



Pressemitteilung 85/2009

Hersteller decken Dickmacher

Verbraucherzentralen entlarven, wie Hersteller mit Nährwertangaben geizen

Frankfurt, 15.09.2009. **Viele Lebensmittelhersteller geizen mit Angaben zum Zucker- und Fettgehalt ihrer Produkte auf den Verpackungen. Das ergab eine bundesweite Untersuchung der Verbraucherzentralen zur freiwilligen Nährwertkennzeichnung bei über 3500 Lebensmitteln von mehr als 50 Herstellern. Gerade bei zucker- und fettreichen Lebensmitteln wie Milchprodukten, Wurstwaren und Süßigkeiten fehlen oft wichtige Nährwertangaben. Die Ergebnisse der Untersuchung sind im Internet zu finden unter www.verbraucherzentrale-ampelcheck.de.**

Damit Zucker- und Fettbomben sowie Versalzene leichter zu erkennen sind, fordern die Verbraucherzentralen die obligatorische Ampelkennzeichnung und bieten zur vorläufigen Selbsthilfe ihre Ampelcheckkarte an.

Im August 2009 überprüften die Verbraucherzentralen Lebensmittel aus 11 Warengruppen bundesweit in 17 Supermarktketten und Discountern auf ihre freiwillige Nährwertkennzeichnung. Fast die Hälfte der untersuchten Produkte wie Konfitüren, Süßwaren oder Fertiggerichte, war nicht mit der Kennzeichnung aller acht wichtigen Nährwerte („Big Eight“) versehen: Energie, Eiweiß, Kohlenhydrate, Zucker, Fett, gesättigte Fettsäuren, Ballaststoffe und Natrium bzw. Salz bezogen auf 100g bzw. 100ml. „Das ist aber eine wichtige Voraussetzung, um Lebensmittel begutachten zu können“, beanstandet Andrea Schauff von der Verbraucherzentrale Hessen. „Nur so kann zum Beispiel ein Fruchtaufstrich als Zuckerfalle entlarvt werden.“ Bei knapp 15 Prozent der untersuchten Lebensmittel fehlt sogar jegliche Angabe zum Kaloriengehalt und zu den Nährstoffen.

Schlechte Ergebnisse für Markenartikel: Besonders schlecht schnitten bekannte Produkte zum Beispiel von Ferrero, Storck oder Haribo ab. So fanden die Verbraucherzentralen bei Ferrero nur ein einziges Produkt von 36, das mit einer Angabe zum Zuckergehalt versehen war. Den letzten Platz belegte die Firma Ritter Sport, von der überhaupt kein einziges gekennzeichnetes Produkt gefunden wurde. Insgesamt war bei 33 der 50 untersuchten Hersteller, also bei 66 Prozent, die Kennzeichnung unbefriedigend. Nur bei 18 Prozent war sie gut; dazu gehören Danone, Zentis und Iglo.

Hersteller kennzeichnen fett- oder zuckerreiche Produkte seltener: Auffällig ist, dass gerade bei kalorienreichen Produkten häufiger die Nährwertangaben fehlen: So bietet ein Hersteller die Leberwurst ohne Kennzeichnung an, der fettarme Schinken ist dagegen mit den Nährwerten ausgezeichnet. Bei Molkereiprodukten gibt es ähnliche Fälle, genau so bei Konfitüren in Bezug auf den Zuckergehalt.



Handel beeinflusst Nährwertkennzeichnung: Im geprüften Warensortiment der Discounter war der Anteil an Produkten mit ausführlicher Nährwertkennzeichnung höher als in Super- und Verbrauchermärkten: Beim Discounter Aldi waren 94 Prozent der untersuchten Produktpackungen mit der „Big Eight“-Kennzeichnung versehen. In den Regalen von Kaufland fehlten dagegen bei 43 Prozent der Produkte die ausführlichen Nährwertangaben. Die Schlusslichter bilden Edeka und Real.

Besonders interessant ist dabei, dass einzelne Produkte zum Beispiel von Haribo oder Storck, die sonst nicht gekennzeichnet waren, für den Verkauf bei Aldi mit den „Big Eight“ gelabelt wurden. Das deutet darauf hin, dass der Handel Einfluss auf die Nährwertkennzeichnung der Hersteller nehmen kann. „Wir fordern die Händler daher auf, mit mehr Druck auf die Anbieter für eine klare, verbraucherfreundliche Kennzeichnung zu sorgen“, so Schauff.

Ampelkennzeichnung gefordert: Die beste Lösung für eine bessere Kennzeichnung der Nährwerte von Lebensmitteln ist nach Überzeugung der Verbraucherzentralen die Einführung der obligatorischen Ampelkennzeichnung. Damit können Verbraucher schnell und unkompliziert Zuckerbomben, Fettfallen oder stark Gesalzenes 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 durch die Verbraucherzentralen „geampelten“ Produkten.

Ergänzende Informationen für Verbraucher:

- **Telefonische Beratung** der Verbraucherzentrale Hessen zum Thema „Ernährung und Lebensmittel“ dienstags 10 bis 14 Uhr unter 0900-1-972012. *0,90 € pro Minute aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG – andere (Mobilfunk-) Netzbetreiber können zusätzliche Kosten berechnen.*
- **Infoline Ernährung** zu aktuellen Themen und Lebensmittelskandalen rund um die Uhr unter 01805-972012. *0,14 € pro Minute aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG – andere (Mobilfunk-) Netzbetreiber können zusätzliche Kosten berechnen.*
- Das Faltblatt „**Dickmachen auf der Spur – Ampelcheck im Supermarkt**“ mit der **Ampel-Checkkarte** als Einkaufsbegleiter ist kostenlos in allen Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen erhältlich oder gegen einen adressierten und mit 0,55 € frankierten Rückumschlag (DIN lang C6) bei der Verbraucherzentrale Hessen zu bestellen.
- **Ratgeberangebot** unter www.verbraucher.de



- **Hessenweites Servicetelefon 01805-972010.** 0,14 € pro Minute aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG – andere (Mobilfunk-) Netzbetreiber können zusätzliche Kosten berechnen. Informationen über das Beratungs- und Seminarangebot sowie die Öffnungszeiten der Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen; teilweise auch Terminvereinbarung möglich. Keine Beratung!

Frei zum Nachdruck, Belegexemplar erbeten

Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Hessen: Borken, Bahnhofstraße 36 b · Kassel/Nordhessen, Bahnhofplatz 1 (Kulturbahnhof) Gießen, Südanlage 4 · Fulda, Karlstraße 2 · Frankfurt/Rhein-Main, Große Friedberger Straße 13-17 (Nähe Konstablerwache) · Darmstadt/Region Starkenburg, Luisenplatz 6 (Carreegalerie) · Rüsselsheim/Groß Gerau, Marktstr. 29 · Wiesbaden, Luisenstr. 19 (im Umweltladen)

presseinfo
presseinfo
presseinfo