

Code branche ALLEM	Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enfance et de la Jeunesse EXAMEN DE FIN D'ÉTUDES SECONDAIRES TECHNIQUES Régime technique – Session 2015	
Épreuve écrite	Branche	Division / Section
Durée de l'épreuve 3h	Allemand FR	CG / CC
Date de l'épreuve		

Tricksen zu Lasten der Gesundheit

In manchen Supermarktgängen findet man Produkte, die nicht nur für Figur und Fitness, sondern auch für das Herz, die Muskeln und die Nerven hilfreich sein sollen. Doch Verbraucherschützer warnen: von 46 Produkten, die für die Gesundheit gut sein sollen, waren in 29 Fällen die Aussagen falsch.

So verkündet ein Hersteller, seine Kindermilch ermögliche „gesundes Wachstum“ - ein Gesundheitsversprechen, das gar nicht zulässig ist, denn aufs Etikett dürfen nur solche Gesundheitsversprechen, die die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) erlaubt hat. Andere Hersteller nutzten zwar erlaubte Gesundheitsversprechen, übertrieben deren Aussagen aber auf eine Weise, die nach Einschätzung der Verbraucherzentralen einen falschen Eindruck erwecken. Ein Beispiel ist das Pflanzenöl mit dem Aufdruck „für ein gesundes Herz-Kreislauf-System“. Erlaubt ist nur der Hinweis, dass bestimmte Fettsäuren zu einer normalen Herzfunktion oder einem normalen Cholesterinspiegel beitragen.

Doch Etikettenschwindel hin oder her; das Problem mit den Gesundheitsversprechen ist komplexer. In Europa dürfen auch solche Lebensmittel als gesund angeboten werden, die es in Wirklichkeit nicht unbedingt sind. Wenn in einem Lebensmittel viel Zucker und Fett enthalten ist, reicht es, wenn man Mineralstoffe oder Vitamine zusetzt, um es dennoch als „gesund“ zu verkaufen. Grenzwerte, die definieren, wann ein Lebensmittel als gesund beworben werden darf, fehlen in der EU noch immer. Der Verbraucher hat kaum Chancen, die Tricksereien zu erkennen. Hierfür muss er sich intensiv mit den Zutaten und den Nährwerten der einzelnen Produkte auseinandersetzen.

Entscheidend für den Kauf ist aber meist der erste Eindruck. Wenn auf dem Erfrischungsgetränk eine schlanke Joggerin abgebildet ist, glauben deutlich mehr als die Hälfte der Verbraucher, dass das Produkt wenige Kalorien enthält und sich für eine

ausgewogene Ernährung eignet. Ohne das Foto der sportlichen Dame sehen nicht einmal 40 Prozent Vorteile in dem Drink. Der erste Eindruck bleibt auch meist. Ein Blick in die Zutatenliste ändert kaum mehr etwas an der einmal gefassten Meinung.

Die Verbraucherzentralen fordern daher, die wichtigsten Produktinformationen verständlich schon auf die Vorderseite der Verpackung zu drucken. Verbrauchern kann nur geraten werden, solche Lebensmittel zu kaufen, die möglichst wenig Zutaten und Verpackung haben. Denn dies bedeutet auch, weniger Raum für Tricksereien.

(Berit Uhlmann, www.sueddeutsche.de, 14.01.2015, vereinfacht und gekürzt auf 340 Wörter)

I. Verständnisfragen zum Text : richtig oder falsch ? (7 P., -1,5)

	Richtig	Falsch
1. Verbraucher können auf die Werbeaussagen der Produkte vertrauen.		
2. Etikettenschwindel ist in der Lebensmittelindustrie weit verbreitet.		
3. Sobald man Vitamine und Mineralstoffe in die Lebensmittel hinzugibt, kann man sie als gesund verkaufen.		
4. Für den Verbraucher ist es leicht, die Schwindeleien der Lebensmittelhersteller zu durchschauen.		
5. Für viele Verbraucher ist die Optik der Produkte wichtiger als die Inhaltsstoffe.		
6. Die Verbraucher ändern ihre Meinung bezüglich eines Produktes häufig.		
7. Je umfangreicher die Zutatenliste und die Verpackung, umso schwieriger ist es, die Verbraucher in die Irre zu führen.		

II. Inhaltliche Fragen zum Text:

Beantworten Sie die Fragen in eigenen Worten und geben Sie jeweils die genaue Wortzahl an!

- II.1. Wie führen die Hersteller ihre Kunden in die Irre? (min. 50 Wörter, 6 P.)
- II.2. Was ist den Menschen beim Kauf von Lebensmitteln wichtig und was unwichtig? (min. 50 Wörter, 6 P.)
- II.3. Welche Forderung stellt die Verbraucherzentrale und warum? (min. 50 Wörter, 6 P.)
- II.4. Worauf achten Sie beim Kauf von Lebensmitteln? Begründen Sie Ihre Meinung! (min. 120 Wörter, 15 P.)

III. Sprachliche Übungen

III.1. Schreiben Sie den folgenden Textabzug ganz ab und setzen Sie ihn dabei ins Präteritum! (9P., -1/Fehler)

In manchen Supermarktgängen findet man Produkte, die nicht nur für Figur und Fitness, sondern auch für das Herz, die Muskeln und die Nerven hilfreich sein sollen. Entscheidend für den Kauf sind aber meist vor allem die simplen Reize des ersten Eindrucks. Zierte das Erfrischungsgetränk eine schlanke Joggerin, glauben deutlich mehr als die Hälfte der Verbraucher, dass das Produkt wenige Kalorien enthält und sich für eine ausgewogene Ernährung eignet. Ohne das Foto der sportlichen Dame sehen nicht einmal 40 Prozent Vorteile in dem Drink. Der erste Eindruck bleibt beständig; ein Blick in die Zutatenliste ändert kaum mehr etwas an der einmal gefassten Meinung. Verbrauchern kann nur geraten werden, solche Lebensmittel zu kaufen, die möglichst wenig Zutaten und Verpackung haben.

III.2. Setzen Sie die folgenden Sätze ins Aktiv oder Passiv! (9 P., -2/Satz)

- A. Einige Hersteller nutzten nicht erlaubte Gesundheitsversprechen.
- B. In Europa wurden auch ungesunde Lebensmittel als gesund angepriesen.
- C. Man setzt einigen Lebensmitteln Vitamine und Mineralstoffe zu.
- D. Die Verbraucher erkennen die Trickereien der Lebensmittelindustrie nicht.
- E. Man hat die wichtigsten Produktinformationen auf die Vorderseite der Verpackung gedruckt.
- F. Die Verbraucher haben die Zutatenliste intensiver gelesen.

III.3. Setzen Sie den richtigen Artikel oder die richtige Endung ein! (2 P., -0,5/Fehler)

Ein häufig____ Problem bei ____ Lebensmittelherstellung ist, dass man auf ____ Etiketten übertrieben____ oder falsch____ Gesundheitsversprechen vorfindet, die die Menschen in ____ Irre führen sollen.

Korrekturvorschlag:

I. Verständnisfragen zum Text: richtig oder falsch?

	Richtig	Falsch
1. Verbraucher können auf die Werbeaussagen der Produkte vertrauen.		x
2. Etikettenschwindel ist in der Lebensmittelindustrie weit verbreitet.	x	
3. Sobald man Vitamine und Mineralstoffe in die Lebensmittel hinzugibt, kann man sie als gesund verkaufen.	x	
4. Für den Verbraucher ist es leicht, die Schwindeleien der Lebensmittelhersteller zu durchschauen.		x
5. Für viele Verbraucher ist die Optik der Produkte wichtiger als die Inhaltsstoffe.	x	
6. Die Verbraucher ändern ihre Meinung bezüglich eines Produktes häufig.		x
7. Je umfangreicher die Zutatenliste und die Verpackung, umso schwieriger ist es, die Verbraucher in die Irre zu führen.		x

II. Inhaltliche Fragen zum Text:

Beantworten Sie die Fragen in eigenen Worten und geben Sie jeweils die genaue Wortzahl an!

II.1. Von 46 Produkten mit Gesundheitswerbung waren in 29 Fällen die Aussagen irreführend. So verkündet ein Hersteller, seine Kindermilch ermögliche „gesundes Wachstum“ - ein Gesundheitsversprechen, das gar nicht zulässig ist, denn aufs Etikett dürfen nur solche Gesundheitsversprechen, die die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit EFSA erlaubt hat. Andere Hersteller nutzten zwar erlaubte Gesundheitsversprechen, übertrieben deren Aussagen aber auf eine Weise, die nach Einschätzung der Verbraucherzentralen irreführend ist.

II.2. Entscheidend für den Kauf ist aber meist der erste Eindruck. Wenn auf dem Erfrischungsgetränk eine schlanke Joggerin abgebildet ist, glauben deutlich mehr als die Hälfte der Verbraucher, dass das Produkt wenige Kalorien enthält und sich für eine ausgewogene Ernährung eignet. Ohne das Foto der sportlichen Dame sehen nicht einmal 40 Prozent Vorteile in dem Drink. Der erste Eindruck bleibt auch meist. Ein Blick in die Zutatenliste ändert kaum mehr etwas an der einmal gefassten Meinung.

II.3. Die Verbraucherzentralen fordern, die wichtigsten Produktinformationen allgemeinverständlich schon auf die Vorderseite der Verpackung zu drucken. Die Verbraucher sollen die Chance bekommen, schneller und einfacher zwischen gesunden und ungesunden Lebensmitteln unterscheiden zu können. Außerdem sollen dadurch die Möglichkeiten des Betrugs eingeschränkt werden.

II.4. Die Schüler formulieren ihre persönliche Meinung.

III. Sprachliche Übungen

III.1. Schreiben Sie den folgenden Textabzug ganz ab und setzen Sie ihn dabei ins Präteritum! (9P., -1/Fehler)

In manchen Supermarktgängen fand man Produkte, die nicht nur für Figur und Fitness, sondern auch für das Herz, die Muskeln und die Nerven hilfreich sein sollten .

Entscheidend für den Kauf waren aber meist vor allem die simplen Reize des ersten Eindrucks. Zierte das Erfrischungsgetränk eine schlanke Joggerin, glaubten deutlich mehr als die Hälfte der Verbraucher, dass das Produkt wenige Kalorien enthielt und sich für eine ausgewogene Ernährung eignete . Ohne das Foto der sportlichen Dame sahen nicht einmal 40 Prozent Vorteile in dem Drink. Der erste Eindruck blieb beständig; ein Blick in die Zutatenliste änderte kaum mehr etwas an der einmal gefassten Meinung.

Verbrauchern konnte nur geraten werden, solche Lebensmittel zu kaufen, die möglichst wenig Zutaten und Verpackung hatten .

III.2. Setzen Sie die folgenden Sätze ins Aktiv oder Passiv! (9 P., -2/Satz)

- A. Nicht erlaubte Gesundheitsversprechen wurden von einigen Herstellern genutzt.
- B. In Europa pries man auch ungesunde Lebensmittel als gesund an.
- C. Einigen Lebensmitteln werden Vitamine und Mineralstoffe zugesetzt.
- D. Die Tricksereien der Lebensmittelindustrie werden von den Verbrauchern nicht erkannt.
- E. Die wichtigsten Produktinformationen sind auf die Vorderseite der Verpackung gedruckt worden.
- F. Die Zutatenliste ist von den Verbrauchern intensiver gelesen worden.

III.3. Setzen Sie den richtigen Artikel oder die richtige Endung ein! (2 P., -0,5/Fehler)

Ein häufiges Problem bei der Lebensmittelherstellung ist, dass man auf den Etiketten übertriebene oder falsche Gesundheitsversprechen vorfindet, die die Menschen in die Irre führen sollen.