



Marktcheck Kinder-Frühstücksflocken ? In jeder zweiten Packung stecken mindestens 30 Prozent Zucker ? foodwatch fordert gesetzliche Zuckergrenze

Marktcheck Kinder-Frühstücksflocken - In jeder zweiten Packung stecken mindestens 30 Prozent Zucker - foodwatch fordert gesetzliche Zuckergrenze
Frühstücksflocken, die für Kinder vermarktet werden, sind fast ausnahmslos überzuckert und erfüllen nicht die Ansprüche an ein kindgerechtes Frühstück. Das zeigt ein Marktcheck von foodwatch. Die Verbraucherorganisation hat 143 Produkte unter die Lupe genommen, die in Aufmachung und Werbung gezielt Kinder ansprechen. Ergebnis: In jeder zweiten Packung stecken mindestens 30 Prozent Zucker. 4 von 5 Produkten haben einen Zuckergehalt von mehr als 20 Prozent. Nicht einmal 6 Prozent der untersuchten Produkte weisen einen Zuckergehalt von unter 10 Prozent auf. Die beliebten Smacks von Kelloggs zum Beispiel enthalten 43 Gramm Zucker. Lebensmittel-Multi Nestlé hat kein einziges Produkt für Kinder mit unter 30 Gramm Zucker im Flocken-Sortiment.
"Unser Marktcheck zeigt: Frühstücksflocken für Kinder sind in der Regel schlicht Süßigkeiten mit Müsli-Anstrich", sagt Oliver Huizinga von foodwatch. "Aus einem eigentlich ausgewogenen Produkt - Getreideflocken - hat die Industrie ein billiges Gemisch aus Mehlpanne und Zucker gemacht, mit dem Kinder schon am Frühstückstisch auf den süßen Geschmack geprägt werden." Die sogenannten Cerealien für Kinder sind häufig sogar zuckriger als Kuchen oder Schokokekse. Für die Industrie sind die Flocken mit der billigen Zutat Zucker ein einträgliches Geschäft - für die Gesundheit der Kinder jedoch fatal. In Deutschland gelten bereits 15 Prozent der Kinder als zu dick, 6 Prozent sogar als fettleibig (adipös).
foodwatch fordert deshalb klare gesetzliche Mindestanforderungen für Kinder-Frühstücksflocken: Nur noch solche Produkte, die maximal 10 Prozent Zucker enthalten, dürfen an Kinder vermarktet werden. "Eine Zuckergrenze muss gesetzlich festgelegt werden - denn von sich aus werden die Hersteller nicht aufhören, Kinder mit Zuckerbomben zu ködern", so Oliver Huizinga. "Im Gegenteil: Nestlé-Chef Gerhard Berssenbrügge zum Beispiel behauptet auch noch dreist, die Frühstücksflocken seien keine Süßigkeiten, sondern ein vollwertiger Start in den Tag." Neben der Droge Zucker setzen die Hersteller auf Comicfiguren, Gewinnspiele und Spielzeugbeigaben, um die Kinder zu locken - und auf zugesetzte Vitamine und Vollkorngetreide, um den Eltern ein gutes Gefühl zu geben.
Auch die großen Supermarkt-Ketten bieten mit ihren Eigenmarken wahre Zuckerbomben an. Norma, Aldi, Lidl, Edeka und Co. liegen auf den vordersten Plätzen im Zucker-Ranking - imitieren mit ihren Flocken jedoch die Produkte der Markthersteller wie Kelloggs und Nestlé. "Die großen Marken setzen den Standard und der Handel zieht nach", erklärt Oliver Huizinga. "Was Kelloggs mit den Smacks vormacht, macht Aldi mit den Honey Balls nach - und legt noch eine Schippe Zucker oben drauf." Auch im Bio-Bereich haben fast 60 Prozent der Flocken einen Zuckergehalt von mehr als 20 Prozent. Hersteller dennree beispielsweise gibt die Menge an Zucker nicht einmal auf der Packung an. Gleichzeitig zeigen aber vor allem Bio-Produzenten: Es ist möglich, ausgewogene Frühstücksflocken für Kinder mit weniger als 10 Prozent Zucker anzubieten.
Über die zuckrigen Kinder-Flocken von Nestlé haben sich bei einer E-Mail-Aktion auf www.foodwatch.de/aktion-nestle bereits fast 16.000 Verbraucher beschwert.
Redaktioneller Hinweis: Bildmaterial einschließlich einer Fotostrecke können Sie unter www.foodwatch.de/material-kinder herunterladen.
foodwatch
Brunnenstr. 181
10119 Berlin
Deutschland
Telefon: 030 / 240476-0
Telefax: 030 / 240476-26
Mail: info@foodwatch.de
URL: <http://www.foodwatch.de>


Pressekontakt

foodwatch

10119 Berlin

[foodwatch.de](http://www.foodwatch.de)
info@foodwatch.de

Firmenkontakt

foodwatch

10119 Berlin

[foodwatch.de](http://www.foodwatch.de)
info@foodwatch.de

Gemeinnützige Verbraucherorganisation. Spezialisiert auf das Themenfeld Nahrungsmittel.