

VERBRAUCHERSCHUTZ

Von der Ethik der Etiketten

Seit einem Jahr können sich die Konsumenten online über Lebensmitteltäuschungen beschweren. Die Industrie ist verärgert – aber auch lernfähig.

Wer gern schwarze Oliven isst, sollte nichts gegen Eisengluconat oder Eisenlactat haben. Denn wer die südländische Frucht im Glas oder in der Dose kauft, bekommt E 579 und E 585 oft gleich mitserviert: Wenn unreife – also grüne – Oliven mit diesen Zusatzstoffen eingelegt werden, färben sie sich durch Oxidationsprozesse schwarz.

Das ist nicht verboten, denn es gilt als nicht gesundheitsgefährdend und ist vor allem für die Hersteller billig. Konsumenten aber halten wenig davon. Wer das Kleingedruckte auf den Etiketten liest und gar versteht, fühlt sich oft genug veralbert. „Der Fall mit den Oliven war auch mir neu“, sagt Hartmut König von der Verbraucherzentrale Hessen.

Gemeinsam mit Kollegen anderer Landesverbände betreut er das Internetportal lebensmittelklarheit.de, auf dem sich Verbraucher seit nunmehr einem Jahr über Produkte beschweren können, von denen sie sich getäuscht fühlen. Gleich von mehreren kam der Hinweis auf die Oliven, aber auch auf viele andere Lebensmittel. So ärgerten sich Kunden über Gelee-Bananen, die keinerlei Banane enthielten,

über frische Zwiebelmettwurst ohne Zwiebeln und über Schafskäse in griechisch anmutender Verpackung, der gar nicht aus Griechenland kam.

Es sind die immer gleichen Mechanismen, die für Empörung sorgen: dass auf den Verpackungen Zutaten gezeigt werden, die im Produkt kaum oder gar nicht vorkommen. Dass Regionalität oder bestimmte Tierhaltungsformen vorgetäuscht werden oder dass sich Zusatzstoffe in den Lebensmitteln finden, obwohl sie „ohne Geschmacksverstärker“ oder „ohne Konservierungsstoffe“ beworben werden.

Natürlich gibt es auch die kleinlichen Kunden, die sich schon beschweren, wenn in einer Packung anteilig weniger Schokokekse zu finden sind als abgebildet. „Im Einzelfall mögen die Beanstandungen vielleicht unspektakulär wirken“, sagt Verbraucherschützer König. „Aber die Summe zeigt, wie groß das Spektrum an Trickereien ist. Und das ärgert die Verbraucher zunehmend.“

Rund 300 000-mal wird die Seite im Monat besucht, dreimal so oft wie erwartet. Jede Woche kommen 70 bis 100 neue Anfragen. Tatsächlich scheint das Portal einen Nerv getroffen zu haben, das zeigt auch eine Studie der Universität Göttingen: Danach fühlen sich bis zu 70 Prozent aller Verbraucher von der Industrie chronisch getäuscht.

„Die Empörung über die Verpackung von Lebensmitteln ist kein Randphänomen, es regen sich nicht nur die ewigen Nörgler darüber auf“, sagt Anke Zühlendorf, Autorin der Studie. „Irreführende Aufmachung nehmen alle Verbraucher als Ärgernis wahr, unabhängig von Alter, Bildung und Geschlecht.“

Was Zühlendorf und ihre Kollegen daraus ableiten, dürfte der Lebensmittelbranche nicht gefallen. Denn die Forscher

fordern all das, wogegen die Branche sich bislang wehrt: eine klare Kennzeichnung, die mit „gesundem Menschenverstand“ nachzuvollziehen ist und die „keine falschen Erwartungen“ auslöst. Die Forscher raten den Herstellern außerdem, ihre Verarbeitungsmethoden deutlich zu machen. Wo Formfleisch – also zusammengesetzte Fleischfetzen – drin ist, sollte auch Formfleisch draufstehen.

Nicht zuletzt empfehlen die Wissenschaftler, den Einfluss der Verbraucherseite in der Lebensmittelbuch-Kommission zu stärken, jenem Gremium, das entscheidet, ob beispielsweise in Kalbsleberwurst überhaupt noch Kalbfleisch enthalten sein muss. „Ministerin Ilse Aigner muss die Erfahrungen des Portals in konkrete Politik ummünzen“, sagt auch Foodwatch-Geschäftsführer Thilo Bode und fordert unter anderem realistische Produktabbildungen, verständliche Kennzeichnung und ein Verbot von Gesundheitsversprechen.

Tatsächlich registriert man die Studienergebnisse auch im Haus der Verbraucherministerin mit Genugtuung. Das Ressort fördert die Plattform finanziell und musste dafür massiv Kritik der Lebensmittelindustrie einstecken. Von einem Pranger für einen gesamten Wirtschaftszweig und einem generellen Täuschungsvorwurf gegen Lebensmittel war die Rede.

Dass die Mehrheit der Kunden sich tatsächlich getäuscht sieht und das Portal deshalb für hilfreich hält, ficht die Branche bis heute nicht an: „Wir finden es grundsätzlich falsch, dass mit staatlichen Geldern Produkte attackiert werden, obwohl sie geltenden Vorschriften entsprechen“, sagt Marcus Girnau vom Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde, dem Lobbyverband der Industrie. Auch den freiwilligen Verhaltenskodex, den Aigner plant, will man nicht: Die Branche sei so heterogen, man setzt lieber auf eine „verstärkte individuelle Kommunikation“ zwischen Unternehmen und Verbraucher.

Mit dieser Haltung allerdings hinkt der Verband seinen eigenen Unternehmen hinterher. Die sind längst weiter: 65 Produkte wurden nach Beschwerden über das Portal geändert, längst wird es in der Branche als sportliche Herausforderung begriffen, nicht auf lebensmittelklarheit.de zu landen. „Die Unternehmen haben begriffen, dass sie unter genauer Beobachtung stehen – und sie reagieren“, heißt es dazu aus dem Ministerium.

SUSANNE AMANN

Mehr Schein als Sein Beispiele für umstrittene Lebensmittel-Etikettierungen



Deutscher Käse – griechische Aufmachung
Statt in Salzlake gereiften Schafs- oder Ziegenkäses (Feta) ist im Glas Käse aus Kuhmilch.



Hähnchenbrust aus Formfleisch
Diverses Hähnchenfleisch ist zu zwei großen Stücken „Hähnchenbrust“ zusammengefügt.



Weidemilch von Kühen aus Stallhaltung
Es wird nicht garantiert, dass alle Milchkühe weiden können.

Eine Studie im Auftrag der Verbraucherzentralen untersuchte, inwieweit bei ausgewählten Lebensmittelprodukten die Angaben auf dem Etikett als irreführend wahrgenommen wurden.

Antwort: „Fühle mich getäuscht“/„auf jeden Fall getäuscht“ **72,0 %**

68,4 %

67,9 %

Quelle: Georg-August-Universität Göttingen, Agrifood Consulting, 750 Online-Befragte



Animation:
Wie mit unserem Essen getrickt wird

Für Smartphone-Benutzer: Bildcode scannen, etwa mit der App „Scanlife“. spiegel.de/app292012essen