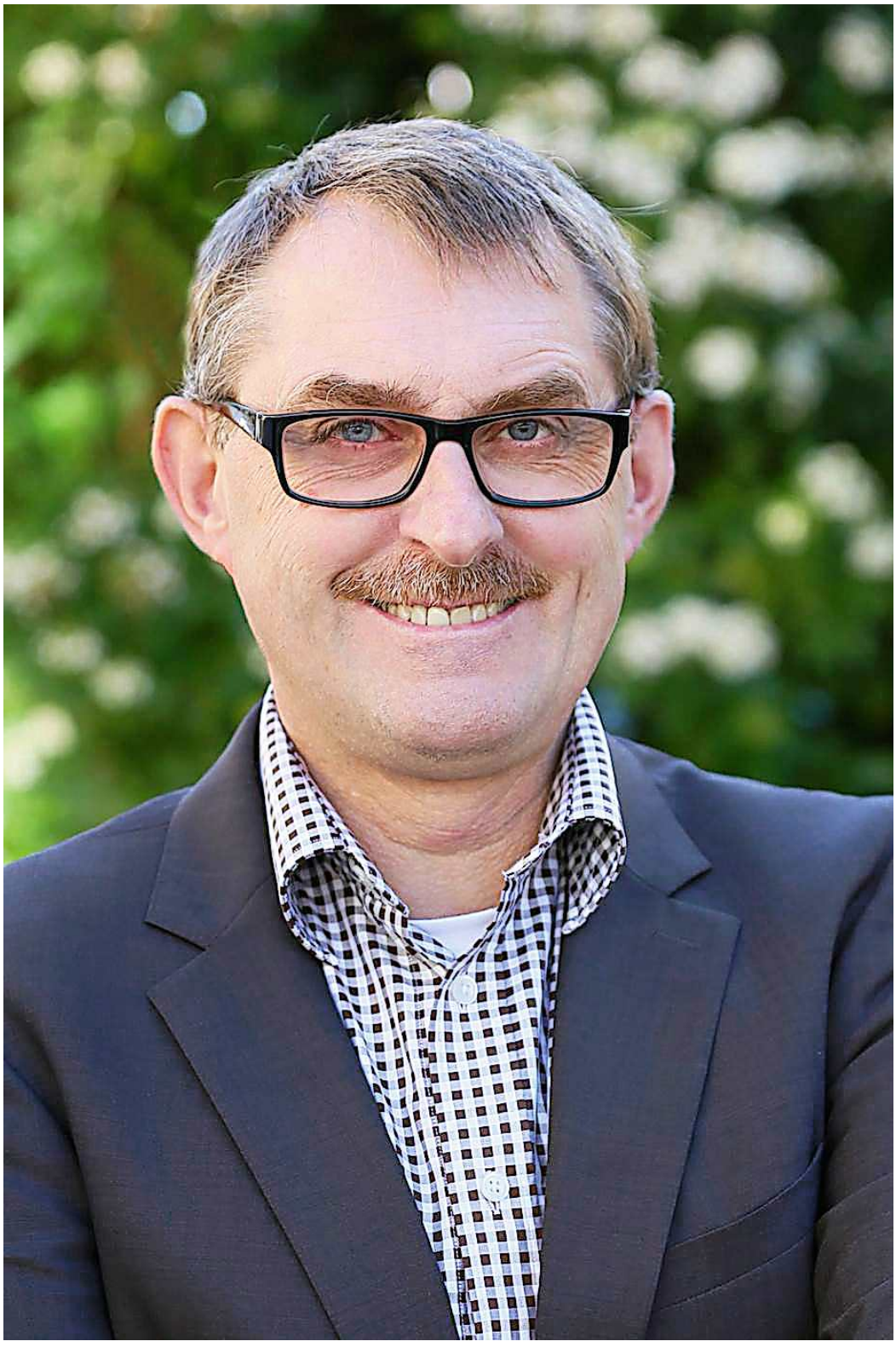
LZ-Rheinland

Artikel vom 08.10.2025 · Ausgedruckt am 10.11.2026, 15:32 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/weil-es-nicht-wurst-ist

Weil es (nicht) Wurst ist



Sieht wie Wurst aus und nennt sich auch so. Sie kommen als Alternativen zu Fleisch und Fleischwaren auf den Markt. Aber ohne sich dabei der Bezeichnungen der Originale zu bedienen, kommen ihre Hersteller nicht aus. Das EU-Parlament stellt nun die Namensfrage bei Fleischalternativen aus Soja, Weizen und Co.

Außer über die mittelfristige Finanzierung des EU-Haushalts und was sich daraus an Konsequenzen für die Gemeinsame Europäische Agrarpolitik (GAP) ergibt, diskutieren die Abgeordneten im EU-Parlament auch noch ganz andere Dinge. So stand am Dienstag eine Debatte auf der Tagesordnung, die sich mit einer Empfehlung des Agrarausschusses befasste und durchaus hitzige Wortbeiträge erwarten ließ. Am Mittwoch folgte dann eine Abstimmung darüber. Wie sie ausgegangen ist, können wir hier leider nicht berichten. Denn zu diesem Zeitpunkt war die aktuelle LZ längst gedruckt. Außerdem: Unabhängig vom Ausgang, müsste die vorgeschlagene Gesetzesänderung auch noch mit den 27 Mitgliedstaaten verhandelt werden. Die Frage, ob Burger, Würstchen oder Schnitzel, die nicht aus echtem Fleisch hergestellt werden, sich genauso nennen dürfen wie ihre Vorbilder, wird noch eine Zeit lang polarisieren.

Seltsamerweise führen Gegner wie Befürworter eines Verbots für Bezeichnungen wie Veggie-Burger oder Soja-Schnitzel den Verbraucherschutz als Begründung ins Feld. Die einen meinen, Verbrauchern könnte so etwas untergejubelt werden, was sie gar nicht wollen. In der Tat liegen Bratwurst aus Schweinefleisch und länglichrund geformtes Grillgut aus Seitan (Weizenprotein) nicht immer strikt getrennt in den Supermärkten aus. Da kann schon mal beim eiligen Einkauf ein falscher Griff in die Kühltheke einen ganzen Grillabend vermiesen. Die andere Seite argumentiert dagegen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher heutzutage doch so aufgeklärt sind, dass sie sehr wohl in der Lage wären, zwischen Original und Nachahmerprodukt zu unterscheiden. Was das Bild vom aufgeklärten Verbraucher in Sachen Ernährung angeht, da habe ich persönlich allerdings meine Zweifel. Aber das ist wieder ein anderes Thema.

Welche Begrifflichkeiten die EU künftig gestattet, dafür könnte die für Milch und Milchersatzprodukte seit einigen Jahren geltende Regelung Vorbild sein. Denn außer der Milch von Tieren dürfen nachgeahmte Produkte auf Pflanzenbasis – bis auf die Ausnahme Kokosmilch – nur noch als Pflanzendrinks auf den Markt gebracht werden. Hier kommt ein Argument ins Spiel, das in den vergangenen Tagen mehrfach in den Medien zitiert wurde und jemandem zugeschrieben wird, der als Berater für Unternehmen tätig ist, die pflanzliche Ersatzprodukte für Lebensmittel vom Tier herstellen. Demzufolge würden Verbraucherinnen und Verbraucher, die Pflanzendrinks zum Beispiel aus Hafer einkaufen wollten, auf ihren Einkaufszettel nach wie vor Hafermilch schreiben. Damit hat er sicher recht, aber entlarvt sehr wohl, warum die Unternehmen – unter ihnen auch die großen Discounter des Landes – vehement dafür plädieren, dass zum Beispiel Bratlinge aus Erbsenprotein weiterhin als Burger verkauft werden dürfen.

Ihnen geht es darum, den Konsumenten eine Brücke zum Veggie-Regal zu bauen, indem man vorgibt, die Produkte dort seien vergleichbar mit dem Original, wenn nicht sogar besser, weil vorgeblich nachhaltiger erzeugt. Da stellt sich doch die Frage, wie sehr Hersteller und Händler von ihrer Ware überzeugt sind und warum sie sich über die Namensgebung Anleihen aus einer Welt holen, die der Erzählung von einer besseren Ernährung doch eigentlich zuwiderlaufen? Wollte man es auf die Spitze treiben und polemisieren, könnte man sogar von kultureller Aneignung sprechen. Denn die Hersteller belassen es eben nicht nur beim Namen, um pflanzliche Produkte den Originalen zum Verwechseln ähnlich zu machen. Ob Textur oder Geschmack, die Lebensmitteltechnologie kennt viele Wege, die auch reichlich genutzt werden.

Mir persönlich ist es wurst, was die Menschen auf dem Teller haben. Auch wir, meine Familie und ich, haben schon das eine oder andere Nachahmerprodukt verzehrt. Nicht jedes hat uns überzeugt. Die Verbraucherinnen und Verbraucher haben die Freiheit, selbst zu entscheiden, was sie einkaufen und was sie essen. Dafür braucht es aber Klarheit und Wahrheit darüber, wo etwas herkommt und was drin ist. Werbesprüche und Namen, die nicht halten, was sie versprechen, werden früher oder später sowieso als Täuschung entlarvt – auch von Verbraucherschützern. Und die weisen längst darauf hin, dass so manches Veggie-Produkt seine Versprechen nicht halten kann; eines schon gar nicht: dass es Fleisch ist.

LZ-Chefredakteur Detlef Steinert