

Wie gesund sind Cerealien mit Gesundheitswerbung auf der Verpackung?

Welches Produkt enthält mehr Ballaststoffe: Knusprige Flakes aus Reis und Vollkornweizen oder Cornflakes? Es sind die Cornflakes, obwohl die Bezeichnung des ersten Produktes gesünder klingt. Beide Produkte waren 2010 in Deutschland auf dem Markt.

Viele Frühstückscerealien tragen gesundheitsrelevante Hinweise auf der Verpackung. Doch wie gesund sind diese Produkte tatsächlich? Welche Gesundheitsinformationen befinden sich auf den Verpackungen und welche dieser Angaben erlauben Rückschlüsse auf den Nährwert des Produkts?

Bislang gibt es keine europaweit einheitlichen Anforderungen an den Gesundheitswert von Produkten mit Gesundheitsinformationen. Aussagen wie „reich an Vitamin C“ müssen zwar richtig sein, sie sagen aber nichts über den Gehalt an den übrigen Nährstoffen wie Fett, Zucker oder Salz aus. Abhilfe können Nährwertprofile schaffen. Mit ihnen lassen sich Lebensmittel nach ihrem Gehalt an wertgebenden und wertmindernden Nährstoffen in empfehlenswerte und weniger empfehlenswerte Kategorien einstufen (Scarborough et al. 2007). Verschiedene Länder nutzen solche Nährwertprofile bereits, um Kinderwerbung oder Gesundheitsangaben auf Lebensmitteln zu regulieren. Die Einführung eines Nährwertprofils auf EU-Ebene ist seit mehreren Jahren in der Diskussion, aber noch nicht umgesetzt.

Studiendesign

Drei Wissenschaftlerinnen der Abteilung für Marktforschung der Agrar- und Ernährungswirtschaft der Universität Bonn analysierten die Verpackungen und das Nährwertprofil hochverarbeiteter Frühstückscerealien wie Honigpops, Cornflakes oder Getreidekissen. Mithilfe eines Maximum-Variation-Verfahrens untersuchten sie insgesamt 239 deutsche und norwegische Produkte. Die erste



Norwegische Frühstückscerealien, die den Anforderungen des Keyhole entsprechen. Die Produkte enthalten mindestens 50 Prozent Vollkorn und 6 Gramm Ballaststoffe, aber maximal 13 Gramm raffinierten Zucker und 10 Gramm Fett.

Stichprobe umfasste 128 Frühstückscerealien, die im Jahr 2010 auf dem deutschen Markt verfügbar waren. Eine zweite Erhebung fand 2012 mit 38 Frühstückscerealien aus norwegischen und 73 aus deutschen Supermärkten und Discountern statt.

In der Studie wurde der Gesundheitswert der Frühstückscerealien nach fünf unterschiedlichen Modellen zur Bestimmung von Nährwertprofilen untersucht:

- dem grünen Schlüsseloch (Keyhole), das in mehreren skandinavischen Ländern gesundheitsförderliche Produkte kennzeichnet,
- dem IWG-System, das von einer behördenübergreifenden amerikanischen Arbeitsgruppe (Interagency Working Group) vorgeschlagen wurde, um Werbung für Kinderprodukte zu regulieren,
- dem OFCOM-System, das vom britischen Office of Communication bereits genutzt wird, um weniger gesundheitsförderliche Kinderlebensmittel zu identifizieren, die dann nicht im Fernsehen beworben werden dürfen,
- dem Nährwertprofil der australischen und neuseeländischen Gesundheitsbehörde FSANZ (Food Standards Australia and New Zealand), das festlegt, welche Lebensmittel mit Gesundheitsangaben werben dürfen,
- dem EU-Modell, das die Europäische Kommission im Jahr 2009 vorgeschlagen hat, das aber bis heute nicht in Kraft ist.

Jedes der fünf Modelle nutzt ein anderes Berechnungsverfahren. Das

Keyhole hat in Bezug auf Frühstückscerealien die höchsten Nährstoffanforderungen, das geplante EU-Modell die niedrigsten.

Ergebnisse zum Gesundheitswert der Produkte

Die Verpackungsanalyse zeigte, dass viele der hoch verarbeiteten Frühstückscerealien mit mehreren und unterschiedlichen Gesundheitsinformationen auf ihrer Verpackung werben. Dazu zählten nicht nur Angaben zu einem besonderen Nähr- oder Gesundheitswert der Produkte, sondern auch Hinweise auf Vollkorn oder die Auflistung gesunder Zutaten in der Bezeichnung des Produktes sowie „Frei von ...“-Werbung. Solche Hinweise fanden sich auf 84 Prozent der deutschen Frühstückscerealien aus der 2010er Stichprobe (n=128).

Trotz der vielfältigen gesundheitsrelevanten Informationen erfüllte nur ein kleiner Teil der deutschen Cerealien die Anforderungen der unterschiedlichen Nährwertmodelle. Nur vier Prozent der deutschen Produkte aus dem Jahr 2010 erfüllten die Vorgaben des Keyholes, 2012 waren es sieben Prozent. Den Anforderungen des EU-Modells entsprachen 2010 rund 28 Prozent der Produkte, 2012 waren es 36 Prozent. Kindercerealien schnitten deutlich schlechter ab: Von den 58 Frühstückscerealien, die im Jahr 2010 an Kinder vermarktet wurden, erreichte aufgrund des hohen Zucker- und niedrigen Ballaststoffgehalts keines die Vorgaben des

Keyhole oder des amerikanischen IWG-Modells. Nur eines der Produkte (2 %) dürfte nach den Kriterien des britischen Amts für Kommunikation, OFCOM, im Fernsehen beworben werden. Norwegische Frühstückscerealien hingegen erreichten durchweg bessere Werte: Je nach Berechnungsmodell ließen sich zwischen 36 und 64 Prozent der Produkte als empfehlenswert einstufen (Abb. 1, Abb. 2). Sogar zwei der 13 norwegischen Kinderprodukte trugen das Keyhole.

Ergebnisse zur Erkennbarkeit des Gesundheitswertes

In einer Regressionsanalyse untersuchten die Wissenschaftlerinnen anhand der deutschen 2010er Stichprobe, welche der vielen gesundheitsrelevanten Informationen Rückschlüsse auf ein empfehlenswertes Nährwertprofil zulassen. Die Ergebnisse waren überraschend: Die Angaben auf der Verpackung zu einem besonderen Nähr- und Gesundheitswert waren kein Indikator für den Gesundheitswert. Je nach Berechnungsmodell hatten allerdings Produkte mit „Frei von...“-Angaben, mit Hinweisen auf Vollkorn oder auf Bioprodukte tendenziell ein besseres Nährwertprofil. Bei „Frei von...“-Angaben kann es sich beispielsweise um Hinweise auf den Verzicht auf Gentechnik handeln. Kinderprodukte waren ein negativer Indikator für den Gesundheitswert.

Diskussion

Die Ergebnisse der Fallstudie machen deutlich, dass es auf Verpackungen deutscher Cerealien zwar viele Informationen zu einzelnen gesundheitsrelevanten Nährstoffen oder Zutaten gibt, aber keine einfach erkennbaren Hinweise zum Gesundheitswert des gesamten Produkts. So können Frühstückscerealien ohne gesundheitsrelevante Hinweise durchaus ein besseres Nährwertprofil aufweisen als Produkte mit Gesundheitswerbung. Besonderer Handlungsbedarf besteht bei Kindercerealien. Kaum eins der deutschen Produkte erfüllte die Anforderungen des britischen und amerikanischen Nährwertprofils, das speziell zur Einstufung von Kinder-

lebensmitteln entwickelt wurde. Einer Studie des Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) zufolge gehen aber gut 40 Prozent der deutschen Eltern davon aus, dass solche Produkte für die besonderen Bedürfnisse von Kindern optimiert sind (vzbv 2012). Die Untersuchung der norwegischen Stichprobe zeigt, dass es durchaus möglich ist, Cerealien mit einem günstigeren Nährwertprofil zu vermarkten. Amerikanische Wissenschaftler konnten zeigen, dass Kinder auch weniger süße Cerealien essen, wenn sie zuhause verfügbar sind (Harris et al. 2011).

Fazit

Die Einführung eines rechtlich verpflichtenden Nährwertprofils, das definiert, welche Lebensmittel gesundheitsrelevante Informationen tragen dürfen und welche nicht, würde sicherlich für mehr Klarheit auf den Verpackungen sorgen. Auch Mindestgehalte für den Vollkornanteil von Frühstückscerealien, die „mit Vollkorn“ werben, wären sinnvoll, denn der Vollkorngehalt dieser Produkte schwankte in der deutschen 2010er-Stichprobe zwischen sieben und 100 Prozent. Das EU-Modell für

Nährwertprofile enthält derzeit keine derartigen Vorgaben. Hilfreich wäre auch ein einfaches Zeichen oder Symbol, an dem empfehlenswerte Produkte zweifelsfrei erkennbar wären. Aus Verbraucherstudien ist bekannt, dass sich nur wenige Menschen im Geschäft die Zeit nehmen, um Nährwerttabellen zu studieren (van Herpen, van Trijp 2011). ■

Gesa Maschkowski, Wissenschaftsredakteurin, aid infodienst

Prof. Dr. Monika Hartmann, Abteilung für Marktforschung der Agrar- und Ernährungswirtschaft, Universität Bonn

Quellen:

- Maschkowski G, Hartmann M, Hoffmann J: Health-related on-pack communication and nutritional value of ready-to-eat breakfast cereals evaluated against five nutrient profiling schemes. BMC Public Health 14, 1178 (2014)
- Open Access, <http://www.biomedcentral.com/1471-2458/14/1178>
- Harris JL, Schwartz MB, Ustjanauskas A, Ohri-Vachaspati P, Brownell KD: Effects of serving high-sugar cereals on children's breakfast-eating behavior. Pediatrics 127 (1), 71–766 (2011)
- Scarborough P, Rayner M, Stockley L: Developing nutrient profile models: a systematic approach. Public Health Nutrition 10 (4), 330–336 (2007)
- Verbraucherzentrale Bundesverband: Kinderlebensmittel – bunt, bunter, zu bunt? (2012) http://zap.vzbv.de/7876906f-d4ba-46ef-9eb0-8e192d7851eb/Kinderlebensmittel-Dossier_vzbv_2012.pdf
- van Herpen E, van Trijp HC: Front-of-pack nutrition labels. Their effect on attention and choices when consumers have varying goals and time constraints. Appetite 57 (1), 148–160 (2011)

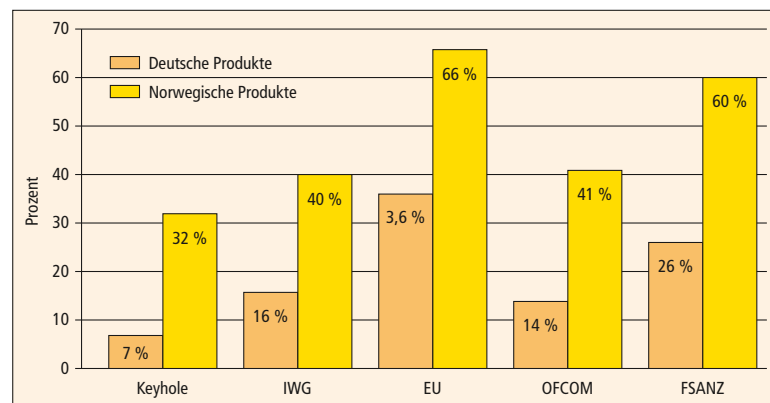


Abbildung 1: Anteil der deutschen (n=73) und norwegischen (n=38) Produkte aus dem Jahr 2012, die den Anforderungen von fünf Nährwertprofilen gerecht werden. Der Unterschied ist statistisch signifikant ($p \leq 0,01$).

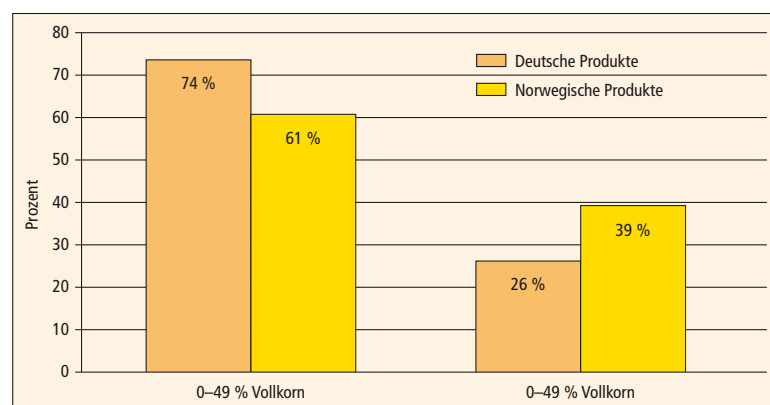


Abbildung 2: Anteil der deutschen (n=73) und norwegischen (n=38) Produkte aus dem Jahr 2012, die unter oder über 50 Prozent Vollkorn enthalten.