

Hintergrundinformationen

EU-Lebensmittelinformationsverordnung: Kein Schutz vor Täuschung

Stand: 9. Dezember 2016

Nach jahrelangen Diskussionen darüber, welche Informationen in Zukunft auf Lebensmittelverpackungen gegeben werden, hat das Europäische Parlament am 6. Juli 2011 die Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) beschlossen. Die meisten Regeln gelten ab dem 13. Dezember 2014. Am 13.12.2016 endet schließlich auch die letzte Übergangsfrist und eine einheitliche Nährwertkennzeichnung für verarbeitete Lebensmittel wird gesetzlich verpflichtend. Das Fazit von foodwatch: Die LMIV lässt zahlreiche Kennzeichnungslücken bestehen und schützt deshalb mitnichten vor Täuschung. Unzählige verbraucherfreundliche Regelungen wurden von der Lebensmittelindustrie erfolgreich verhindert. Das Gesetz muss generalüberholt werden, wenn es die Verbraucherinnen und Verbraucher vor legaler Täuschung schützen und in die Lage versetzen soll, informierte Kaufentscheidungen zu treffen.

1. Die LMIV: Warum die neuen Vorgaben ein Erfolg für die Lebensmittelindustrie sind

a) Schriftgrößen kaum lesbar

Im ursprünglichen Gesetzentwurf der Europäischen Kommission war eine verbraucherfreundliche Mindestschriftgröße von 3 Millimeter in der Zutatenliste und bei allen anderen Pflichtangaben vorgesehen.¹ Die Lebensmittelwirtschaft wehrte sich gegen dieses Vorhaben, unter anderem mit dem Argument, es bliebe dann „kein ausreichender Raum für den Markenauftritt“.² Der Handelsverband EuroCommerce warnte zudem, die Produktverpackungen müssten durch eine solche Vorgabe größer werden, das produziere unnötigen Verpackungsmüll.³ Die Lobbyarbeit hatte Erfolg: Ab Dezember 2014 muss die Schrift nur mindestens 1,2 Millimeter betragen, bezogen auf das kleine „x“.⁴ Auf Verpackungen mit weniger als 80 Quadratzentimeter Fläche reichen sogar schon 0,9 Millimeter⁵ – was endgültig zeigt, dass es dem Gesetzgeber hier nicht zuvorderst um eine angemessene Information der Kundinnen und Kunden geht, die natürlich auch bei kleinen Verpackungen lesen können möchten, was drauf steht.

foodwatch fordert: Alle Produktinformationen müssen deutlich sichtbar und auch für ältere Menschen gut lesbar sein. Berücksichtigt werden müssen neben der Schriftgröße auch der Zeichen- und Zeilenabstand sowie Farbkontraste.

¹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0040:FIN:DE:PDF>

² <http://www.bll.de/de/der-bll/positionen/pp-lmiv-2009/stellungnahme-lmiv-2008>

³ <http://www.euractiv.com/health/industry-bashes-commission-propo-news-219309>

⁴ Vgl. LMIV Art. 13 (2)

⁵ Vgl. LMIV Art. 13 (3)

b) Keine Nährwertkennzeichnung in Ampelfarben

Gegenstand der Diskussionen über die LMIV war auch eine auffällige, mit den Ampelfarben Rot, Gelb und Grün unterlegte Nährwertkennzeichnung. Entwickelt hatte es die britische Lebensmittelbehörde FSA. Krankenkassen, Ärzte- und Verbraucherverbände in ganz Europa sprachen sich für dieses ursprüngliche FSA-System aus⁶ (später, nach Verabschiedung der LMIV, veränderte die FSA ihr Modell⁷; zudem existieren in verschiedenen EU-Staaten eine Reihe von alternativen, von Behörden, Regierungen oder der Wirtschaft selbst entwickelten Nährwertkennzeichnungssystemen auf Basis von Ampelfarben – diese weichen teils erheblich vom bewährten FSA-Vorschlag ab). Wo diese ursprüngliche FSA-Ampel in der öffentlichen Diskussion war, wünschten sich auch Verbraucherinnen und Verbraucher eine solche Kennzeichnung – wie exemplarisch eine repräsentative Umfrage der deutschen Krankenversicherung (DKV) zeigt, laut der eine große Mehrheit der Menschen in Deutschland die Einführung der Ampel forderte.⁸

Die originale FSA-Ampel hätte auf der Produktvorderseite mithilfe von Gramm-Zahlen, Text und Farben (rot = hoch, gelb = mittel, grün = gering) den Gehalt an Fett, gesättigten Fetten, Zucker und Salz auf einen Blick erkennbar und Produkte vergleichbar gemacht.⁹ Die Lebensmittelwirtschaft investierte nach eigenen Angaben EU-weit insgesamt eine Milliarde Euro in ihre Kampagne, um die Ampel zu verhindern.¹⁰ Mit Erfolg drückte sie ein eigenes, genehmeres Kennzeichnungsmodell durch, basierend auf GDA-Werten (GDA=Guideline Daily Amounts, Richtwerte für die Tageszufuhr), die mit ihren komplexen und teils wenig aussagekräftigen Prozentangaben vielfältige Möglichkeiten bieten, Zucker-, Fett- oder Salzwerte kleinzurechnen oder die Verbraucher über die Nährwerte in die Irre zu führen.¹¹

Zwar müssen ab Dezember 2016 die sieben wichtigsten Nährwerte (Brennwert, Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker, Eiweiß und Salz)¹² einheitlich pro 100 Gramm beziehungsweise Milliliter¹³ auf die Verpackung – die erstmals eingeführte Pflicht zur Nährwertkennzeichnung ist tatsächlich ein relevanter Fortschritt. Eine verbindliche Kennzeichnung auf der Produktvorderseite wird es jedoch ebenso wenig geben wie eine Einordnung durch Ampelfarben.

Warum die „neue“ britische Ampel eine Mogelpackung ist

Die in Großbritannien von mehreren Hersteller und Handelsunternehmen freiwillig verwendete Nährwert-Ampel ist nicht mit dem Original zu vergleichen. Während die originale FSA-Ampel bei 12,5 Gramm Zucker pro 100 Gramm auf „Rot“ sprang, ist der neue Umschlagswert auf 22,5 Gramm Zucker pro 100 Gramm gestiegen – selbst einige Kekse bekommen damit keine rote Ampel für Zucker. Bei Getränken wurde der „Umschlagswert“ zur roten Stufen von 6,3 Gramm auf 11,25 Gramm erhöht. Anders gesagt: Selbst eine Coca-Cola classic (10,6 Gramm Zucker pro 100 ml) bekommt in Großbritannien keinen roten

⁶ <https://www.foodwatch.org/de/informieren/ampelkennzeichnung/mehr-zum-thema/wissenschaft/>

⁷ <https://www.foodwatch.org/de/informieren/ampelkennzeichnung/aktuelle-nachrichten/die-neue-britische-ampel-eine-mogelpackung/>

⁸ <http://www.themenportal.de/gesundheit/mehrheit-der-bundesbuerger-ist-fuer-die-ampel-bei-lebensmitteln-71323>

⁹ <https://www.foodwatch.org/de/informieren/ampelkennzeichnung/mehr-zum-thema/so-funktioniert-die-ampel/>

¹⁰ Vgl. CEO-Report „A red light for consumer information“: <http://images.smh.com.au/file/2011/09/06/2606842/CEO-Food-Labeling.pdf>

¹¹ <http://www.foodwatch.org/de/informieren/ampelkennzeichnung/mehr-zum-thema/industrie-kennzeichnung-gda/>

¹² Vgl. LMIV Art. 30 (1)

¹³ Vgl. LMIV Erwägungsgrund 35

Punkt für Zucker. Die Lebensmittelindustrie hat dafür gesorgt, dass jede freiwillige Nährwertkennzeichnung – und damit auch die freiwillige britische Ampel oder die in Frankreich diskutierten Kennzeichnungsmodelle – sich auf ganz bestimmte Referenzwerte beziehen muss, die in einem Anhang der LMIV festgeschrieben sind.¹⁴ Dabei handelt es sich um eben jene „Guideline Daily Amounts“, die auch Grundlage der von der Industrie entwickelten „GDA-Kennzeichnung“ waren. Der zentrale Unterschied zu den Referenzwerten, die der originalen FSA-Ampel zugrunde liegen: Die tägliche Höchstmenge für Zucker liegt nicht bei 50 Gramm, sondern bei 90 Gramm. Daraus ergeben sich entsprechend höhere Rot-Umschlagwerte. Kein Wunder also, dass Konzerne wie Nestlé, die einst vehemente Ampel-Gegner waren, mit der freiwilligen Regelung in Großbritannien kein Problem haben.

foodwatch fordert: Nährwertangaben müssen klar und verständlich sein – und zwar auf einen Blick auf der Vorderseite von Lebensmittelverpackungen. Und sie müssen vergleichbar sein. Mit der Ampelkennzeichnung wird das erreicht: Statt auf unrealistische Portionsgrößen setzt sie auf einheitliche Angaben pro 100 Gramm – und auf Signalfarben, die die Information über die wichtigsten Nährwerte Fett, Zucker und Salz leicht verständlich macht. Grün steht dabei für einen geringen, Gelb für einen mittleren und Rot für einen hohen Gehalt am jeweiligen Nährwert.

foodwatch fordert die verpflichtende Einführung von Nährwertangaben in einem leicht verständlichem Farbschema auf der Vorderseite von verpackten Lebensmitteln und Getränken. Dafür muss die Lebensmittelinformationsverordnung generalüberholt werden.

c) Mangelhafte Herkunftskennzeichnung

Verbraucherinnen und Verbraucher erfahren bei den allermeisten Lebensmitteln nichts über die Herkunft der Zutaten. Begriffe wie „Heimat“ oder „regional“ sind zudem gesetzlich nicht geschützt, so dass Hersteller diese in erster Linie als Marketinginstrument einsetzen, bei denen die tatsächliche Herkunft der Zutaten aber nicht mit dem Beworbenen übereinstimmen muss.

Zudem dürfen Hersteller Informationen über die Herkunft der verwendeten Zutaten bei den meisten Produkten vorenthalten. Bislang gab es nur wenige Ausnahmen:

- Für das meiste frische Obst und Gemüse muss das Herkunftsland genannt werden;
- bei frischen Eiern gibt der Stempel Auskunft über den Lege-Ort;
- bei Milch- und Fleischprodukten lässt sich für Fachkundige der letzte Verarbeitungsbetrieb über das Identitätskennzeichen dechiffrieren (für die Information der Verbraucherinnen und Verbraucher ist dies jedoch weder gedacht noch geeignet);
- für unverarbeitetes Rindfleisch gelten infolge der BSE-Krise ausführlichere Kennzeichnungspflichten, seit April 2015 muss auch bei unverarbeitetem Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Geflügelfleisch der Aufzucht- und Schlachtort angegeben werden.¹⁵

¹⁴ Vgl. LMIV Anhang XIII, Teil B

¹⁵ Vgl. LMIV Art 26 (2) b)

An der weitgehenden Intransparenz ändert die LMIV nichts Wesentliches. Selbst wenn also inzwischen für das meiste unverarbeitete Fleisch bestimmter Tierarten eine Herkunftskennzeichnung gilt, bleiben dennoch eklatante Kennzeichnungslücken bestehen: Sobald das Fleisch beispielsweise zu Wurst verarbeitet ist, gilt die Kennzeichnungspflicht nicht mehr. Das EU-Parlament hatte weitreichendere Angaben zur Herkunft vorgesehen, beispielsweise für verarbeitetes Fleisch, Milchprodukte und verarbeitete Produkte, die hauptsächlich aus einer Zutat bestehen. Der Spitzen-Lobbyverband der deutschen Lebensmittelwirtschaft BLL hatte dieses Votum als zu weitgehend „gerügt“.¹⁶ Abermals ein Erfolg für die Industrie: Im verabschiedeten Gesetz sind die verpflichtenden Vorgaben für Hersteller zu Prüfaufträgen für die EU-Kommission geschrumpft, die nun allesamt vorliegen. Ob, wann und in welcher Form jedoch verbindliche Regelungen für Herkunftsangaben bei verarbeiteten Lebensmitteln von der EU-Kommission vorgelegt werden, steht in den Sternen.

foodwatch fordert: Hersteller müssen verpflichtet werden, die Herkunftsländer der Hauptzutaten ihrer Produkte anzugeben. Mit regionaler Herkunft darf nur dann geworben werden, wenn dies durch die tatsächliche Herkunft der wichtigsten Zutaten gedeckt ist und die Ursprungsregion (für Deutschland mindestens bundeslandgenau) für alle Zutaten angegeben wird.

d) Irreführende Produktabbildungen und -bezeichnungen

Auch mit der LMIV dürfen Lebensmittelhersteller weiterhin durch Produktbezeichnung oder bildliche Darstellung in die Irre führen. Sie dürfen beispielsweise einen „Erdbeerjoghurt“ als solchen anpreisen und große Erdbeeren auf dem Etikett abbilden, wenn lediglich eine Alibi-Menge der Frucht enthalten ist. Seit dem 13. Dezember 2014 ist lediglich verboten, dass eine Zutat beworben wird, die durch eine andere Zutat *vollständig ersetzt* wurde – beispielsweise Aroma anstelle der Frucht. Sobald Hersteller eine homöopathische Menge der Frucht hinzufügen, dürfen Fruchtabbildungen und -bezeichnungen munter genutzt werden.

foodwatch fordert: Werden einzelne Zutaten in Bild oder Text hervorgehoben, muss der Hersteller in Prozent angeben, welchen Anteil die Zutat im Produkt ausmacht – nicht wie bisher im Kleingedruckten, sondern gut sichtbar direkt bei der werblichen Hervorhebung.

¹⁶ <http://www.bll.de/de/presse/pressemitteilungen/pm-20100616-lmk>

2. Kennzeichnungslücken, die von der LMIV gar nicht erst berührt werden

a) Keine Wahlfreiheit bei Agrargentechnik

Der Großteil der Menschen in Europa lehnt den Einsatz von Agrar-Gentechnik in der Landwirtschaft ab.¹⁷ Trotzdem erfahren Verbraucherinnen und Verbraucher beim Einkauf weiterhin nicht, ob Tierprodukte wie Fleisch, Milch oder Eier von Tieren stammen, die mit gentechnisch veränderten Futterpflanzen gefüttert wurden.

foodwatch fordert: Verbraucherinnen und Verbraucher müssen selbst entscheiden können, ob sie beim Lebensmittelkauf den Einsatz von Gentechnik auf dem Acker unterstützen wollen oder nicht. Tierprodukte, bei deren Erzeugung gentechnisch veränderte Futtermittel zum Einsatz kamen, müssen gekennzeichnet werden.

b) Gesundheitsschwindel für Junkfood („Health Claims“)

Auch mit der LMIV dürfen Verbraucherinnen und Verbraucher im Supermarkt mit irreführenden Gesundheitsversprechen getäuscht werden. In einer fast zehn Jahre andauernden Schlacht um Gesundheitswerbung hat die Lebensmittellobby dafür gesorgt, dass nun selbst unausgewogene Produkte wie Süßigkeiten oder Soft-Drinks ganz legal mit Gesundheits-Versprechen beworben werden, auch wenn ihnen nur beispielsweise Vitamine zugesetzt werden.¹⁸ Der Gesundheitsschwindel wird durch die europäische „Health-Claims-Verordnung“ legalisiert und bleibt daher von der LMIV unberührt. Eigentlich sieht diese Health-Claims-Verordnung vor, dass die EU-Kommission bis Januar 2009 sogenannte „Nährwertprofile“ vorlegt – Vorgaben, die verhindern sollten, dass unausgewogene Lebensmittel mithilfe von Gesundheitsversprechen den „Ernährungsstatus eines Lebensmittels verschleiern“¹⁹. Bis heute ist die EU-Kommission diese Nährwertprofile schuldig geblieben.

foodwatch fordert: Die EU muss endlich Regeln einführen, so dass nur noch ausgewogene Produkte mit Gesundheitsbotschaften (Health und Nutrition Claims) beworben werden dürfen. Gut geeignet ist für eine solche Regelung ist das im März 2015 von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) veröffentlichte „Nährwertprofilmodell“.

c) Versteckte Tiere in verarbeiteten Lebensmitteln

Ob sich Verbraucherinnen und Verbraucher vegetarisch oder vegan ernähren wollen oder aus religiösen Gründen auf Schweine-Produkte verzichten möchten: Die Wahlfreiheit ist eingeschränkt, denn eine Vielzahl verarbeiteter Lebensmittel enthält tierische Bestandteile, obwohl dies nicht oder nur unzureichend deklariert ist – sei es als Trägerstoff für Vitamine/Farbstoffe (z.B. Fischgelatine in Limonade), als Ausgangsstoff für Aromen (z.B. Kälberlab oder Wild in Chips) oder als technische Hilfsstoffe während der Herstellung (z.B.

¹⁷ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_341_de.pdf S. 19 f.

¹⁸ <http://www.foodwatch.org/de/informieren/gesundheitswerbung/mehr-zum-thema/industrieprodukte-im-gesundheits-look/>

¹⁹ Erwägungsgrund 10 der HCVO, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:404:0009:0025:DE:PDF>

Schweingelatine als Klärmittel für Saft).

foodwatch fordert: Wo Zutaten tierischen Ursprungs während der Herstellung eingesetzt werden, muss dies inklusive Angabe der Tierart erkennbar sein. Das gilt auch für tierische Bestandteile in Aromen oder Zusatzstoffen, technische Hilfsstoffe oder bekannte produktionsbedingte Verunreinigungen.