



Gesundheitsbezogene Produkthinweise: Mehr Schein als Sein?

Von FET e.V.

Erstellt am 19 Jul 2012 - 14:58

Neue Beratungskarte „Produktkennzeichnungs-(Miss-)Verständnisse“ erhältlich

Aachen (fet) – Gutes Aussehen, Gesundheit und Vitalität: Das wünschen sich Verbraucher auch von ihren Nahrungsmitteln. Neben appetitlichen Bildern locken viele Verpackungen mit Hinweisen auf den gesundheitlichen Wert des Produktes. Doch oftmals verbirgt sich dahinter nur eine raffinierte Werbestrategie.

Haben Sie auf einem Apfel schon einmal ein Etikett mit der Aufschrift „Fördert Ihre Gesundheit“ gesehen? Nein? Warum sollten die Obstbauern auch gesondert auf etwas hinweisen, was jedem klar ist? Anders sieht es hingegen bei vielen industriell gefertigten Nahrungsmitteln aus. Diese müssen den Verbraucher erst überzeugen, insbesondere wenn es sich um neuartige Produkte handelt. Hierbei helfen neben ansprechenden Bildern vor allem gezielte Hinweise auf den Gesundheitswert des Produktes. Aufdrucke wie „Fitness“, „fettfrei“ oder „Extravitamine“ vermitteln dem Käufer, sich und seiner Gesundheit etwas besonders Gutes zu gönnen. Da ist es schnell vergessen, dass die Wellnesslimonade dennoch reichlich Zucker beinhaltet oder ein Bonbon durch den Zusatz von Vitaminen nicht gesünder wird. Gesundheitsbezogene Auslobungen auf der Frontseite können das Image eines Produktes stark verbessern. Der prüfende Blick auf das Kleingedruckte auf der Rückseite entfällt meist. So manche Mutter greift gerne zur „Extraportion Milch“ oder den „Vitaminen zum Naschen“. Milch und Vitamine sind schließlich gut für das heranwachsende Kind. Der enthaltene Zucker ist es zwar nicht, aber das steht selbstverständlich nicht in großen Buchstaben auf der Produktvorderseite.

In den Supermarktregalen versuchen vor allem sogenannte „Clean-Labels“ auf Produkten den Käufer zu überzeugen. Hinweise wie „Ohne Geschmacksverstärker“ oder „Frei von Konservierungsmitteln“ sollen die Skepsis der Verbraucher gegenüber Zusatzstoffen zerstreuen. Der Blick auf die Zutatenliste aber zeigt, dass diese Aussagen oft nur Teilwahrheiten sind. Produkten, die keine Konservierungsstoffe im rechtlichen Sinne enthalten, sind häufig konservierende Zutaten wie Essig, Zitronensäure oder Citrate zugesetzt. Lebensmittel „ohne Zusatz von Glutamat“ enthalten oft geschmacksverstärkenden Hefeextrakt, Speisewürze oder Gewürzauszüge. Gleichfalls bedeutet der Verzicht von künstlichen Aromen nicht, dass das Aroma hier ausschließlich von den auf der Verpackungsvorderseite abgebildeten Zutaten herrührt. Der Einsatz von natürlichen Aromastoffen aus Schimmelpilzen und Zedernholz oder von naturidentisch im Labor hergestellten Varianten ist weiterhin erlaubt.

Bei den Herstellern beliebt sind zudem Zusätze, die das Produkt gesundheitlich aufwerten. Der Käufer weiß schließlich um die positiven Effekte von Omega-3-Fettsäuren, Vitaminen und probiotischen Kulturen. Warum diese also nicht reichlich zusetzen? Nur wenige Verbraucher wissen, dass die gesunden Fettsäuren im Brot ihre Wirkung verlieren, der Konsum von mit Vitaminen und Mineralstoffen angereicherten Produkten zu bedenklichen Überdosierungen führen kann und Naturjoghurts ebenso probiotisch wirken, wie die oft überzuckerten Joghurt drinks. Was die werbewirksamen Hinweise auf Lebensmittelverpackungen bedeuten sowie weitere Beispiele zeigt die neue Beratungskarte „Produktkennzeichnungs-(Miss-)Verständnisse“, die ab sofort im Mediashop unter www.fet-ev.eu [1] erhältlich ist.

Redaktion: Dipl.troph. Christine Langer

Kontakt:

Fachgesellschaft für Ernährungstherapie und Prävention (FET) e.V.



Kapuzinergraben 18-22, 52062 Aachen

Tel.: 0241 - 160 35 683

Fax: 0241 - 160 35 684

presse@fet-ev.eu [2]

<http://www.fet-ev.eu> [1]

<http://www.facebook.com/bewusste.ernaehrung> [3]

- [Gesundheit und Vorsorge](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 02:21): <http://medkom24.eu/node/16578>

Links:

[1] <http://www.fet-ev.eu>

[2] <mailto:presse@fet-ev.eu>

[3] <http://www.facebook.com/bewusste.ernaehrung>