



verbraucherzentrale

Baden-Württemberg

SAUBERES ETIKETT – CLEAN LABEL

Unterrichtseinheit zur Auseinandersetzung mit dem Wahrheitsgehalt von Werbeaussagen am Beispiel der Angaben wie „Ohne Zusatz von...“ und zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung.

SAUBERES ETIKETT – CLEAN LABEL

Auf immer mehr Lebensmittelverpackungen sind Aussagen wie „Ohne Zusatz von...“ oder „frei von ...“ zu finden. Doch sind diese Produkte wirklich frei von jedem Zusatz?



... AUFGABE 1

Beantwortet in Partnerarbeit die folgenden Fragen zum Thema „Geschmacksverstärker“. Nutzt dazu die angegebenen Internetseiten und notiert eure Antworten.

a) Wie heißt der am häufigsten verwendete Geschmacksverstärker?

b) Durch welchen anderen Stoff wird dieser Geschmacksverstärker häufig ersetzt?

c) Warum müssen die Ersatzstoffe nicht als Geschmacksverstärker gekennzeichnet werden?

d) Nenne drei Stoffe, die eine geschmacksverstärkende Wirkung haben, aber nicht als Geschmacksverstärker gekennzeichnet werden müssen.

1.

2.

3.

e) Was bedeutet der Begriff „sauberes Etikett“ (im Englischen „Clean Label“)?

Links zu den Aufgaben

www.ratgeber-verbraucherzentrale.de/mediabig/1153755A.pdf

www.lebensmittelklarheit.de/forum/hefeextrakt

www.lebensmittelklarheit.de/lexikon/clean-label

... AUFGABE 2

Überprüft die Zutatenliste. Markiert Stoffe, die widersprüchlich zur Werbeaussage sind. Beurteilt den Wahrheitsgehalt der Werbeaussage.

TEAM
Geschmacks-
verstärker

Werbeaussage →

100% bestes Sonnenblumenöl
ohne künstliche Geschmacksverstärker

Zutatenliste →

Maissnack mit Zwiebelgeschmack

Zutaten: Maisgrieß (63%), Sonnenblumenöl, Zwiebelpulver (4%), Speisesalz, Milchzucker, Aroma, Petersilie, Hefeextrakt, Emulgator: Mono- und Diglyceride von Speisefettsäuren, Raucharoma. Kann Spuren von Gluten, Milch und Erdnüssen enthalten.

... AUFGABE 3

Bildet Expertengruppen, in denen sich immer mindestens ein Experte für jedes Thema befindet. Stellt den anderen Gruppenmitgliedern die Ergebnisse eurer Arbeit vor. Gestaltet mit eurem unterschiedlichen Expertenwissen ein Plakat zum Thema „Sauberes Etikett“.

SAUBERES ETIKETT – CLEAN LABEL

Auf immer mehr Lebensmittelverpackungen sind Aussagen wie „Ohne Zusatz von...“ oder „frei von ...“ zu finden. Doch sind diese Produkte wirklich frei von jedem Zusatz?



... AUFGABE 1

Beantwortet in Partnerarbeit die folgenden Fragen zum Thema „Farbstoffe“. Nutzt dazu die angegebenen Internetseiten und notiert eure Antworten.

a) Wodurch werden künstliche Farbstoffe ersetzt?

b) Nenne drei Stoffe, die eine färbende Wirkung haben, aber nicht als Farbstoff gekennzeichnet werden müssen.

1.

2.

3.

c) Warum müssen die Ersatzstoffe nicht als Farbstoffe gekennzeichnet werden?

d) Was bedeutet der Begriff „sauberes Etikett“ (im Englischen „Clean Label“)?

Links zu den Aufgaben

www.lebensmittelklarheit.de/informationen/ohne-zusatzstoffe-trotzdem-gefaerbt-aromatisiert-und-im-geschmack-verstaerkt

www.lebensmittelklarheit.de/eigene-studien/studie-zeigt-angabe-ohne-farbstoff-ist-truegerisch

www.ratgeber-verbraucherzentrale.de/mediabig/1153755A.pdf

www.lebensmittelklarheit.de/lexikon

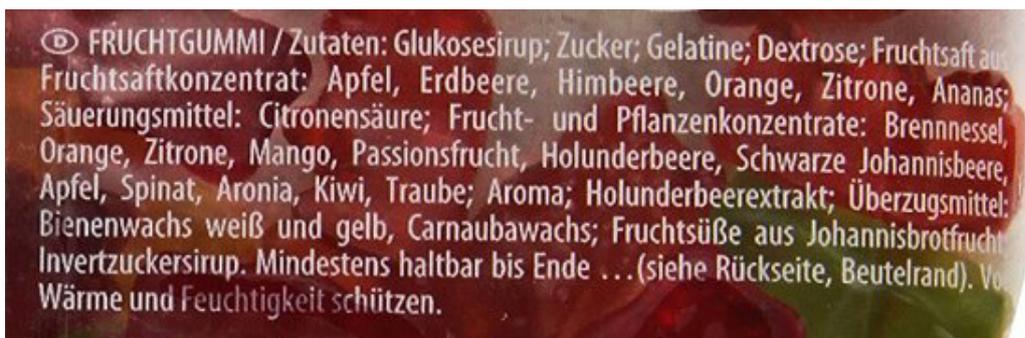
... AUFGABE 2

Überprüft die Zutatenliste. Markiert Stoffe, die widersprüchlich zur Werbeaussage sind. Beurteilt den Wahrheitsgehalt der Werbeaussage.



← Werbeaussage auf der Packungrückseite

Zutatenliste →



... AUFGABE 3

Bildet Expertengruppen, in denen sich immer mindestens ein Experte für jedes Thema befindet. Stellt den anderen Gruppenmitgliedern die Ergebnisse eurer Arbeit vor. Gestaltet mit eurem unterschiedlichen Expertenwissen ein Plakat zum Thema „Sauberes Etikett“.

SAUBERES ETIKETT – CLEAN LABEL

Auf immer mehr Lebensmittelverpackungen sind Aussagen wie „Ohne Zusatz von...“ oder „frei von ...“ zu finden. Doch sind diese Produkte wirklich frei von jedem Zusatz?



... AUFGABE 1

Beantwortet in Partnerarbeit die folgenden Fragen zum Thema „Konservierungsstoffe“. Nutzt dazu die angegebenen Internetseiten und notiert eure Antworten.

a) Durch welche zwei Zusatzstoffe werden Konservierungsstoffe häufig ersetzt?

b) Nenne drei Stoffe, die eine konservierende Wirkung haben, aber nicht als Konservierungsstoffe gekennzeichnet werden müssen.

1.

2.

3.

c) Warum müssen diese und andere Ersatzstoffe nicht als Konservierungsstoffe gekennzeichnet werden?

d) Was bedeutet der Begriff „sauberes Etikett“ (im Englischen „Clean Label“)?

Links zu den Aufgaben

www.ratgeber-verbraucherzentrale.de/mediabig/1153755A.pdf

<https://www.zusatzstoffe-online.de/>

www.lebensmittelklarheit.de/lexikon

... AUFGABE 2

Überprüft die Zutatenliste. Markiert Stoffe, die widersprüchlich zur Werbeaussage sind. Beurteilt den Wahrheitsgehalt der Werbeaussage.



Zutaten: Kartoffeln 70%, Wasser, Pflanzliches Öl, Zucker, Gurken 3%, Stärke, Zwiebeln 1%, Salz, Säuerungsmittel Essigsäure, Eigelb, Branntweinessig, Balsamico Sherryessig (Sherryessig, Traubenmostkonzentrat), Petersilie, Senf (Wasser, Senfsaaten, Branntweinessig, Salz, Gewürz), Stabilisatoren Guarkernmehl und Johannisbrotkernmehl, Pfeffer, Jasminextrakt.

← Zutatenliste

... AUFGABE 3

Bildet Expertengruppen, in denen sich immer mindestens ein Experte für jedes Thema befindet. Stellt den anderen Gruppenmitgliedern die Ergebnisse eurer Arbeit vor. Gestaltet mit eurem unterschiedlichen Expertenwissen ein Plakat zum Thema „Sauberes Etikett“.

REALISIERUNG DER LEITPERSPEKTIVE VERBRAUCHERBILDUNG		
<p>Der konkretisierende Begriff Alltagskonsum der Leitperspektive Verbraucherbildung wird in dieser Unterrichtseinheit am Beispiel des „Clean Labels“ (sauberes Etikett) aufgegriffen. Die Schülerinnen und Schüler (SuS) setzen sich mit Werbeversprechen auf Lebensmittelverpackungen auseinander und lernen den Wahrheitsgehalt von Werbeaussagen kritisch zu prüfen.</p>		
EINORDNUNG IN DEN BILDUNGSPLAN		
Kategorie	3.1.4	Konsum
Unterkategorie	3.1.4.1	Konsumententscheidungen
Inhaltliche Kompetenz	(4) (7)	<p>Marketingstrategien erläutern, diese analysieren und Werbeversprechen auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen und beurteilen</p> <p>die Erkenntnisse aus den oben genannten Teilkompetenzen in handlungsorientierten Aufgabenstellungen umsetzen und die Ergebnisse bewerten</p>
Konkretisierende/r Begriff/e		Alltagskonsum
Bezug zu den prozessbezogenen Kompetenzen	2.1.4 2.1.9 2.2.4	<p>als Verbraucher Marketingmaßnahmen/Werbung von Produktinformationen unterscheiden</p> <p>den Einfluss von Medien und Mitmenschen auf Bedürfnisse und Alltagshandeln analysieren</p> <p>Informationen auf Basis des Fachwissens hinterfragen</p>
PROJEKT-/ UNTERRICHTSABLAUF		
Zeitaufwand	2 Schulstunden	
Materialart	Übungsblatt	
Zusätzlich benötigtes Material	<p>Zur Internetrecherche sind Computer, Tablets oder Smartphones zu empfehlen. Falls keine internetfähigen Endgeräte an der Schule vorhanden sind, können die Internetseiten ausgedruckt und den SuS als Recherchematerial vorgelegt werden. In diesem Fall könnte schon die Recherchearbeit in Gruppen durchgeführt werden.</p>	
Einstieg	<p>Eine kurze Wiederholungseinheit zum Thema „Zusatzstoffe“ kann als Einstieg genutzt werden. Als weiteren möglichen Einstieg bietet es sich an, reale Produktbeispiele als Anschauungsmaterial bereitzustellen, um auf die Thematik der Werbeversprechungen („frei von...“, „ohne...“ etc.) und deren kritischen Betrachtung einzugehen.</p>	

Erarbeitungsphase I	Die SuS bearbeiten Aufgabe 1 und 2 ihres jeweiligen Themas in Partnerarbeit und halten die Antworten schriftlich fest.
Erarbeitungsphase II	Anschließend werden mit Hilfe der Lehrkraft Expertengruppen gebildet. In jeder Gruppe gibt es mindestens einen Experten für jedes Thema (also mindestens drei Personen pro Expertengruppe). Abhängig von der Klassengröße können auch die beiden Personen aus der vorangegangenen Partnerarbeit als jeweiliges Experten-Duo in die Expertengruppe gehen, um so die Anzahl der Expertengruppen insgesamt zu minimieren (sechs Personen pro Expertengruppe). Die Gruppenmitglieder präsentieren sich dann untereinander jeweils die Ergebnisse ihres Themas. (Aufgabe 3).
Ergebnissicherung	Jede Expertengruppe sichert ihr Wissen durch die Erstellung eines Plakates (Aufgabe 3).
Anwendung/Reflexion/Übung	Alle Plakate sollten im Klassenzimmer aufgehängt werden. Je nach Klassengröße bzw. Anzahl an Expertengruppen stellen 2 – 3 Gruppen ihre Plakate vor und erhalten dazu Feedback von den anderen Gruppen.
Vorkenntnisse	Die SuS sollten zum einen Zusatzstoffe (E-Nummern) und deren Wirkung kennen. Zum anderen sollten sie Qualitätsmerkmale von Lebensmitteln kennen und den Gesundheitswert anhand von Zutatenliste, E-Nummer-Verzeichnis und Nährwerttabelle einstufen können.
Weiterführendes Material	Die Thematik wird in Klassenstufe 10 nochmals vertieft.
Kommentar	Die Produktbeispiele aus Aufgabe 2 können durch aktuelle Produktbeispiele ersetzt bzw. erweitert werden.

MUSTERLÖSUNG:


AUFGABE 1


Beantwortet in Partnerarbeit die folgenden Fragen zum Thema „Geschmacksverstärker“. Nutzt dazu die angegebenen Internetseiten und notiert eure Antworten.

a) Wie heißt der am häufigsten verwendete Geschmacksverstärker?

Glutamat

b) Durch welchen anderen Stoff wird dieser Geschmacksverstärker häufig ersetzt?

Hefeextrakt

c) Warum müssen die Ersatzstoffe nicht als Geschmacksverstärker gekennzeichnet werden?

Weil es sich bei den Ersatzstoffen um Zutaten handelt, die zwar eine geschmacksverstärkende Wirkung haben, aber rechtlich nicht als Zusatzstoffe gelten und damit nicht als solche deklariert werden müssen.

d) Nenne drei Stoffe, die eine geschmacksverstärkende Wirkung haben, aber nicht als Geschmacksverstärker gekennzeichnet werden müssen.

Gewürzextrakte, Eiweißkonzentrate, Sojasoße (weitere Möglichkeiten: Sojaproteinhydrolysat, Maisproteinhydrolysat, Würze, Sojasoßenpulver)

e) Was bedeutet der Begriff „sauberes Etikett“ (im Englischen „Clean Label“)?

Der Begriff bezeichnet eine Werbeangabe, die vermitteln soll, dass ein Lebensmittel bestimmte Zusatzstoffe nicht enthält. Im Rahmen der Produktgestaltung/Rezepturgestaltung werden die Zusatzstoffe häufig durch Lebensmittelzutaten ersetzt, die eine ähnliche Wirkung haben. Die Zutatenliste erscheint demnach als „sauber“ (frei von Zusatzstoffen). Es handelt sich hierbei um eine weitverbreitete Werbemaßnahme der Lebensmittelunternehmen.


AUFGABE 2

Überprüft die Zutatenliste. Markiert Stoffe, die widersprüchlich zur Werbeaussage sind.

Hefeextrakt

(Niveaustufe E) Beurteilt den Wahrheitsgehalt der Werbeaussage:

Richtig, da (rechtlich) kein Geschmacksverstärker (E-Nummer) in der Zutatenliste vorkommt.

Falsch, da Hefeextrakt auch eine geschmacksverstärkende Wirkung hat, aber nicht als Geschmacksverstärker gekennzeichnet werden muss.

MUSTERLÖSUNG:


AUFGABE 1


Beantwortet in Partnerarbeit die folgenden Fragen zum Thema „Farbstoffe“. Nutzt dazu die angegebenen Internetseiten und notiert eure Antworten.

a) Wodurch werden künstliche Farbstoffe ersetzt?

Färbende Lebensmittel

b) Nenne drei Stoffe, die eine färbende Wirkung haben, aber nicht als Farbstoff gekennzeichnet werden müssen.

Karottenkonzentrat, Rote Beete, Spinat

(weitere Möglichkeiten: Aroniabeeren, schwarze Karotte, Algenkonzentrat Spirulina)

c) Warum müssen die Ersatzstoffe nicht als Farbstoffe gekennzeichnet werden?

Weil es sich bei den Ersatzstoffen um Zutaten handelt, die zwar eine färbende Wirkung haben aber rechtlich nicht als Zusatzstoffe gelten und damit nicht als solche deklariert werden müssen.

d) Was bedeutet der Begriff „sauberes Etikett“ (im Englischen „Clean Label“)?

Der Begriff bezeichnet eine Werbeangabe, die vermitteln soll, dass ein Lebensmittel bestimmte Zusatzstoffe nicht enthält. Im Rahmen der Produktgestaltung/Rezepturgestaltung werden die Zusatzstoffe häufig durch Lebensmittelzutaten ersetzt, die eine ähnliche Wirkung haben.

Die Zutatenliste erscheint demnach als „sauber“ (frei von Zusatzstoffen). Es handelt sich hierbei um eine weitverbreitete Werbemaßnahme der Lebensmittelunternehmen.


AUFGABE 2

Überprüft die Zutatenliste. Markiert Stoffe, die widersprüchlich zur Werbeaussage sind.

(Niveau G und M)

Färbendes Lebensmittel Paprikaextrakt

(Niveau E)

Frucht- und Pflanzenkonzentrat: Brennnessel, Spinat, Aronia

(Niveaustufe E) Beurteilt den Wahrheitsgehalt der Werbeaussage:

Richtig, da (rechtlich) keine Farbstoffe in der Zutatenliste vorkommen.

Falsch, da Brennnessel, Spinat oder Aronia eine färbende Wirkung haben, aber nicht als Farbstoff gekennzeichnet werden müssen.

MUSTERLÖSUNG:


AUFGABE 1


Beantwortet in Partnerarbeit die folgenden Fragen zum Thema „Konservierungsstoffe“. Nutzt dazu die angegebenen Internetseiten und notiert eure Antworten.

a) Durch welche zwei Zusatzstoffe werden Konservierungsstoffe häufig ersetzt?

Antioxidations- und Säuerungsmittel

b) Nenne drei Stoffe, die eine konservierende Wirkung haben, aber nicht als Konservierungsstoffe gekennzeichnet werden müssen.

Essig, Zucker, Salz

(weitere Möglichkeiten: Senfsaat, Gewürz- oder Fruchtextrakte)

c) Warum müssen diese und andere Ersatzstoffe nicht als Konservierungsstoffe gekennzeichnet werden?

Weil es sich bei den Ersatzstoffen um Zutaten handelt, die zwar eine konservierende Wirkung haben, die aber rechtlich nicht als Zusatzstoffe gelten und damit nicht als solche deklariert werden müssen bzw. sie andere Zusatzstoffe sind, die aber auch die Konservierung von Lebensmitteln begünstigen.

d) Was bedeutet der Begriff „sauberes Etikett“ (im Englischen „Clean Label“)?

Der Begriff bezeichnet eine Werbeangabe, die vermitteln soll, dass ein Lebensmittel bestimmte Zusatzstoffe nicht enthält. Im Rahmen der Produktgestaltung/Rezepturgestaltung werden die Zusatzstoffe häufig durch Lebensmittelzutaten ersetzt, die eine ähnliche Wirkung haben.

Die Zutatenliste erscheint demnach als „sauber“ (frei von Zusatzstoffen). Es handelt sich hierbei um eine weitverbreitete Werbemaßnahme der Lebensmittelunternehmen.


AUFGABE 2

Überprüft die Zutatenliste. Markiert Stoffe, die widersprüchlich zur Werbeaussage sind.

(Niveau G und M)

Säuerungsmittel: Citronensäure, Antioxidationsmittel E385

(Niveau E)

Branntweinessig, Säuerungsmittel Essigsäure

(Niveaustufe E) Beurteilt den Wahrheitsgehalt der Werbeaussage:

Richtig, da (rechtlich) keine Konservierungsstoffe in der Zutatenliste vorkommen

Falsch, da Essig und Säuerungsmittel auch eine konservierende Wirkung haben, aber nicht als Konservierungsstoff gekennzeichnet werden müssen.

IMPRESSUM

Das Unterrichtsmaterial wurde Ihnen von der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg zur Verfügung gestellt.

Mehr Informationen zur Finanzierung unserer Unterrichtsmaterialien:
www.vz-bw.de/transparenzerklaerung

Hat Ihnen das Material gefallen?
Wurden Ihre Erwartungen erfüllt?
Wir freuen uns über Ihr Feedback.

KONTAKT

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.
Team Verbraucherbildung
Paulinenstraße 47
70178 Stuttgart

bildung@vz-bw.de
www.vz-bw.de/verbraucherbildung-bw

Gefördert durch das Ministerium für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

Gefördert
durch



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM
UND VERBRAUCHERSCHUTZ

verbraucherzentrale

Baden-Württemberg