

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/55903/1632629/waz-chance-fuer-die-kunden-vertan-kommentar-von-detlef-fechtner> abgerufen werden.

# WAZ MEDIEN GRUPPE

WAZ: Chance für die Kunden vertan -  
- Kommentar von Detlef Fechtner

16.06.2010 - 19:24 Uhr, Westdeutsche Allgemeine Zeitung

Essen (ots) - Die Lebensmittelampel kommt wohl doch nicht. Darüber mögen sich die Hersteller von Süßwaren, Limonaden und Cornflakes freuen. Und auch die vielen Kritiker der Ampel, die eine Gängelung des Verbrauchers befürchtet haben. Gewiss, es gibt Mängel. Etwa, dass die Farb-Orientierung sehr grob ist, was dazu führen kann, dass ein Produkt gelb markiert wird, das dreimal so viel Fett enthält wie ein anderes ebenfalls gelb gekennzeichnetes Nahrungsmittel. Aber Hand aufs Herz: Wer rechnet beim Kauf von Salami, die als Schlankmacher beworben wird, denn genau nach, was sechs Gramm gesättigte Fette bedeutet? Eine Farbkennzeichnung hätte vieles einfacher gemacht. Rot hätte dem Kunden beim schnellen Einkauf immerhin geholfen, Zweifel daran zu haben, dass alles wirklich so gesund und nahrhaft ist, wie es die Industrie Glauben machen will, wenn sie Kalorienbomber in Zwischenmahlzeiten umtauft. Wäre die Ampel wirklich Gängelung? Es gab nie Pläne für besserwisserische Warnhinweise. Und wer sich partout nichts sagen lassen will, kann ja nachts, wenn er in die Küche schleicht, das Licht auslassen.

Pressekontakt:

Westdeutsche Allgemeine Zeitung  
Zentralredaktion  
Telefon: 0201 / 804-6528  
[zentralredaktion@waz.de](mailto:zentralredaktion@waz.de)

Originaltext:

Westdeutsche Allgemeine Zeitung

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/55903/westdeutsche-allgemeine-zeitung>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_55903.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_55903.rss2)