

KENNZEICHNUNGEN FÜR „FITTE“ LEBENSMITTEL

FIT ODER FLOP?



„GERADE HOBBYSPORTLER NEIGEN DAZU SICH ZU STARK ZU BELASTEN. ENTSPRECHEND KANN ES LEICHT ZUR UNTERVERSORGUNG MIT WICHTIGEN NÄHRSTOFFEN KOMMEN. SPORTLERNÄHRUNG KANN HIER GEZIELT UNTERSTÜTZEN, UM EINEN ERHÖHTEN BEDARF ZU DECKEN.“

Torsten Liedtke, Fitness First

„Aktiv“, „fit“ oder „Balance“ – immer mehr Produkte im Supermarkt werben mit solchen Versprechen. Doch was taugen die Produkte für Fitnessfreunde?

Text: Christina Stolz

Wer die Supermarktregale durchschaut, möchte glauben, dass man sich einfacher denn je schlank und gesund essen kann. Nimm einfach diesen Toast oder jene Limonade und du bist wahlweise „fit“ oder „aktiv“ oder verspürst „Wellness“. SPORTSFREUND hat nachgeforscht: Nach welchen Regeln darf die Industrie hier vollmundige Versprechen auf die Verpackungen drucken? Und sind die vermeintlichen Superprodukte am Ende womöglich schädlich?

Für Besser-Esser

Bewusste Ernährung ist gut. Gesunde Ernährung ist besser! Zumindest wenn man den Slogans auf den Verpackungen Glauben schenkt. Und tatsächlich muss heutzutage etwas dran sein an der Werbung und ihren Versprechen. Sonst gibt es Ärger mit der EU-Kommission. Nur wenn Produkte wie Müsli, Margarine oder Quark eine festgelegte Menge an Vitaminen oder Mineralstoffen enthalten, darf der Hersteller Slogans aufdrucken wie „Calcium trägt zu einer normalen Muskelfunktion bei“ oder „Eisen und Magnesium helfen bei der Verringerung von Müdigkeit“.

Das gilt auch für Nahrungsergänzungsmittel. Fitnessfans müssen wissen: Hier dürfen die Verbraucher mit der Aussage geködert werden, dass Kreatin „die körperliche Leistung bei Schnellkrafttraining im Rahmen kurzzeitiger intensiver körperlicher Betätigung“ erhöht. Allerdings schreibt die EU-Verordnung auch vor: „Die Angabe darf nur für Lebensmittel verwendet werden, deren Verzehr eine tägliche Aufnahme von 3 Gramm Kreatin gewährleistet. Damit die Angabe zulässig ist, sind die Verbraucher darüber zu unterrichten, dass sich die positive Wirkung bei einer täglichen Aufnahme von 3 g Kreatin einstellt.“

Sogar das Wort „fettarm“ unterliegt einem strengen Reglement. Fettarm heißt, dass das Produkt maximal drei Gramm Fett pro 100 Gramm haben darf. Bei flüssigen Lebensmitteln sogar nur 1,5 Gramm.

Strenge Vorgaben

Zum Schutz der Verbraucher kommen also eine ganze Menge sinnvoller und nachvollziehbarer Regeln aus

Brüssel. Sie gelten gleichermaßen für alle EU-Länder. Doch so streng waren die Vorgaben längst nicht immer. Bis 2006 durfte die Lebensmittelindustrie mit ihrer Werbung relativ arglos ein langes Leben versprechen und Verbraucherschutz fand in jedem Land anders statt, mal strenger, mal gar nicht.

Damit sollte Schluss sein. Also wurde die europäische Lebensmittelsicherheitsbehörde (EFSA) beauftragt, dem Ganzen einen Riegel vorzuschieben und zu prüfen, was zukünftig behauptet werden darf und was nicht. Die Hersteller reichten 44.000 Anträge ein. 2012 war der letzte bearbeitet, und schließlich wurde eine Liste mit 222 erlaubten gesundheitsbezogenen Aussagen veröffentlicht, den sogenannten „Health Claims“.

Seitdem dürfen Unternehmen nur noch damit werben, dass ihre Produkte gut für dies oder jenes sind, wenn die Behauptung auch wirklich wissenschaftlich haltbar ist. Den Nachweis darüber müssen sie selbst erbringen, indem sie Studien vorlegen, die den positiven Effekt glaubhaft und fundiert belegen.

„ALLGEMEINE ANGABEN
WIE ‚STEIGERT DAS
WOHLBEFINDEN‘ FALLEN
NICHT UNTER DIE
ZULASSUNGSPFLICHT.“

PROFI-TIPP

Expertin Julia Zichner über die Light-Lüge

„Light-Produkte alleine machen weder schnell schlank noch schnell muskulös. Zu beiden Zielen gehört weitaus mehr. Vergleichen Sie stets die Nährwertangaben des Originalprodukts mit denen der Light-Variante und Sie werden staunen, wie wenig Kalorien Sie am Ende einsparen. Zudem lassen sich Verbraucher gerne dazu verleiten, eine Portion mehr zu essen, wenn es sich um die Light-Variante handelt. Das führt wiederum dazu, dass am Ende erst recht keine Kalorien eingespart werden – im Gegenteil sogar häufig noch mehr zugeführt werden. Die Scheibendicke von Light-Käse ist in der Regel größer als beispielsweise bei einem würzigen und naturgemäß fetteren Bergkäse.“

Klingt erstmal nach mehr Transparenz und gut für die Verbraucher in der EU. Ist es aber nicht immer. Diplom-Ökotrophologin Julia Zichner weiß: „Allgemeine Angaben wie ‚steigert das Wohlbefinden‘ fallen nicht unter die Zulassungspflicht durch die EFSA. Auf diese Weise lassen sich Lebensmittel dennoch aufwerten, für die ein vielleicht beantragter Health Claim abgelehnt wurde. In anderen Fällen werden bei Ablehnung die Zutaten dahingehend optimiert, dass mit der neuen Rezeptur ein schon zugelassener Claim genutzt werden kann.“


Zuviel des Guten

Ein passendes Beispiel dafür ist des Deutschen liebster Joghurt. Der durfte lange mit seinen probiotischen Bakterien werben, die das Immunsystem stärken. Seitdem das verboten ist, werden die kleinen bunten Becher einfach solange mit Nährstoffen angereichert, bis die Verpackung wieder mit dem immunstarken Effekt werben darf. Denn dann ist die Aussage nicht falsch, aber am Ende doch irreführend. Und unter Umständen sogar gefährlich.

Denn wer dauerhaft zu angereicherten Produkten greift, riskiert damit womöglich eine Überversorgung. Ein Beispiel dafür sind Vitamine, erklärt die Ernährungsexpertin: „Gerade Vitamine werden im Zuge ihrer Lagerung abgebaut. Damit zum Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums die Vitaminkonzentrationen noch den Angaben auf der Verpackung entsprechen, wird oftmals höher dosiert, was insbesondere bei frisch abgepackten Lebensmitteln zum Tragen kommt. Daher sollte nur der zugreifen, wer tatsächlich einen Mangel aufweist.“

Slogans für den Umsatz

Und was ist mit Artikeln, die laut Verpackung ‚active‘ und ‚fit‘ sind? Verbraucherschützer beklagen, dass die Hersteller in diesem Bereich immer kreativer werden. Julia Zichner: „Das sind auch alles Begriffe, die einen gewissen positiven Effekt suggerieren. Was keinesfalls bedeutet, dass sie ausgerechnet auf den Produkten zu finden sind, die tatsächlich unsere Gesundheit fördern“, so die Expertin. Wichtiger und richtiger ist: „Beim nächsten Einkauf skeptisch sein, Nährwerttabelle anschauen und die Inhaltsstoffe kritisch prüfen!“

Denn am Ende erhoffen sich die Hersteller von ihren Werbeversprechen keinen fitteren und gesünderen, sondern vor allem einen zahlenden Kunden. Doch der investiert sein Geld im Zweifel besser in eine Mitgliedschaft im Fitnessstudio. 

FOOD-CHECK

WAS IST DRAN UND WAS IST DRIN?

> EIWEISSBROT

Low-Carb wird nach wie vor als eine effektive Diät- und Ernährungsform angepriesen. Entsprechend populär sind die neuen Eiweißbrote – auf den ersten Blick tatsächlich kohlenhydratarm. Durch die Zugabe von Weizen-, Soja- oder Lupineneiweiß, Ölsäuren und Sojaschrot schlägt es bei den Kalorien aber tatsächlich heftiger als herkömmliches Brot zu Buche! Ein normales Vollkornbrot enthält rund 200 Kilokalorien auf 100 Gramm, das Eiweiß-Pendant stattliche 265. Schuld ist der erhöhte Fettgehalt. Und auch geschmacklich hält die laffe, teure Neuschöpfung in der Backwarenabteilung kaum dem Vergleich mit herkömmlichem Brot stand.

„BEIM NÄCHSTEN EINKAUF
SKEPTISCH SEIN UND
INHALTSSTOFFE KRITISCH
PRÜFEN!“



ZUR PERSON

Julia Zichner ist Diplom-Ökotrophologin und Fitness-Expertin. Seit Jahren ist sie erfolgreich in der Betreuung von Einzelpersonen, Firmen und Institutionen unter anderem in den Bereichen Gesundheitsprävention, Ernährungstherapie und Sporternährung tätig.

LINK > www.fooducation.de