

Etikettenschwindel der Lebensmittelkonzerne?

08.11.2007, 09:12 | Gesundheit & Medizin

Pressemitteilung von: *Fachgesellschaft für Ernährungstherapie und Prävention (FET) e. V.*



„Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso“?

Foodwatch präsentiert die dreistesten Lügen und Versprechungen der Lebensmittelindustrie auf der neuen Homepage abgespeist.de.

“Gesunde Vitamine zum naschen” mit Nimm2 oder Kinderriegel für die „Extra-Portionen Milch“, jeder kennt die reißerischen Schlagworte und Werbeslogans der Lebensmittelkonzerne. Während Fachleute schnell die Wertigkeit eines Produktes anhand der Zutatenliste bestimmen können, bleibt oftmals für den normalen Verbraucher nur der Glaube an die werbewirksamen Versprechungen. Doch was steckt dahinter: Gesundheitsbewusstes Denken der Lebensmittelindustrie oder eine Strategie zur Absatzsteigerung?

Dieser Herausforderung hat sich Foodwatch angenommen und möchte mit der “abgespeist”-Kampagne auf Verbrauchertäuschung und Defizite in der Kennzeichnung sowie deren Konsequenzen aufmerksam machen. Die gemeinnützige Organisation setzt sich für saubere, gesunde sowie ungiftige Lebensmittel ein und fordert mehr Transparenz für den Verbraucher.

Ein unglaubliches Beispiel aus der Rubrik „abgespeist“ ist der Kinderriegel: Laut der Werbelyrik sorgt die Süßigkeit für eine gute Versorgung mit Milch. Doch um den Calciumbedarf der Kinder zu decken, müssten diese täglich 13 Riegel verzehren. Dies entspricht laut Foodwatch, einem halben Paket Butter und 48 Stück Würfelzucker. Ebenso werben die Hersteller von Haribo mit Gesundheitsversprechungen. Die Sorte „Saftbären“ enthält gemäss der Werbung „...die Vitamine C, E, B6 sowie Niacin, Pantothen, Folsäure und Biotin (Vitamin H)“ und ist „für alle, denen die Gesundheit über alles geht“. Die Zuckermenge von 77 Gramm pro 100 Gramm Naschwerk fallen hier leider unter den Tisch.

Neben Kampagnen von Verbänden ist die Politik gefordert verbesserte Kennzeichnungsregelungen und Transparenz für den Verbraucher zu schaffen. Zu diesem Zweck entwickelt das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz derzeit einen Leitfaden für erweiterte Nährwertinformationen auf Lebensmitteletiketten. Bleibt nur zu hoffen, dass dieser inhaltlich auf die Interessen des Konsumenten zugeschnitten ist. 2.135 Zeichen

Redaktion: Anja Baustian

Portrait

Die Fachgesellschaft für Ernährungstherapie und Prävention (FET) e.V. ist ein gemeinnütziger Verein, der die Ernährungssituation in Deutschland im Hinblick auf die Ernährungstherapie und Prävention ernährungsmitbedingter Erkrankungen analysiert und bestrebt ist, diese mit geeigneten Methoden fächerübergreifend zu verbessern.

News-ID: 169650 • Views: 3212 (Stand: 31.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/169650/Etikettenschwindel-der-Lebensmittelkonzerne.html>