

verbraucherzentrale

Rheinland-Pfalz

Bunte Vielfalt genießen – weniger Fleisch ist mehr

Marktcheck Wurstersatzprodukte

gefördert durch das

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten Rheinland Pfalz
(MULEWF) im Rahmen der Kampagne



Impressum

*Verbraucherzentrale
Rheinland-Pfalz e. V.*

Mainz, den 27.10.2015

*Seppel-Glückert-Passage 10
55116 Mainz*

Inhaltsverzeichnis

1. Hintergrund / Intention	1
1.1 Rechtliche und privatwirtschaftliche Rahmenbedingungen	1
2. Der Marktcheck	4
2.1 Vorgehensweise.....	4
2.2 Ergebnisse	5
2.2.1 Der Ampelcheck – auch Alternativprodukte sind fettreich und zu salzig	5
2.2.2 Der Vergleich mit dem „Original“	8
2.2.3 Die Ersatzzutaten – nicht immer pflanzlich	9
2.2.4 Die Kennzeichnung – nicht immer klar	10
3. Bewertung und Forderungen	12

Anhang

Erhebungsbogen Marktcheck	1
---------------------------------	---

1. Hintergrund / Intention

Immer mehr Menschen in Deutschland greifen beim Einkauf von Brotbelag oder Grillprodukten zu fleischlosen Alternativen. Weniger Fleisch zu essen, liegt im Trend. Industrie und Handel haben darauf reagiert. Der Umsatz bei fleischlosen Produkten ist in den vergangenen Jahren um jeweils durchschnittlich 17 Prozent gewachsen.¹ Die wichtigsten Kaufmotive sind der Umwelt- und Tierschutz sowie die eigene Gesundheit. Die Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz wollte wissen, welche Auswahl der Lebensmittelhandel an vegetarischen und veganen Fleischersatzprodukten bietet und welche Informationen Käuferinnen und Käufer bei der Produktauswahl zur Verfügung stehen.

In den Städten Betzdorf, Cochem, Mainz und Prüm hat die Verbraucherzentrale bei Verbraucherinnen und Verbrauchern mit einer Bodenzeitung zusätzlich ein Stimmungsbild zum Konsum tierischer Lebensmittel eingeholt. 191 Personen beteiligten sich. Bei 42 Prozent liegt zwei- bis dreimal pro Woche Fleisch auf dem Teller, bei 23 Prozent hingegen nur manchmal. Weitere 14 Prozent gaben an, ganz auf Fleisch zu verzichten. Als Fleischliebhaber, die mehr als drei Portionen Fleisch pro Woche essen, outeten sich 21 Prozent.

Ein Drittel der Befragten kennt bereits vegetarische Aufschnitte oder vegane Wurst. 30 Prozent sind neugierig und wollen sie gerne mal probieren. 37 Prozent lehnen das Angebot ab. Die Passanten wurden auch gefragt, warum sie ihren Fleischkonsum verringern oder gar darauf verzichten. Als häufigster Grund wurde die Tierhaltung genannt, an zweiter Stelle rangierte die Gesundheit, gefolgt von religiösen beziehungsweise ethischen Motiven.

1.1 Rechtliche und privatwirtschaftliche Rahmenbedingungen

In Deutschland und der EU gibt es bislang keine rechtlich verbindliche Definition für die Begriffe „vegetarisch“ und „vegan“. Die Kennzeichnung, ob ein Lebensmittel für eine vegetarische oder vegane Lebensweise geeignet ist, erfolgt freiwillig. Die Begriffe dürfen jedoch laut EU-Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) und § 11 Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB) nicht irreführend verwendet werden. Die LMIV sieht weiterhin vor, dass die EU-Kommission Regelungen zur freiwilligen Information über die Eignung eines Lebensmittels für Vegetarier und Veganer trifft, dies ist jedoch bisher nicht erfolgt. Der Vegetarierbund Deutschland (VEBU) und der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) haben 2014 einen Antrag im Europaparlament zur besseren Kennzeichnung von vegetarischen und veganen Produkten unterstützt.

¹ Süddeutsche Zeitung 2015: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/vegane-ernaehrung-das-neue-bio-1.2344538>

Mit fantasievollen Eigenbezeichnungen oder selbstkreierten Labels reagiert die Lebensmittelwirtschaft zunehmend auf den Trend zu einer fleischfreien Ernährung.

Mehrere nicht repräsentative Verbraucher-Umfragen, veröffentlicht auf www.lebensmittelklarheit.de, zeigen, dass die Begrifflichkeiten der Hersteller nicht immer mit den Vorstellungen der Verbraucher und Verbraucherinnen übereinstimmen:

- Rund 45 Prozent der Teilnehmer gehen bei der Bezeichnung „veggie“ davon aus, dass nur pflanzliche Zutaten im Produkt enthalten sind. 47 Prozent hingegen meinen, dass zwar weder Fleisch noch Fisch Bestandteil seien, sehr wohl aber Milch und Eier.
- 61 Prozent der Teilnehmer verstehen unter vegan, dass keine Bestandteile vom Tier verwendet werden. 36 Prozent gehen davon aus, dass nur pflanzliche Bestandteile enthalten sind.

Mit der Absicht, Verbraucherinnen und Verbraucher vor Lebensmittelimitaten zu schützen, enthält die LMIV folgende Regelung zu Imitaten:

„Im Falle von Lebensmitteln, bei denen ein Bestandteil oder eine Zutat, von dem Verbraucher und Verbraucherinnen erwarten, dass sie normalerweise verwendet werden oder von Natur aus vorhanden sind, durch einen anderen Bestandteil oder eine andere Zutat ersetzt wurde, muss die Kennzeichnung – zusätzlich zum Zutatenverzeichnis – mit einer deutlichen Angabe des Bestandteils oder der Zutat versehen sein, der/die für die teilweise oder vollständige Ersetzung verwendet wurde, und zwar in unmittelbarer Nähe zum Produktnamen.“²

Viele vegetarische und vegane Lebensmittel werden im Lebensmittelhandel mit dem V-Label der Europäischen Vegetarier Union (EVU) gekennzeichnet. In Deutschland prüft der VEBU die Anträge der Hersteller und vergibt dieses Siegel gegen eine Gebühr. Bei der Zertifizierung hält sich der VEBU an die transparenten Kriterien der European Vegetarian Union.

Vegetarisch:



Vegan:



² LMIV Anhang IV Teil A Nr. 4

Im Rahmen der Zertifizierung werden Zutaten, Verarbeitungs-Hilfsstoffe, Trägerstoffe von Vitaminen und Aromen sowie der Produktionsprozess analysiert. Zur zusätzlichen Kontrolle werden stichprobenartig Laboranalysen durchgeführt.

Das darf beispielsweise in veganen Lebensmitteln mit V-Label nicht enthalten sein:

- Fleisch vom Tier oder Bestandteile vom Tier wie Milch, Eier oder Honig
- Zutaten, die aus Fleisch oder Knochen hergestellt werden
- Produkte, die Zutaten aus Schlachtabfällen enthalten
- Kälberlab
- Gentechnisch veränderte Produkte
- Nicht erlaubt ist die Klärung von Essig, Wein und Säften mit tierischen Mitteln wie zum Beispiel Gelatine.

Ein weiteres Siegel für vegane Produkte ist das „Sonnenblumen-Logo“ der Vegan Society.



Das darf nicht enthalten sein:

- Tierbestandteile
- Gesamter Produktionsprozess muss tierversuchsfrei sein
- Herstellung und/oder Entwicklung von gentechnisch veränderten Organismen darf keine Tiergene oder Derivate von tierischen Substanzen beinhalten

Für vegetarische Produkte gibt es noch das Logo der Vegetarian Society mit Sitz in Großbritannien. Dessen Kriterien entsprechen im Wesentlichen denen der Vegan Society.



Daneben existiert eine Vielzahl weiterer Firmenlogos, zum Beispiel:



2. Der Marktcheck

2.1 Vorgehensweise

Im August 2015 hat die Verbraucherzentrale in fünf Städten in Rheinland-Pfalz stichprobenhaft einen Marktcheck zu Fleischersatzprodukten durchgeführt. Dabei standen Alternativen für Brat- und Brühwürste sowie Aufschnitt und Streichwurst im Fokus. Einbezogen in die Untersuchung wurden Supermärkte, Discounter und Bioläden. Nachgeschaut wurde in Mainz bei EDEKA, tegut, Alnatura und denn's, in Ludwigshafen bei Globus und real, in Frankenthal bei Kaufland, in Koblenz bei Netto Marken-Discount und in Boppard bei Penny und REWE.

Ziel des Marktchecks war es, ein möglichst umfangreiches Bild vom Angebot an Ersatzprodukten zu erhalten. Dokumentiert wurden zunächst alle vorgefundenen Produkte in den aufgesuchten Geschäften mit Angaben zu Hersteller, produktprägenden Zutaten und Platzierung innerhalb des Geschäftes. Der Erhebungsbogen ist im Anhang abgebildet.

Die Nährwerte wurden erhoben durch die Angaben der Hersteller auf ihren Internetportalen. Mit dem sog. „Ampelcheck“ der Verbraucherzentralen wurden Gesamtfettgehalt, gesättigte Fettsäuren, Zucker und Salz bewertet. Dabei hilft die Visualisierung durch die Ampelfarben Grün, Gelb und Rot. Grün bedeutet, dass eine geringe Menge des Nährstoffs enthalten ist und das Lebensmittel reichlich gegessen werden kann. Gelb steht für einen mittleren Gehalt und den Genuss in Maßen. Rot weist auf einen hohen Anteil hin und rät zu sparsamem Verzehr.

Tabelle 1: Ampelcheck als Orientierungshilfe der Nährwertangaben
Angaben pro 100 Gramm Lebensmittel

Fett	Gesättigte Fettsäuren	Zucker	Salz
Bis 3g	Bis 1,5 g	Bis 5 g	Bis 0,3 g
3 – 20 g	1,5 -5 g	5 – 12 g	0,3 – 1,5 g
Über 20 g	Über 5 g	Über 12 g	Über 1,5 g

Ob die vegetarischen und veganen Produkte gesündere Alternativen zu Wurst sind, wurde exemplarisch durch einen Vergleich mit den Angaben für ein Wurstprodukt in der Nährwerttabelle der Deutschen Gesellschaft für Ernährung³ beurteilt.

Weiterhin wurde überprüft, ob im Sichtfeld des Produktnamens Informationen zu den Zutaten gegeben werden, die das Fleisch ersetzen und welche dies sind. Ergänzende Hinweise zur Klarstellung, wie zum Beispiel „rein pflanzlich“, „vegetarisch“, „vegan“ oder entsprechende Logos, wurden dabei ebenfalls berücksichtigt.

2.2 Ergebnisse

Insgesamt wurden 115 verschiedene Produkte erfasst. Die Lebensmittel sind vegetarische oder vegane Alternativen der Kategorien Bratwurst, Brühwurst, Aufschnitt und Streichwurst. Sowohl bei Aufschnitt und streichfähigen Produkten als auch bei Bratwürsten wurden oft mehrere Würzvarianten eines Produktes gefunden. Für den Ampelcheck wurde jeweils nur eine Würzvariante berücksichtigt. So verringerte sich die Zahl überprüfter Produkte auf 84. Wegen unvollständiger oder nicht auffindbarer Nährwertangaben wurden sieben weitere Produkte aus der Wertung genommen, sodass der Ampelcheck sowie alle weiteren Bewertungen für 77 Alternativprodukte durchgeführt wurden. Insgesamt waren es 39 Alternativen von Aufschnitt und Brotaufstrich sowie 38 Produkte als Ersatz für Brüh- und Bratwurst.

2.2.1 Der Ampelcheck – auch Alternativprodukte sind fettreich und zu salzig

Vegetarische und vegane Alternativen für Aufschnitt und Aufstrich

Für „Fett“ wurde bei Aufschnitt und Aufstrichen bei 79 Prozent der Produkte die Ampelfarbe Gelb vergeben. Beim Gehalt an gesättigten Fettsäuren lagen 41 Prozent der Produkte im grünen Bereich, 38 Prozent im gelben. Der Zuckergehalt wurde bis auf ein Produkt (38 von

³ Heseke/Heseke Umschau-Verlag, 2. Auflage

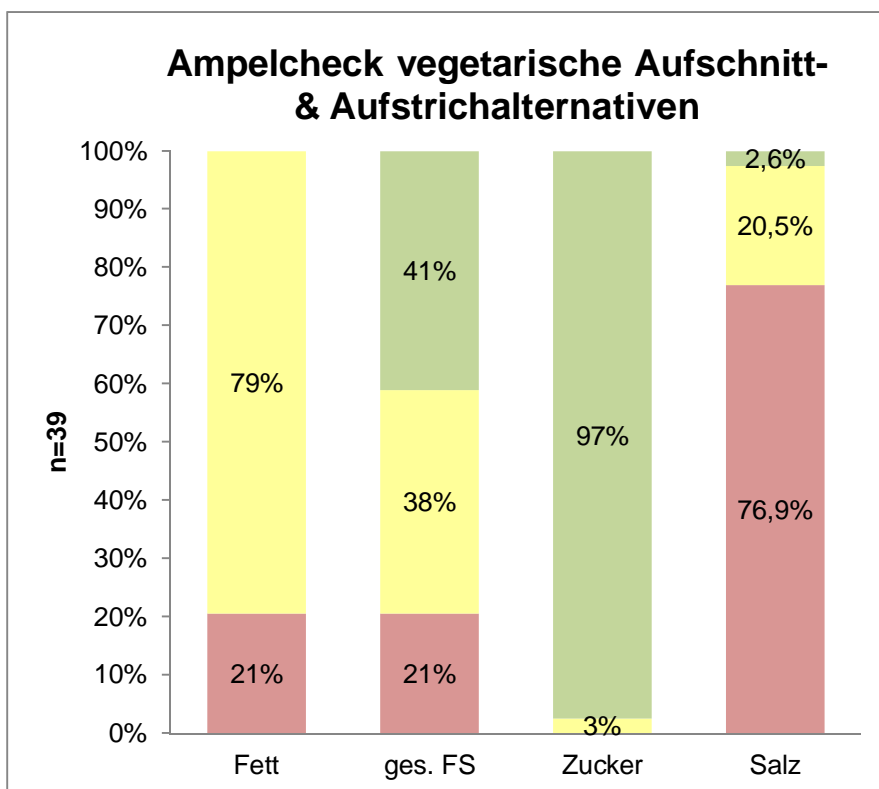
39) grün bewertet. Bei 30 von 39 Produkten und somit 77 Prozent steht die Ampel für Salz allerdings auf Rot.

Tabelle 2: Ampelcheck bei vegetarischen Aufschnitt- und Aufstrichalternativen (n=39)
Anzahl der Produkte

Ampel	Fett	gesättigte Fettsäuren	Zucker	Salz
rot	8	8	0	30
gelb	31	15	1	8
grün	0	16	38	1

Verzehrempfehlung: rot = sparsam, gelb = in Maßen, grün= reichlich

Abbildung 1: Ampelcheck bei vegetarischen Aufschnitt- und Aufstrichalternativen, Angaben in Prozent



Verzehrempfehlung: rot = sparsam, gelb = in Maßen, grün= reichlich

Vegetarische und vegane Alternativen zu Brüh- und Bratwürsten

Bei den Wurсталternativen steht die Ampel für Fett bei knapp 90 Prozent (34 von 38 Produkten) auf Gelb. Mehr als die Hälfte der Produkte (55 Prozent) hat die Farbe Gelb bei gesättigten Fettsäuren. In Punkto Zucker sind fast alle (35 von 38) „Würste“ im grünen

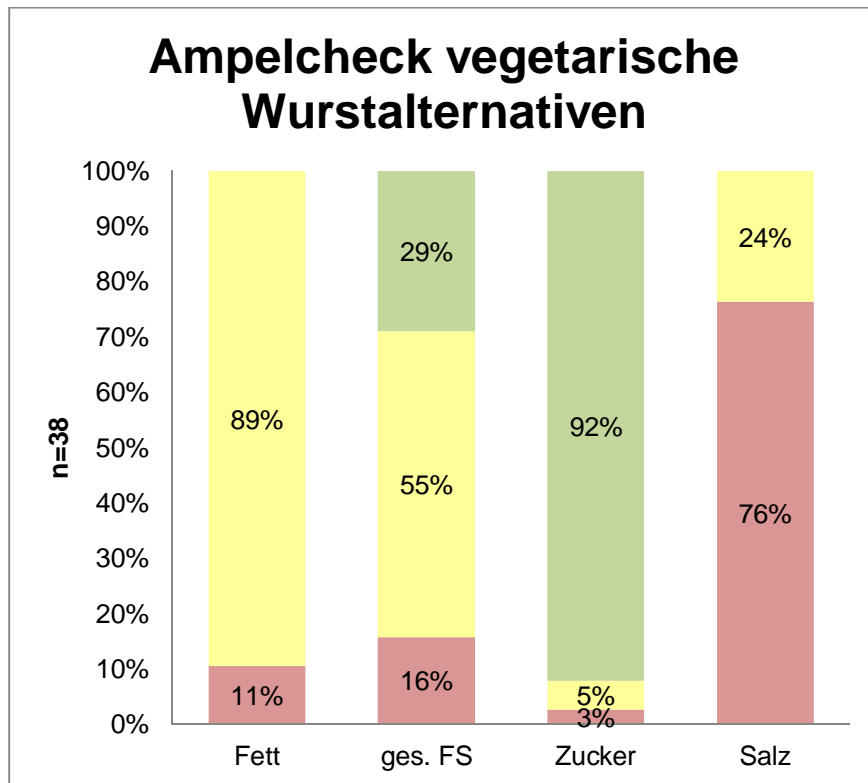
Bereich. Beim Salzgehalt dominiert Rot bei 29 „Würsten“ (76 Prozent). Neun „Würste“ kommen mit Gelb davon.

**Tabelle 3: Ampelcheck bei vegetarischen Wurсталternativen (n=38)
Anzahl der Produkte**

Ampel	Fett	gesättigte Fettsäuren	Zucker	Salz
rot	4	6	1	29
gelb	34	21	2	9
grün	0	11	35	0

Verzehrempfehlung: rot = sparsam, gelb = in Maßen, grün= reichlich

Abbildung 2: Ampelcheck bei vegetarischen Wurstalternativen
Angaben in Prozent



2.2.2 Der Vergleich mit dem „Original“

Eine feine Bratwurst (Fleischware) schafft es im Vergleich zu den fleischlosen Alternativen laut Nährwerttabelle der DGE auf die Ampelstellung Rot für Fett und gesättigte Fettsäuren. Hier schneiden die vegetarischen und veganen Varianten in den meisten Fällen besser ab. Für beide Produktgruppen gilt: Der Gehalt an Zucker ist grün und der an Salz rot bewertet.

Tabelle 4: Ampelcheck bei Bratwurst
Angaben in Gramm pro 100 Gramm

Produkt	Fett	gesättigte Fettsäuren	Zucker	Salz
Bratwurst fein, DGE Nährwert-Tabelle	29	12,1	0	1,7

Wer Fett und Kalorien sparen will, sollte einen Blick auf die Nährwerttabelle werfen. Im Einzelfall kann das vegetarische Produkt kalorien- und fettreicher sein, als die fleischhaltige Variante. So zeigt es auch das Beispiel des fleischhaltigen Meica Bratmaxe und des vegetarischen Meica Bratmaxe Veggie Grillers: Die vegetarische Variante liefert pro 100

Gramm 334 kcal und 29 g Fett, die fleischhaltige Variante enthält hingegen 256 kcal und 22 g Fett. Beim Gehalt an gesättigten Fettsäuren hat die vegetarische Variante allerdings die Nase vorn, die Ampel zeigt Gelb. Für die Zutaten Zucker und Salz liegen die Ergebnisse der beiden Produktkategorien nicht weit auseinander, die Ampelfarbe für Zucker ist jeweils grün und für Salz bei beiden Produkten rot.

**Tabelle 5: Vergleich Ampelcheck bei Bratwurst und vegetarischer Alternative desselben Herstellers
Angaben in Gramm pro 100 Gramm**

Produkt	Energie (kcal)	Fett	gesättigte Fettsäuren	Zucker	Salz
MEICA Bratmaxe (fleischhaltig)	256	22	8,8	0,5	1,85
MEICA Bratmaxe Veggie Griller (vegetarisch)	334	29	2,3	1	1,9

Verzehrempfehlung: rot = sparsam, gelb = in Maßen, grün= reichlich

2.2.3 Die Ersatzzutaten – nicht immer pflanzlich

Als Eiweißquelle dienen bei vegetarischen und veganen Lebensmitteln eiweißreiche pflanzliche Rohstoffe wie Weizeneiweiß oder Soja. Bei vegetarischen Produkten wird teilweise auch tierisches Eiweiß wie Hühner- oder Milcheiweiß verwendet.

Bei der Herstellung veganer und vegetarischer Fleischersatzprodukte kommt relativ häufig mehr als eine Ersatzzutat zum Einsatz. 40 Produkte im Marktcheck enthalten eine Eiweißquelle, 30 wurden aus zwei und sechs Produkten aus drei verschiedenen Eiweißträgern hergestellt.

Tabelle 6: Häufigkeit in der Verwendung von Ersatzeiweiß (n=77)

Anzahl Ersatzeiweiß	Häufigkeit
1	40
2	30
3	6
Mehr als 3	1

Bei den im Marktcheck erfassten 77 Produkten wurde bei 48 am häufigsten Weizeneiweiß verwendet. Tofu war mit 24 Nennungen zweithäufigste Pflanzenzutat, gefolgt von Hühnereiweiß, das insgesamt in 19 vegetarischen Produkten das Fleisch ersetzt.

Tabelle 7: Häufigkeit der Verwendung verschiedener Ersatzprotein-Komponenten (n=77)

Ersatzprotein	Protein als Zutat	Protein als Hauptkomponente
Erbsenprotein	7	2
Grünkernzubereitung	1	1
Hühnereiweiß	19	8
Milchprotein	4	2
Mykoprotein	1	1
Reisprotein	1	0
Soja	17	12
Tofu	24	19
Weizenprotein	48	32

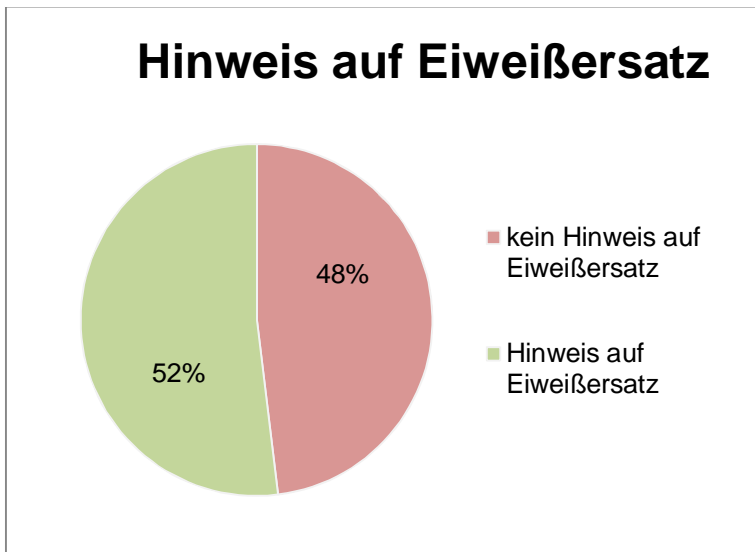
2.2.4 Die Kennzeichnung – nicht immer klar

Bei dem Marktcheck waren die fleischlosen Alternativen (70 von 77) meist in einem eigenen Regalbereich vorzufinden, der nur vegetarischen und veganen Lebensmitteln vorbehalten ist. Die restlichen sieben Produkte waren direkt neben den fleischhaltigen Angeboten einsortiert.

Es wurden Produktnamen gefunden, die sich stark an den fleischhaltigen Originalen orientieren, wie zum Beispiel „Vegetarischer Schinken Spicker“, „wie Lyoner“, „Bratmaxe Veggi-Griller“, „Vegetaria - vegetarische Currywurst“ oder „die ohne Bratwürstel ohne Fleisch“.

Allerdings geben nur gut die Hälfte (52 Prozent) der Produkte auf der Frontseite an, welcher Proteinersatz anstelle von Fleisch verwendet wurde. 48 Prozent der Produkte gaben diese Erläuterung auf der Schauseite nicht (Abbildung 3).

Abbildung 3: Hinweis auf Eiweißersatz auf der Frontseite der Verpackung



Bei 21 Produkten ergänzt das V-Label des Europäischen Vegetarierbundes (EVU) im Sichtfeld des Produktnamens die Angaben. Das Sonnenblumen-Logo der Vegan Society war bei 26 Produkten zu finden.

Tabelle 8: Label auf Vorderseite der Verpackung

Label	Anzahl
Firmenlabel	1
Vegan Society	26
V-Label	21
V-Label + Vegan Society	0
kein Label	29

Die Kennzeichnung im Sichtbereich des Produktnamens enthält meist ergänzende Hinweise zur Klarstellung wie „Vegetarisch“, „rein pflanzlich“ oder „vegan“ oder auch den Hinweis „ohne Fleisch“ bzw. „meatless“. Bei zehn Produkten fehlt ein derartiger Hinweis allerdings.

Tabelle 9: ergänzende Hinweise auf der Vorderseite der Verpackung

Ergänzender Hinweis	Anzahl
vegan	20
rein pflanzlich	6
Vegan + rein pflanzlich	7
vegetarisch	34
kein Hinweis	10

3. Fazit und Forderungen

Das Angebot der vegetarischen und veganen Alternativen zu Wurst und Aufschnitt steigt stetig. Wie der Marktcheck zeigt sind diese Produkte meist fettärmer und schneiden in der Fettzusammensetzung besser ab als die tierischen Produkte. Vier von fünf, also 80 Prozent der Aufschnittwaren und Aufstriche, sowie neun von zehn, also 90 Prozent Wurstprodukte, fallen in die gelbe Kategorie und können in Maßen gegessen werden. Beim Salzgehalt schneiden sie jedoch vergleichbar schlechter ab als die fleischhaltigen Originale. Knapp 77 Prozent enthalten zu viel Salz–die Ampel steht auf Rot.

Käuferinnen und Käufer müssen sich bewusst sein, dass auch vegetarische und vegane Wurstalternativen stark verarbeitete Fertigprodukte mit langer Zutatenliste sind, die nicht zu oft auf dem Speiseplan stehen sollten.

- Runter mit dem Salzgehalt!

Vegetarische und vegane Alternativen zur Wurst sind nur dann eine gute Wahl, wenn der Salzgehalt reduziert wird. Die Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz appelliert an die Hersteller, den hohen Salzgehalt in ihren Produkten zu senken.

Die **Überprüfung der Etiketten** hat ergeben, dass zwar meist auf der Frontseite ein deutlicher Hinweis darauf zu finden ist, dass das Produkt vegetarisch oder vegan bzw. ohne Fleisch hergestellt wurde. Dennoch fehlt bei jedem siebten Produkt ein solcher Hinweis. Eine Verwechslungsgefahr beziehungsweise ein Fehlkauf ist in diesen Fällen nicht auszuschließen. Dies gilt insbesondere, wenn die Ware im Regal gemeinsam mit Wurstprodukten angeboten wird.

Bei gut der Hälfte der Fleischalternativen informiert die Schauseite darüber, welches Eiweiß das Fleisch ersetzt. Allerdings bekamen Verbraucherinnen und Verbraucher nicht immer eine gute Orientierungshilfe wie zum Beispiel „vegetarischer Aufschnitt wie Salami mit Pfefferkörnern auf der Basis von Weizenprotein“.

- Klare Rechtsvorschriften sind überfällig!

Verbraucherinnen und Verbraucher erwarten zu Recht eine klare und eindeutige Kennzeichnung bei vegetarischen und veganen Lebensmitteln. Daher sollten die Begriffe „vegetarisch“ und „vegan“ verbindlich definiert werden. Ein staatlich geschütztes Siegel für vegetarische Lebensmittel und die unabhängige Kontrolle der Einhaltung der damit verbundenen Kriterien sind notwendig.

Anhang

Erhebungsbogen Marktcheck

Marktcheck "Veggie-Wurstwaren" Juli 2015

VZ RP/ Name:

Erhebungsbogen

Nr.:

Datum /

Kaufdatum:

Markt / Adresse:

Produkt	Hersteller	Bezeichnung	produktprägende Zutaten (Eiweißkomponente)	Grundpreis	Platzierung im Regal (Veggieecke oder eingereiht im Sortiment?)	Link zum Produkt im Internet	Einkaufsstätte	Bemerkungen, Werbung am Regal?(dann Foto!)
						-		
						-		