

MEHR KLARHEIT BEI GERINGEN ZUTATENMENGEN UND AROMEN

Verbraucherpolitische Forderungen auf Basis der Begleitforschung 2017 des Projekts Lebensmittelklarheit

AUSGANGSSITUATION

Was drauf steht, muss drin sein: Die Verpackung und Aufmachung eines Lebensmittels darf nicht den Eindruck erwecken, dass eine bestimmte Zutat verwendet wurde, obwohl diese nicht enthalten ist und dies allein aus dem Zutatenverzeichnis hervorgeht. Der Gesamteindruck der Verpackung muss wahrheitsgemäß sein. Das entschied der Europäische Gerichtshof und der Bundesgerichtshof im Jahr 2015 im „Teekanne-Fall“ nach einer Klage des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv).

Im Verbraucherportal Lebensmittelklarheit.de beschwerten sich Verbraucherinnen und Verbraucher regelmäßig über Produkte, bei denen auf der Verpackung beworbene Zutaten zwar enthalten sind, aber nur in minimalen Mengen. Das Oberlandesgericht Nürnberg sah im Februar 2017 die Kennzeichnung eines Mehrfruchtgetränks „Himbeer-Rhabarber“ als irreführend an, das auf dem Etikett Himbeeren und Rhabarberstangen zeigte und 30 Prozent Saftanteil versprach – tatsächlich aber nur jeweils 0,1 Prozent Himbeer- und Rhabarbersaft und fast ausschließlich Apfelsaft enthielt.

Bei Produkten, die geschmacksgebende Zutaten nur in geringsten Mengen enthalten, werden zum Teil Aromen zugesetzt. Unklar ist dann, ob die minimale Menge überhaupt wahrnehmbar zum Geschmack beiträgt.

BEGLEITFORSCHUNG 2017

Vor diesem Hintergrund erforschte die Universität Göttingen in Zusammenarbeit mit Zühlsdorf + Partner und im Auftrag des Projekts Lebensmittelklarheit

- welche Kennzeichnungen und Aufmachungen bei geringen Zutatenmengen Verbraucher als täuschend ansehen,
- wie Verbraucher über ausgelobte Zutaten, die nur in geringen Mengen enthalten sind, informiert werden möchten,
- wie sie zu Aromen stehen und über den Einsatz von Aromen informiert werden möchten.

Es wurden über 1.200 Verbraucher repräsentativ befragt.¹ Der vzbv folgert aus den Ergebnissen:

¹ Kühl, S., Zühlsdorf, A., Viergutz, T., Fellner, J., Spiller, A. (2017): Zutatenhinweise auf Lebensmittelverpackungen: Verbraucherwahrnehmung im Spannungsfeld von Produktaufmachung, tatsächlichen Zutatenanteilen und Aromen. Kommentiertes Chartbook bzw. zusammenfassender Ergebnisbericht zur repräsentativen Umfrage für den vzbv im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitforschung zum Projekt Lebensmittelklarheit, Göttingen.

BEWORBENE ZUTATEN MÜSSEN AUF DER VORDERSEITE IN PROZENT ANGEZEIGT WERDEN.

Die Packungsvorderseite ist für die schnelle Orientierung beim Einkauf ausschlaggebend. Rund 91 Prozent der Teilnehmer der Studie sprechen sich dafür aus, dass abgebildete Zutaten auch enthalten sein sollten. Eine Mengenangabe der beworbenen Zutat in Prozent auf der Produktvorderseite verringert signifikant das Täuschungsempfinden von Verbrauchern.

Der vzbv fordert deshalb: Damit die Kennzeichnung auf der Vorderseite den Packungsinhalt widerspiegelt, müssen

- beworbene Zutaten nicht nur enthalten sein, wie es die höchstrichterliche Rechtsprechung fordert,
- sie müssen mit ihrem Gehalt in Prozent *auf der Vorderseite* angegeben sein.

Bislang legt die EU-weit gültige Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) zwar fest, dass die Menge der hervorgehobenen Zutat angegeben werden muss – aber nicht, wo auf der Verpackung. Kleine Mengen, die zur Geschmacksgebung eingesetzt werden, sind von der Prozentkennzeichnung ausgenommen² – das muss sich ändern.

EIN AROMAZUSATZ MUSS AUF DER VORDERSEITE GEKENNZEICHNET WERDEN.

Gut 78 Prozent der Studienteilnehmer finden, dass der Geschmack eines Produkts aus den Lebensmitteln selbst und nicht aus den zugesetzten Aromen stammen sollte. Nur 15 Prozent haben mit dem Einsatz von Aromen kein Problem. 83 Prozent finden, es solle immer vorne auf der Verpackung stehen, wenn ein Produkt Aroma enthält.

Der vzbv fordert von den Lebensmittelherstellern, einen Aromazusatz grundsätzlich auf der Produktvorderseite zu kennzeichnen. Ziel sollte außerdem sein, auf Aromen zu verzichten, wo dies möglich ist.

AROMABEGRIFFE MÜSSEN FÜR VERBRAUCHER VERSTÄNDLICH SEIN.

Die Studie zeigt, dass Verbraucher die verwendeten Aromabegriffe nicht so verstehen, wie sie laut EU-Aromen-Verordnung definiert sind: Jeweils etwa 60 Prozent der Befragten meinen, dass man anhand der unterschiedlichen Begrifflichkeiten „mit natürlichem Aroma“, „mit Himbeeraroma“, „mit natürlichem Himbeeraroma“, „mit Aroma“ und „aromatisiert“ nicht erkennen könne, woraus das Aroma hergestellt werde. Bei „natürlichem Himbeeraroma“ (zu mindestens 95 Prozent aus Himbeeren hergestellt) zum Beispiel glauben 44 Prozent der Befragten, dass es künstlich hergestellt sei.

Der vzbv fordert eine Anpassung der EU-Aromen-Verordnung³, um die Aromabegriffe für Verbraucher verständlich zu formulieren.

² VO (EU) Nr. 1169/2011, Anhang VIII, Satz 1. iii

³ VO (EU) Nr. 1334/2008

DIE HERSTELLER SIND IN DER PFLICHT, DAS VERTRAUEN DER VERBRAUCHER IN LEBENSMITTEL ZU STÄRKEN.

Die Befragung offenbart ein großes Misstrauen gegenüber der Lebensmittelwirtschaft im Allgemeinen: 84 Prozent der Verbraucher glauben, dass Lebensmittel auf Verpackungen oft besser dargestellt werden, als sie in Wirklichkeit sind. Nur 18 Prozent finden die Informationen auf Lebensmittelverpackungen verständlich. Lediglich zehn Prozent geben an, den Lebensmittelherstellern zu vertrauen.

Ein derart starkes Misstrauensvotum muss die Hersteller alarmieren. Der vzbv fordert die Lebensmittelhersteller auf, mit einer verständlichen, klaren Kennzeichnung Vertrauen aufzubauen. Das Projekt Lebensmittelklarheit steht für Dialoge mit der Wirtschaft zur Verfügung, um konkrete Kennzeichnungsverbesserungen zu erarbeiten.

Kontakt

*Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.*

*Team Lebensmittel
Projekt Lebensmittelklarheit*

*Markgrafenstraße 66
10969 Berlin*

lebensmittelklarheit@vzbv.de