



Lebensmittel mit Gesundheitsversprechen – wirklich gesünder ?

Ergebnisse des bundesweiten Marktchecks der Verbraucherzentralen

Armin Valet, Verbraucherzentrale Hamburg

Pressekonferenz: Tricksereien mit Gesundheitsversprechen, 14. Januar 2015

Fakten zum bundesweiten Marktcheck

Zeitraum der Untersuchung: **März – April 2014**

Anzahl der untersuchten Produkte: **46**

Ziele des Marktchecks:

- **Nicht zugelassene Claims auf Produkten aufzuspüren**
- **Health Claims mit unerlaubter Verstärkung zu finden**
- **Health Claims auf „ungesunden“ Lebensmitteln zu identifizieren**
- **Ob zugesetzte Nährstoffe tatsächlich die Ernährungssituation der Verbraucher verbessern können?**

Ergebnisse aus Sicht der Verbraucherzentralen

1. Nicht zugelassen, trotzdem auf dem Etikett:

20 Produkte (43 %) weisen Claims auf, die in der Form so nicht zugelassen sind. Kinderlebensmittel schneiden besonders schlecht ab (75 %).



Kleinkindernährung:

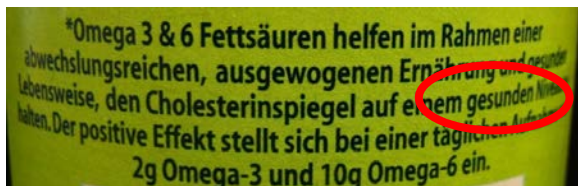
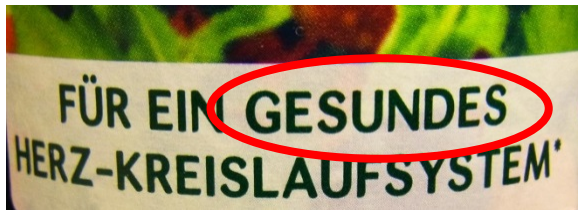
HiPP Kinder Bio-Müeslis lassen sich besonders gut mit HiPP Kindermilch Produkten zubereiten. Sie enthalten die wertvollen Wachstumsbausteine Eisen, Jod, Zink und wichtige Vitamine in den Mengen, wie sie Ihr Kind jetzt benötigt

Zudem sind die HiPP Kindermilch Produkte im Eiweißgehalt deutlich reduziert, wodurch sie einen wichtigen Beitrag zur altersgerechten Ernährung Ihres Kindes leisten.

Ergebnisse aus Sicht der Verbraucherzentralen

2. Vorgeschriebener Wortlaut eigenmächtig geändert:

Auf 22 Produkten (48 %) wurde der Wortlaut der erlaubten Health Claims so verstärkt, dass Verbraucher getäuscht werden können.



Erlaubte Claims:

"EPA und DHA tragen zu einer **normalen** Herzfunktion bei."

"Der Ersatz gesättigter Fettsäuren durch einfach und/oder mehrfach ungesättigte Fettsäuren in der Ernährung trägt zur Aufrechterhaltung eines **normalen** Cholesterinspiegels im Blut bei."

Ergebnisse aus Sicht der Verbraucherzentralen

3. Zucker- und Fettfallen mit Gesundheitsversprechen:

Bei 10 von 33 Produkten (30 %) ist das Nährwertprofil so schlecht, dass keine gesundheitsbezogenen Aussagen möglich sein sollten.



Nährwerte je 100 ml:	
Brennwert	256 kJ (61 kcal)
Fett	0,1 g
davon gesättigte Fettsäuren	<0,05 g
Kohlenhydrate	14,8 g
davon Zucker (fruchteigen)	14,7 g
Ballaststoffe	0,2 g
Eiweiß	0,1 g
Salz	< 0,0125 g



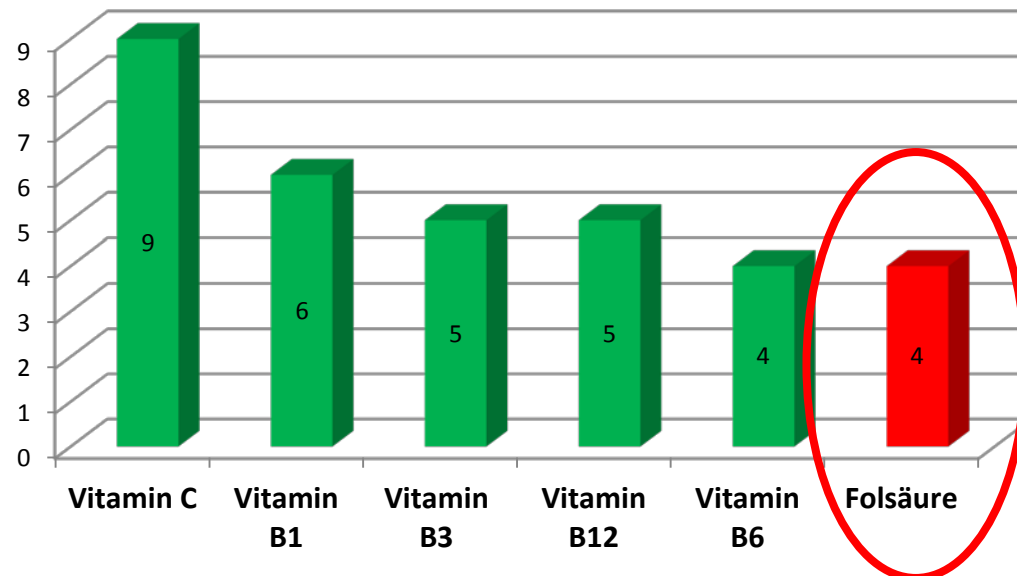
Nährwertangaben durchs	
Brennwert	1134kJ(274kcal)(15%)*
Eiweiß	13g(54%)*
Kohlenhydrate	1,0g(<1%)*
davon Zucker	0,4g(<1%)*
Fett	24g(34%)*
davon ges. Fettsäuren	10g(50%)*
Ballaststoffe	1,0g(7%)*

Ergebnisse aus Sicht der Verbraucherzentralen

4. Kein Vitamin-C-Mangel in Deutschland:

Nährstoffzusatz oft überflüssig. Industrie orientiert sich nicht an den wissenschaftlichen Fakten, sondern am Image des zugesetzten Stoffes.

Beworbener Vitaminzusatz:
Anzahl und Versorgungssituation
grün: ausreichende Versorgung, rot: Versorgung nicht optimal



Ergebnisse aus Sicht der Verbraucherzentralen

5. Trick mit der Portionsgröße:

Werbung trotz geringem Nährstoffgehalt



Calcium 16 mg/2%*/**
Magnesium 7,5 mg/2%*/**

*% der empfohlenen Tagesdosis (RDA).
** diese Menge hilft bei Verzehr von 0,75 L den Mineralienhaushalt eines Freizeitsportlers auszugleichen.

hohes C Naturelle Sport – das gesunde und leckere Sportgetränk mit Magnesium und Calcium gleicht bei sportlichen Aktivitäten den Mineralienhaushalt wieder aus und unterstützt die Muskelfunktion.

Voraussetzung für die Werbung mit Health Claims:

mind. **7,5 %** der tgl. Referenzmenge pro 100ml Getränk

oder 15 % pro Portion (Packung nur 1 Portion)

tgl. Referenzmenge Calcium:

800 mg/Tag (LMIV)

Calciumanteil in Milch:

120 mg/100 ml

Calciumanteil im Produkt:

16 mg/100 ml

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

verbraucherzentrale

Kontakt

Verbraucherzentrale Hamburg e.V.
Kirchenallee 22
20099 Hamburg
info@vzhh.de • www.vzhh.de