

Verbraucherorganisation foodwatch warnt vor irreführenden Kennzeichnungen

Wenn Lightprodukte schwer im Magen liegen

Lightprodukte machen rank, schlank und glücklich. Das suggeriert zumindest die Werbung. Mit einer so genannten Ampelkennzeichnung würde jedoch entlarvt, dass einige Lightprodukte es in sich haben: Zwar mag der Gehalt an Fett oder Zucker im Vergleich zu normalen Produkten geringer sein – sie enthalten jedoch noch immer so viel davon, dass eine Ampel auf der Verpackung „Rot“ zeigen würde.

Die Verbraucherorganisation foodwatch hat insgesamt 13 Lightprodukte mit der Ampelkennzeichnung versehen. Das Ergebnis: Bei elf von ihnen (also rund 85 Prozent) steht die Ampel entweder bei Fett, gesättigten Fettsäuren, Zucker oder Salz auf „Rot“. Viele Lightprodukte sind also kein Freifahrtschein fürs

hemungslose Schlemmen. Doch mit ihren verheißungsvollen Versprechen von Fitness und Gesundheit vermitteln die Hersteller genau das und verleiten damit zu falscher Sorglosigkeit. Das Resümee von foodwatch: Fitness und Wellness liegen im Trend – das will die Lebensmittelindustrie in bare Münze umwandeln. Und die Verbraucher greifen gerne zu, wenn Produkte ihnen leichten Genuss und ein gesundes Leben versprechen.

Die Nachfrage nach Gesundheits- und Wellness-Produkten ist allein zwischen 2002 und 2006 um 23 Prozent gewachsen. Doch welche Produkte dürfen überhaupt als „light“ vermarktet werden?

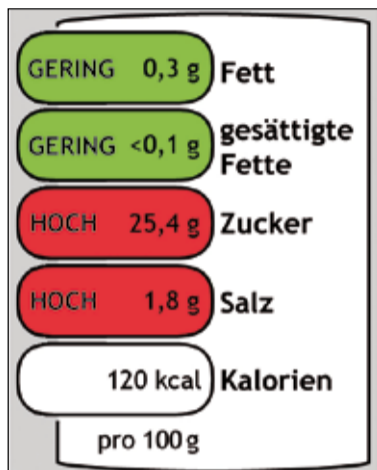
Welche Produkte dürfen „leicht“ heißen?

Produkte, die Bezeichnungen wie „leicht“, „light“ oder Ähnliches tragen, müssen mindestens 30 Prozent weniger Fett beziehungsweise Zucker enthalten als herkömmliche Produkte. Dabei muss erkennbar sein, ob sich die Bezeichnung auf den Fett- oder den Zuckergehalt bezieht. Als „energiereduziert“

dürfen Produkte dann bezeichnet werden, wenn der Brennwert (Kaloriengehalt) um mindestens 30 Prozent vermindert ist. Dabei müssen die Eigenschaften angegeben werden, die zur Senkung des Brennwertes führen. Einige Lightprodukte haben es dennoch in sich.

Wie leicht sind Lightprodukte wirklich?

foodwatch hat 13 „leichte“ Lebensmittel näher untersucht und für sie eine Ampelkennzeichnung erstellt, wie sie etwa in Großbritannien auf vielen Produkten verwendet wird. Das Fazit: Drei der 13 Lightprodukte haben einen hohen Zuckerwert, vier enthalten sehr viel Salz und fünf weisen hohe Gehalte an gesättigten Fettsäuren auf. Vier Light-Lebensmittel enthalten immer noch so viel Fett, dass die Produkte dafür eine rote Ampelfarbe erhalten würden. Die „Streichzarte Teewurst light“ von Aldi beispielsweise bekäme für ihren Gehalt an Fett, gesättigten Fettsäuren und Salz gleich drei rote Ampelpunkte.



Im Stile einer Ampel könnten Lebensmittel gekennzeichnet werden. Rot würde dabei etwa vor einem hohen Fettanteil warnen, Grün einen niedrigen Wert signalisieren.



Fotos (2): foodwatch

Ein „Diät-freies Leben“ würde nach einer Ampel-Kennzeichnung anders aussehen: Ein hoher Zuckergehalt etwa wäre deutlich erkennbar (bisher gibt es diese Kennzeichnung nicht, das Bild ist eine Montage).

Weniger Fett, dafür mehr Salz

Besonders irreführend: Häufig enthalten so genannte „Light“-Produkte besonders viel Salz oder Zucker. Offenbar muss kräftig nachgewürzt werden, weil der Geschmacksträger Fett reduziert wurde. So wurde bei „Thomy légère – leichter als Remoulade“ zwar der Fettgehalt um rund 85 Prozent reduziert, gleichzeitig aber ist der Salzgehalt mit 3,1 Gramm pro 100 Gramm mehr als doppelt so hoch wie bei der „normalen“ Remoulade von Thomy.

dem Hause Kellogg's kommen dagegen mit weniger als der Hälfte aus.

Ampelkennzeichnung würde Orientierung bieten – auch bei Lightprodukten

Eisbleibe eine Süßigkeit, auch wenn es „leichter Genuss“ heißt. Und „leichte“ Chips sind immer noch fettig. Durch die Bezeichnung „leicht“ verleiten diese Lebensmittel aber zu falscher Sorglosigkeit: Der Verbraucher gewinnt den Eindruck, hier endlich einmal

Mitmach-Aktion

Fordern Sie Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner, die EU-Kommission und das EU-Parlament auf, sich für die Einführung einer verpflichtenden Ampelkennzeichnung einzusetzen! Unter www.foodwatch.de können Sie ein entsprechendes Formular ausfüllen.

„Special K“-Flakes von Kellogg's: Zuckerdiät?

Kellogg's wirbt für „Special K“-Flakes mit dem Hinweis „1,5 Prozent Fett“ und empfiehlt „7 Schritte in ein Diät-freies Leben“. Wichtigster Schritt ist natürlich, regelmäßig „Special K“ zu essen. Wer das tut, lebt tatsächlich „Diät-frei“ – denn eine Zuckerdiät kann nicht funktionieren. Mit 17 Gramm Zucker pro 100 Gramm enthalten 100 Gramm „Special K“ rund sechs Stück Würfelzucker. Klassische Cornflakes aus

ohne Einschränkung zulangen zu dürfen. Was wirklich in manchen Lightprodukten steckt, erschließt sich den Verbrauchern bisher – wenn überhaupt – nur nach gründlichem Zahlenstudium. Auch die von der Lebensmittelindustrie propagierte GDA-Kennzeichnung mit Zahlen- und Prozentangaben ist dabei keine Hilfe. Die Ampelkennzeichnung würde dagegen auf einen Blick enthüllen, ob sich hinter dem fettreduzierten Lightprodukt eine Zuckerbombe versteckt. foodwatch

Die Bundesschatzmeisterin

Gehen Sie nicht zu sorglos um mit Ihren privaten Daten!

Jeder Besuch im Internet hinterlässt digitale Spuren. Vielen Nutzern ist nicht bewusst, dass ihr Online-Verhalten nicht nur Rückschlüsse auf persönliche Wünsche oder Interessen zulässt, sondern auch das Erstellen von Nutzer-Profilen ermöglichen kann. Ob bei Anfragen in Suchverzeichnissen, beim Einkauf in Online-Shops oder bei der Teilnahme in sozialen Netzwerken – Nutzerdaten werden nahezu überall gesammelt und können zu einem detaillierten Gesamtprofil zusammengeführt werden.

Gehen Sie deshalb mit Ihren privaten Daten im Internet nicht zu sorglos um! Ein solides Grundwissen über den Umgang mit sensiblen Daten hilft Ihnen, persönliche Daten zu schützen und Datenmissbrauch zu verhindern.

Was kann ich tun, um meine Daten im Internet zu schützen? Die wichtigste Regel: Wenn es nicht unbedingt notwendig ist, geben Sie perso-



Ingeborg Saffe

nenbezogene Daten grundsätzlich nicht an, oder aber erfinden Sie diese frei. Legen Sie sich bei einem kostenlosen Anbieter eine E-Mail-Adresse zu, die keinen Rückschluss auf Ihre Identität zulässt. Verwenden Sie nur diese Adresse, um sich auf Websites zu registrieren, in Gästebüchern zu posten oder an Gesprächsforen teilzunehmen.

Antworten Sie nie auf Spam-E-Mails, auch nicht, um mitzuteilen, dass Sie diese nicht wünschen.

Denn dadurch würden Sie nur bestätigen, dass es sich um eine gültige E-Mail-Adresse handelt, und umso mehr Spam-Mails bekommen. Falls Sie eine eigene Webseite besitzen, überprüfen Sie genau, ob diese persönliche Angaben über Sie enthält, die Sie eigentlich nicht öffentlich bekannt geben wollen, die jedoch über die weltweiten Suchmaschinen einfach aufzufinden sind.

Kaufen Sie beim Online-Shopping nur bei wirklich seriösen Anbietern ein, die personenbezogene Daten nur auf Wunsch der Konsumenten weitergeben. Achten Sie darauf, dass sich der Anbieter auf seiner Website verpflichtet, grundsätzlich keine Daten des Kunden an Dritte weiterzugeben.

Beachten Sie diese Grundregeln, dann können Sie unbeschwert die Vorteile und Erleichterungen des Internets nutzen, ohne sich um einen eventuellen Missbrauch Ihrer persönlichen Daten sorgen zu müssen.

Spezialreiseveranstalter präsentiert neue Angebote

Reisekatalog für behinderte Menschen

In dem Katalog für 2009 präsentiert der Spezialreiseveranstalter Runa Reisen Urlaubsangebote für Menschen mit Behinderungen und Pflegebedürftige. Neben zahlreichen erdgebundenen Reisezielen in Europa wurde vor allen Dingen das Angebot an Flugreisen nach Mallorca, in die Türkei und nach Tunesien stark ausgebaut. Mittlerweile sind weit über 100 Destinationen in neun Ländern buchbar.

Im Januar wurden zudem zwei weitere Kataloge mit den Themen-



gebieten „Städtereisen“ und „Aktivreisen“ veröffentlicht.

Runa Reisen bietet zahlreiche integrative Reisen für „Reisende mit Behinderung“ und „Gäste im besten Alter“ an. Schwerpunkt der Übernachtungsangebote bilden Unterkünfte ab der Drei-Sterne-Kategorie aufwärts.

Weitere Informationen: Runa Reisen GmbH, Carl-Benz-Str. 12, Nils Wend, Tel.: 05204 / 88 83 16, mobil: 0171 / 44 28 311, oder online unter www.runa-reisen.de.

Anzeige

Treppenlift



Gratis-Prospekt unter:

0800 - 40 50 60 8

Anruf gebührenfrei

- Beratung, Montage und Service direkt vom Hersteller
- Einbau sauber und schnell
- Leise im Betrieb
- Einfach zuverlässig und sicher



www.tk-treppenlift.de

ThyssenKrupp