

Der Schock nach dem Erbeerjoghurt-Test

VON CHRISTIAN SPOLDERS

Eigentlich mochten sie den Erdbeer-Joghurt, den es in Supermärkten gab, ganz gerne. „Die haben richtig gut geschmeckt“, erinnert sich Ruth-Christin Ahner. Doch binnen weniger Wochen änderte sich der Geschmack von 17 Zehntklässlern des Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Gymnasiums. Denn in ihrem Differenzierungskurs Bio / Chemie untersuchten sie mit ihrer Lehrerin Angela Göbel gemäß dem Unterrichtsthema Ernährung verschiedene Joghurts.

Ergebnisse blieben nicht geheim

„Als wir erfuhren, was da alles wirklich drin ist, waren wir erschrocken“, sagt Saskia Buche. Die Ergebnisse ihrer Tests, bei denen sie die Joghurts unter anderem auf Geruch und Geschmack, Konsistenz und Farbe untersuchten, wollten die Schüler nicht verheimlichen. „Jemand hatte von einer Aktion der Stiftung Warentest gelesen, bei der eigene Testergebnisse eingereicht werden konnten und prämiert werden“, sagt Angela Göbel.

„Die Aktion Jugend testet 2008' haben wir im vergangenen Herbst gestartet“, sagt Bettina Dingler von der Verbraucherschutzorganisation. „Damit wollten wir das kritische Konsumverhalten von Jugendlichen fördern.“ Das ist gelungen.



Forschende Zehntklässler: Der Differenzierungskurs Bio/Chemie des Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Gymnasiums hat Joghurts untersucht. FOTO: IIGNER

Nachdem die Schüler herausgefunden hatten, dass in einigen der Joghurts nicht einmal eine halbe Erdbeere, sondern nur Aromastoffe drin waren, wollten sie ihr eigenes Milchprodukt herstellen. „Von den großen Ketten haben wir zwar keine Antwort bekommen, welche Aromen in ihren Produkten sind“, sagt Ruth-Christin Ahner. „Aber bei unseren Recherchen fanden wir heraus, dass der Erdbeergeschmack durch chemische Verbindungen hergestellt wird.“

Das wollten die Schüler bei ihrem eigenen Joghurt vermeiden. „Wir wollten einen perfekten Joghurt ohne Zusatzstoffe. Dafür nur mit Erdbeeren, selbst gemachtem Jo-

ghurt und Zucker herstellen“, sagt Marcel Wimmer.

Beim vierten Versuch gelang das Gericht. „Da man bei unserem Erdbeerjoghurt genau weiß, was drin steckt, haben wir ihn ‚Truely‘, was auf deutsch soviel wie ‚Wahr‘ oder ‚Echt‘ heißt, genannt“, sagt Saskia Buche über die Speise, die sie auch der Cafeteria des Gymnasiums angeboten haben. Und welche der neue Lieblingsjoghurt der Zehntklässler ist. „Die Einstellung der Schüler zu Lebensmitteln hat sich gründlich geändert“, hat Angela Göbel bemerkt. „Selbst Werbung sehen sie nun kritischer, da sie sich nicht mehr von Markennamen und Verpackungen täuschen lassen.“