

Schwerpunkt 15: Untersuchung von fertigverpackten Backwaren, die besonders für Kinder aufgemacht sind

Eine größere Zahl von Backwaren (z.B. Kekse) wird werbemäßig insbesondere für Kinder attraktiv aufgemacht. Für dergleichen Produkte gibt es – im Unterschied zu Säuglings- und Kleinkindernahrung – jedoch keine besonderen rechtlichen Anforderungen an die Beschaffenheit. Mit diesem Programm sollte die Angebotslage erfasst werden, ob mit der Werbung konkrete Eigenschaften des Produktes ausgelobt werden und ggf. eine analytische Untersuchung auf danach relevante Parameter erfolgen.

Die Entscheidung, welche Aufmachung insb. für Kinder attraktiv ist, ist sicherlich etwas subjektiv. Außer Angaben wie „Kinder-...“, kann dies z.B. Werbung mit typischen Figuren aus Kinderfilmen oder –büchern oder typische Formgebungen (insb. Tiere) sein. Insgesamt gingen 39 Proben ein, die für dieses Programm geeignet waren. Dies waren überwiegend Kekse und Cookies (24 Proben), sowie gefüllte Hörnchen-ähnliche Backwaren (11 Proben), zwei Muffins und je eine Probe Löffelbiskuit und Laugenbrezeln.

Es handelte sich fast ausschließlich um fertig verpackte Produkte (37 von 39), die demzufolge auch fast alle eine Nährwertkennzeichnung aufwiesen. Bei einem fertig verpackten Produkt fehlte diese. Vor dem Hintergrund aktueller Diskussionen über eine Reduktion von Fett und Zucker [1] in Lebensmitteln wurden die Angaben in der Nährwertkennzeichnung auf diese beiden Parameter analytisch überprüft. Mit einer Ausnahme stimmten alle deklarierten Angaben zum Fett- und Zuckergehalt mit den analytischen Ergebnissen überein [2]. Bei einem Produkt war der analytisch ermittelte Fettgehalt deutlich niedriger als der deklarierte Gehalt (20 g/100g statt 31 g/100g). Grundsätzlich können Verbraucher somit davon ausgehen, dass die deklarierten Angaben richtig sind. Auch greifen Verbraucherorganisationen bei Produktvergleichen oft auf deklarierte Angaben zurück, weil für sie eine laboranalytische Prüfung nicht zu leisten ist, was somit auch in der Regel zielführend ist.

Die Fett- und Zuckergehalte in einigen Produktgruppen sind in folgender Tabelle dargestellt:

Produkt	Fettgehalt [g/100g]			Zuckergehalt [g/100g]		
	Minimum	Maximum	Mittelwert	Minimum	Maximum	Mittelwert
Kekse und Cookies	11,0	31,0	18,3	17,5	39,0	25,9
Hörnchen, gefüllt	25,1	29,0	26,7	23,0	31,4	26,4
Muffins	19,3	24,8	22,1	24,3	40,3	32,3

Bei den Keksen enthalten Produkte ohne Schokolade in der Regel weniger Fett als Kekse mit Schokolade. Bei den gefüllten Hörnchen gibt es nur geringe Unterschiede, ob diese als „Plundergebäck“ oder „Croissants“ bezeichnet werden, hier trägt die Füllung oft maßgeblich zum Gesamtgehalt an Fett und Zucker bei. Die Fett- und Zuckergehalte sind in allen drei Produktgruppen im Mittel nicht niedrig und unterscheiden sich diesbezüglich praktisch nicht wesentlich von ähnlichen Produkten, die keine kinderspezifische Aufmachung haben.

Worin zeichnen sich dann einzelne Produkte aus und was wird im Kontext „für Kinder geeignet“ besonders beworben? Einige Beispiele aus diesem Programm:

- Verwendung von Vollkornmehlen
- Süßung mit Honig oder Pflanzendicksäften statt mit Saccharose
- Löffelbiskuits ohne zusätzlich aufgestreuten Zucker
- Laugenbrezel ohne zusätzlich aufgestreutes Salz
- Verzicht auf bestimmte allergene Zutaten

Auch diesbezüglich gibt es aber auch wieder in den meisten Fällen jeweils ähnliche Produkte, die nicht ausdrücklich für Kinder beworben werden. Spezifische Zusammensetzungen, die diese „Kinder-Lebensmittel“ aus dem allgemeinen Angebot an Backwaren deutlich herausheben, waren bei den vorliegenden Produkten nicht erkennbar.

Zusammenfassung

Die Nährwertangaben auf fertig verpackten Produkten waren ganz überwiegend zutreffend. Verbraucher können anhand dieser Angaben Produkte vergleichen. Die Fett- und Zuckeranteile in den vorliegenden für Kinder beworbenen Produkten unterschieden sich nicht wesentlich von anderen vergleichbaren Produkten. Auch die manchmal speziell beworbenen Eigenschaften, wie die Verwendung von Vollkornmehlen oder anderen süßenden Zutaten, können nicht als spezifisch für „Kinder-Lebensmittel“ angesehen werden. Backwaren für Kinder zeichnen sich daher im Wesentlichen allein durch ihre Kinder ansprechende Werbegestaltung aus. Dass Kinder derartige Produkte bevorzugen, ist nachvollziehbar, einen echten substanziellen Mehrwert haben sie in der Regel nicht.

[1] Der Begriff „Zucker“ bedeutet hier alle in Lebensmitteln vorhandenen Monosaccharide und Disaccharide, ausgenommen mehrwertige Alkohole (Anhang I der VO (EU) Nr. 1169/2011), also unter anderem Glukose, Fruktose, Saccharose, Laktose. Daher enthalten z.B. mit Honig gesüßte Produkte ggf. nicht weniger „Zucker“ als mit Saccharose (Rüben- oder Rohrzucker) gesüßte Produkte.

[2] Beurteilung gemäß Leitfaden für zuständige Behörden – Kontrolle der Einhaltung der Rechtsvorschriften der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 in Bezug auf die Festlegung von Toleranzen für auf dem Etikett angegebene Nährwerte (Dezember 2012)