

## STORYBOARD

### Episode 1

#### Lebensmittelklarheit

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



<b>Episode 1 Inhalt:</b>	Alibi-Zutaten
<b>Episode Titel final:</b>	Mehr Schein als Sein – wenn Zutaten nur als Alibi auftauchen
<b>Host:</b>	Nicole Schöppler, Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Verbraucherzentrale Bundesverband, Projekt Lebensmittelklarheit
<b>Expertin:</b>	Stephanie Wetzel, Koordinatorin des Projekts Lebensmittelklarheit

#### Position 1: Intro

*Start Auftakt Opener mit Musik Verpackung & Audio Logo*

#### Position 1 a: Anmoderation

Willkommen zu unserem Podcast **Klar Tisch!** Der Podcast von **Lebensmittelklarheit.de** – dem Portal für mehr Durchblick! „Klar Tisch!“ machen – das bedeutet hier bei uns: gemeinsam mit Euch und Ihnen wollen wir die Tricks der Lebensmittelindustrie aufdecken. Wir prüfen Vorschriften und gesetzliche Regelungen, zeigen, wovon sich Verbrauchinnen und Verbraucher in die Irre geleitet fühlen und wir zeigen hier im Podcast: wie müsste eine klare und verständliche Kennzeichnung auf Lebensmitteln eigentlich aussehen. Mein Name ist Nicole Schöppler, ich gehöre zum Team von Lebensmittelklarheit – und ich persönlich habe mich schon ziemlich oft darüber geärgert, wie bei der Aufmachung von Lebensmitteln immer wieder getrickst wird. Und weil es definitiv nicht nur mir so geht, sondern vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern – und vielleicht auch Euch und Ihnen – haben wir diesen Podcast ins Leben gerufen.

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

Der Titel unserer ersten Podcast-Folge ist: „Mehr Schein als Sein“. Viele, viele Zuschriften, Fragen und Beschwerden gehen dazu bei uns ein. Ein echter Dauerbrenner auf Lebensmittelklarheit.de. Es geht um: Alibi-Zutaten! Und dazu begrüße ich heute als unsere Expertin die Koordinatorin des Projekts Lebensmittelklarheit: Stephanie Wetzels. Hallo Stephanie! Schön, dass Du da bist!

■ Hallo Nicole, ja ich freue mich auch!

■: In den kommenden Minuten klären wir zusammen:

- Wie kann es sein, dass so viele Produkte mit Zutaten werben, die am Ende nur minimal enthalten sind? Dürfen die Hersteller so was überhaupt?
- Wie kann ich mich beschweren auf Lebensmittelklarheit.de und was bewirke ich damit?
- Und in unserer Rubrik „Alles klar“ wollen wir die Frage klären, wieviel Suppe die Industrie eigentlich aus einem Suppen-Huhn macht!

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

## **Position 2: Themenblock 1**

■: Stephanie, Du bist schon seit vielen Jahren verantwortlich fürs Portal Lebensmittelklarheit.de und kannst sicher bestätigen, was für ein Riesen-Dauerärgernis Alibi-Zutaten bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern sind. Grob gesagt geht's da ja um Produkte, die in der Regel mit hochwertigen Zutaten werben und diese Zutaten sind dann aber – beim genauen Hinschauen – nur in Mini-Mengen enthalten. Richtig?

■ Ganz genau... Seit wir das Portal Lebensmittelklarheit vor 10 Jahren gestartet haben, ist das eigentlich einer der größten Aufreger – bis zum heutigen Tag hat sich daran nichts geändert. Die Marketingabteilungen der Lebensmittelhersteller, die schießen einfach oft übers Ziel hinaus: Sie bilden tolle Zutaten auf der Schauseite der Verpackung ab und beim Lesen der Zutatenliste wird dann aber klar, dass der Geschmack weniger aus der Zutat stammen kann, die zu 0,xy Prozent enthalten ist, sondern mehr aus dem zusätzlich enthaltenen Aroma. Oder aber die Zutat – und das sind häufig Zutaten, die als besonders hochwertig angesehen werden – dienen eher als „Lockmittel“ zur Bewerbung auf der Produktvorderseite, während der Großteil des Produkts aus sehr viel gewöhnlicheren oder günstigeren Zutaten besteht.

Ja, ich muss sagen, gerade diese Lockmittel-Strategie, die ist mir auch schon oft begegnet. Und genau darüber beschwerten sich auch viele Menschen auf Lebensmittelklarheit.de. Ich hab mal ein paar Produkte rausgesucht, die von Verbraucherinnen und Verbrauchern gemeldet wurden.

Hier zum Beispiel:

- Ein **Pistazien-Eis**: genau so steht es auf der Verpackung und es sieht auch ganz lecker aus: eine schöne weiß-grüne Eiskugel ist abgebildet mit vielen Pistazienstücken obendrauf und dann noch so eine grüne Soße, daneben liegen auch noch mehrere Pistazien. Ich denke also: hier bekomme die volle Packung Pistazie. Und dann – Blick in die Zutatenliste – steht da: **1,3 Prozent Pistazienmark!** Die Verbraucherin, die das gemeldet hat, fühlt sich natürlich über den Tisch gezogen, weil da faktisch entgegen der Darstellung keine einzige Pistazie richtig als ganze Pistazie drin ist, sondern nur Pistazienmark und dass auch nur zu bisschen mehr als 1 Prozent...



- Oder hier: ein »**Beeren-Müsli**«. Auch das sieht lecker aus. Auf der Verpackung sind viele frische Beeren abgebildet: Erdbeeren, Johannisbeeren, Blaubeeren. Blick auf die Rückseite - wieder bittere Enttäuschung! Da steht nämlich, dass **gerade mal 1,5 Prozent Beerenobst** enthalten sind, dafür aber 18 Prozent Rosinen. Was ich daran ganz spannend finde, ist: keine einzige Rosine ist auf der Abbildung zu sehen!



- Und zu guter Letzt – und das schießt jetzt wirklich den Vogel ab: **Waldmeister-Mousse**. Steht groß drauf auf dem Becher, dazu sehe ich schön gemalte Waldmeister-Blätter – und nun rate mal, wie viel Waldmeister da drin ist?!



**Stephanie:** Womöglich gar nichts...?

**[Redacted]:** Ganz genau! Da ist tatsächlich **nur Aroma** drin! Obwohl explizit mit Waldmeister geworben wird! Und man könnte da noch unzählige weitere Beispiele nennen... Da stellt sich mir nur eine Frage: Wie kann das sein, dass so viele Produkte mit Zutaten werben, die am Ende nur minimal enthalten sind?

**[Redacted]:** Ein Pistazieneis, das ganz offensichtlich kaum Pistazien enthält, lockt keine Kunden hinterm Ofen hervor. Naja, ein tolles Produktfoto mit vielen roten Himbeeren im Müsli sticht im Supermarktregal natürlich mehr hervor als eines mit Haferflocken und Rosinen und 2-3 Himbeeren. Das Wort Waldmeister auf der Schauseite regt mehr zum Kauf an als nur der Hinweis auf die Verwendung von Aroma und einen dadurch erzeugten Waldmeistergeschmack.

**[Redacted]:** Ja, klar... Das lässt sich dann besser verkaufen. Aber dürfen die Hersteller das denn überhaupt? Wie ist denn da die Rechtslage?

**[Redacted]:** Die Rechtslage bei der Kennzeichnung ist nicht ganz einfach... Generell gilt: Wenn Zutaten auf einem Lebensmittel abgebildet oder genannt sind, sind sie kaufentscheidend. Und muss der Käufer sich auch darüber informieren können, welche Menge davon im Produkt vorhanden ist. Selbst wenn nur die Bezeichnung darauf schließen lässt, dass eine bestimmte Zutat enthalten ist – z.B. Pilze in der Jägersoße – muss eine Mengenkennzeichnung für diese Zutat erfolgen, so steht es im Gesetz, in der so genannten Lebensmittelinformationsverordnung.

**[Redacted]:** Aber das Problem ist ja, dass ich das gar nicht auf den ersten Blick erkenne. Sagen wir, ich hab im Supermarktregal einen Matcha-Smoothie gefunden. Da steht Matcha drauf, das grüne Matcha-Pulver ist auch auf der Flasche abgebildet. Und obendrein ist das Getränk auch noch grasgrün – alles daran vermittelt mir: Hier ist richtig viel Matcha drin! Und

dann dreh ich die Flasche um und lese in mini-mini-kleiner Schrift: 0,1 Prozent Matcha! So wie ich Dich verstehe, wäre das rechtlich eigentlich sauber? Aber ich fühle mich ja trotzdem getäuscht!

**Yellow**: Die Lebensmittelinformationsverordnung schreibt auch vor, dass Informationen über Lebensmittel nicht in die Irre führen dürfen. Aber wann eine solche Irreführung zutrifft, das ist nicht im Detail geregelt. Für jeden Grenzfall braucht es erstmal einen Kläger – die Lebensmittelüberwachung oder Verbraucherorganisationen zum Beispiel. Und dann entscheiden Gerichte aufgrund der gesamten Verpackung in jedem einzelnen Fall.

**Green**: Aber gibt es da nicht zumindest irgendwelche Mindestwerte? Also Vorschriften wie viel einer Zutat enthalten sein muss, um auf dem Produkt überhaupt damit werben zu dürfen?

**Yellow**: Genau das ist das Problem: Rechtliche vorgeschriebene Mindestgehalte, also wie viel einer beworbenen Zutat mindestens im Produkt vorhanden sein muss, fehlen weitestgehend – auch bei Deinem Matcha-Smoothie... Für einige Lebensmittel gibt es Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuchs. Laut den Leitsätzen für Tee und teeähnliche Erzeugnisse ist es zum Beispiel zulässig, Früchte auf aromatisierten Fruchteees abzubilden, auch wenn der Geschmack ausschließlich oder überwiegend von Aromen stammt. Einzige Bedingung: Es muss durch eine deutlich erkennbare Angabe wie „mit ...-Geschmack“ oder „mit ...-Aroma“ auf der Verpackung gemacht werden. Ähnliche Leitsätze gibt es auch für Erfrischungsgetränke. Häufig ist der Hinweis auf ein Aroma im Verhältnis zu Name und Abbildung aber sehr unauffällig.

**Green**: So richtig verbraucherfreundlich wirkt das alles nicht... Überhaupt ist das für Laien – wie auch ich es bin – nur schwer zu durchschauen mit diesen ganzen Ausnahmen und Sonderregelungen. Und es gibt da noch so eine Ausnahmeregelung, die mich persönlich total von den Socken gehauen hat...

**Yellow**: Verbraucher:innen sollten über eine weitere Sonderregelung Bescheid wissen, ohne deren Kenntnis es faktisch unmöglich ist, bestimmte Alibi-Zutaten zu entlarven: Hersteller dürfen nämlich die Mengenangabe gerade dann unterschlagen, wenn sie eine Zutat in „geringer Menge zur Geschmacksgebung“ verwenden. Was dabei unter einer „geringen Menge“ zu verstehen ist, klärt die Verordnung nicht. Im Klartext bedeutet dies häufig: Wer mit einer geschmacksgebenden Zutat nur geizig genug umgeht, muss nicht zugeben, wie wenig davon im Produkt steckt.



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

**Nicole:** Wir halten also fest: Es ist ein beliebtes Marketinginstrument von Lebensmittelherstellern mit Zutaten zu werben, die dann aber nur in untergeordneter Menge, also mit wenigen Prozent oder sogar nur Bruchteilen von einem Prozent enthalten sind. Aber was können wir Verbraucherinnen und Verbraucher dagegen tun? Die Antwort darauf gleich.

*Sound Design Rubrik - highlight on*

### **Position 4: Rubrik "Alles klar" (max. 1:30min)**

**Nicole:** Erstmal wollen wir uns im Lebensmittelklarheit-Podcast unserer Rubrik „Alles klar“ widmen... Und das heißt: Jetzt wird gespielt! Wir wollen zusammen mit Euch und Ihnen ein bisschen raten, rätseln und quizzen. Und nebenbei etwas schlauer werden...  
Stephanie, Du hast ja heute für mich und unsere Hörerinnen und Hörer eine kleine Schätzfrage mitgebracht. Schieß los!

**Stephanie:** Ja, und auch dabei geht's um „Mehr Schein als Sein“. Jeder kennt ja diese Instant-Tütensuppen. Wir stellen uns jetzt mal genauso eine Hühner-Nudelsuppe vor: Auf der Tüte steht, dass genau 1,6 % Hühnerfleisch und Fett enthalten sind. Ergibt 4 Teller Hühnersuppe. Meine Frage ist nun: **Wieviele Teller Suppe machen die Hersteller aus einem Suppen-Huhn?**

**Nicole:** Oh Gott, da muss ich ja jetzt rechnen... Ich glaube, ich schätz lieber... 300 Teller? Oder mehr? 400?

**Stephanie:** Hmm nicht ganz, es sind viel, viel mehr! Gehen wir mal davon aus, dass ein Suppenhuhn zwischen einem und zwei Kilo wiegt, dann macht die Industrie daraus – Achtung: um die 2.000 (!!!) Teller Instant-Hühner-Nudelsuppe!

**Nicole:** Krass! Also mit so viel hätte ich jetzt wirklich nicht gerechnet! Und das zeigt auch ziemlich anschaulich, wie wenig Huhn in einem Teller Instant-Suppe steckt... Und dass sich das Prinzip „Weniger ist mehr!“ für die Lebensmittelindustrie definitiv lohnt.

*Sound Design Rubrik - Stinger*

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

**Nicole:** Nun ist das Portal Lebensmittelklarheit.de ja nicht nur eine Website, auf der man sich über die Kennzeichnung von Lebensmitteln informieren oder sich über Produkte – wie zum Beispiel meinen Matcha-Smoothie – beschweren kann, sondern jede und jeder von uns hat die Möglichkeit, hier ja auch wirklich was zu bewirken und im besten Fall zu verändern, richtig?

**[Gelb]:** Auf jeden Fall! Wenn Sie liebe Hörerinnen und Hörer nun das nächste Mal durch den Supermarkt gehen oder vielleicht ein Lebensmittel aus ihrem Kühlschrank mal genauer betrachten und feststellen: Hier stimmt doch was nicht! Dann können Sie einfach Folgendes machen: Sie gehen auf Lebensmittelklarheit.de und dort finden Sie dann den Button „Produkt melden“. Wichtig ist, dass Sie ein Foto von diesem Produkt gemacht haben. Nur so kann unsere Redaktion das auch wirklich bearbeiten. Ja, und dann kümmern wir uns darum. Das heißt: Wir konfrontieren den Anbieter mit der Beschwerde. Ihr Produkt wird mit der Beschwerde, ggf. einer Stellungnahme des Anbieters und der Verbraucherzentrale online gestellt. Und dadurch wird die Kennzeichnung öffentlich diskutiert. Mit ihrer Beschwerde können Verbraucherinnen und Verbraucher sehr viel bewirken: Ein Drittel der Anbieter ändert die Kennzeichnung anschließend. Und die Beschwerde kann vorbeugend wirken, andere Anbieter können sehen, welche Kennzeichnungen Verbraucherinnen und Verbraucher kritisch sehen oder nicht korrekt verstehen. Einzelfälle werden von Verbraucherzentralen oder ihrem Dachverband, dem vzbv, aufgegriffen und der Anbieter wird abgemahnt, wenn die Verbraucherzentrale schätzt, dass sich das nicht mehr im Bereich dessen bewegt, was rechtlich akzeptabel und in Ordnung ist. Der Hersteller wird dann aufgefordert, die kritisierte Kennzeichnung zu unterlassen. Dadurch werden Präzedenzfälle geschaffen.

**[Grün]:** Und da gibt's ja auch schon einige Erfolge...

**[Gelb]:** Generell gilt: Produkte melden wirkt. Ein Drittel der Anbieter, deren Produkt gemeldet wird, kündigt daraufhin gegenüber Lebensmittelklarheit.de an, seine Produktinformation zu ändern. Weitere ändern, ohne dass Lebensmittelklarheit.de explizit mitzuteilen. Das veränderte Produktetikett entdecken wir dann bei einem Check im Supermarkt.

**[Grün]:** Was müsste sich denn Deiner Meinung nach ganz konkret in Bezug auf die Alibi-Zutaten ändern? Wie würden wir es schaffen, dass sich nicht mehr so viele Verbraucherinnen und Verbraucher davon getäuscht fühlen oder in die Irre geleitet werden?

**Maßnahmen** für eine klare und wahre Zutaten-Kennzeichnung, die das Täuschungsempfinden der Verbraucher:innen verringern würden:

- die Abschaffung der Sonderregelung für Mini-Mengen zur Geschmacksgebung, die nicht mengenmäßig entsprechend ihrem Anteil im Produkt angegeben werden müssen
- werbewirksam dargestellte Zutaten sollten auf der Vorderseite in Prozent genannt werden
- sind Aromen enthalten, die nicht aus der Zutat stammen, nach der sie schmecken, ist zwingend auf der Schauseite der Hinweis „aromatisiert“ oder „mit Aroma“ anzubringen. Die Zutat, die das Aroma ersetzt sollte dann natürlich auch nicht groß auf der Verpackung abgebildet sein, weil das dann wieder keine realistische Abbildung wäre.
- Und mein Appell an die Hersteller wäre: realistische Produktabbildungen oder einfach mehr hochwertige Zutaten verwenden!

*Start Auftakt Musik Sound Design Verpackung*

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

Ja, ich glaube, damit wären viele Probleme aus der Welt geschafft. Das haben wir heute an vielen Stellen unseres Gesprächs gesehen. – Ob die Hersteller auf deinen Appell hören, Stephanie, bleibt abzuwarten ;-). Jedenfalls haben wir heute erstmal mit den Alibi-Zutaten „Klar Tisch“ gemacht. Ich habe auf jeden Fall einiges gelernt und ich glaube, eines ist in unserem Gespräch auch klar geworden: Wir brauchen Sie, um etwas zu verändern! Deshalb hier nochmal unser Aufruf an Sie: Wenn es Angaben auf Lebensmitteln gibt, die Sie verwirrend finden, oder Produkte, von denen Sie sich getäuscht fühlen – schreiben Sie uns! Gehen Sie auf [Lebensmittelklarheit.de](http://Lebensmittelklarheit.de), stellen Sie Ihre Fragen übers Kontaktformular oder machen Sie eine Produktmeldung! Gemeinsam sorgen wir für mehr Klarheit und Wahrheit! Und auch in der nächsten Episode werden wir wieder spannende Fragen rund um die Lebensmittelkennzeichnung klären. Ich hoffe, Sie sind dann wieder mit dabei! Jetzt sag ich aber „Danke!“ – natürlich an Dich Stephanie UND an Sie und Euch fürs Einschalten! Wir freuen uns, wenn Euch die erste Folge unseres Podcasts gefallen hat. Und noch mehr freuen wir uns natürlich, wenn ihr „Klar Tisch! Den Podcast von Lebensmittelklarheit.de“ weiterempfiehlt. Mehr Infos zum Thema Alibi-Zutaten und vielem anderen mehr findet ihr unter [Lebensmittelklarheit.de](http://Lebensmittelklarheit.de)!

### **Position 7: Outro**

*Closer Musik Verpackung & Audio Logo*