



Seite 2

GIFTIG

Streit um Mineralöl
in Lebensmitteln

Seite 4

KLEBRIG

Die Allianz zwischen
Coca-Cola und Charité

Seite 6

LISTIG

Minister Schmidts
manipulative Methoden



EDITORIAL

Liebe Unterstützerin,
lieber Unterstützer,

unser Mineralöltest hat die Lebensmittelindustrie gehörig in Aufruhr versetzt und eine hitzige Debatte entfacht. Aldi Süd verlangt jetzt von seinen Lieferanten, die Produkte frei von Mineralölen herzustellen. Und siehe da: Bei der wichtigsten brancheninternen Tagung zum Thema Mineralöle war foodwatch ein eigener Tagesordnungspunkt. Unser Druck zeigt also Wirkung: Industrie und Handel setzten sich endlich ernsthaft mit unseren Forderungen auseinander. Denn sie können nicht länger Augen und Ohren davor verschließen, dass wir als Verbraucherinnen und Verbraucher ein Recht auf gesunde und ehrliche Lebensmittel haben. Doch reden allein hilft nicht. Damit Worten Taten folgen, müssen wir den politischen Druck weiter erhöhen – wir brauchen strenge Grenzwerte für Mineralöle in Lebensmitteln und verpflichtende Schutzbarrieren in Altpapier-Verpackungen. Das gelingt nur durch Ihre Unterstützung als Förderinnen und Förderer. Vielen Dank dafür!

Ihre
Sophie Unger
Kampagnen

Mineralöl im Essen – wir bleiben dran!

Krebserregende und erbgutverändernde Mineralöle können in vielen Lebensmitteln stecken. Auf unsere Kritik haben nur wenige Hersteller reagiert, aber Aldi Süd hat die Initiative ergriffen – was fehlt, sind klare politische Vorgaben!

Recyclingpapier ist gut für die Umwelt – von ihm geht jedoch auch ein beträchtliches Risiko für unsere Gesundheit aus. Ein foodwatch-Test vom Oktober 2015 hat gezeigt, dass zahlreiche Grundnahrungsmittel mit gesundheitsgefährdenden Mineralölen aus Altpapierverpackungen belastet sind. Vor allem die potentiell krebserregenden und erbgutverändernden aromatischen Mineralöle haben in Lebensmitteln nichts zu suchen!

Daher forderten wir die Hersteller und Handelsunternehmen auf, die in unserem Test mit aromatischen Mineralölen belasteten Produkte zurückzurufen.

Dieser Aufforderung kamen lediglich zwei Unternehmen nach – der italienische Hersteller Curti und die Handelskette Real. Also veröffentlichten wir kurzerhand selbst Rückrufe für belastete Produkte und räumten die Regale einer Kaufland- und einer Rewe-Filiale symbolisch leer.



24.11.2015

Bei **Kaufland** räumten wir Kellogg's Cornflakes und zwei Reis-Produkte symbolisch aus den Regalen. Der Grund: Obwohl die Produkte unseren Labortests zufolge mit Mineralöl belastet waren, verkaufte Kaufland sie weiterhin.



10.12.2015

Auch **Rewe** weigerte sich, Mineralöl belastete Produkte aus den Regalen zu nehmen. Deshalb übernahmen wir das: Symbolisch kauften wir die betroffene Ware auf, um die Rewe-Kundschaft vor dem Gesundheitsrisiko zu schützen.

Fotos: Fässer © Spectral-Design-fotolia.com, Kaufland Björn-Arne Eisermann, Titelbild und Rewe Mike Auerbach

Mineralöl in zahlreichen Lebensmitteln

Seit unserem Test wurden Mineralöle noch in etlichen weiteren Produkten nachgewiesen: Öko-Test fand gesättigte Mineralöle in Dr. Oetker Produkten, das Bayerische Landesgesundheitsamt krebsauslösende, aromatische Mineralöle in Adventskalendern, Stiftung Warentest in Olivenölen. Zuletzt hatte die Marke „Lafer. Lecker. Leben“ von TV-Koch Johann Lafer im Januar den Verkauf einer Pfeffer-Spezialität gestoppt. So vielfältig die Produkte, so vielfältig auch mögliche Eintragswege: Schmiermittel aus Produktionsmaschinen, Abgase oder mit sogenannten Batching-Ölen behandelte Jutesäcke können neben Altpapier-Kartons Quellen für die Mineralölbelastungen sein.

Aldi Süd dreht Öl-Hahn zu

Der Lebensmittel-Discounter Aldi Süd will das Problem nun in den Griff bekommen: Alle Produkte, die er als Eigenmarke vertreibt, sollen in Zukunft frei von gefährlichen Mineralölen sein. Das verlangte der Handelskonzern schriftlich von seinen Zulieferbetrieben.

Wie zu erwarten, versuchte die Lebensmittel-Lobby die Aldi-Forderungen als nicht erfüllbar und aus Verbraucherschutzgründen nicht gerechtfertigt abzubügeln.

Eins ist klar: Regierung und Herstellern ist das Problem um die Mineralöle seit Jahren bekannt. Auch, dass weitere schädliche Substanzen wie hormonell wirksame Weichmacher aus

Altpapierverpackungen Lebensmittel verunreinigen, weiß die Bundesregierung spätestens seit einem von ihr durchgeführten Forschungsprojekt aus dem Jahre 2012.

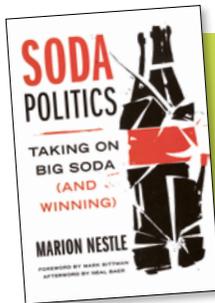
Regulierung ist längst überfällig!

Nun wird es endlich Zeit zu handeln! Wir werden uns nicht nur in Deutschland, sondern auch mit unseren Büros in Frankreich und den Niederlanden für gesetzliche Vorgaben einsetzen, die Europas Verbraucherinnen und Verbraucher insbesondere vor gesundheitsgefährdenden Mineralölen schützen.



Achtung Krebsgefahr: Symbolischer Rückruf bei Kaufland.

*** TIPP *** Unterstützen Sie schon unsere Forderung? Unterschreiben Sie unsere E-Mail-Aktion an den zuständigen EU-Gesundheitskommissar: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de



BUCH-TIPP

„Soda Politics“
(Englisch)
Marion Nestle

Oxford University
Press 2015
28,80 Euro

Der Kampf gegen die Limo-Lobby

Wer den Ernährungsdiskurs in den USA verfolgt, kommt an einem Namen nicht vorbei: Marion Nestle. Sie ist Professorin für Public Health an der New York University und zugleich Amerikas bekannteste Food-Aktivistin. Auf Ihrem Blog www.foodpolitics.com kommentiert sie tagesaktuell das ernährungspolitische Geschehen. Mit ihren Büchern setzt sie das Thema Ernährung immer wieder auf die politische Agenda.

Ihr neuestes Werk „Soda Politics“ befasst sich mit dem Kampf gegen die mächtige Limo-Lobby. In den USA werden zuckergesüßte Getränke als Hauptursache für die dramatische Entwicklung der vergangenen Jahrzehnte gesehen: Mittlerweile gilt mehr als ein Drittel der US-amerikanischen Bevölkerung als „adipös“ beziehungsweise fettleibig. Marion Nestle zeigt auf, was getan werden muss, um die Limo-Konzerne in die Schranken zu weisen.

Marion Nestle hat mehrere Bücher zu ernährungspolitischen Themen geschrieben. Ihr wohl bekanntestes erschien 2002 unter dem Titel „Food Politics: How the Food Industry Influences Nutrition and Health“ (University of California Press). Marion Nestles Nachname wird übrigens wie das englische Verb „to nestle“ ausgesprochen – nicht wie der Lebensmittelkonzern Nestlé!

Bittersüße Allianz

Eine Charité-Direktorin hatte für eine Herzgesundheits-Initiative von Coca-Cola geworben. Damit ist nun Schluss – aufgrund einer foodwatch-Kampagne.

Eine Million Euro hat die größte Universitätsklinik Europas, die Charité in Berlin, in den vergangenen fünf Jahren von Coca-Cola angenommen – für Forschung zur Prävention von Herzkrankheiten bei Frauen. Zudem trat eine Charité-Direktorin, Frau Professorin Regitz-Zagrosek, als Werbegesicht für die zugehörige Coca-Cola Initiative „Hör auf dein Herz“ in Erscheinung. Klingt wie eine gute Sache. Doch in Wahrheit ist es ein gezieltes Ablenkungsmanöver. Coca-Cola ist nicht Teil der Lösung, sondern Kern des Problems.

Dass Cola ungesund ist, lernen wir bereits als Kind. Doch was viele nicht wissen: Zuckergesüßte Getränke sind ein eigenständiger Risikofaktor für die Entstehung von Herzkrankheiten. Mit jedem Euro, den Coca-Cola in Werbung für Zucker-Getränke investiert, fördert das Unternehmen so-

gesehen Herzinfarkte. Überspitzt gesagt: Das Geschäftsmodell nimmt Herzinfarkte billigend in Kauf. Denn: Zwei Drittel des Absatzvolumens in Deutschland sind die zuckerhaltigen Varianten von Cola, Fanta, Sprite & Co. Daher ist es inakzeptabel, wenn die Charité mit Coca-Cola gemeinsame Sache macht und eine

Charité-Direktorin ausgerechnet für die „Herzgesundheits-Initiative“ des Unternehmens wirbt. Das wäre so, als würde die Charité gemeinsam mit der Tabak-Industrie für Lungenkrebs-Prävention werben.

foodwatch-Kampagne gegen die Kooperation foodwatch hat die Kooperation öffentlich kritisiert. Noch am Tag der Veröffentlichung teilte die Charité mit, eine Verlängerung der Unterstützung durch Coca-Cola sei „nicht geplant“. Einige Tage darauf wurden auch die Internetseiten von Coca-Cola überarbeitet: Frau Professorin Regitz-Zagrosek wird nun nicht mehr als Partnerin der Herzgesundheits-Initiative aufgeführt. Offensichtlich ist die bitter-süße Allianz Geschichte!

Es ist ein erster Schritt in die richtige Richtung, wenn Forschungs-Kooperationen mit Zucker-Konzernen deutlichen Widerspruch finden. Frü-

her war es zum Beispiel auch ganz normal, dass Tabakkonzerne mit Ärzten Werbung machen oder Gesundheitsprojekte finanzierten.

Das wäre heute undenkbar – nicht zuletzt, weil sich Wissenschaftler und Verbraucher gegen die Übermacht der Tabak-Lobby zur Wehr setzten. ☺



Foto: picture alliance / dpa

„Wir brauchen eine Zucker-Fett-Steuer“

Diabetes-Experte Prof. Thomas Danne über Cola, Kalorien und Krankheiten.

Die Zahl der Diabetes-Kranken steigt. Welche Rolle spielt dabei der Konsum zuckerhaltiger Getränke?

Tatsächlich ist von 1998 bis 2011 die Zahl der Diabetes-Kranken in Deutschland um 38 Prozent gestiegen. 14 Prozent sind bedingt durch die Alterung der Bevölkerung, die restlichen 24 Prozent sind durch andere Faktoren der Umwelt und Lebensführung erklärbar. Zuckergesüßte Getränke tragen zu dem Problem der steigenden Diabetes-Prävalenz bei. Dauerhaft eine Dose Limonade pro Tag erhöht das Risiko für Diabetes Typ 2 um 20 Prozent.

Welche weiteren gesundheitlichen Folgen hat der Konsum zuckerhaltiger Getränke?

Der regelmäßige Konsum von Softdrinks erhöht das Risiko für Übergewicht oder schweres Übergewicht. Übergewicht wiederum ist der stärkste Risikofaktor für die Entstehung weiterer chronischer Krankheiten wie Herz-Kreislauf-Erkrankungen, manche Krebsarten, Gelenkerkrankungen oder auch Depressionen.

Nehmen wir die klassische Coca-Cola: Wieviel kann ich davon eigentlich täglich trinken, ohne gesundheitliche Schäden befürchten zu müssen?

Es gibt keine von der Europäischen Lebensmittelbehörde festgelegte Menge, die man täglich ein ganzes Leben lang zu sich nehmen kann, ohne krank zu werden. Für Kinder ist Cola schon wegen des Koffeingehaltes grundsätzlich nicht empfehlenswert. Wir raten generell, zum täglichen Durstlöschen auf zuckergesüßte Getränke zu verzichten. Mal eine Cola zu trinken, am besten zuckerfrei, kann eine Ausnahme sein –

wichtig ist, so selten davon zu trinken, dass man sich nicht an den Süßgeschmack gewöhnt. **Braucht es gesetzliche Regelungen um den Konsum in Deutschland zu reduzieren – und wenn ja, welche?**

Ich plädiere für eine Zucker-Fett-Steuer. Das Beispiel Mexiko zeigt: Eine zehnpromtente Preiserhöhung für zuckergesüßte Limonaden hat innerhalb eines Jahres zu einem Rückgang des Limonadenkonsums von durchschnittlich zwölf Prozent geführt. Und auch in anderen Ländern gibt es positive Erfahrungen mit Zucker-Fett-Steuern, etwa in Dänemark, Frankreich, Ungarn. Es gibt derzeit keine andere derart erfolgreiche, kostengünstige und schnellwirksame Maßnahme, das Konsumverhalten einer ganzen Bevölkerung zum Positiven zu verändern.

Kritiker meinen, Konzerne treffe keine Schuld – vielmehr seien die Verbraucherinnen und Verbraucher selbst dafür verantwortlich, wie viele zuckerhaltige Getränke sie trinken.

Natürlich liegt es auch in der Verantwortung erwachsener Konsumenten, wie viel zuckerhaltige Getränke sie zu sich nehmen. Es ist aber auch eine Frage der Befähigung von Verbrauchern und damit eine Frage der Ernährungsbildung. Wenn ich als Kind damit aufwachse, dass es normal ist, zuckerhaltige Getränke zu trinken und mir noch dazu die Werbung suggeriert, dass Limonaden das Getränk meiner Generation sind, dann lerne ich ja im prägenden Alter, dass diese Getränke zu meinem Leben dazu gehören. Hier haben Eltern, Regierung und die Industrie eine geteilte Verantwortung. ☺



Foto: diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe

INTERVIEW

Prof. Dr. med. Thomas Danne ist Pädiater und Chefarzt am Kinderkrankenhaus auf der Bult in Hannover. Er lehrt zudem an der Medizinischen Hochschule Hannover (MHH) und ist Vorstandsvorsitzender von diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe. Im Gespräch mit foodwatch warnt Prof. Danne vor den gesundheitlichen Folgen des regelmäßigen Konsums zuckerhaltiger Süßgetränke. Cola sei nicht nur ein Dickmacher, sondern ein echter Krankmacher. Die Politik müsse endlich eingreifen.

Das Märchenbuch von Christian Schmidt

Der Bundesernährungsminister arbeitet in einer neuen Studie mit manipulativen Methoden

In seinem „Ernährungsreport 2016“ hat Bundesernährungsminister Christian Schmidt Umfrageergebnisse falsch dargestellt und ein manipulatives Bild der öffentlichen Meinung gezeichnet – zugunsten seiner windelweichen Politik.

„Deutschland, wie es isst“ – dieser hochtrabende Name prangt über dem ersten Ernährungsreport von Bundesernährungsminister Christian Schmidt. Mit der Veröffentlichung im Januar wollte der CSU-Politiker offenlegen, was die Deutschen gerne essen, wie sie ihr Steak am liebsten mögen und wie gut sie sich als Verbraucherinnen und Verbraucher informiert fühlen – alles auf Grundlage einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Forsa.

Wir haben einen Blick in die bis dato unveröffentlichten Originaltabellen und Fragestellungen der Studie geworfen und mussten feststellen: Ergebnisse wurden unterschlagen, sachlich falsche Angaben gemacht, die Befragten mit suggestiven Formulierungen getäuscht, Zahlen falsch übertragen, Grafiken verzerrt dargestellt. Was auffällt: Die Manipulationen dienten auffällig oft dem Politikverständnis von Minister Christian Schmidt, der in der Ernährungspolitik auf Aufklärung und freiwillige Selbstverpflichtungen statt auf regulative Vorgaben für die Lebensmittelwirtschaft setzt.

Hier ein paar Beispiele, wo unser Minister getrickst hat:



„Unangenehme Ergebnisse behalte ich lieber für mich!“

Aus den Originaltabellen geht hervor, dass 83 Prozent der Befragten eine klare Gentechnik-kennzeichnung „sehr wichtig“ oder „wichtig“ wäre. Im Ernährungsreport ist davon keine Rede. Hintergrund: In ihrem Koalitionsvertrag hatten sich Union und SPD ursprünglich auf eine verpflichtende Kennzeichnung von Agrargentechnik auch bei Tierprodukten verständigt – mittlerweile hat sich die Koalition davon aber verabschiedet.



„Unangenehme Vorschläge frage ich gar nicht erst ab!“

Zur Förderung gesunder Ernährung hat das Ministerium die Zustimmung zu drei Ansätzen abgefragt: kindgerechte Aufklärung/Ernährungs-

bildung, neutrale Informationen, Steuerpolitik. Bei diesen Optionen fehlt jedoch ausgerechnet der Ansatz, der von zahlreichen Experten gefordert wird: Nur für gesunde Lebensmittel sollte Werbung an Kinder erlaubt sein. Mehrere Umfragen in den vergangenen Jahren haben ergeben, dass eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung eine solche Regulierung befürwortet.



„Unangenehme Themen stelle ich einfach falsch dar!“

In einer Fragestellung zur Wichtigkeit von Herkunftsangaben wird behauptet, dass die Herkunft von Lebensmitteln bereits zu den „verbindlich gekennzeichneten Angaben“ gehört. Falsch: Bis auf einige Ausnahmen, wie unverarbeitetes Fleisch, Obst und Gemüse, muss auf den meisten verarbeiteten Produkten keine Angabe zur Herkunft gemacht werden. In anderen Umfragen war dies einer der dringlichsten Wünsche der Verbraucher für die Lebensmittelkennzeichnung.

*** TIPP *** Viele weitere Beispiele manipulativer Angaben im Ernährungsreport sind auf www.ernaehrungsreport.foodwatch.de zu finden.



Wir stellen vor

Das foodwatch-Team ist um zwei Gesichter reicher: Wir begrüßen Lisa Indlekofer und Dario Sarmadi im Berliner Büro.

Lisa Indlekofer ist seit November 2015 Mitglied unseres Teams. Im Bereich Marketing und Fundraising ist sie verantwortlich für die Betreuung

der Mitglieder und Anfragen von Verbrauchern. Sie hält die Mitglieder per Newsletter über aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden und sucht gemeinsam mit Marketing-Leiterin Gabriele Richter nach Wegen, noch mehr Menschen von einer Fördermitgliedschaft bei foodwatch zu überzeugen.

Lisa studierte Internationale Betriebswirtschaft und Interkulturelle Studien in Heilbronn, Villingen-Schwenningen und Xiamen (China). Vor foodwatch sammelte sie Praxiserfahrung bei Daimler und Bosch sowie bei der Robert Bosch Stiftung. Lisa setzt sich ehrenamtlich bei Rank a Brand e. V. für mehr Transparenz zu Nachhaltigkeitsthemen bei Markenherstellern ein.

Dario Sarmadi ist seit Februar 2016 neue Kraft im Presseteam. Er beantwortet Journalisten-Anfragen, gibt Interviews und informiert über Newsletter und Social Media-Kanäle zu Kampagnen und aktuelle Themen. Vor seinem Start bei foodwatch arbeitete Dario für mehrere Jahre als freier Journalist, unter anderem für das europapolitische Nachrichten-Netzwerk EurActiv und für die Hannoverische Allgemeine Zeitung. Seine Artikel erschienen etwa im Tagesspiegel, in der französischen La Tribune oder im britischen Guardian. Dario studierte in Hannover Politikwissenschaften, Anglistik und European Studies. Kurz darauf unterstützte er bereits die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Berliner Grünen, der Freien Universität Berlin und Amnesty International.

*** KURZ GEMELDET *** KURZ GEMELDET *** KURZ GEMELDET *** KURZ GEMELDET ***

☉ **Altersbeschränkung für Red Bull & Co.** In Lettland dürfen Energy Drinks ab Juni 2016 nicht mehr an Minderjährige verkauft werden.



Damit ist das baltische Land nach Litauen das zweite EU-Land mit einer solchen Altersgrenze. In Deutschland ist kein entsprechendes Gesetz in Aussicht, obwohl Mediziner weltweit seit langem vor den Risiken warnen. Energy Drinks und Energy Shots stehen in Verbindung mit Herzrhythmusstörungen, Krampfanfällen, Nierenversagen und sogar Todesfällen. Wir fordern: Energy Drinks dürfen nicht mehr an Kinder und Jugendliche verkauft werden, die hochkonzentrierten

Shots müssen verboten werden. Schreiben Sie an Bundesminister Christian Schmidt: www.foodwatch.de/aktion-energyshots

☉ **Kein Himbertee ohne Himbeeren.** Wo Himbeeren drauf sind, müssen Himbeeren drin sein. Und eine Verpackung, die nicht hält, was sie verspricht, ist nicht zulässig. Das entschied der Bundesgerichtshof (BGH) Ende letzten Jahres im Fall eines Früchtetees der Marke Teekanne. Das Produkt wurde als „Felix Himbeer-Vanille Abenteuer“ mit „nur natürlichen Zutaten“ beworben – ohne, dass der Tee echte Himbeeren oder Vanille enthielt – ein beliebter Täuschungstricks der

Lebensmittelindustrie. Dieses Urteil war überfällig!

☉ **Urteil zum Pferdefleisch-Skandal:** Die niederländische Lebensmittelsicherheitsbehörde NVWA musste in den letzten Wochen die Namen aller Produkte veröffentlichen, in denen nicht-deklariertes Pferdefleisch enthalten war. Auch die Namen aller Betriebe, die Pferdefleisch verarbeitet hatten, müssen genannt werden, entschied das Verwaltungsgericht in Amsterdam. Ein Erfolg für foodwatch: Das Team in den Niederlande hatte seit 2013, als der Pferdefleischskandal ans Licht kam, eine Offenlegung gefordert.



In den laufenden Verhandlungen über das europäische Freihandelsabkommen mit den USA (TTIP) und in dem seit Februar vorliegenden Text des EU-Kanada-Abkommens (CETA) ist besonders das System der „Investor-Staat-Streitbeilegung“ umstritten.

Mit einem neuen Vorschlag versucht die verhandelnde EU-Kommissarin Cecilia Malmström, der zunehmenden Kritik an den ursprünglich vorgesehenen privaten Schiedsgerichten zu begegnen: Im September 2015 hatte Malmström vorgeschlagen, das bisherige System durch ein sogenanntes Investitionsgericht zu ersetzen. Der alte Vorschlag erscheint zwar jetzt in neuem Gewand – vorgesehen sind zum Beispiel eine Berufungsinstanz und fest bestellte Richterinnen und Richter – der Kern der Kritik bleibt jedoch unverändert bestehen.

Regierungen sind erpressbar

Ob Schiedsgericht oder Investitionsgericht, das System der Investor-Staat-Streitbeilegung bleibt eine Paralleljustiz, die nur von ausländischen Investoren angerufen werden kann. Staaten können somit für Gesetze verklagt werden, die im Sinne des Gemeinwohls erlassen wurden. Vor den geplanten Investitionsgerichten können Investoren Recht bekommen, auch wenn ordentliche Gerichte anders entscheiden würden.

Durch das Risiko, von Investoren zu Schadensersatz in Milliardenhöhe verklagt zu werden, sind Regierungen erpressbar. Geplante Regulierungen für den Verbraucher- und Umweltschutz oder zur Stärkung von Arbeitnehmerrechten können so verhindert oder verzögert werden. Der Deutsche Richterbund kritisiert zudem, dass die finanzielle und fachliche Unabhängigkeit der Richterinnen und Richter nicht gewahrt ist.

Viele Rechte, keine Pflichten

Während die weitgehenden Rechte der klagenden Unternehmen auch mit dem neuen System erhalten bleiben, werden in den Verträgen keine durchsetzbaren Verpflichtungen für Investoren festgelegt. Sie können beispielsweise nicht verpflichtet werden, fundamentale Menschenrechte einzuhalten.

Investitionsgerichte sind sowohl in TTIP als auch im CETA-Vertrag vorgesehen. Für das Abkommen mit Kanada liegt bereits der fertige Vertragstext vor. Über den Vertrag soll noch in diesem Jahr entschieden werden. Doch selbst wenn die TTIP-Verhandlungen noch laufen, werden viele US-amerikanische Unternehmen dank ihrer kanadischen Niederlassungen bereits von CETA profitieren. Auch deshalb setzt sich foodwatch dafür ein, den CETA-Vertrag zu verhindern und die TTIP-Verhandlungen zu stoppen. ☹