

**Bundesweite
Markt-
erhebung:**

**„Ohne Zusatzstoffe“ - Clean Labeling:
Werbeaussagen kritisch beleuchtet**

Eine Gemeinschaftsaktion der Verbraucherzentralen

- Bericht -

September 2010

Konzeption, Durchführung, Bericht:

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen (Federführung)
Verbraucherzentrale Hamburg
Neue Verbraucherzentrale Mecklenburg-Vorpommern
Verbraucherzentrale Sachsen
Verbraucherzentrale Thüringen
Verbraucherzentrale Bundesverband

Die Markterhebung erfolgte durch:

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg
Verbraucherzentrale Bayern
Verbraucherzentrale Bremen
Verbraucherzentrale Hamburg
Neue Verbraucherzentrale Mecklenburg-Vorpommern
Verbraucherzentrale Niedersachsen
Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen
Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz
Verbraucherzentrale Sachsen
Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt
Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein
Verbraucherzentrale Thüringen

Diese Markterhebung wurde mit Projektmitteln des
Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert.

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.
Mintropstr. 27
40215 Düsseldorf
ernaehrung@vz-nrw.de

© Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V., September 2010

„Ohne Zusatzstoffe“ - Clean Labeling: Werbeaussagen kritisch beleuchtet

Zusammenfassung und verbraucherpolitisches Fazit.....	S. 4
1. „ <i>Clean Label</i> “ als Marketinginstrument.....	S. 6
2. Zielsetzung des Marktchecks.....	S. 6
3. Vorgehensweise beim Marktcheck.....	S. 7
4. Auswertung des Marktchecks.....	S. 8
4.1. „<i>Clean Label</i>“ zu Konservierungsstoffen	
4.1.1 Ergebnisse des Marktchecks.....	S. 9
4.1.2 Bewertung des Einsatzes von Ersatzstoffen.....	S. 10
4.1.3 Einordnung anhand der aktuellen Rechtslage.....	S. 11
4.1.4 Mögliche Irreführung und Täuschung.....	S. 11
4.2. „<i>Clean Label</i>“ zu Geschmacksverstärkern	
4.2.1 Ergebnisse des Marktchecks.....	S. 12
4.2.2 Bewertung des Einsatzes von Ersatzstoffen.....	S. 14
4.2.3 Einordnung anhand der aktuellen Rechtslage.....	S. 15
4.2.4 Mögliche Irreführung und Täuschung.....	S. 16
4.3. „<i>Clean Label</i>“ zu Farbstoffen	
4.3.1 Ergebnisse des Marktchecks.....	S. 16
4.3.2 Bewertung des Einsatzes von Ersatzstoffen.....	S. 17
4.3.3 Einordnung anhand der aktuellen Rechtslage.....	S. 18
4.3.4 Mögliche Irreführung und Täuschung.....	S. 19
4.4. „<i>Clean Label</i>“ zu Aromastoffen	
4.4.1 Ergebnisse des Marktchecks.....	S. 20
4.4.2 Bewertung des Einsatzes von Ersatzstoffen.....	S. 21
4.4.3 Einordnung anhand der aktuellen Rechtslage.....	S. 21
4.4.4 Mögliche Irreführung und Täuschung.....	S. 22
5. Forderungen zum Schutz der Verbraucher vor Irreführung und Täuschung.....	S. 23
Anhang	
- Erhebungsbogen	
- Produktliste Abmahnungen	
- Quellenverzeichnis	

Zusammenfassung und verbraucherpolitisches Fazit

Die Untersuchung

Lebensmittel mit „Clean Labeln“ (sauberen Etiketten) werden von den Verbrauchern in der Annahme eingekauft, dass auf bestimmte ausgelobte Zusatzstoffe verzichtet wird, z.B. „ohne Farbstoffe“ oder „ohne künstliche Aromastoffe“. Zusätzliche Hinweise, z.B. „natürlich“, verstärken die Verbrauchererwartung im Hinblick auf zusatzstoffarme Lebensmittel. Die Verbraucher erwarten wahre Aussagen sowie eine höhere Produktqualität als bei vergleichbaren Produkten ohne „Clean Label“.

Die Verbraucherzentralen der Bundesländer haben überprüft, inwieweit die Verbrauchererwartungen erfüllt werden. Im Mai 2010 wurden bundesweit Produkte ausgewählt und eingekauft. Dabei wurden 151 Etiketten aus 12 relevanten Lebensmittelgruppen erfasst, die mit einem „Clean Label“ auf den Verpackungen den Verzicht auf bestimmte Zusatzstoffe sowie Aromen ausloben. Die 272 Auslobungen der „Clean Label“ wurden bewertet und mit den jeweiligen Zutatenlisten der Produkte verglichen.

Die Ergebnisse

Es existiert eine große Vielzahl an unterschiedlichen „Clean Labeln“, sowohl hinsichtlich der graphischen Umsetzung als auch bei der Formulierung der Werbeaussagen. Auf den untersuchten Produkten wurden 59 unterschiedlich formulierte „ohne xy“-Versprechen gefunden.

Die Analyse der Zutatenlisten ergab, dass Anbieter den durch „Clean Label“ ausgelobten Verzicht auf bestimmte Zusatzstoffe bzw. Zutaten, die eine gleiche oder ähnliche technologische Wirkung aufweisen, teilweise durch andere Stoffe ersetzen.

Häufig wurde zusätzlich zum „Clean Label“ durch weitere Aussagen wie z.B. „Natur pur“ eine Ursprünglichkeit impliziert, die durch den Blick auf die Zutatenlisten nicht bestätigt werden konnte.

Manche Anbieter werben bei dem Verzicht auf bestimmte Zusatzstoffe mit dem Zusatz „ohne xy lt. Gesetz“. Diese Aussage ist wertlos, weil vergleichbare Lebensmittel diesen Zusatzstoff laut Gesetz auch nicht enthalten dürfen.

Die Bewertung

„Clean Label“ sind ein Marketinginstrument, eine höhere Produktqualität ist nur selten erkennbar. Produkte mit Auslobung sind nicht unbedingt besser oder enthalten weniger Zusatzstoffe als Lebensmittel ohne entsprechende Hinweise, zumal Hersteller oft mit Selbstverständlichkeiten werben. Sie loben den Verzicht auf bestimmte Stoffe aus, obwohl die betreffenden Substanzen gar nicht verwendet werden dürfen.

Die Label werden dem Verbraucherbedürfnis nach klaren Angaben auf den Verpackungen nicht gerecht. Die Auslobungen der Industrie täuschen häufig darüber hinweg, dass teilweise „deklarationsfreundliche Alternativen“ eingesetzt werden, die eine ähnliche Wirkung haben und nicht als Zusatzstoff gekennzeichnet werden müssen.

- Bei 92% der Produkte, angeblich „ohne Geschmacksverstärker“, werden stattdessen potentiell geschmacksverstärkende Zutaten wie Hefeextrakt eingesetzt – ein Geschmacksverstärker.
- Bei 62% der mit der Bezeichnung „ohne Farbstoffe“ oder „ohne künstliche Farbstoffe“ beworbenen Lebensmittel wird mit anderen Zutaten gefärbt.
- Bei 71% der Produkte, die mit der Aussage „ohne künstliche Aromastoffe“ beworben werden, werden stattdessen andere Aromen zugesetzt.

In Verbindung mit den „sauberen Etiketten“ findet man auch Slogans wie „100% Natur“ oder „natürlich“. Das kommt z.B. bei 80% der Tütensuppen vor. Dadurch wird Ursprünglichkeit vorgegaukelt. In den langen Zutatenlisten sind jedoch hoch verarbeitete Zutaten enthalten, z.B. Aromen oder Antioxidantien.

Forderungen und Schlussfolgerungen

- Die Verbraucher verfügen nicht über ein umfassendes technologisches oder lebensmittelchemisches Detailwissen und die differenzierten Feinheiten bei der Kennzeichnung und bei der Rechtsprechung sind ihnen nicht bekannt.
- Der Trend, weitere Zusatzstoffe durch alternative Zutaten in Lebensmitteln zu ersetzen, wird weiter zunehmen. Der technologische Zweck des Einsatzes dieser Zutaten sollte in der Zutatenliste benannt werden, z.B. färbendes Lebensmittel Spinatpulver.
- Es müssen klare rechtliche Regelungen getroffen werden, die eine eindeutige Verwendung von „sauberen Etiketten“ garantieren, die Transparenz schaffen und den Einkauf tatsächlich erleichtern. Wenn mit der Abwesenheit bestimmter Stoffe, z.B. „ohne Geschmacksverstärker“, „ohne Farbstoffe“ oder „ohne Konservierungsstoffe“ geworben wird, müssen Verbraucher davon ausgehen können, dass keine anderen Stoffe zum Einsatz kommen, die diese oder ähnliche Wirkungen haben.
- Es muss selbstverständlich sein, dass die Zusammensetzung eines Lebensmittels und die Kennzeichnung die gesetzlichen Vorgaben erfüllen. Die Aussage „ohne xy laut Gesetz“ ist ein Zugeständnis an die Anbieter, sorgt bei den Verbrauchern aber eher für Verwirrung als für Klarheit und sollte daher verboten werden.
- Damit keine falschen Erwartungen bei Verbrauchern geweckt werden, sollte der Begriff „natürlich“ gesetzlich definiert werden.

Aus Sicht der Verbraucherzentralen sind die Label in weiten Teilen ein überflüssiges Marketinginstrument. Solange keine Einheitlichkeit und keine klaren gesetzlichen Vorgaben gewährleistet sind, sollten die Anbieter auf dieses Marketingkonzept verzichten. Die Verbraucherzentralen stellten eine Reihe von Rechtsverstößen fest, gegen die sie mit Abmahnungen vorgehen werden.

1. „Clean Label“ als Marketinginstrument

Der Wunsch vieler Verbraucher, beim Essen auf Zusatzstoffe wie Geschmacksverstärker oder Aromen zu verzichten, nimmt zu. Diese Käuferschicht sucht nach natürlichen Lebensmitteln - ohne lange E-Nummern-Listen auf der Verpackung.



Abbildung 1: Beispiel für „Clean Label“



Abbildung 2: Beispiel für „Clean Label“

Die Lebensmittelindustrie hat diesen Trend längst erkannt und bewirbt immer häufiger auf dem Etikett den Verzicht auf bestimmte Stoffe. In Fachkreisen spricht man in diesem Zusammenhang von einem „**Clean Label**“ – einem „**sauberen Etikett**“. Weltweit gibt es knapp 20.000 Lebensmittel, die derartig deklariert werden. In Deutschland sind es mehr als 1.600. Die Anzahl der Produkteinführungen hat sich seit 2005 mehr als verdreifacht, denn Produkte mit der Auslobung „*enthält keine künstlichen Farbstoffe*“ oder „*ohne Zusatz von Geschmacksverstärkern*“ verkaufen sich gut. Doch was steckt wirklich dahinter?

Nicht immer sind die Zutatenlisten dieser Produkte wirklich „sauber“. Es verstecken sich andere Stoffe mit ähnlicher Wirkung in den „E-Nummer-freien“ Zutatenlisten, die nicht entsprechend gekennzeichnet werden müssen. Dazu gehören Hefeextrakte an Stelle von geschmacksverstärkenden Zusatzstoffen oder färbende Lebensmittel statt Farbstoffen mit E-Nummern.

Wo schaffen die Label Klarheit auf den ersten Blick, wo täuschen sie eine besondere Natürlichkeit nur vor? Denn „Clean Label“ sind nicht gesetzlich definiert. Sie werden weder einheitlich gestaltet noch produkt- oder herstellerübergreifend eingesetzt. Jeder Anbieter bedruckt seine Etiketten nach eigenem Marketingkonzept. Trotzdem stehen „Clean Label“ nicht im rechtsfreien Raum. So ist insbesondere das Irreführungsverbot nach § 11 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches zu beachten.

2. Zielsetzung des Marktchecks

Der Marktcheck wurde mit folgender Zielrichtung durchgeführt:

- Erhebung und Protokollierung des aktuellen Vorkommens von „Clean Label“ zu bestimmten Stoffgruppen (ausgewählte Zusatzstoffe und Aromen) in relevanten Produktgruppen

- Bewertung der Formulierungen der „Clean Label“ und Vergleich mit den jeweiligen Zutatenlisten
 - Bewertung des Einsatzes von eventuellen „Ersatzstoffen“ wie Säuerungsmitteln statt Konservierungsmitteln, Hefeextrakten statt Geschmacksverstärkern oder färbenden Lebensmitteln statt Farbstoffen
 - Rechtliche Einordnung anhand der aktuellen Rechtsauffassung
 - Prüfung der erfassten „Clean Label“ im Hinblick auf ein allgemeines Irreführungsverbot entsprechend § 11 LFGB
- Veröffentlichung von verbraucherrelevanten Forderungen zur Verhinderung von Irreführung und Täuschung und zur Verbesserung der Transparenz
- Weiterverfolgung von erfassten Rechtsverstößen mittels Abmahnungen zur Erzielung von Unterlassungserklärungen
- Erstellung einer Verbraucherinformation als kurze übersichtliche Einkaufshilfe zum „Clean Label“

3. Vorgehensweise beim Marktcheck

In der Zeit vom 1. bis 15. Mai 2010 wurden von Mitarbeiterinnen der Verbraucherzentralen aus 12 Bundesländern im Einzelhandel gezielt Lebensmittel mit „Clean Label“-Auslobungen ausgewählt und eingekauft. Insgesamt 151 Lebensmittel aus 12 relevanten Produktgruppen wurden nach einem vorgegebenen Schema (s. Erhebungsbogen im Anhang) erfasst, dokumentiert und fotografiert. Danach erfolgte die Zuordnung zu den Zusatzstoffklassen Konservierungsstoffe, Geschmacksverstärker, Farbstoffe sowie Aromen. Andere Auslobungen, z.B. „ohne Fett“ oder „lactosefrei“, wurden bei der Auswertung nicht berücksichtigt.

Tabelle 1: Untersuchte Lebensmittelgruppen und Anzahl der Produkte

Produktgruppen des Marktchecks	Anzahl der untersuchten Produkte
Erfrischungsgetränke, Fruchtsaftgetränke	20
Milcherzeugnisse (z.B. Joghurt, Quark, Frischkäse, Milchmischgetränke)	18
Trocken-Fertiggerichte (z.B. Tütensuppen)	17
Süßwaren (z.B. Bonbons, Fruchtgummi, Geleefrüchte)	16
Chips und Knabberartikel	15
Feinkostsalate	14
Fertig- und Halbfertiggerichte aus der Kühlung (z.B. vorgegarte Nudeln, Kartoffelgerichte, Nudelgerichte)	13
Wurstwaren	11
TK-Fertiggerichte (ohne Pizzen)	11
Tiefkühlpizzen	10
Kekse, süße Knabbererzeugnisse (z.B. Müsliriegel oder Waffeln)	4
Fischerzeugnisse	2
Gesamt	151

4. Auswertung des Marktchecks

Am häufigsten wurde auf den Verzicht von Konservierungsstoffen hingewiesen. Auf 59% der untersuchten Lebensmittel war ein solcher Hinweis zu finden, dagegen kamen Auslobungen zu fehlenden Aromastoffen nur ungefähr halb so oft (30%) vor.

Tabelle 2: Verteilung der ermittelten "Clean Label" auf die verschiedenen Stoffgruppen

„Clean Label“ zu	Häufigkeit (Mehrfachnennung möglich)	Relative Häufigkeit zur Gesamtzahl (151)
Konservierungsstoffen	89	59%
Geschmacksverstärkern	74	49%
Farbstoffen	63	42%
Aromen	46	30%

Sehr häufig war nicht nur das Fehlen einer, sondern mehrerer Stoffgruppen ausgelobt:

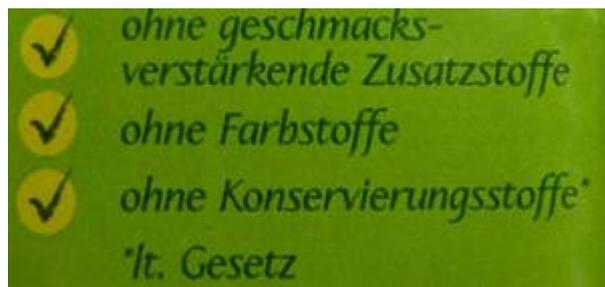


Abbildung 3: Beispiel für "Clean Label" mit mehreren Auslobungen



Abbildung 4: Beispiel für "Clean Label" mit allen vier Stoffgruppen

Insgesamt waren zwar die alleinigen Auslobungen des Verzichts auf Konservierungsstoffe (21%, 31 Nennungen) und geschmacksverstärkende Zusatzstoffe (17%, 25) am häufigsten. Zählt man aber alle Mehrfachnennungen von „Clean Label“ zusammen, so bilden diese mit 55% (83 Produkten) die Mehrheit. So wurden z.B. bei 23% (34) Kombinationen von drei entsprechenden Auslobungen gefunden. Bei zwei Produkten wurden sogar alle vier im Marktcheck untersuchten Stoffgruppen ausgelobt. Sämtliche Kombinationen lassen sich aus nachfolgender Tabelle entnehmen.

Tabelle 3: Häufigkeiten der verschiedenen "Clean Label"-Deklarationen

„Clean Label“				Häufigkeit des Vorkommens der „Clean Label“-Kombinationen	Vorkommen in Prozent
Farbstoffe	Aromastoffe	Konservierungsstoffe	Geschmacksverstärker		
		X		31	20,5%
			X	25	16,6%
X	X	X		14	9,3%
X				12	7,9%
		X	X	12	7,9%

X		X	X	11	7,3%
	X		X	9	6,0%
X		X		8	5,3%
	X	X		7	4,6%
X			X	6	4,0%
X	X		X	5	3,3%
X	X			5	3,3%
	X	X	X	4	2,6%
X	X	X	X	2	1,3%
				151	100%
63	46	89	74	Einzelne „Clean Label“ in Summe	

Bei den Stoffgruppen Farbstoffe, Aromastoffe und Geschmacksverstärker ist von den Anbietern auf den Etiketten noch zusätzlich eine Unterteilung in „künstlich“ und „natürlich“ vorgenommen worden. Vor allem bei den Aromastoffen war dies relevant: ca. 90% der untersuchten Lebensmittel, die ein „Clean Label“ zu Aromastoffen tragen, weisen auf den Verzicht von „künstlichen Aromastoffen“ hin.

4.1. „Clean Label“ zu Konservierungsstoffen

4.1.1 Ergebnisse des Marktchecks

Hinweise auf nicht verwendete Konservierungsstoffe sind auf 59% der dokumentierten Produkte vorhanden. Damit ist diese Auslobung fehlender Konservierungsstoffe am weitesten verbreitet. Am häufigsten wurden Milcherzeugnisse (94%), Erfrischungsgetränke (90%) oder Feinkostsalate (86%) entsprechend beworben. Die Formulierungen der Anbieter waren sehr uneinheitlich. So konnten allein in diesem Segment 16 (!) unterschiedliche Auslobungen (siehe nachfolgende Tabelle) registriert werden. Bei Trocken-Fertiggerichten wie Suppen, Saucen oder Tassengerichten war es auffällig, dass 80% der gelabelten Produkte mit dem zusätzlichen Hinweis „natürlich“, „100% natürlicher Geschmack“ oder „Natur pur“ beworben wurden.

Tabelle 4: "Clean Label"-Formulierungen für den Verzicht auf Konservierungsmittel: 16 unterschiedliche Auslobungen

Auslobung	Formulierungen
Ohne Konservierungsmittel	<ul style="list-style-type: none"> • ohne Konservierungsmittel • nicht konserviert • enthält keine Konservierungsstoffe • Was ist nicht drin? Konservierungsstoffe • ohne Konservierungsstoffe • ohne das Überflüssige: Konservierungsstoffe,... • ohne Konservierungsstoffe lt. Gesetz • ohne Konservierungsstoffe (lt. Gesetzgeber) • ohne Konservierungsstoffe (lt. Lebensmittelrecht) • ohne Konservierungsstoffe (lt. Leitsätzen f. Erfrischungsgetränke)
Ohne Zusatz	<ul style="list-style-type: none"> • ohne Zusatz von Konservierungsstoffen

von Konservierungsmitteln	<ul style="list-style-type: none"> • garantiert ohne Zusatz von Konservierungsstoffen • ohne Zusatz von Konservierungsstoffen (lt. Gesetz) • ohne Zusatz von Konservierungsstoffen (lt. Lebensmittelrecht) • ohne Zugabe von Konservierungsstoffen • ohne zugesetzte Konservierungsstoffe
---------------------------	--

4.1.2 Bewertung des Einsatzes von Ersatzstoffen

Konservierungsstoffe sind laut Gesetz Stoffe, die die Haltbarkeit von Lebensmitteln verlängern, indem sie vor dem mikrobiologischen Verderb und/oder vor dem Wachstum pathogener Mikroorganismen schützen. Trotz der „Clean Label“ im Hinblick auf angeblich nicht vorhandene Konservierungsstoffe sind in den Zutatenlisten der dokumentierten Produkte zahlreiche Bestandteile aufgeführt, die stattdessen teilweise konservierende Eigenschaften aufweisen und ebenfalls vor Verderb schützen können. Dazu gehören alle Antioxidations- und Säuerungsmittel, die in abgekürzter Form als E-Nummern an den 200er und 300er Nummern zu erkennen sind. Sie senken den pH-Wert des Lebensmittels, machen z.B. Feinkostsalate saurer und beschränken damit das unerwünschte Bakterienwachstum. Außerdem schützen sie vor nicht erwünschten Reaktionen mit Sauerstoff, z.B. vor dem Ranzigwerden von Fett oder vor Farbveränderungen. Vielfach werden sie in den Rezepturen mit Zucker oder Süßstoffen kombiniert, so dass der saure Geschmack überdeckt werden kann.

Auch Gewürz- oder Kräuterextrakte können von Natur aus durch den Gehalt an Salicylsäure eine bakterizide und damit konservierende Wirkung haben, wie Curry (2,2g Salicylsäure/kg), scharfer Paprika (2g Salicylsäure/kg) oder Oregano (0,6g Salicylsäure/kg).

Verschiedene Senfsaaten enthalten natürlicherweise pHB-Ester (p-Hydroxybenzoesäureester), als Konservierungsstoffe wären diese kennzeichnungspflichtig. Es war auffällig, dass fast alle gelabelten Feinkostsalate Senfsaaten in der Zutatenliste enthielten, womöglich um die kennzeichnungspflichtigen Konservierungsstoffe zu ersetzen.

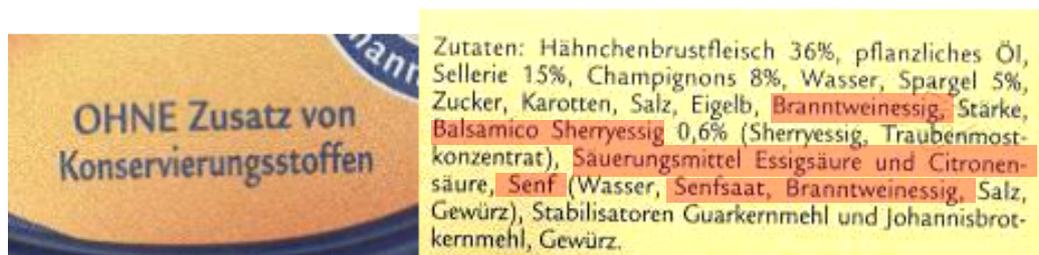


Abbildung 5: Hähnchenbrustsalat, „Clean Label“ und Zutatenliste des Produktes

Anstelle von Antioxidationsmitteln können Fruchtextrakte (z.B. aus Traubenschalen) oder Kräuterextrakte (z.B. Rosmarin, Salbei oder Thymian) sowie ascorbinsäurereiche Saftkonzentrate (z.B. aus Zitrusfrüchten, Sanddorn oder Acerola) Verwendung finden. Daher findet man Fruchtkonzentrate z.B. in Wurstwaren, die man dort eigentlich nicht vermutet.

Tabelle 5: Zutaten mit möglicherweise konservierenden Wirkungen

Auslobung	Stattdessen: Zutaten mit möglicherweise konservierendem Charakter
„Ohne Konservierungsstoffe“ bzw. „Ohne Zusatz/Zugabe von Konservierungsstoffen“	<ul style="list-style-type: none"> • Antioxidationsmittel: z.B. E 300 Ascorbinsäure, E 309 Delta-Tocopherol, E 316 Natriumisoascorbat, E 310 Propylgallat, E 320 Butylhydroxyanisol • Säuerungsmittel: z.B. E 260 Essigsäure, E 262 Natriumacetat, E 270 Milchsäure, E 296 Apfelsäure, E 331 Natriumcitrate, E 330 Citronensäure, E 332 Kaliumcitrate, E 334 Weinsäure oder E 338 Phosphorsäure • Senfsaaten • Gewürze oder Kräuterextrakte • Essig in unterschiedlichen Varianten, z.B. Branntweinessig, Essigsäure, Weinessig, Sherryessig oder Balsamico • Gemüseextrakte (z.B. Sellerie) oder Fruchtextrakte (z.B. Acerola) • E 290 Kohlensäure in Erfrischungsgetränken

4.1.3 Einordnung anhand der aktuellen Rechtslage

Werden Konservierungsstoffe im Sinne der Zusatzstoff-Zulassungsverordnung in Rezepturen verwendet, müssen diese in der Zutatenliste deklariert werden – entweder mit der E-Nummer oder ihrem Namen – und dem übergeordneten Klassennamen, der ihren Einsatz beschreibt. Das gilt auch für Säuerungsmittel und Antioxidationsmittel. Der Übergang im Hinblick auf die Wirkung dieser Stoffe ist allerdings fließend, die Zuordnung nicht immer eindeutig und einige Stoffe haben mehrere Wirkungen. So wirken z.B. E 260 Essigsäure und E 290 Kohlensäure säuernd und zugleich auch konservierend. Daher ist die Abgrenzung schwierig. Die derzeitige gesetzliche Definition, bei der sich die Konservierung nur auf die Begrenzung der schädlichen Auswirkungen von Mikroorganismen bezieht, ermöglicht es, Säuerungsmittel oder Antioxidantien mit zusätzlich konservierender Wirkung unter diesen Klassennamen „zu tarnen“.

Konservierungsstoffe, die unter die Zusatzstoffdefinition fallen, dürfen nur dann zur Herstellung von Lebensmitteln verwendet werden, wenn sie für das jeweilige Lebensmittel laut Zusatzstoff-Zulassungsverordnung ausdrücklich zugelassen sind, z.B. für Feinkostsalate oder Erfrischungsgetränke.

Es gibt Stoffe, die zwar eine konservierende Wirkung haben, aber dennoch - rein rechtlich gesehen - keine Zusatzstoffe sind. So kann z.B. der Zusatz von Essig oder Essigverbindungen, Senfsaaten, Fruchtextrakten, Salz oder Zucker - wenn sie als geschmackliche Komponenten zu den Bestandteilen der Rezeptur gehören - in der Zutatenliste aufgelistet werden ohne einen Hinweis auf die konservierende Wirkung.

4.1.4 Mögliche Irreführung und Täuschung

- Man kann nicht voraussetzen, dass die Verbraucher über das Wissen von Lebensmittelchemikern oder Juristen verfügen und die gesetzlichen Definitionen für Konservierungsstoffe kennen. Sie gehen vom allgemeinen Sprachverständnis aus. Danach sind Konservierungsstoffe alle Stoffe, die zum Zweck eingesetzt werden, Lebensmittel zu konservieren und länger haltbar zu machen.

- Bei Hinweisen auf das Nichtvorhandensein von Konservierungsstoffen erwarten die Verbraucher ursprüngliche Produkte. Insbesondere mit der Verbindung „**natürlich**“ erzeugt das Label „**ohne Konservierungsstoffe**“ bei vielen Verbrauchern die Erwartung, dass es sich um ein naturbelassenes, wenig verarbeitetes Produkt handelt. Konservierende Stoffe oder Rohstoffe, welche durch chemische Synthese hergestellt wurden, werden von den Verbrauchern nicht erwartet. Das ist insbesondere dann irreführend, wenn die Produkte gleichzeitig diverse andere Zusatzstoffe mit haltbarkeitsverlängernder Wirkung, z.B. Antioxidantien, Säuerungsmittel, Säureregulatoren oder pflanzliche Extrakte mit ähnlichen Funktionen, wie z.B. Senfsaaten, enthalten. Die unübersichtliche Vielfalt von Ersatzstoffen ist verwirrend und auch anhand der Zutatenlisten auf den Produkten für Laien nicht nachvollziehbar und viel zu schwer zu durchschauen.
- Eines der ältesten Konservierungsmittel ist neben Rauch und Salz die **Essigsäure**, sie wirkt gleichzeitig konservierend und säuernd. Trotzdem enthalten Produkte mit dem Label „ohne Zusatz von Konservierungsstoffen“ Essigsäure, wodurch die Verbraucher getäuscht werden.
- Wenn ein Produkt, das laut Gesetz gar nicht mit Konservierungsstoffen behandelt werden darf, mit dem Label „ohne Konservierungsstoffe“ ausgelobt wird, unterstellt der Anbieter indirekt, dass vergleichbare Produkte anderer Wettbewerber unter Umständen Konservierungsstoffe enthalten könnten. Eine solche Werbung mit Selbstverständlichkeiten ist unzulässig. Wird aber auf diese Selbstverständlichkeit beispielsweise mit den Worten „laut Gesetz“ oder „laut Lebensmittelrecht“ hingewiesen, so ist dies eine zulässige Auslobung. Aus Sicht der Verbraucherzentralen führen solche Angaben nicht dazu, mehr Klarheit beim Einkauf zu schaffen. Diese überflüssige Formulierung sollte ausnahmslos verboten werden.
- Produkte ohne „Clean Label“ unterscheiden sich häufig nicht von Vergleichsprodukten mit „Clean Label“. Sie sind häufig nicht „sauberer“ als andere Produkte ohne diese Auslobung, wie aus nachfolgender Tabelle ersichtlich ist.

Tabelle 6: Vergleich der Zutatenlisten von Geflügelsalaten mit und ohne „Clean Label“ hinsichtlich konservierender Zutaten (Auszug)

	Geflügelsalat: Zutatenlisten (Auszug)
Anbieter 1 wirbt mit „ Clean Label “: „Ohne Zusatz von Konservierungsstoffen“	Zitronensaft aus Konzentrat, Zucker, Orangensaft aus Konzentrat, Speisesalz, Invertzuckersirup, Branntweinessig, Glukosesirup Säuerungsmittel Citronensäure, Äpfelsäure, L(+)-Weinsäure, Senfsaaten
Anbieter 2 verzichtet auf o.g. Label – Konservierungsstoffe sind trotzdem nicht enthalten.	Zucker, Dextrose, Branntweinessig, Senfsaat, Salz, Säuerungsmittel: Essigsäure, Weinsäure,

4.2. „**Clean Label**“ zu Geschmacksverstärkern

4.2.1 Ergebnisse des Marktchecks

Der Verzicht auf den Einsatz von Geschmacksverstärkern wurde bei den erfassten Produkten von den Herstellern am zweithäufigsten ausgelobt. Auf 74 Produkten (49%) wurden „Clean Label“ mit folgenden Formulierungen gefunden:

**Tabelle 7: "Clean Label"-Formulierungen für den Verzicht auf Geschmacksverstärker:
17 unterschiedliche Auslobungen**

Auslobung	Formulierungen
Ohne Geschmacksverstärker	<ul style="list-style-type: none"> • ohne Geschmacksverstärker • frei von Geschmacksverstärker • ohne Zusatz von Geschmacksverstärkern • ohne Zusatz von Geschmacksverstärkern (lt. Handelsbrauch)
Ohne Zusatzstoff Geschmacksverstärker	<ul style="list-style-type: none"> • ohne den Zusatzstoff Geschmacksverstärker • ohne die Zusatzstoffe Geschmacksverstärker • natürlich, da ohne die Zusatzstoffe Geschmacksverstärker • voller Geschmack ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe • ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe • frei von geschmacksverstärkenden Zusatzstoffen • ohne Zusatz von geschmacksverstärkenden Zusatzstoffen
Ohne Zusatzstoff Mononatriumglutamat	<ul style="list-style-type: none"> • ohne Zusatzstoff Geschmacksverstärker Mononatriumglutamat • ohne Zusatzstoff Mononatriumglutamat • ohne Zusatz von Geschmacksverstärker Mononatriumglutamat
Ohne künstliche Geschmacksverstärker	<ul style="list-style-type: none"> • ohne künstliche Geschmacksverstärker • keine künstlichen Geschmacksverstärker • verzichten garantiert auf künstliche Geschmacksverstärker

4.2.2 Bewertung des Einsatzes von Ersatzstoffen

Geschmacksverstärker sind Stoffe, die den Geschmack und/oder den Geruch eines Lebensmittels verstärken. Dabei gibt es sowohl Geschmacksverstärker, die unter die Zusatzstoff-Definition fallen, als auch Stoffe, die zwar eine geschmacksverstärkende Wirkung haben, aber charakteristische Lebensmittelzutaten sind. Das bekannteste Beispiel für Letzteres ist Hefeextrakt. Da es den Geschmack anderer Lebensmittel verstärkt, kommt Hefeextrakt in der Lebensmittelindustrie insbesondere aufgrund dieser Eigenschaft zum Einsatz.

Hefeextrakt gehört zu den geschmacksverstärkenden Zutaten, da es zwischen 2,1 und 3,3% freies Glutamat enthält. Neben Glutamat wirken auch andere Eiweißbausteine wie Guanylat oder Inosinat als Geschmacksverstärker. Von diesen reichen geringste Mengen aus, da sie bis zu 20mal stärker wirken als Glutamat. Besonders wirkungsvoll sind Synergieeffekte, beispielsweise in der Kombination Hefeextrakt (Glutamat) und Fleischextrakt (Inosinat). Verschiedene Eiweiße können technologisch entsprechend aufbereitet werden, so dass Glutamat, Guanylat oder Inosinat frei vorliegen und ihre geschmacksverstärkenden Eigenschaften im Lebensmittel genutzt werden können.

Geschmacksverstärker finden üblicherweise besonders in herzhaften Produkten Anwendung. Bemerkenswert ist daher, dass gerade in diesen Produktgruppen (Chips und Knabberartikel, Tiefkühlgerichte, Wurstwaren und Pizza) 91% der erfassten Produkte (58 von 64 Produkten) mit dem „Clean Label“ „ohne Geschmacksverstärker“ werben.

Besonders auffällig ist, dass mit 92% fast alle Produkte (68 von 74), auf denen der Verzicht auf Geschmacksverstärker deklariert ist, potentiell geschmacksverstärkende Zutaten wie Hefeextrakt, Sojasoße, verschiedene Eiweiße oder Gewürzextrakte enthalten.



Abbildung 6: Kartoffelsticks, "Clean Label" und Zutatenliste des Produktes

Bei den meisten Produkten, die explizit auf die Abwesenheit des Geschmacksverstärkers Mononatriumglutamat hinweisen, findet sich in den Zutatenlisten (neun von zehn) Hefeextrakt, sechs enthalten zusätzliche Eiweiße.

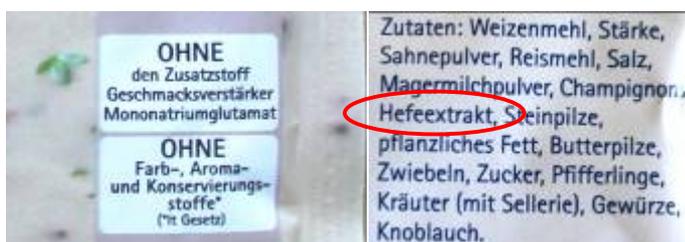


Abbildung 7: Edelpilzcremesuppe, „Clean Label“ und die Zutatenliste des Produktes

Tabelle 8: Zutaten mit möglicherweise geschmacksverstärkender Wirkung

Auslobung	Stattdessen: Zutaten mit möglicherweise geschmacksverstärkender Wirkung
ohne Geschmacksverstärker	Molkenerzeugnis, Maisproteinhydrolysat, Speisewürze (enthält Soja), Würze (Soja), Rindfleischextrakt, Sojasoße, Eiweiß, Gewürzextrakte, Weizenkleber, Hefeextrakt, Süßmolkenpulver, Hefe
ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe ohne Zusatzstoff Mononatriumglutamat ohne Mononatriumglutamat	Hefeextrakt, Sojaproteinhydrolysat, Hefepulver, hydrolysiertes Pflanzenprotein (enthält Soja, Gluten), Würze (aus Milch/ enthält Milch), Würze, Hefe (z.B. in luftgetrocknetem Schinken!), Gewürzextrakt, Würzmischung (z.B. mit Tomatenpulver in Knabbererzeugnis), Vollmilchpulver, pflanzliches Eiweiß biologisch aufgeschlossen (Weizeneiweiß, Salz), Molkenerzeugnis, Milcheiweiß, Aroma (mit Soja) Hefeextrakt, Milcheiweiß, Erbsenpulver, Sprühmagermilchpulver Brokkolipulver
ohne künstliche Geschmacksverstärker	Hefeextrakt, Sojaproteinhydrolysat, Tomatenpulver (z.B. in Kartoffelchips), Käsepulver (z.B. in Kartoffelchips ohne Käsegeschmack), Süßmolkenpulver, Buttermilchpulver, Sojasoße

4.2.3. Einordnung anhand der aktuellen Rechtslage

Werden Geschmacksverstärker als Zusatzstoffe (Salze der Glutaminsäure und der Nukleinsäuren E 620 – E 635) verwendet, so sind diese in der Zutatenliste mit dem Klassennamen und der chemischen Bezeichnung oder der E-Nummer zu deklarieren. Werden Geschmacksverstärker in Form von Hydrolysaten (z.B. Hefeextrakt oder Würzen) zugesetzt, genügt es, den Namen der Zutat in der Zutatenliste zu nennen.

Für die Werbung mit der Angabe „ohne Geschmacksverstärker“ gibt es keine speziellen gesetzlichen Vorgaben. Der Maßstab für die Zulässigkeit der Verwendung dieser Auslobung ist auch hier das Irreführungsverbot des § 11 Abs 1 LFBG.

Rechtlich relativ eindeutig ist die Angabe „Ohne den Zusatzstoff Geschmacksverstärker“ bzw. „ohne den Zusatzstoff Mononatriumglutamat“. Die Angabe der Hersteller „ohne künstlichen Geschmacksverstärker“ lässt vermuten, dass hier ebenfalls die Zusatzstoffe Geschmacksverstärker gemeint sind, obwohl das Gesetz nicht zwischen künstlichen und natürlichen Geschmacksverstärkern unterscheidet. Hier wird relativ deutlich, dass dem Produkt kein Zusatzstoff „Geschmacksverstärker“ im rechtlichen Sinne beigefügt wurde. Andere geschmacksverstärkende Zutaten können jedoch enthalten sein. Aus Verbrauchersicht sind solche Formulierungen schwer zu unterscheiden.

Problematischer zu bewerten ist die Angabe „ohne Geschmacksverstärker“, wenn das Lebensmittel zwar keine geschmacksverstärkenden Zusatzstoffe enthält, aber Zutaten, die geschmacksverstärkende Wirkung haben, wie z.B. Hefeextrakt.

Hefeextrakt ist rein rechtlich kein Zusatzstoff, weil es sich gemäß § 2 Abs. 3 S1 LFBG um eine charakteristische Lebensmittelzutat handelt.

Wird Hefeextrakt zum Zwecke der Geschmacksverstärkung eingesetzt, darf das „Clean Label“ „ohne Geschmacksverstärker“ nicht verwendet werden. Hier sagt die Rechtskommentierung, dass die Verbraucher irreführt würden, da im allgemeinen Sprachverständnis der Verbraucher „Geschmacksverstärker“ sämtliche Stoffe sind, die zur Geschmacksverstärkung eingesetzt werden. Das gilt lt. Kommentierung auch dann, wenn bestimmte geschmacksverstärkende Zutaten zugeführt werden.

Enthält das Produkt z.B. Hefeextrakt ausschließlich wegen des Eigengeschmacks oder aus ernährungsphysiologischen Gründen - die geschmacksverstärkende Wirkung ist nur eine Nebenwirkung - wird in der aktuellen Rechtskommentierung die Angabe „ohne Geschmacksverstärker“ nicht als irreführend und täuschend für den Verbraucher bezeichnet. Eine solche Auslegung ist aus Verbrauchersicht nicht zufriedenstellend.

4.2.4. Mögliche Irreführung und Täuschung

- Beratungsgespräche mit Verbrauchern zeigen, dass sie sich, entgegen der aktuellen Rechtskommentierung, bei der Auslobung „ohne Zusatzstoff Geschmacksverstärker“ und „ohne Geschmacksverstärker“ in jedem Fall irreführt und getäuscht fühlen, wenn geschmacksverstärkende Zutaten eingesetzt werden.
- Die Verbraucher verfügen nicht über ein umfassendes technologisches Detailwissen zum Einsatz von Geschmacksverstärkern und die differenzierten Feinheiten bei der Kennzeichnung und Rechtssprechung sind ihnen nicht bekannt. Wenn geschmacksverstärkende Zutaten, aus welchem technologischen Grund auch immer, eingesetzt werden, sollen aus Sicht der Verbraucherzentralen die „Clean Label“ „ohne Zusatzstoffe Geschmacksverstärker“ und „ohne Geschmacksverstärker“ grundsätzlich nicht verwendet werden.
- Die „Clean Label“ „ohne Zusatzstoffe Geschmacksverstärker“ und „ohne Geschmacksverstärker“ sollten grundsätzlich nicht verwendet werden, wenn geschmacksverstärkende Zutaten verarbeitet werden.
- Produkte ohne „Clean Label“ unterscheiden sich häufig nicht von Vergleichsprodukten mit „Clean Label“. Sie sind häufig nicht „sauberer“ als andere Produkte ohne diese Auslobung, wie aus nachfolgender Tabelle ersichtlich ist.

4.3. „Clean Label“ zu Farbstoffen

4.3.1. Ergebnisse des Marktchecks

Ein „Clean Label“ zu Farbstoffen wurde bei 63 Produkten (42 %) gefunden. Nach den Ergebnissen dieses Marktchecks ist es vor allem in den Produktgruppen Süßwaren und Erfrischungsgetränke von Bedeutung, aber auch bei gekühlten Fertiggerichten und Wurstwaren, weniger bei Milchprodukten.

Tabelle 9: "Clean Label"-Formulierungen für den Verzicht auf künstliche Farbstoffe: 12 unterschiedliche Auslobungen

Auslobung	Formulierungen
Ohne Farbstoffe	<ul style="list-style-type: none"> • keine Farbstoffe • ohne Farbstoffe • ohne Farbstoffe lt. Gesetz • garantiert ohne Farbstoffe • ohne Zusatz von Farbstoffen • Was ist nicht drin? Farbstoffe,...
Ohne künstliche Farbstoffe	<ul style="list-style-type: none"> • ohne künstliche Farbstoffe • ohne künstliche Farbstoffe lt. Gesetz • enthält keine künstlichen Farbstoffe • ohne das Überflüssige: künstliche Farbstoffe
Ohne färbende Zusatzstoffe	<ul style="list-style-type: none"> • ohne Zusatz von färbenden Zusatzstoffen • frei von färbenden Zusatzstoffen

4.3.2 Bewertung des Einsatzes von Ersatzstoffen

Farbstoffe werden in Lebensmitteln ausschließlich zur optischen Aufbereitung eingesetzt. Sie sollen ein Lebensmittel appetitlicher bzw. dekorativer erscheinen lassen.

Reichlich über die Hälfte (62 %) der 63 Produkte (39), die mit einem Verzicht auf die Verwendung von Farbstoffen bzw. künstlichen Farbstoffen ausgelobt wurden, enthalten stattdessen färbende Lebensmittelzutaten bzw. Farbstoffe pflanzlichen oder tierischen Ursprungs gemäß Zusatzstoff-Zulassungsverordnung.



Abbildung 8: Tomatensuppe, Zutatenliste bei Auslobung „ohne Farbstoffe“



Abbildung 9: Süßware, Zutatenliste bei Auslobung „ohne künstliche Farbstoffe“

Lediglich bei 24 (38 %) der so ausgelobten Produkte wurden weder Farbstoffe pflanzlichen oder tierischen Ursprungs noch färbende Lebensmittel eingesetzt.

In 9 von 33 Produkten (27 %) mit den Auslobungen „ohne künstliche Farbstoffe“ wird der Begriff „Farbstoff“ in der Zutatenliste (z.B. für echtes Karmin, Kurkumin, Pflanzenkohle, Karminrot, Paprikaextrakt, Beta-Carotin) verwendet.

Nur 19 der 39 Produkte (49 %), die färbende Lebensmittel bzw. Farbstoffe pflanzlichen oder tierischen Ursprungs enthalten, werden in ihrer Zutatenliste auch dementsprechend deklariert: z. B. „färbende Lebensmittel:...“, „natürlicher Farbstoff:...“ oder färbende Frucht- und Pflanzenkonzentrate. Somit haben 51 % (20 Produkte) keinen Hinweis auf die Verwendung färbender Lebensmittelzutaten enthalten, obwohl solche wohl gezielt eingesetzt wurden.

Tabelle 10: Zutaten mit möglicherweise mit färbender Wirkung

Auslobung	Stattdessen: Zutaten mit möglicherweise färbendem Charakter
Ohne Farbstoffe/ Ohne Farbstoffe laut Gesetz	Kürbis- und Karotten-Konzentrate, Saflor, Zitrone, Rote Betesaftkonzentrat, Aroniabeeren, schwarze Karotte, schwarze Johannisbeere, Curcuma, Gewürzextrakte
Ohne künstliche Farbstoffe/ Ohne künstliche Farbstoffe laut Gesetz	<p>Holunderbeersaftkonzentrat, Curcuma-Extrakt, Färberdistel- und Spirulina-Konzentrat, Rettich, schwarze Karotte, Zitrone, Hibiskus, Rotkohl, Brennnessel, Curcumawurzel, Saflor, eingedickter Kirschsafte, Karamellzuckersirup, Paprika, schw. Johannisbeere, Karotten, Spinat, Apfel, Distel, Rote-Bete-Pulver</p> <p>Farbstoffe: Kurkumin (E100), echtes Karmin (E120) Chlorophylle (E141), E150c, Beta Carotin E160a, Anthocyane (E163), Pflanzenkohle (E153), Paprikaextrakt (E160c),</p>
Frei von färbenden Zusatzstoffen	Gewürzextrakte

4.3.3 Einordnung anhand der aktuellen Rechtslage

Farbstoffe zählen zu den Lebensmittelzusatzstoffen und dürfen nur dann verwendet werden, wenn sie ausdrücklich zugelassen sind. Zum Färben von Lebensmitteln oder zum Erzielen von Farbeffekten bei Lebensmitteln sind daher nur die in Anlage 1 der Zusatzstoff-Zulassungsverordnung aufgeführten Zusatzstoffe für die jeweils dort genannten Lebensmittel zugelassen. In der Zutatenliste ist die Angabe „mit Farbstoff“ gefolgt von der Bezeichnung des Farbstoffes oder der ihm zugeordneten E-Nummer erforderlich.

Im Gesetz gibt es lediglich eine Unterscheidung zwischen „*Farbstoffe, die für Lebensmittel allgemein, ausgenommen bestimmte Lebensmittel, zugelassen sind*“ und „*Farbstoffe, die für bestimmte Lebensmittel zugelassen sind*“.

- **Auslobung „ohne Farbstoffe“ und „ohne künstliche Farbstoffe“**

Bei den im Marktcheck untersuchten Produkten findet eine deutliche Unterscheidung zwischen „ohne Farbstoffe“ und „ohne künstliche Farbstoffe“ statt.

Für die Verwendung der Angaben „ohne Farbstoffe“ oder „ohne künstliche Farbstoffe“ gibt es keine gesetzlichen Vorgaben. Die Grenzen für die Zulässigkeit der Verwendung dieser Begrifflichkeiten werden auch hier von § 11 LFGB gezogen – das Verbot Lebensmittel unter irreführender Bezeichnung, Angabe oder Aufmachung in den Verkehr zu bringen.

Aus Verbrauchersicht sollte die Angabe „ohne Farbstoffe“ auch dann nicht verwendet werden dürfen, wenn in dem Lebensmittel gezielt färbende Lebensmittel eingesetzt werden. Denn der Verbraucher kennt den Unterschied zwischen Farbstoffen im Sinne des Gesetzes und färbenden Lebensmittelzutaten nicht. Für ihn spielt es keine Rolle, ob die Färbung des Lebensmittels durch einen Farbstoff im Sinne des Gesetzes oder durch ein färbendes Lebensmittel erzielt wird. Vielmehr geht er bei einer Auslobung „ohne Farbstoffe“ davon aus, dass dieses Lebensmittel nicht farblich geschönt ist.

Sogar noch häufiger wurde nach den Ergebnissen des Marktchecks die Auslobung „ohne künstliche Farbstoffe“ verwendet. Den Lebensmitteln wurden dennoch im Sinne der Zusatzstoffverordnung Farbstoffe zugesetzt, deren Herkunft aus natür-

lichen Lebensmitteln erfolgen kann. Eine gesetzliche Definition, was künstliche Farbstoffe sind (ähnlich den Regelungen zu den künstlichen Aromen), gibt es nicht. Laut „Der Brockhaus Ernährung“ wird zwischen natürlichen und synthetischen Farbstoffen unterschieden. Dabei sind natürliche Farbstoffe pflanzlichen oder tierischen Ursprungs, beispielsweise kann der Farbstoff Kurkumin (E 100) aus der Extraktion der Gewürzpflanze Gelbwurz gewonnen werden. Möglich ist es aber auch, genau diesen Farbstoff synthetisch oder durch Fermentation herzustellen. Aus Verbrauchersicht ist eine Unterscheidung zwischen synthetisch und künstlich schwer zu verstehen.

- **Kennzeichnung „ohne (künstliche) Farbstoffe laut Gesetz“**

Diese Bezeichnung soll verhindern, dass gegen das Verbot der Werbung mit Selbstverständlichkeiten verstoßen wird. Diese Farbstoffe dürfen im Sinne der Zusatzstoff-Zulassungsverordnung für Lebensmittel dieser Produktgruppe nicht verwendet werden. Ein Verzicht auf den Einsatz von Farbstoffen erfolgt also nicht freiwillig. Jedes andere Lebensmittel dieser Produktgruppe enthält ebenso keine Farbstoffe.

- **Färbende Lebensmittel**

Von den Farbstoffen, die als Zusatzstoffe gelten, sind färbende Lebensmittel zu unterscheiden. Sie können wie Farbstoffe zur Farbgebung eingesetzt werden, zählen aber nicht zu den Zusatzstoffen, bedürfen also keiner vorherigen Zulassung, wenn sie für Lebensmittel verwendet werden sollen.

Der Arbeitskreis lebensmittelchemischer Sachverständiger der Bundesländer und des Bundesamtes für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) vertritt die Auffassung, dass ein Hinweis wie „färbendes Lebensmittel“ im Zutatenverzeichnis zu erfolgen hat. Nur so wird es dem Verbraucher ermöglicht, den Charakter oder den Zweck dieser Zutat zu erkennen, um ihn von anderen Zutaten zu unterscheiden. Denn Pflanzenextrakte können beispielsweise unterschiedliche Zwecke erfüllen. So gibt es beispielsweise säureregulierende, trübende, konservierende oder eben färbende Pflanzenextrakte und –konzentrate.

4.3.4 Mögliche Irreführung und Täuschung

- Der Marktcheck hat gezeigt, dass die Verwendung färbender Lebensmittel einschließlich der Auszüge aus Lebensmitteln anstelle des Einsatzes von Farbstoffen üblich ist.
- Irreführend ist aus Verbrauchersicht, wenn Lebensmittel zur Farbgebung eingesetzt werden ohne diesen Charakter oder Zweck besonders im Zutatenverzeichnis zu kennzeichnen.
Der Marktcheck hat gezeigt: Die Verwendung färbender Lebensmittel einschließlich der Auszüge aus Lebensmitteln ist anstelle des Einsatzes von Farbstoffen üblich
- Außerdem problematisch erscheint die Auslobung „ohne Farbstoffe“, wenn gezielt färbende Lebensmittel eingesetzt werden, selbst wenn im Zutatenverzeichnis auf diese Eigenschaft verwiesen wird

- Verwirrend ist eine Auslobung „ohne künstliche Farbstoffe“ dann, wenn trotzdem Farbstoffe im Sinne der Zusatzstoff-Zulassungsverordnung eingesetzt werden
- Hinweise zum Verzicht auf Farbstoffe sind zum Teil wertlos, da andere Hersteller bei ähnlichen Lebensmitteln auch ohne Auslobung auf die Verwendung von Farbstoffen verzichten

Tabelle 11: Vergleich der Zutatenlisten von Kartoffelsnacks mit und ohne „Clean Label“ zu künstlichen Farbstoffen (Auszug)

	Kartoffelsnacks: Zutatenlisten
Anbieter 1 wirbt mit „ Clean Label “: „ohne künstliche Farbstoffe“	Kartoffelpulver (31%), Sonnenblumenöl (28%), Stärke, modifizierte Stärke, Speisesalz, jodiertes Speisesalz (1%), Zucker, Hefeextrakt, Emulgator: Sojalecithine, Süßmolkenpulver, Gewürz, Milcheiweiß.
Anbieter 2 verzichtet auf o.g. Label – Farbstoffe sind trotzdem nicht enthalten	Kartoffelpulver (32%), Sonnenblumenöl, Stärke, modifizierte Stärke, Speisesalz, Zucker, Hefeextrakt, Emulgator: Sojalecithine, Süßmolkenpulver, Gewürz, Milcheiweiß.

4.4. „Clean Label“ zu Aromastoffen

4.4.1 Ergebnisse des Marktchecks

Insgesamt fanden sich auf 46 Produkten (30%) der gesamten Untersuchung Auslobungen zum Verzicht auf Aromastoffe. Dabei wurden viele unterschiedliche Formulierungen gewählt:

Tabelle 12: "Clean Label"-Formulierungen für den Verzicht auf Aromen: 14 unterschiedliche Auslobungen

Auslobung	Formulierungen
Ohne Aroma	<ul style="list-style-type: none"> • ohne Aromen • ohne Zusatz von Aromen • garantiert ohne Zusatz von Aromastoffen • ohne Aromastoffe lt. Gesetz
Ohne künstliche Aromastoffe	<ul style="list-style-type: none"> • keine künstlichen Aromen • ohne künstliche Aromen • ohne Zugabe von künstlichen Aromen • enthält keine künstlichen Aromen • ohne künstliche Aromen seit 1886 • ohne künstlichen Aromen (lt. Leitsätzen für Erfrischungsgetränke) • ohne künstliche Aromen (laut Lebensmittelrecht) • ohne künstliche Aromen lt. Gesetz • Was ist nicht drin? Künstliche Aromastoffe... • ohne Zusatz künstlicher Aromastoffe

Besonders häufig wurden Erfrischungsgetränke (65%), Tiefkühlpizzen (50%) sowie Chips und Knabberartikel (40%) ausgelobt. Seltener wurde diese Werbung bei Wurstwaren (18%), Fertig- und Halbfertiggerichten aus der Kühlung (15%) und Trocken-Fertiggerichten (z. B. Suppen, Soßen) 6% verwendet.

Von den 46 gelabelten Produkten wurden 5 mit dem Hinweis „ohne Aroma“ (11%) gekennzeichnet, bei 41 Produkten (89%) wurde die Formulierung „ohne künstliche Aromen“ verwendet. Das heißt aber nicht, dass bei diesen Lebensmitteln keine Aromen eingesetzt wurden. Im Gegenteil: stattdessen wurden überwiegend Aromen benutzt, die rein rechtlich nicht unter den Begriff „*künstliche Aromastoffe*“ fallen. Von 41 Lebensmitteln enthielten 37% (15) „*natürliches Aroma*“ und 34% (14) „*Aroma*“. Einmal wurde als Aromazutat „natürlicher Vanilleextrakt“ angegeben. Bei lediglich 27% (11) der Produkte verzichteten die Hersteller lt. Zutatenliste gänzlich auf Aromen.

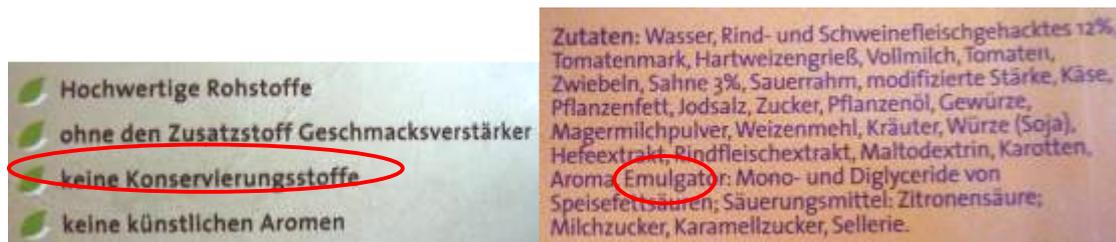


Abbildung 10: Lasagne Bolognese, „Clean Label“ und Zutatenliste des Produktes

4.4.2 Bewertung des Einsatzes von Ersatzstoffen

Nach den Ergebnissen des Marktchecks greifen die Hersteller bei Lebensmitteln mit dem Hinweis „ohne künstliche Aromastoffe“ stattdessen häufig auf andere Aromen zurück. Das sind in der Regel naturidentische oder natürliche Aromen, obwohl viele Verbraucher bei dieser Auslobung den prinzipiellen Verzicht auf Aromen erwarten. Vor allem bei der Kategorie „natürliches Aroma“ haben Verbraucher eine andere Vorstellung davon, wie diese Stoffe hergestellt werden, als es tatsächlich geschieht. Sie gehen davon aus, dass natürliche Aromen z.B. aus der abgebildeten Frucht gewonnen werden. Das ist ein Trugschluss, denn in der Regel müssen diese Stoffe nur aus natürlichen Ausgangsstoffen hergestellt werden, die aber rein gar nichts mit der Frucht zu tun haben müssen. So kann etwa der Hauptaromastoff (Vanillin) für Vanilleprodukte aus Reis oder typische Aromastoffe der Erdbeere aus verschiedenen Hölzern gewonnen werden.

Zum Teil werden statt Aromen geschmacksverstärkende Zutaten wie Speisewürze, Gewürz- oder Hefeextrakt laut Zutatenliste eingesetzt. Lebensmittelrechtlich gesehen handelt es sich nicht um Aromastoffe, so dass die Auslobung „ohne Aromen“ legitim ist. Sie können aber ähnlich wie Aromen ein Lebensmittel geschmacklich aufwerten, das durch billige Zutaten oder durch starke Verarbeitung an Qualität verloren hat.

4.4.3 Einordnung anhand der aktuellen Rechtslage

Aromen müssen in der Zutatenliste aufgeführt werden. Derzeit wird nach der nationalen Aromenverordnung zwischen „**natürlichem Aroma**“, „**naturidentischem Aroma**“ und „**künstlichem Aroma**“ unterschieden (s. Tabelle 13). Weitere mögliche Kategorien sind Aromaextrakte sowie Rauch- und Reaktionsaromen. Stoffe mit ausschließlich süßem, saurem oder salzigem Geschmack gelten nicht als Aromen. Zur rechtlich korrekten Kennzeichnung der Lebensmittel reicht die Nennung des Begriffes „Aroma“ in der Zutatenliste aus. Damit werden Verbraucher im Unklaren gelassen, welche Art von Aromen tatsächlich eingesetzt wird. Hinter der Bezeichnung

„Aroma“ können sich die bei vielen Verbrauchern unerwünschten „künstlichen Aromastoffe“ verstecken. Beispiel: Ist ein Vanilleeis in der Zutatenliste mit „Aroma“ gekennzeichnet, kann es den künstlichen Aromastoff Ethylvanillin enthalten.

Tabelle 13: Kennzeichnung der unterschiedlichen Aromen

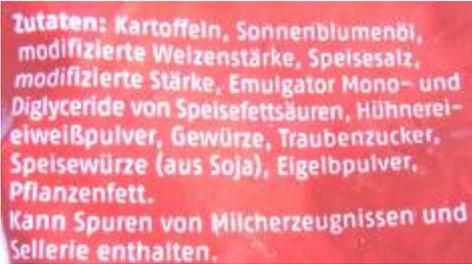
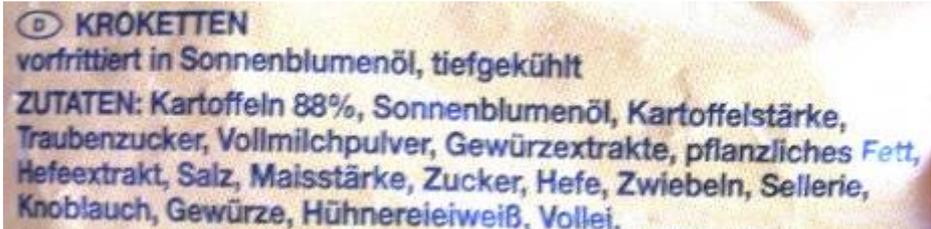
Kennzeichnung auf dem Etikett	Das steckt dahinter
Natürliches Aroma	Natürliche Aromastoffe müssen aus Ausgangsstoffen pflanzlicher oder tierischer Herkunft gewonnen werden. Sie stammen aber in der Regel nicht aus der namensgebenden Zutat. Sie können mit Hilfe von Bakterien, Pilzen, Enzymen etc. aus den erwähnten Grundstoffen hergestellt werden
Natürliches Himbeeraroma, Vanilleextrakt	Unterkategorie der „natürlichen Aromen“: Hier stammen die Aromastoffe überwiegend aus der namensgebenden Frucht
Naturidentisches Aroma	Naturidentische Aromastoffe werden im Labor synthetisiert. Sie sind rein chemisch identisch mit dem betreffenden Aromastoff aus der Natur
Künstliches Aroma	Künstliche Aromastoffe werden chemisch im Labor synthetisiert und kommen in der Natur so nicht vor

Der Begriff „naturidentisches Aroma“ entfällt ab 2011, so schreibt es die EU-Aromen-Verordnung 1334/2008 ab 20. Januar 2011 vor.

4.4.4 Mögliche Irreführung und Täuschung

- Der Begriff „**ohne künstliche Aromen**“ suggeriert eine Natürlichkeit des Produkts. Die Verwendung von z.B. „*naturidentischem Aroma*“, welches chemisch erzeugt wird, ist damit aber nicht ausgeschlossen und kann Verbraucher täuschen
- Nicht selten liegt bei der Auslobung „**ohne künstliche Aromen**“ eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten vor, da die Verwendung künstlicher Aromastoffe auf sehr wenige Lebensmittelgruppen nach der Aromen-Verordnung beschränkt ist.
- Auslobungen zum Verzicht auf Aromen sind zum Teil wertlos, da andere Hersteller bei den gleichen Lebensmitteln auch keine Aromen verwenden, allerdings ohne extra darauf hinzuweisen.

Tabelle 14: Vergleich der Zutatenlisten von Tiefkühlkroketten mit und ohne "Clean Label" "ohne Zusatz von Aromen" (Auszug)

Tiefkühl-Kroketten: „Clean Label“ + Zutatenliste	
Anbieter 1 wirbt mit „Clean Label“ zu Aromen	 
Anbieter 2 verzichtet auf ein „Clean Label“, Aromen sind trotzdem nicht enthalten.	

- Stoffe mit ausschließlich süßem, saurem oder salzigem Geschmack gelten nicht als Aromen. Wird z.B. Sojasoße verwendet, die ohne Zweifel eine aromatisierende Wirkung ausübt, darf dennoch die Angabe „**ohne Aromen**“ erfolgen, weil es sich bei Sojasoße um eine Zutat handelt, die auch als solche verzehrt wird. Das ist verwirrend für Verbraucher und zur Irreführung geeignet.
- **Natürliche Aromen** müssen lediglich aus einem natürlichen Ausgangsstoff stammen, nicht aber aus der namensgebenden Zutat des Lebensmittels. Verbraucher haben da oft eine andere Erwartung und fühlen sich getäuscht.
- Kennzeichnungen wie „**Erdbeeraroma**“ oder ähnliche auf dem Etikett eines Lebensmittels bedeuten nicht, dass das verwendete Aroma aus der namensgebenden Frucht stammt. Nur die Kennzeichnung **natürliches Erdbeeraroma** stellt sicher, dass das Aroma überwiegend aus Erdbeeren stammt.
- Produkte mit einem Hinweis auf eine **Geschmacksrichtung** (z.B. mit Kiwi-geschmack) müssen weder Bestandteile des namensgebenden Lebensmittels noch natürliches Kiwi-Aroma enthalten.
- Verbraucher können auch mit Werbeaussagen wie etwa „**100 % natürlicher Geschmack**“ getäuscht werden, wenn dem Produkt trotzdem Aromen zugesetzt werden. Das steht aus unserer Sicht im krassen Widerspruch zu der Verbrauchererwartung.

5. Forderungen zum Schutz der Verbraucher vor Irreführung und Täuschung

Die ungenügenden Deklarationsvorschriften und ein wahrer Wildwuchs an Labeln, die einen „Verzicht auf xy“ versprechen, machen das Einkaufen schwierig. Nicht jeder ausgelobte Verzicht ist ein wirklicher Verzicht, z.B. wenn Ersatzstoffe unter anderem Namen mit gleicher Wirkung zum Einsatz kommen oder die mit den Labeln

implizierte Natürlichkeit oder Ursprünglichkeit durch die Verwendung anderer zahlreicher Zusatzstoffe konterkariert wird.

Mehr Verbraucherschutz bei Lebensmitteln mit „sauberen Etiketten“ müsste folgendermaßen aussehen: Die sechs wichtigsten Forderungen

1. Keine Ausnahmen bei Werbung mit Selbstverständlichkeiten zulassen

Es muss selbstverständlich sein, dass die Zusammensetzung eines Lebensmittels und die Kennzeichnung die gesetzlichen Vorgaben erfüllen. Die Aussage „ohne xy laut Gesetz“ ist ein Zugeständnis an die Anbieter, sorgt bei den Verbrauchern aber eher für Verwirrung als für Klarheit und sollte daher verboten werden. Diese Aussage ist wertlos, weil vergleichbare Lebensmittel diesen Zusatzstoff laut Gesetz auch nicht enthalten dürfen.

2. Bei Werbung „ohne“: Keine Ersatzstoffe oder Zutaten mit gleichen Funktionen einsetzen

Wenn mit der Abwesenheit bestimmter Stoffe, z.B. „ohne Geschmacksverstärker“, „ohne Farbstoffe“ oder „ohne Konservierungsstoffe“ geworben wird, müssen Verbraucher davon ausgehen können, dass keine anderen Stoffe zum Einsatz kommen, die diese oder ähnliche Wirkungen haben, weder als Zusatzstoff noch als Zutat (z.B. Hefeextrakt zum Verstärken des Geschmacks, färbende Lebensmittelbestandteile zum Erzielen von Farbeffekten sowie Antioxidations- und Säuerungsmittel, die zugleich konservierend wirken).

3. Bei Werbung „ohne künstliche Farbstoffe“ Einsatzzweck der Zutaten klar benennen

Der Marktcheck hat gezeigt: Die Verwendung färbender Lebensmittel einschließlich der Auszüge aus Lebensmitteln ist anstelle des Einsatzes von Farbstoffen üblich.

Werden färbende Zutaten aus Lebensmitteln bei den Rezepturen verwendet, wie Holunderbeersaft oder Spinatpulver, sollten diese aber auch entsprechend ihrer Funktion gekennzeichnet werden. *Beispiele: „Farbstoff Spinatpulver.“* Irreführend ist es aus Verbrauchersicht, wenn Zutaten zur Erzielung bestimmter Wirkungen als „deklarationsfreundlicher Ersatz“ eingesetzt werden, ohne diesen Charakter oder Zweck besonders im Zutatenverzeichnis zu kennzeichnen.

4. Formulierungen vereinheitlichen

Um den Wildwuchs an unterschiedlichen Auslobungen zu beenden („Ohne xy“, „ohne Zusatz von xy“, „ohne künstliche xy“, „ohne zugesetzte xy“), müssen klare rechtliche Vorgaben für „Clean Label“ erlassen werden. Statt den Werbestrategen weitestgehend freie Hand zu lassen, sollten Standards geschaffen werden, die den Einkauf tatsächlich erleichtern.

So ist die Abgrenzung zwischen „künstlich“ oder „natürlich“ mehr auf „juristische Spitzfindigkeiten“ zurückzuführen. Das führt insbesondere bei den Aromen und Geschmacksverstärkern zu täuschenden Angaben, die die Verbraucher nicht verstehen. Beispiel: Ein „Clean Label“ mit dem Hinweis „Ohne künstliche Geschmacksverstärker“ schließt nicht aus, dass das deklarierte

Produkt trotzdem Geschmacksverstärker enthält. Für die Verbraucher ist das irreführend.

5. Deklaration für Aromen transparenter gestalten

Natürliche Aromen müssen lediglich aus einem natürlichen Ausgangsstoff stammen, nicht aber aus der namensgebenden Zutat des Lebensmittels. Verbraucher fühlen sich getäuscht, weil sie erwarten, dass diese „pseudonatürlichen Aromen“ im Erdbeerjoghurt wirklich aus Erdbeeren stammen. Der Begriff „natürliches Aroma“ muss für Aromen reserviert werden, die aus der Frucht / der Zutat gewonnen werden, nach der sie schmecken (z.B. Erdbeeren). Aromen die aus anderen Quellen gewonnen werden (also zum Beispiel mithilfe von Schimmelpilzen aus Zellstoff) dürfen dagegen nicht als natürlich gekennzeichnet werden.

Auch die neue Europäische Aromen-Verordnung (EG) Nr. 1334/2008, die am 20. Januar 2011 in Kraft tritt, zementiert die Verbrauchertäuschung. So können sich weiterhin alle Aromen hinter dem Begriff „Aroma“ verstecken und die tatsächliche Natürlichkeit ist anhand der Deklaration nur unzureichend zu erkennen.

6. Natürlichkeit und Künstlichkeit definieren

Damit keine falschen Erwartungen bei Verbrauchern geweckt werden, sollte der Begriffe „natürlich“ und „künstlich“ sowie die damit zusammenhängenden Formulierungen gesetzlich definiert werden. Denn bisher gibt es keine Definition, die eine nationale oder gar europaweit rechtliche Gültigkeit hätte. Bei natürlichen Lebensmitteln sollten z.B. keine Aromen zum Einsatz kommen, es sei denn, sie kommen aus der namensgebenden Frucht.

Abbildungsverzeichnis:

- Abbildung 1: Beispiel für „Clean Label“
- Abbildung 2: Beispiel für „Clean Label“
- Abbildung 3: Beispiel für „Clean Label“ mit mehreren Auslobungen
- Abbildung 4: Beispiel für „Clean Label“ mit allen vier Stoffgruppen
- Abbildung 5: Hähnchenbrustsalat, „Clean Label“ und Zutatenliste des Produktes
- Abbildung 6: Kartoffelsticks, „Clean Label“ und Zutatenliste des Produktes
- Abbildung 7: Edelpilzcremesuppe, „Clean Label“ und die Zutatenliste des Produktes
- Abbildung 8: Tomatensuppe, Zutatenliste bei Auslobung „ohne Farbstoffe“
- Abbildung 9: Süßware, Zutatenliste bei Auslobung „ohne künstliche Farbstoffe“
- Abbildung 10: Lasagne Bolognese, „Clean Label“ und Zutatenliste des Produktes

Tabellenverzeichnis:

- Tabelle 1: Untersuchte Lebensmittelgruppen und Anzahl der Produkte
- Tabelle 2: Verteilung der ermittelten "Clean Label" auf die verschiedenen Stoffgruppen
- Tabelle 3: Häufigkeiten der verschiedenen "Clean Label"-Deklarationen
- Tabelle 4: "Clean Label"-Formulierungen für den Verzicht auf Konservierungsmittel
16 unterschiedliche Auslobungen
- Tabelle 5: Zutaten mit möglicherweise konservierenden Wirkungen
- Tabelle 6: Vergleich der Zutatenlisten von Geflügelsalaten mit und ohne „Clean Label“
hinsichtlich konservierender Zutaten (Auszug)
- Tabelle 7: "Clean Label"-Formulierungen für den Verzicht auf Geschmacksverstärker:
17 unterschiedliche Auslobungen
- Tabelle 8: Zutaten mit möglicherweise geschmacksverstärkender Wirkung
- Tabelle 9: "Clean Label"-Formulierungen für den Verzicht auf künstliche Farbstoffe:
12 unterschiedliche Auslobungen
- Tabelle 10: Zutaten mit möglicherweise mit färbender Wirkung
- Tabelle 11: Vergleich der Zutatenlisten von Kartoffelsnacks mit und ohne „Clean Label“ zu
künstlichen Farbstoffen (Auszug)
- Tabelle 12: "Clean Label"-Formulierungen für den Verzicht auf Aromen:
14 unterschiedliche Auslobungen
- Tabelle 13: Kennzeichnung der unterschiedlichen Aromen
- Tabelle 14: Vergleich der Zutatenlisten von Tiefkühlkroketten mit und ohne "Clean Label"
"ohne Zusatz von Aromen" (Auszug)