Produkte freiwillig zur Prüfung ein. Die Tester aus Wissenschaft, Lebensmittelkontrolle und der Lebensmittelwirtschaft prüfen vor allem nach Geschmacks-

³ BMEL (Hrsg.) (2016): Ernährungsreport 2017, Deutschland, wie es isst, Berlin.

⁴ Buxel, H. (2010): Akzeptanz und Nutzung von Güte- und Qualitätssiegeln auf Lebensmitteln. Ergebnisse einer empirischen Untersuchung, Münster. Und SGS (2014) SGS-Verbraucherstudie 2014. Vertrauen und Skepsis: Was leitet die Deutschen beim Lebensmitteleinkauf, Hamburg.

kriterien. Im Zentrum steht die sensorische Qualität der Lebensmittel, wie Geschmack, Aussehen, Konsistenz und Geruch.

Aber: Geschmack ist subjektiv! Nur weil es den Prüfern schmeckt, muss es den Verbrauchern noch lange nicht schmecken. Auch wenn sensorische Prüfungen oft Rückschlüsse auf die Qualität der verwendeten Rohstoffe und den Produktionsprozess zulassen. Weitere Kriterien sind Verpackungs-, Kennzeichnungs- und Laborprüfungen. Diese entsprechen aber den gesetzlichen Anforderungen, nur in einigen Fällen gehen sie darüber hinaus. Die DLG-Medaille sagt außerdem nichts über die Herkunft oder die Haltungsförm der Tiere (bei Fleischwaren) aus.



Mogelpackung des Jahres





Mogelpackung des Jahres

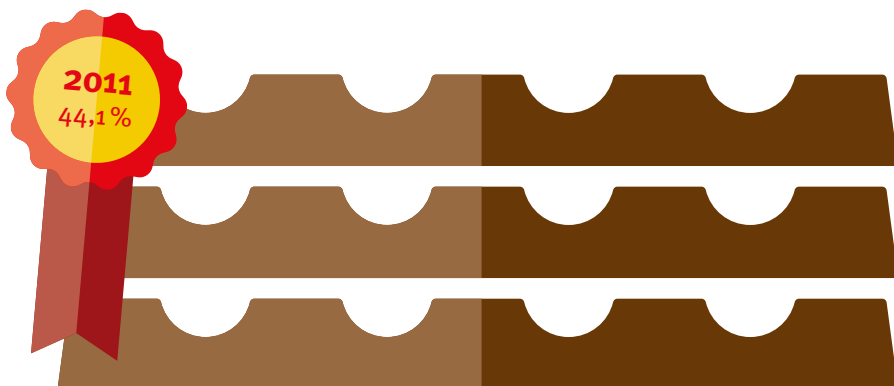
Dreimal haben wir in der WDR Servicezeit unsere Zuschauer über die dreis-
teste Mogelpackung des Jahres abstimmen lassen. Unsere Gewinner waren:

2011 Kinder Riegel

2011 warb der „Kinder Riegel“ von Ferrero auf seiner Packung mit der „Extra-Portion Milch“. Die sollte Eltern offenbar den Eindruck vermitteln, sie könnten ihren Kleinen „Kinder Riegel“ ohne schlechtes Gewissen zum Naschen geben, denn Milch enthält bekanntlich viel Calcium. Allerdings müsste ein Kind 13 Riegel essen, um seinen Tagesbedarf an Calcium zu decken. Und hätte damit dann auch 72 Stück Würfelzucker und ein halbes Paket Butter verspeist. Anstelle der angepriesenen Milch steckt übrigens Milchpulver in der Zuckerbombe. Das wird hergestellt, indem Milch das gesamte Wasser entzogen wird. Dabei geht ein Großteil der wertvollen Vitamine verloren, die später künstlich wieder zugesetzt werden. Dreist und preiswürdig fanden 44,1 Prozent unserer Zuschauer!

Hersteller Ferrero weigerte sich, mit uns vor der Kamera zu sprechen. Unsere Auszeichnung wollte der Süßwaren-Riese auch nicht entgegennehmen. Wir haben den Preis schließlich dem netten Pfortner in die Hand gedrückt.

Aktuell wirbt das Produkt noch mit einem Milchglas auf der Packung – die Aufschrift „Extra-Portion Milch“ ist allerdings verschwunden.





2012 Nimm2 Bonbons

2012 wählten die WDR Servicezeit Zuschauer mit 24 Prozent die „Nimm2 Bonbons“ von Hersteller Storck zur Mogelpackung des Jahres. Der Grund: Die Fruchtbonbons versprachen Gesundheit durch zugesetzte „wertvolle Vitamine“. Prominent wurden die neun enthaltenen Vitamine auf der Verpackung angepriesen. Ernährungsexperten sind aber der Ansicht, dass künstlich zugesetzte Vitamine für gesunde Menschen gar keinen Nutzen haben. Im Gegenteil – im Übermaß können sie sogar schädlich sein. Hinweise zu diesen Risiken suchte man auf der Packung vergeblich.

Auch Storck lehnte ein Interview und die Annahme des Preises ab. Weil wir weder auf dem Werksgelände noch bei einem nahe gelegenen Supermarkt einen Storck-Mitarbeiter fanden, der den Preis entgegennehmen konnte, haben wir den Preis für die „Mogelpackung des Jahres 2012“ per Post verschickt.

Storck hat die Angabe „mit wertvollen Vitaminen“ inzwischen von den Verpackungen entfernt. Die Bonbons sind nun „Gefüllte Fruchtbonbons mit Vitaminen“.