

MARKTCHECK SMOOTHIES – KRAUT UND RÜBEN STATT KLARHEIT IM REGAL

Aktueller Marktcheck des Projekts Lebensmittelklarheit¹

HINTERGRUND

Smoothies sind ein Lebensmittel, das sich großer Beliebtheit erfreut. Dementsprechend ist das Angebot an den trendigen Obst- und Gemüseprodukten im Handel inzwischen groß.

Eine allgemeine Auffassung, wie Smoothies zu definieren sind (die so genannte Verkehrsauffassung), hat sich noch nicht herausgebildet. Das bedeutet, die Anbieter bringen immer neue Kreationen auf den Markt, die sie als „Smoothie“ verkaufen. Da eine offizielle Bezeichnung fehlt, bedienen sie sich beschreibender Bezeichnungen. Diese reichen von einer „Mischung aus Fruchtpüree und Fruchtsaft“, einer „Mischung aus Fruchtsäften“ bis zu einer „Zubereitung aus Fruchtsaft und Fruchtmark“ und dasselbe entsprechend für Gemüse.

Damit Verbraucherinnen und Verbraucher² wissen, welche Mindeststandards an wertgebenden Zutaten sie beim Kauf eines „Smoothies“ erwarten können, ist eine Definition notwendig, an die sich alle Hersteller halten. Bisher ist beispielsweise nicht festgelegt, wie hoch der Anteil an wertgebendem Püree oder Mark im Vergleich zu Saft ist. Der vzbv fordert daher, dass die Produktgruppe umgehend in den Leitsätzen des Deutschen Lebensmittelbuchs beschrieben wird.

Der vzbv geht davon aus, dass Verbraucher unter einem Smoothie eine Mischung aus wenig verarbeitetem Obst und/oder Gemüse verstehen, das eine sämige Konsistenz aufweist. Smoothies sollten sich von der Konsistenz her maßgeblich von einem Saft unterscheiden.

Beschwerden zu Smoothies und deren Zusammensetzung gehen beim Portal Lebensmittelklarheit.de regelmäßig ein.³ Um die aktuelle Vielfalt am Markt zu zeigen und genauer zu analysieren, wie sich die am Markt angebotenen Smoothies zusammensetzen, wie sie gekennzeichnet und beworben werden, wurde ein Marktcheck durchgeführt.

¹ Autorinnen: Christa Bergmann, Isabelle Mühleisen, Dr. Britta Schautz

² Die im weiteren Text gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf Personen aller Geschlechter. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Mehrfachbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

³ <https://www.lebensmittelklarheit.de/suche/smoothie>

VORGEHENSWEISE

Das Projekt Lebensmittelklarheit hat im Zeitraum März bis Juli 2020 50 Produkte überprüft. Sie wurden als „Smoothie“ benannt oder im entsprechenden Regal platziert. Der Auswahl zugrunde lag die Fragestellung, inwieweit Kennzeichnung, Aufmachung und Werbung und/oder Zutaten über einen reinen sämigen Obst- oder Gemüse- oder gemischten Obst-Gemüsesaft hinausgehen.

Es wurde jeweils erhoben,

- wie die Bezeichnung (die rechtliche Definition des Produkts) lautete,
- ob der Anteil an Püree oder Mark als wertgebendem Bestandteil quantifiziert wurde,
- inwieweit möglicherweise für Verbraucher ungewöhnliche, weil eher nicht erwartete Zutaten im Produkt enthalten waren,
- ob besonders hervorgehobene Zutaten in sehr kleinen Mengen enthalten waren,
- inwiefern mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben geworben wurde,
- ob eine Hitzebehandlung gekennzeichnet war.

Erfasst wurden Erzeugnisse im stationären Handel von

- Supermärkten: Edeka, Rewe (inkl. Rewe City), real,
- Discountern: Aldi, Lidl, Penny,
- Drogeriemärkten: dm, Rossmann und
- Bio-Supermärkten: denn's, Bio Company.

In der Produktauswahl vertreten waren zehn Eigenmarken und sechs Herstellermarken. Bei den erfassten Produkten entfielen 31 auf Eigenmarken und 19 auf Markenerzeugnisse.

ERGEBNISSE

Bezeichnungen

Bei keinem der untersuchten Produkte lautete die rechtlich bindende Bezeichnung „Smoothie“. Dies ist auch nicht möglich, weil der Begriff rechtlich nicht beschrieben ist. Der Begriff wurde bei fast allen Produkten (n = 47) im Phantasienamen verwendet und damit natürlich eine bestimmte Assoziation bei Verbrauchern suggeriert.

Die Bezeichnungen lauteten zum Beispiel Mehrfruchtsaft, Mischung aus Früchten und Fruchtsaft, Zubereitung aus Fruchtsaft und Fruchtmarmelade, Zubereitung aus Früchten und Fruchtsaft, oder sehr konkret „Fruchtpüree aus Apfel, Banane und Pfirsich mit Vitamin C, Vitamin D3 und Zink“ und ähnliches.

Saft oder Püree?

Der Anteil an Fruchtpüree und Fruchtmarm, also den Bestandteilen, die aus Verbrauchersicht vermutlich als maßgeblich für die Konsistenz des Smoothies erwartet werden, schwankte erheblich (zwischen 16,6 und 75,2 Prozent bei den quantifizierbaren Produkten). In vielen Fällen (60 Prozent) war er nur zum Teil oder gar nicht zu quantifizieren. (Aus rechtlicher Sicht sind lediglich jene Zutaten mit ihrem mengenmäßigen Anteil in der Zutatenliste aufzuführen, die werblich hervorgehoben werden.) Ein sehr geringer Anteil an Püree oder Mark (zum Beispiel 16,6 Prozent) ließ erwarten, dass das Produkt nicht viel anders als ein Saft erscheint. Hier stellte sich die Frage, ob die Assoziation, die der Name „Smoothie“ oder eine entsprechende Aufmachung oder Platzierung im Regal erweckt, noch gerechtfertigt ist.

Zutaten in Minimengen

28 Produkte enthielten Zutaten in Minimengen: Trotz entsprechender Auslobungen auf dem Etikett waren nur sehr geringe Anteile (3 Prozent und weniger) in den Smoothies enthalten. Dazu gehörten Produkte mit geringen Mengen an ausgelobten Säften beziehungsweise Früchten wie 3 Prozent Acerolamark, 2 Prozent Sanddornmark, 1 Prozent Cranberrysaft, 0,8 Prozent Baobab-Fruchtfleisch oder 0,21 Prozent Limettensaft.

Bei den Minimengen von weiteren ausgelobten Zutaten handelte es sich zum Beispiel um 0,01 Prozent Spirulina, 0,05 Prozent Matchaextrakt, 0,05 Prozent zerriebene Leinsamen, 0,4 Prozent Minze oder 2 Prozent Hanfsamenmehl.

Wenig erwartbare Zutaten

Nicht unbedingt zu erwarten war die Ruby-Schokoladen-Kuvertüre in einem Produkt. Auch sonstige Zutaten wie Hanfsamenmehl oder Bestandteile mit anregender Wirkung wie Guaranasamenpulver (einmal mit zusätzlich zugesetztem Koffein) oder Matcha (koffeinhaltiger gemahlener grüner Tee) waren eher überraschend für eine Produktgruppe, die viele Menschen mit Obst oder Gemüse zum Trinken assoziieren. Jedem fünften der untersuchten Produkte waren koffeinhaltige Zutaten zugesetzt. Drei Produkte wiesen gar einen erhöhten Koffeingehalt auf, zwei davon mit mehr als 150 mg pro Liter. Der für diese Produkte vorgeschriebene Warnhinweis „Für Kinder und schwangere oder stillende Frauen nicht empfohlen“ war zwar vorhanden, stach aus Sicht des vzbv aber zu wenig hervor. Des Weiteren fanden sich Molkeneiweiß-Isolat, Schwarzkarottenpüree sowie exotische Zutaten wie Yuzu-Saft, gemahlene Maca-Wurzel, Guanabana, Baobab und Drachenfrucht in den Produkten.

Vitamin- und Mineralstoffzusätze

Bei 15 Produkten wurden unterschiedliche Beimengungen von Vitaminen und Mineralstoffen festgestellt. Färbende Lebensmittel wie Rote Bete-Saft, Spirulina und Färberdistelextrakt kamen häufiger vor (19-mal), waren allerdings nur bei fünf Produkten in der Zutatenliste explizit als färbende Zutat gekennzeichnet. Bei sieben Produkten fehlte der Hinweis.

Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben

Bei etwa einem Drittel der Produkte waren nährwertbezogene Angaben zu finden. Überwiegend wurde auf den Vitamingehalt hingewiesen oder darauf, dass kein Zucker zugesetzt wurde. Daneben wurden ein hoher Ballaststoff- und Proteingehalt und einmal eine Mineralstoffquelle (Zink) beworben.

Alle nährwertbezogenen Angaben erfüllten die Anforderungen der Verordnung über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben (VNGA). Auch die gesundheitsbezogenen Angaben waren überwiegend rechtskonform. Etwa ein Drittel der Produkte wies entsprechende Werbeaussagen auf. Der Großteil waren Funktionsangaben zu Vitaminen (zum Beispiel: „Vitamin C trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei“), zweimal auch zu Mineralstoffen (zum Beispiel: „Magnesium trägt zu einer normalen Muskelfunktion bei“). Unspezifischen Claims waren in der Regel spezifische Claims beigefügt. So fanden sich zu augenfälligen gesundheitsbezogenen Angaben im Namen der Produkte wie *Energise* („Hält Dich in Schwung“), oder *Antioxidant* („Schützt Deine Zellen“) passende zugelassene Claims. Allerdings fanden sich diese nicht wie gefordert in unmittelbarer räumlicher Nähe, sondern auf dem Seitenetikett im kleingedruckten Fließtext. Geringe Mengen an entsprechend zugesetzten Vitaminen und Pflanzenextrakten reichten für die Bewerbung aus. Der wegen seiner antioxidativen Wirkung prominent auf der Schauseite aufgeführte Matchaextrakt war lediglich zu 0,05 Prozent enthalten.

Bei einem Detox-Smoothie (von Verbrauchern vermutlich als „entgiftend“ oder Vergleichbares verstanden) erfolgte per Sternchenhinweis auf der Rückseite ein Claim zu Vitamin C, das „dazu beiträgt, die Zellen vor oxidativem Stress zu schützen“. Das erklärt allerdings keine „entgiftende Wirkung“. Ein Proteinsmoothie durfte bei einem Gehalt von nur 4,6 Prozent Molkenprotein mit einem hohen Proteingehalt werben (21,3 Prozent des gesamten Energiegehalts des Lebensmittels) und die Zunahme und Erhaltung von Muskelmasse versprechen.

Ein „Immunsmoothie“ für Kinder wartete pro Portion mit einem Vitamin-D-Zusatz von 100 Prozent der Zufuhrempfehlung für Erwachsene auf. Bei einem Hanf-Smoothie war eine deutliche Diskrepanz zwischen Auslobung und Inhalt festzustellen. Er warb mit Hanf-Protein für starke Muskeln und kräftige Knochen. Der Proteingehalt von 2,5 Gramm pro 100 Milliliter reichte für eine solche Bewerbung zwar aus, stammte aber wohl überwiegend aus dem zugesetzten Sojadrink.

Angaben zu einer vorgenommenen Erhitzung

Bei 23 Produkten war die Art der Erhitzung angegeben. Dazu gehörten „schonend pasteurisiert“ (n=13), „pasteurisiert“ (n=9) und HPP (Hochdruckbehandlung) (n=1).⁴

⁴ Zum Teil war den Produkten Ascorbinsäure als Antioxidationsmittel zugegeben.

FAZIT

Die Ergebnisse des Marktchecks zeigen, dass es sich bei den Smoothies hinsichtlich Zusammensetzung, Kennzeichnung und Aufmachung um eine sehr heterogene Produktgruppe handelt. Die Kreativität der Anbieter kollidiert unter anderem dort mit den Anliegen des Verbraucherschutzes, wo Verbraucher Inhaltsstoffe nicht richtig einschätzen können. Dies ist zum Beispiel der Fall beim Zusatz von koffeinhaltigen Zutaten wie Guarana oder Matcha. In diesen Fällen ist es notwendig, dass deutlich sichtbar auf den Koffeingehalt der Produkte hingewiesen wird. Auch die Tatsache, dass der Gesamtgehalt an Püree oft nicht angegeben ist oder färbende Lebensmittel wie Rote Bete über den tatsächlich geringen Gehalt einer bestimmten beworbenen Zutat wie Kirschen oder Beeren hinwegtäuscht, erschwert es Verbrauchern, sich auf den ersten Blick einen realistischen Eindruck von der Beschaffenheit des Produktes zu verschaffen.

Die Ergebnisse des Marktchecks unterstreichen die Notwendigkeit, die Produktgruppe „Smoothies“ in den Leitsätzen des Deutschen Lebensmittelbuchs zu beschreiben. Auf diese Weise würden Leitplanken für die Herstellung, Zusammensetzung und Kennzeichnung geschaffen. Das würde die nötige Klarheit für Verbraucher schaffen. Zum anderen würde ein besserer Bewertungsmaßstab für die Überprüfung der Produkte im Handel durch die amtliche Lebensmittelüberwachung vorliegen.

ZUM PROJEKT LEBENSMITTELKLARHEIT

Das Verbraucherportal www.lebensmittelklarheit.de ging am 20. Juli 2011 online. Verbraucher können [Lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de) Produkte melden, deren Kennzeichnung oder Aufmachung sie als missverständlich oder täuschend ansehen. Das Angebot des Portals ist ein Gemeinschaftsprojekt des Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv) mit den Verbraucherzentralen. Das Projekt wird gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Kontakt

*Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.*

*Team Lebensmittel/
Projekt Lebensmittelklarheit*

*Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin*

lebensmittelklarheit@vzbv.de