

## STORYBOARD

### Episode 4

#### Lebensmittelklarheit

#### “Klar Tisch! Der Podcast von Lebensmittelklarheit.de”

**Hinweis:** Der Storyboard-Text kann an einigen Stellen vom gesprochenen Wort im Podcast

- Episode 4 Inhalt:** Zucker/ Zuckeralternativen/ Süße Claims
- Episode Titel final:** Natürliche Süße oder doch nur Zucker? Süße Versprechen und Zucker-Marketingtricks im Check
- Host:** Nicole Schöppler, Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Verbraucherzentrale Bundesverband, Projekt Lebensmittelklarheit
- Expertinnen:** Carolin Krieger, Referentin für Ernährungspolitik beim  
Verbraucherzentrale Bundesverband  
Stephanie Wetzel, Koordinatorin des Projekts Lebensmittelklarheit

#### Position 1: Intro

*Start Auftakt Opener mit Musik Verpackung & Audio Logo*

#### Position 1 a: Anmoderation

Herzlich willkommen zu **Klar Tisch!** – dem Podcast von **Lebensmittelklarheit.de**.  
In diesem Podcast geht's um potenziell irreführende Angaben auf Lebensmittelverpackungen, um die Marketingtricks der Lebensmittelwirtschaft und auch darum, wie eine klare und verständliche Kennzeichnung auf Lebensmitteln aussehen sollte. Mein Name ist Nicole Schöppler und ich gehöre zum Team von Lebensmittelklarheit.

#### Position 1 b: Teaser Anmoderation Inhalte der Episode

In dieser Folge wollen wir uns einem Thema widmen, das bei manchen die Augen strahlen lässt und bei dem andere sofort in den Kampfmodus schalten: Die Rede ist von Zucker – tja und der ist ja bekanntlich nicht nur süß, sondern gilt auch als Krank- und Dickmacher. Sicherlich ein Grund, warum immer mehr Hersteller damit werben, dass ihre Produkte

„weniger süß“ sind oder nur „natürliche Süße“ enthalten bzw. „Süße nur aus Früchten“. Aber was bedeutet das alles überhaupt? Sind diese Zucker-Alternativen wirklich besser? Und was steckt hinter diesen ganzen Süße-Versprechen?

Um diese Fragen zu klären, habe ich mir heute hier im Podcast gleich zwei Expertinnen ins Studio eingeladen. Und zwar zum einen: Carolin Krieger, Referentin für Ernährungspolitik beim Verbraucherzentrale Bundesverband – herzlich willkommen, liebe Carolin!

■ Hallo Nicole, ich freue mich heute dabei zu sein.

■ Und zum anderen Stephanie Wetzels, die Koordinatorin des Projekts Lebensmittelklarheit. Schön, dass auch Du dabei bist, Stephanie!

■ Hallo Nicole, hallo Carolin!

■: In den kommenden Minuten klären wir zusammen:

- Hinter welchen Namen versteckt sich Zucker?
- Sind Zucker-Alternativen wie Apfelsüße oder Agavendicksaft wirklich gesünder?
- Und: in unserer Rubrik „Alles klar!“ wollen wir die Frage klären, wie viel Zucker eigentlich in Tütensuppe, Fertigpizza und Weißkrautsalat steckt.

*Opener mit Musik Verpackung & Audio Logo - Ausklang bis zu Pos. 2*

## **Position 2: Themenblock 1**

■: Zucker ist ein Thema, das viele umtreibt. Wer viel Zucker isst, der kann Karies bekommen, der kann übergewichtig werden und läuft damit auch Gefahr, zum Beispiel an Diabetes Typ 2 zu erkranken. Nun essen wir ja gerade in der Weihnachts- und Winterzeit alle wahrscheinlich einiges mehr an Zucker als sonst im Jahr. Aber: Allein wenn ich mir mein persönliches Umfeld anschau, gibt's da wirklich einige, die ihren Zuckerkonsum reduzieren wollen. Die kaufen dann bewusst Produkte mit weniger Zucker oder auch Produkte, die mit Zucker-Alternativen gesüßt sind. Und man sieht auch in den Regalen immer mehr solcher Lebensmittel. Ist das denn nur ein neuer Trend, den die Lebensmittelwirtschaft für sich entdeckt hat, oder ist das Problembewusstsein für Zucker in der Allgemeinbevölkerung tatsächlich gestiegen?

■: Ich würde sagen, die Aktivitäten der Lebensmittelhersteller und das Kaufverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher hängen zusammen. Die Lebensmittelhersteller reagieren natürlich auf das, was Verbraucher wollen und machen deshalb bestimmte

Werbeversprechen. Und andersherum locken eben viele Lebensmittel mit tollen Werbebotschaften, die wir Verbraucher dann auch ausprobieren und kaufen möchten. Aber was ist Verbraucherinnen und Verbrauchern wichtig? Werden sie beispielsweise gefragt, was ihnen beim Essen wichtig ist, dann antworten 89 Prozent: Gesund muss es sein. Wir haben in einer Befragung auch herausgefunden, dass eine deutliche Mehrheit und zwar 74 Prozent der Verbraucher und Verbraucherinnen gesetzliche Maßnahmen, damit meine ich beispielsweise klare und verbindliche Regeln, befürworten, damit Fertiglernsmittel weniger Zucker enthalten. Das zeigt aus unserer Sicht auf jeden Fall, dass die Menschen weniger Zucker wollen. Und, sie wünschen sich auch einen stärkeren Einfluss des Staats auf eine gesunde und ausgewogene Ernährung und stehen auch Maßnahmen aufgeschlossen gegenüber, die dabei helfen können.

**Caro**: Ja, das zeigt auch eine Studie im Auftrag des Projekts Lebensmittelklarheit: Zucker hat Fett als Nährstoff mit dem schlechtesten Image abgelöst. In der Studie wurden Verbraucher und Verbraucherinnen zu zwei Dingen befragt: Zum einen dazu, für wie gesund sie die verschiedenen süßenden Lebensmittel, also Zucker, Honig, Agavendicksaft usw. halten, zum anderen zu ihrer Erwartung an die Zusammensetzung von Produkten, die mit „weniger süß“ oder ähnlichen Hinweisen beworben werden. Die Studie zeigt, dass Verbraucherinnen und Verbraucher Zucker als Lebensmittelzutat kritisch sehen: 86,1 Prozent der Befragten sind der Auffassung, dass Zucker heute zu viel verwendet wird. Nur 11,6 Prozent halten die Diskussion über Zucker für „übertrieben“.

**Nicole**: Okay, das ist deutlich! Über 86 Prozent! Es ist also nicht nur meine persönliche Beobachtung, sondern tatsächlich will eine große Mehrheit in der Bevölkerung weniger Zucker in Lebensmitteln. Und häufig steckt der Zucker ja auch in Produkten, die gar nicht unbedingt süß schmecken, wie z.B. im Ketchup – das ist ja so der Klassiker, der mittlerweile auch bekannt ist. Aber auch in ganz vielen anderen Produkten steckt Zucker und man merkt es häufig gar nicht, dass man Zucker isst. Um dem entgegenzuwirken wäre der logische Schluss, den Zucker irgendwie im Angebot zu reduzieren bzw. in den Produkten zu reglementieren. Dann würden sich alle ja gesünder ernähren, oder?

**Caro**: Also erstmal ja, genau, Zucker in Fertiglernsmitteln und Getränken zu reduzieren ist ein logischer Schluss und das ist auch notwendig. Es reicht allein aber nicht aus, denn es geht bei einer gesunden oder ungesunden Ernährungsweise ja nicht nur um Zucker. Es geht auch um ein Zuviel an Salz oder an bestimmten Fetten oder auch um ein Zuviel an der Energiezufuhr insgesamt. Der Verzehr von Fertiglernsmitteln mit viel Zucker, Salz oder gesättigten Fetten ist nicht der einzige Grund für eine unausgewogene Ernährung, ABER EIN TEIL des Problems. Und eines, an dem die Lebensmittelwirtschaft wirklich etwas ändern kann. In Deutschland hat die Bundesregierung im Jahr 2019 deshalb eine Nationale

Reduktionsstrategie für weniger Zucker, Fett und Salz in Fertiglebensmitteln auf den Weg gebracht. Es geht darum, Zucker, Fett und Salz in Fertigprodukten zu verringern. Die Lebensmittelwirtschaft war – neben vielen anderen auch – in den Prozess eingebunden und hat sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2025 bestimmte Reduktionsziele zu erreichen. Also beispielsweise weniger Zucker in Erfrischungsgetränken oder weniger Salz in der Tiefkühlpizza. Es wird also von der Politik gesehen, dass etwas passieren muss. Das finden wir vom Verbraucherzentrale Bundesverband auch gut, doch die Strategie hat aus unserer Sicht einen Haken: Sie ist freiwillig. Unternehmen und Verbände haben sich zwar verpflichtet daran teilzunehmen und haben sich freiwillig eigene Reduktionsziele gesetzt – die sind nur leider nicht sehr ehrgeizig. Und was passiert, wenn auch diese nicht sehr ehrgeizigen Ziele bis zum Jahr 2025 nicht erreicht werden, ist völlig unklar. Die neue Bundesregierung will jetzt laut Koalitionsvertrag Reduktionsziele für bestimmte Zielgruppen erarbeiten lassen. Was genau das heißt – muss sich zeigen. Bisher gibt es keinerlei konkrete Ankündigungen.

Um aber nochmal auf den Zucker in Lebensmitteln zurück zu kommen: Es ist ja so, dass Verbraucherinnen und Verbraucher den Zucker in Produkten gar nicht so leicht erkennen können. Er versteckt sich nämlich hinter vielen verschiedenen Begriffen. Und nicht nur der reine Haushaltszucker trägt zum Zuckergehalt in Lebensmitteln bei, sondern auch süßende Zutaten wie Fruchtsaft oder Trockenobst sind letztendlich Zucker.

**Nicole:** Ja, das ist ein sehr guter Punkt, den Du da ansprichst! Der Haushaltszucker gilt ja gemeinhin als der „böse“ Zucker. Passend zur Jahreszeit haben wir hier im Studio eine Tüte Lebkuchen auf dem Tisch stehen – und wenn ich da jetzt mal auf die Zutatenliste schaue... dann stehen da... ich würde sagen mindestens zwei Begriffe neben dem eigentlichen „Zucker“, hinter denen sich wahrscheinlich auch Zucker versteckt: Nämlich, ich les mal vor: Glukose-Fruktose-Sirup und Karamellzuckersirup. Das ist doch beides auch „Zucker“, oder?

**Stephanie:** Ja, das stimmt! Wie Carolin schon sagte: Zucker hat viele Namen! Und viele andere Zuckerarten sind mit Haushaltszucker eng verwandt. Sie sind chemisch betrachtet ebenfalls Mono- oder Disaccharide, die schnell ins Blut übertreten. Als „Zucker“ in der Zutatenliste wird allerdings nur der Haushaltszucker (Saccharose) deklariert. Alle anderen Zuckerarten und süßenden Zutaten stehen mit ihrem rechtlich vorgeschriebenen Namen in der Zutatenliste, also z.B. als „Laktose“ oder „Maltose“ oder eben auch als „Glukose-Fruktose-Sirup“, der im Lebkuchen steckt.

Süßende Zutaten lassen sich grob in drei Kategorien einteilen:

- Verschiedene Zuckerarten: Saccharose, Fruchtzucker (Fruktose), Traubenzucker (Dextrose, Glukose), Milchzucker (Laktose), Malzzucker (Maltose), Glukosesirupe (z.B. Glukose-Fruktose-Sirup, Stärkesirup) usw.

- Sonstige süßende Lebensmittel (Zuckeralternativen): Honig, Dicksäfte (z.B. Agaven- oder Birnendicksaft), Traubenfruchtsüße, Fruchtpulver (z.B. Dattelpulver) ...
- Von Natur aus zuckerhaltige/ zuckerreiche Lebensmittel: (Getrocknete) Früchte, Fruchtpürees, Fruchtkonzentrate ...

Bei vielen dieser Bezeichnungen denkt man aber nicht automatisch an Zucker. Zum Beispiel denkt man bei der Zutat „Magermilchpulver“ nicht daran, dass diese auch Zucker enthalten könnte. Alle diese Zutaten tragen aber zum „Zucker“-Gehalt – hier als Oberbegriff gemeint – eines Lebensmittels bei.

**Nicole:** Ja klar, wenn man drüber nachdenkt: im Magermilchpulver steckt natürlich Milchzucker! Da muss ich jetzt gleich nochmal auf die Lebkuchen-Verpackung schauen... Nein, Magermilchpulver ist da nicht drin, aber das hätte ich tatsächlich nicht erkannt. Aber auch bei manchen Zucker-Alternativen, die du genannt hast – wie Dattelpulver oder auch Fruchtpürees – da denke ich ja nicht automatisch an Zucker! Und gleichzeitig entsteht der Eindruck, das Produkt sei dadurch irgendwie „natürlicher“, „ausgewogener“ oder „gesünder“. Ja, und es klingt auch einfach besser, als wenn nur Zucker als Zutat dasteht.

Auf Lebensmittelklarheit.de gibt's dazu auch eine Frage einer Verbraucherin: Die hat auf einem Joghurt die Angabe „Rübenzucker“ gefunden und wollte wissen, ob hinter der Bezeichnung „Rübenzucker“ nicht letztendlich nur ganz normaler Haushaltszucker steckt. Denn der wird ja gewöhnlich aus Zuckerrüben gewonnen. Die Verbraucherin schreibt: „Das Wort „Rübenzucker“ klingt irgendwie positiver, als wenn lediglich "Zucker" genannt wäre.“ Und ich muss sagen, mir geht's ganz genauso! Die Lebensmittelklarheit-Redaktion hat das dann geprüft und ihrer Ansicht nach handelt es sich wahrscheinlich wirklich um ganz gewöhnlichen raffinierten Zucker. In dem Fall scheint das Wort „Rübenzucker“ also nur aus Image-Zwecken benutzt worden zu sein. Aber was ist denn mit Produkten, die mit Zuckeralternativen wie z.B. Traubenfruchtsüße oder Agavendicksaft oder Fruchtpulver gesüßt sind? Sind die denn wenigstens gesünder, als wenn da nur klassischer Haushaltszucker drinstecken würde?

**Stephanie:** Leider nein! Aus ernährungsphysiologischer Sicht spielt es kaum eine Rolle, aus welcher Quelle der Zucker stammt. In der Regel bieten Zucker-Alternativen keine wesentlichen gesundheitlichen Vorteile. Sie werden ähnlich wie Zucker vom Körper verarbeitet und liefern in der Regel genauso viele Kalorien. Pflanzliche Dicksäfte, Sirupe und unraffinierte Zuckersorten haben zwar im Gegensatz zum reinen Haushaltszucker geringfügige Anteile an Mineralstoffen und Vitaminen, jedoch nicht so viel, dass es zur Versorgung mit Nährstoffen beiträgt. Das ist ein Problem, weil Verbraucherinnen und Verbraucher dadurch insgesamt sogar mehr „Zucker“ zu sich nehmen, nur ist ihnen das überhaupt nicht bewusst.

**Nicole:** Das heißt also: Zucker ist Zucker – egal wo er herkommt. Es macht praktisch keinen Unterschied, ob ein Produkt mit normalem Haushaltszucker oder einer Zucker-Alternative gesüßt wurde. Dabei versprechen sich ja viele, die sich gesünder ernähren wollen, gerade von Zucker-Alternativen einen echten Mehrwert oder Vorteil...

**Caro:** Natürlich kann ich Zucker durch Zuckeralternativen ersetzen. Aber wie Stephanie schon gesagt hat, bieten die Zucker-Alternativen nicht so viel Mehrwert im Vergleich zum normalen weißen Haushaltszucker. Sie klingen eben schöner, natürlicher oder besser. Und das ist ja auch gewollt, da haben die Lebensmittel gleich einen besonderen Werbeeffekt: Sie erscheinen gesünder. So richtig viel an Zucker gespart habe ich durch die Alternativen aber auch nicht immer. Die beste Alternative für weniger Zucker ist: weniger Zucker verwenden.

**Caro:** Okay, das ist ernüchternd, aber auch ein guter Tipp! Und ich muss sagen, die vielen verschiedenen Möglichkeiten Dinge zu süßen, machen das Ganze gefühlt noch unübersichtlicher. Durch die verschiedenen Namen für Zucker in der Zutatenliste, ist es für Verbraucherinnen und Verbraucher ja total schwierig zu erkennen, wie viel Zucker einem Lebensmittel nun tatsächlich beigemischt wurde, oder?

**Caro:** Das ist richtig: Wie viel Zucker einem Lebensmittel hinzugefügt wurde – und damit meine ich alle Zuckerarten und -varianten – ist faktisch nicht zu erkennen. Also wie viel Zucker jetzt zum Beispiel einem Apfelmus oder einem Joghurt zugesetzt wurde. Weil Apfelmus oder Joghurt enthalten ja schon von Natur aus Zucker: Also im Apfelmus steckt Fruchtzucker aus den Äpfeln oder in dem Joghurt eben Laktose. Was man aber erkennen kann, ist der Gesamtzuckergehalt des Lebensmittels. Denn der steht in der Nährwerttabelle, die auf nahezu allen verpackten Lebensmitteln zu finden ist. Die Tabelle ist nämlich verpflichtend vorgeschrieben. Gesamtzuckergehalt heißt: Es wird der enthaltene Zucker in einer Zahl zusammengefasst. Hier ist also der zugefügte Zucker und der von Natur aus enthaltene Zucker mit gemeint.

*Sound Design Rubrik - low*

### **Position 3: Teaser auf Themenblock 2 (Pos. 5)**

**Nicole:** Wir können also schon einmal festhalten: Zucker bleibt Zucker – egal aus welcher Quelle er stammt! Und um sich nicht von gesund klingenden Süße-Versprechen auf Produkten täuschen zu lassen, schaut man am besten in die Nährwerttabelle, wie viel Zucker wirklich drin ist.

*Teaserfrage:*

Aber wie wirken sich Werbeversprechen wie „Süße nur aus Früchten“ auf Produkten eigentlich auf unser Kaufverhalten aus? Die Antwort darauf gleich.

*Sound Design Rubrik - highlight on*

#### **Position 4: Rubrik „Alles klar“:**

**Nicole:** Erstmal wollen wir uns hier im Lebensmittelklarheit-Podcast unserer Rubrik „Alles klar“ widmen und eine Runde zusammen rätseln. Stephanie, Caro: was habt ihr Schönes mitgebracht?

**[Name]:** Ja, wir haben ja bis jetzt viel über Zucker gesprochen, der sich hinter verschiedenen Namen „versteckt“. Wir würden Dir gern mal drei Lebensmittel bzw. Produkte nennen – und Deine Aufgabe ist es zu schätzen, wie viel Zucker da jeweils drin ist, okay?

**Nicole:** Okay, ich versuch's... soll ich die Zuckermenge in Gramm oder in Zuckerwürfeln schätzen?

**Stephanie:** Du kannst gern die Menge auch in Zuckerwürfeln schätzen: Ein Zuckerwürfel entspricht ja ungefähr 3 Gramm. Also los geht's:

- Das erste Produkt ist eine Tomaten-Fertigsuppe, aus der man 150 ml – also ca. eine Tasse – Suppe machen kann.
- Das zweite ist eine handelsübliche Tiefkühlpizza Margherita mit 360 g Gewicht.
- Und das dritte Produkt ist ein Becher Weißkrautsalat mit 220 g.

**Nicole:** Tomaten-Suppe erinnert mich gleich an Ketchup. Ich schätze mal in so einer Tasse sind bestimmt 3 Stück Würfelzucker drin. Dann die Pizza zum Aufbacken: Ist ja auch ein Fertigprodukt und da versteckt sich ja häufig Zucker. Aber ich denke nicht ganz so viel wie in der Tomatensuppe... vielleicht 2 Zuckerwürfel? Und dann der Weißkrautsalat: Ist da überhaupt Zucker drin, vielleicht ein bisschen zum Abschmecken? Da sag ich mal 1 Zuckerwürfel! Also 3 – 2 – 1 ist meine Antwort... Vermutlich komplett falsch...

**Caro:** Ja, Du liegst doch etwas daneben. Nur bei der Tomaten-Fertigsuppe hast du fast richtig geschätzt. Das Produkt, was wir hier haben, hat nicht ganz 3 Stück Würfelzucker, aber fast: nämlich zweieinhalb Stück auf 150 ml – also knapp eine Tasse. Bei der Pizza Margherita lagst du doch etwas daneben. Da kannst du deine Schätzung von 2 Würfelzucker mindestens verdoppeln. In der Pizza, die wir hier haben, stecken laut der Nährwerttabelle umgerechnet rund viereinhalb Stück Würfelzucker.

Beim Weißkrautsalat muss ich dich leider enttäuschen, da lagst du komplett daneben. Du hast ja 1 Stück Würfelzucker pro 220-Gramm-Becher geschätzt. Tatsächlich haben wir hier einen Krautsalat mit 9 Stück Würfelzucker. Zucker liefert ja nicht nur Geschmack, sondern macht auch haltbar oder stabilisiert/macht auch was für die Konsistenz. Es gibt eine Reihe von pikanten Produkten, in denen gar keine oder nur wenige süßende Zutaten vermutet werden: Wie beispielsweise unser Krautsalat. Da geht es nicht nur dir so, liebe Nicole.

**Nicole:** 9 Stück Würfelzucker! Damit hätte ich nun wirklich nicht gerechnet! Wenn ich mir Eure Produktauswahl jetzt mal als Menü vorstelle, also als Vorspeise die Tomatensuppe, dann als Hauptgericht die Pizza und dazu noch nebenher etwas Krautsalat – dann wären das ja insgesamt über 16 Stück Würfelzucker! Unfassbar!

*Sound Design Rubrik - Stinger*

### **Position 5: Fragen Themenblock 2 (Pos. 5)**

**Nicole:** Fakt ist also: Viele von uns essen zu viel Zucker und die Anbieter machen es uns nicht unbedingt leichter, ihn zu erkennen und zu vermeiden. Viel mehr noch: Verschiedenste Versprechen zur Süße auf Produkten beeinflussen tatsächlich unser Kaufverhalten. Also Werbeaussagen wie „Mit Honig gesüßt“, „Süße nur aus Früchten“, „weniger süß“, „Ohne Zuckerzusatz“ und so weiter und so fort – die machen was mit uns. Solche Versprechen zur Süße werden auch „Süße-Claims“ genannt – und wie die wirken, hat das Projekt Lebensmittelklarheit in einer Studie untersucht. Was genau habt ihr da gemacht, Stephanie?

**Stephanie:** Lebensmittelklarheit wollte wissen, was Verbraucherinnen und Verbraucher über Produkte denken, die solche Hinweise tragen. Denken sie z. B., dass sie gesünder sind? Und die Ergebnisse der Studie waren durchaus überraschend: Bei dem Hinweis „zuckerfrei“ denkt zum Beispiel knapp ein Viertel der Verbraucher, dass das Produkt wenig Kalorien hat. Das muss aber gar nicht der Fall sein. Das Produkt kann ja aufgrund eines hohen Fettgehalts sehr kalorienreich sein. Das heißt, Verbraucher generalisieren solche Hinweise. Sie beziehen sie nicht nur auf die Bedeutung im engeren Sinne „zuckerfrei“. Sondern sie nehmen dann auch an, das Produkt ist kalorienärmer, gesünder usw. als ein Vergleichsprodukt ohne diesen Hinweis. Man nennt das den Health-Halo-Effekt, also den „Gesundheits-Heiligenschein“, der durch Werbehinweise hervorgerufen wird. Besonders tückisch ist auch der Hinweis „weniger süß“. 27 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher denken, dass das Produkt weniger Kalorien hat, 19 Prozent halten es für gesünder. Außerdem haben wir uns angeschaut, wie sich bestimmte Werbeaussagen auf die Kaufbereitschaft auswirken. Und da hat die Studie gezeigt, dass Hinweise wie „Süße nur aus Früchten“ die Kaufbereitschaft stark erhöhen, in diesem Fall sagen 70 Prozent der



Befragten, dass sie Produkte mit diesem Hinweis „Süße nur aus Früchten“ eher kaufen würden als Produkte ohne diesen Hinweis. Aus den Antworten der Verbraucherinnen und Verbraucher geht hervor, dass Süße-Hinweise, die auf Natürlichkeit abstellen wie „Mit Honig gesüßt“ oder „ohne künstliche Süßstoffe“ besonders stark zum Kauf animieren.

**Nicole:** Spannend... Ich könnte mir vorstellen, dass das auch viele Produkte betrifft, die sich speziell an Kinder richten. Und durch diesen Gesundheit-Heiligenschein dann auf die Eltern weniger ungesund wirken sollen. Caro, du beschäftigst dich in deiner Arbeit doch viel mit Werbung, die sich an Kinder richtet. Gab es denn auch Erkenntnisse in der Studie zu Kinderprodukten?

**Caro:** Ja, die Studie des Projekts Lebensmittelklarheit hat ähnliche Ergebnisse auch für Produkte mit Kinderaufmachung bzw. für Lebensmittel mit Kinderoptik herausgefunden. Darunter verstehen wir Lebensmittel, die auf ihren Verpackungen beispielsweise Comic-Charaktere wie Prinzessinnen oder Tiere haben. Wenn auf solchen Lebensmitteln mit Kinderoptik mit einer Aussage wie beispielsweise „mit Apfelsüße“ geworben wurde, dann haben die Befragten die Nährwertigenschaften deutlich besser eingeschätzt, als sie in Wirklichkeit waren. Beispielsweise halten mehr als die Hälfte (51,2 Prozent) der Befragten eine Kinder-Tomatensauce mit der Werbung „Mit Apfelsüße“ für gesund. Und wenn es keine solche Werbung gibt – also ohne so eine ausdrückliche Kennzeichnung vorne drauf – halten nur knapp 40 Prozent (39,9 Prozent) die Kinder-Tomatensauce für gesund. Da haben wir also eine Steigerung von über 10 Prozent in der positiven Einschätzung des Produkts – und zwar nur durch diese Werbebotschaft „Mit Apfelsüße“ auf der Packung! Kinderprodukte werden durch „Natürliche Süße“-Werbeaussagen deutlich aufgewertet und das, ohne dass die Produkte irgendwie gesünder sein müssen.

**Nicole:** Man sieht also: Das Marketing – gerade für Kinderprodukte - scheint ziemlich gut zu funktionieren. Und man kann es den Eltern ja auch gar nicht verdenken, dass sie eher zu Produkten mit Aussagen wie "mit Traubenzucker" oder "mit der Süße von Früchten" greifen. Klingt halt einfach gesünder – auch wenn sie's nicht sind.

**Caro:** Ja, absolut! Aber das an Kinder gerichtete Lebensmittelmarketing bzw. die Werbung an Kinder ist ja noch viel umfangreicher und ausgeklügelter. Es gibt jede Menge Produkte mit viel Zucker, Fett oder Salz, die Kinder mit Comicfiguren oder ähnlichem locken. Tagaus, Tagein kommen Kinder und Jugendliche mit Werbung für ungesunde Lebensmittel in Berührung, beispielsweise im Fernsehen oder in den Sozialen Medien. In einer Befragung unter Eltern und Großeltern haben wir - also der Verbraucherzentrale Bundesverband - herausgefunden, dass sich überwältigend Viele, nämlich 93 Prozent, wünschen, dass Lebensmittel, die für Kinder beworben werden, bestimmte Anteile an Zucker, Fett oder Salz

nicht überschreiten. Immerhin: Die Bundesregierung erarbeitet gerade einen Gesetzentwurf zu diesem Thema – das ist tatsächlich ein Meilenstein, dass das passiert. Jetzt kommt es natürlich darauf an, was konkret vorgeschrieben werden wird. Wir haben gemeinsam mit Gesundheitsverbänden einen Vorschlag erarbeitet, der auch von Elternverbänden, Krankenkassen, Kinderrechtsorganisationen und Ernährungsorganisationen unterstützt wird. Wir drängen alle gemeinsam darauf, dass die Regelung ehrgeizig und umfassend wird. Eines unserer gemeinsamen Ziele ist zum Beispiel, dass es zwischen 6 und 23 Uhr im Fernsehen und bei Streamingdiensten keine Werbung mehr für unausgewogene Lebensmittel bzw. ungesunde Lebensmittel gibt. Damit meinen wir Lebensmittel, die viel Zucker, Fett oder Salz enthalten. Ein weiteres Ziel ist es, dass Influencer auch nur noch Werbung für bestimmte, ausgewogene Lebensmittel machen dürfen. Auch Außenwerbung, also beispielsweise Plakatwerbung, muss geregelt werden. Daher ist es ebenfalls wichtig, dass in einem Umkreis von 100 Metern rund um Schulen, Kitas und Spielplätze nicht mehr für Ungesundes geworben wird.

**Nicole:** Ja, das klingt alles ziemlich logisch und sinnvoll. Und wahrscheinlich müsste sich auch etwas bei den Süße-Werbebotschaften auf Lebensmitteln ändern. Denn wie ihr geschildert habt, erzeugen Slogans, wie „Süße nur aus Früchten“ oder „weniger süß“ ja bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern eine falsche Erwartungshaltung. Gibt es denn irgendwelche gesetzlichen Regelungen dazu? Also: Wann darf ein Produkt denn als „weniger süß“, „zuckerarm“ usw. betitelt werden?

**Stephanie:** Es kommt darauf an, von welchen Botschaften oder Aussagen wir sprechen. Nicht gesetzlich geregelt ist beispielsweise die Werbung mit „weniger süß“. Bei der Botschaft "weniger süß" handelt es sich lediglich um eine Geschmacksangabe, sie bedeutet aber nicht, dass zwingend weniger Zucker enthalten ist. Auch nicht gesetzlich geregelt sind Aussagen wie: "mit Traubenzucker", "mit der Süße von Früchten", „mit (natürlicher) Fruchtsüße“, „Zuckerauszug aus Trauben“ usw.

Gesetzlich geregelt sind dagegen nur folgende vier Aussagen in Bezug auf Zucker: nämlich "zuckerarm", "zuckerfrei", "zuckerreduziert" und "ohne Zuckerzusatz". Diese Werbeaussagen dürfen nur unter bestimmten Bedingungen verwendet werden.

- **"Zuckerarm"** heißt z. B., dass im Produkt maximal 5 g Zucker je 100 g beziehungsweise 2,5 g je 100 ml Getränk erlaubt sind.
- **"Zuckerfrei"**: Bei der Angabe "zuckerfrei" muss das Produkt nicht völlig zuckerfrei sein. Ein Restgehalt von maximal 0,5 g Zucker je 100 g oder 100 ml ist gesetzlich erlaubt. Das heißt, ein Liter "zuckerfreie" Limonade kann also bis zu 5 g Zucker enthalten!

- **"Zuckerreduziert"**: Hier muss der Zuckergehalt um mindestens 30 Prozent gegenüber vergleichbaren Lebensmitteln reduziert sein. Der Kaloriengehalt darf nur (kcal) gleich oder niedriger ist als der des Vergleichsprodukts.
- **"Ohne Zuckerzusatz"**: Dem Produkt dürfen weder Einfach- oder Zweifachzucker (also z. B. Haushaltszucker) noch andere Zutaten zum Süßen zugesetzt werden. Enthalten Zutaten von Natur aus Zucker, sollte darauf hingewiesen werden (muss aber nicht). "Ohne Zuckerzusatz" heißt also nicht, dass kein Zucker enthalten ist!


**Nicole**: Ich sehe schon, das ist gar nicht so einfach, da den Überblick zu behalten. Gerade wenn man Werbeslogans wie „weniger süß“ und „zuckerreduziert“ gegenüberstellt. Klingt ganz ähnlich, heißt aber etwas völlig ganz Anderes. Das zeigt: Man sollte solchen Werbeversprechen nicht uneingeschränkt Glauben schenken, sondern lieber einmal mehr genau hinschauen, wie viel Zucker tatsächlich drinsteckt. Was müsste sich denn aus Eurer Sicht ändern in Bezug auf die Kennzeichnung von Zucker in Produkten?

**Caro**: Also, in der Nährwerttabelle auf der Rückseite von verpackten Lebensmitteln kann man den Gesamtzuckergehalt ja nachlesen. Wenn man sich aber nicht gerade wirklich gut auskennt, ist das erstmal nur eine Zahl. Nicht jeder kann damit einschätzen, ob das Lebensmittel im Vergleich zu anderen insgesamt ausgewogener oder weniger ausgewogen ist. Um das Ganze besser einordnen und einschätzen zu können, hilft eine Nährwertkennzeichnung – wie der Nutri-Score. Den kennen vermutlich schon einige. Das ist diese kleine Ampel mit den Buchstaben A-E, die seit einiger Zeit auf manchen Lebensmitteln zu finden ist. Den dürfen Hersteller seit 2020 bei uns nutzen – aber nicht alle tun es. Hier haben wir wieder das Problem mit der Freiwilligkeit. Nur die EU könnte den Nutri-Score verpflichtend machen – und das hat sie bisher nicht. Wir vom Verbraucherzentrale Bundesverband setzen uns deshalb dafür ein, dass sie das tut. Und: Wir haben zwar schon drüber gesprochen, aber auch an dieser Stelle möchte ich noch mal unterstreichen, wie wichtig auch eine umfassende gesetzliche Regelung ist, wenn es um an Kinder gerichtetes Lebensmittelmarketing geht.

**Nicole**: Ja, und da wären wir auch wieder bei der Süße-Werbung, also all diesen „Weniger-Süß“ oder „Nur-Natürliche-Süße“-Versprechen. Da müsste sich ja auch was tun, oder Stephanie?

**Stephanie**: Ja, genau. Wir brauchen dringend strengere Regeln, wann „Süße-Claims“ verwendet werden dürfen. Denn sie werden von Verbraucherinnen und Verbrauchern als Gesundheitsaussage interpretiert. Ein Lebensmittel, das nur natürliche Süße verspricht wie der Claim „ohne Zuckerzusatz. Süße nur aus Früchten“ spiegelt der Mehrheit der Verbraucher vor, dass es insgesamt wenig Zucker enthält. Die Angabe wird als Information

über einen besonders günstigen Nährwert verstanden. Werbeaussagen dieser Art sollten also auch unter die europäische „Health-Claims-Verordnung“ über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben auf Lebensmitteln fallen. Die Europäische Kommission muss dafür sorgen, dass nährwert- und gesundheitsbezogene Werbeaussagen nur noch auf Lebensmitteln verwendet werden dürfen, die insgesamt ausgewogen sind. Welche Lebensmittel ausgewogen genug sind, damit sie solche Werbehinweise tragen, muss ebenfalls festgelegt werden.

: Man sieht also: Es gibt noch eine Menge zu tun, damit Verbraucherinnen und Verbraucher – also ja wir alle – auf einen Blick erkennen können: ist dieses Produkt nun wirklich für eine gesunde und ausgewogene Ernährung geeignet – oder eher nicht. Bisher müssen wir uns diese Informationen leider noch mühevoll zusammensuchen. Aber ich glaube, mit so einigen Mythen und trügerischen Werbeaussagen rund um den Zucker haben wir heute schon mal „Klar Tisch!“ gemacht.

*Start Auftakt Musik Sound Design Verpackung*

### **Position 6: Moderatives Ende**

Und wenn Sie jetzt das nächste Mal mit wachen Augen durch den Supermarkt gehen und vielleicht auf ein Produkt stoßen, von dem Sie sich getäuscht fühlen oder wenn es Angaben auf Lebensmitteln gibt, die Sie verwirrend finden – dann schreiben Sie uns! Gehen Sie auf [Lebensmittelklarheit.de](http://Lebensmittelklarheit.de), stellen Sie Ihre Fragen übers Kontaktformular oder machen Sie eine Produktmeldung! Denn Lebensmittelklarheit.de wirkt! Gemeinsam sorgen wir für mehr Klarheit und Wahrheit!

Und auch in der nächsten Podcast-Folge werden wir wieder spannende Fragen rund um die Lebensmittelkennzeichnung klären. Ich hoffe, Sie sind dann wieder mit dabei!

Jetzt möchte ich mich aber noch bei Euch beiden – Stephanie und Carolin – bedanken... Ich hab heute wirklich eine Menge gelernt! UND der Dank geht natürlich auch an Sie und Euch fürs Zuhören! Wir freuen uns, wenn Euch auch diese Folge unseres Podcasts gefallen hat. Und noch mehr freuen wir uns natürlich, wenn ihr „Klar Tisch! Den Podcast von Lebensmittelklarheit.de“ weiterempfiehlt, abonniert oder gern auch positiv in eurer Podcast-App bewertet. Mehr Infos zum Thema Zucker findet ihr unter [Lebensmittelklarheit.de](http://Lebensmittelklarheit.de)!

### **Position 7: Outro**

*Closer Musik Verpackung & Audio Logo*