

Lebensmittel: Mehr Schein als Sein

Fertigprodukte Eine neue Internetplattform deckt Tricks der Lebensmittelbranche auf

VON MARTIN ARNOLD

Analogkäse, Schinkenimitate und Garnelen aus Fischresten: Solche Mangelprodukte zeichnen sich dadurch aus, dass der Inhalt weniger hält, als die Verpackung verspricht. Sie gehören zum Alltag und oft werden sie ohne die kleinsten Zweifel verspeist und genossen. Zum Beispiel die «Bacon Strips» von Zweifel. Sie heissen Speckstreifen, haben mit Speck aber gar nichts zu tun. Optisch erinnern die weiss-rötlichen Streifen auf dem Kartoffel-Snack zwar an die Maserung von Speck. Die verwendete rote Farbe stammt aber von Tomaten. Warum ein Fleischprodukt suggerieren, wenn kein Fleisch drin ist? «Die Streifen sind geräuchert und erinnern in Aussehen und Geschmack an Speck. Der Name «Bacon» bezieht sich nicht auf den Inhalt», sagt Pietro Realini, Verantwortlicher für Produktion und Logistik bei der Firma Zweifel. «Bei der Einführung waren es reine Marketingüberlegungen, die zur Namensgebung führten. Realini betont aber, dass es sich für das Unternehmen nicht lohne, an den Zutaten zu sparen, weil Kartoffeln nicht günstiger hergestellt werden könnten.

Tiefste Qualität setzt sich durch

Anders sieht es bei verarbeiteten Lebensmitteln aus. Das beginnt bei Streich- und Schmelzkäse und endet beim Pizza-Schinken, der aus Fleischstücken gepresst wird. Seit der Einführung des Cassis-de-Dijon-Prinzips ist das Einkaufen nicht einfacher geworden. Das Gesetz sieht vor, dass jedes in einem EU-Land zugelassene Produkt

Ein Cidre muss nur noch 15 Prozent Apfelwein-Anteil enthalten.

ohne Veränderung auch in der Schweiz verkauft werden darf. Dabei setzt sich aus Kostengründen zumeist die tiefste Qualität durch, weil viele Produzenten die Zulassung in Ländern einholen, welche die geringsten Standards haben. Das heisst konkret, dass heute in der Schweiz ein «Cidre», ein Apfelwein, mit lediglich 15 Prozent Apfelwein-Anteil verkauft werden darf. Die frühere Regelung verlangte einen Anteil von mindestens 70 Prozent. Auch beim Fruchtsirup sank der vorgeschriebene Mindestanteil von 30 auf 10 Prozent.

Für Sara Stalder, Geschäftsführerin der Stiftung für Konsumentenschutz, ist das nicht grundsätzlich ein Problem: «Schliesslich führt das Cassis-de-Dijon-Prinzip auch zu mehr Auswahl im Regal.» Dafür müssten aber die Produktinformation und die Herkunftsdeklaration verständlich und gut lesbar sein.

Deutschland ist punkto Konsumentenschutz der Schweiz einen Schritt voraus. Dort wurde mit Unter-



Auch für die Fertigpizza gilt: Nicht überall, wo Käse draufsteht, ist auch Käse drin.

HO

stützung des Bundesministeriums für Verbraucherschutz vor einigen Wochen die Internetplattform www.lebensmittelklarheit.de aufgeschaltet. Auf dieser Plattform werden Produkte namentlich aufgelistet, die Konsumentinnen und Konsumenten irreführen. Janina Löbel, Projektkoordinatorin bei Lebensmittelklarheit, erklärt: «Wir machen es uns nicht leicht, etwas als Negativbeispiel öffentlich darzustellen.» Zuerst befassten sich mehrere Experten mit einem Produkt; wenn alle von einer Irreführung überzeugt sind, wird der Hersteller mit dieser Einschätzung konfrontiert. Dieser hat dann für eine Stellungnahme eine Woche Zeit. Sie wird zusammen mit der Beschwerde veröffentlicht.

In wenigen Wochen hat Lebensmittelklarheit schon einiges erreicht: etwa, dass in einem Wasabi-Snack auch tatsächlich Wasabi drin ist. Allein in den ersten vier Tagen wurde die Seite 2 Millionen Mal angeklickt. Durchschnittlich gibt es wöchentlich 200 Produktmeldungen.

Gute Chance auf eine Veröffentlichung auf der Website hätte die PRIX-Garantie-Schmelzkäsezubereitung von Coop. Ohne dies deutlich zu machen,

veränderte Coop die Rezeptur der Käsescheibletten. Laut Cassis-de-Dijon-Prinzip darf Trockenmasse mit einem Käseanteil von 20 Prozent oder mehr als Schmelzkäsezubereitung angeboten werden. Bisher war der Käseanteil für das gleiche Produkt deutlich höher. Nach einem Artikel im «K-Tipp» und entsprechenden Kundenreaktionen versprach Coop, die Rezeptur zu verbessern und den Käseanteil wieder zu erhöhen. Getäuscht wird man auch bei der Migros: Wie die Zeitschrift «Saldo» berichtete, sind in den Joghurts des Labels «Aus der Region für die Region» Früchte und Nüsse aus Polen, der Ukraine und anderen Ländern. Und in Deutschland sorgte die Nachricht, dass gemahlener Kaffee mit rund 10 Prozent Zuckerstoff gestreckt ist, für Unmut.

Hohe Gesundheitskosten

Ein grosses Problem ist auch der Einsatz von Geschmacksverstärkern bei verarbeiteten Lebensmitteln. Solche Geschmacksverstärker sind unter den Bezeichnungen E620 bis E625 als Glutamate europaweit zugelassen. Coop und Migros meldeten im vergangenen Jahr ein überdurchschnittliches Wachstum beim so genannten

Convenience-Food. Um diese Halbfertig- und Fertigprodukte witzig zu machen, greifen die Hersteller häufig zu Geschmacksverstärkern. Michael Hermanussen, deutscher Kinderarzt und Professor an der Christian-Albrechts-Universität in Kiel, hat herausgefunden, dass der Konsum von grossen Mengen Glutamaten die Sättigungsregulation hemmt. Das heisst: Die Konsumenten überessen sich.

Für Sara Stalder vom Konsumentenschutz zeigt der Trend zu immer mehr verarbeiteten Produkten, dass die Einführung einer ähnlichen Internetplattform wie Lebensmittelklarheit für die Schweiz wünschenswert ist. Auch das Bundesamt für Gesundheit signalisierte Interesse. Denn wenn es sich bei einer Müllmischung in Wahrheit um eine wahre Zuckerbombe handelt, ist das nicht nur irreführend, sondern auch gesundheitsgefährdend.

Das Deutsche Bundesministerium für Verbraucherschutz hat vor einigen Wochen die Internetplattform aufgeschaltet: www.lebensmittelklarheit.de
Weiteres in «Natürlich – das Magazin für ganzheitliches Leben».
www.natuerlich-online.ch