

Hintergrundinformationen

Lebensmittelkennzeichnung und Etikettenschwindel: Zehn Jahre Politik-Versagen auf Kosten der Verbraucherinnen und Verbraucher

Stand: 7. November 2017

Vor zehn Jahren hat foodwatch die ersten Produktbeispiele für „legalen Etikettenschwindel“ auf der damaligen Webseite www.abgespeist.de vorgestellt, vor acht Jahren den ersten „Goldenen Windbeutel“ als Negativpreis für die dreisteste Werbelüge des Jahres vergeben.

Das Ziel: Aufmerksamkeit dafür zu schaffen, dass die bestehenden Rechtsvorschriften die Verbraucherinnen und Verbraucher nicht vor Täuschung im Supermarkt schützen. Es folgte eine jahrelange Auseinandersetzung mit der Lebensmittelwirtschaft und Verbraucherpolitikerinnen und Verbraucherpolitikern darüber, wie Lebensmittel gekennzeichnet werden sollten, damit Verbraucherinnen und Verbraucher in die Lage versetzt werden, informierte Kaufentscheidungen zu treffen. Seitdem gab es verschiedene Anläufe, um die Kennzeichnung von Lebensmitteln verbraucherfreundlicher zu gestalten. Die Ergebnisse sind mehr als dürftig. Trotz vieler anders lautender Versprechen haben die EU und die Bundesregierung das Problem des legalen Etikettenschwindels nicht entscheidend angepackt. Was vor zehn Jahren galt, gilt auch noch heute: Die Hersteller von Lebensmitteln können tricksen und täuschen – ohne dabei gegen Gesetze zu verstoßen. Das ist nicht nur für die Verbraucherinnen und Verbraucher problematisch. Auch Qualitätsanbieter leiden unter dieser Situation, da eine Abgrenzung von Wettbewerbern, die niedrigere Qualität anbieten, kaum möglich ist. In der Folge orientieren sich Verbraucherinnen und Verbraucher in erster Linie am Preis, da dies oft das einzig objektiv unterscheidbare Kriterium ist. Daher gibt es im Lebensmittelsektor nur wenig Qualitätswettbewerb, dafür umso mehr einen Preiswettbewerb.¹

Dieses Papier gibt einen Überblick über die größten Lücken bei der Lebensmittelkennzeichnung und was es daran zu ändern gilt.

1. Pflichtangaben in Mini-Schrift

Was ist das Problem?

Die Angaben auf Lebensmittelverpackungen sind für viele Menschen kaum zu entziffern. Denn wichtige Informationen, wie Zutatenlisten und Nährwerte, stehen nur im Kleingedruckten, das durch Mini-Zeilenabstände und fehlenden Kontrast (z.B. schwarzer Text auf dunkelblauem Hintergrund) häufig noch unleserlicher wird.

Was war geplant/versprochen?

Nach jahrelangen Diskussionen hat das Europäische Parlament am 6. Juli 2011 die Lebensmittelinformationsverordnung beschlossen. Die meisten Regeln gelten seit dem 13. Dezember 2014. Auch die Mindestschriftgröße für Pflichtangaben wie Zutatenlisten oder Nährwertangaben ist seitdem geregelt. Im ursprünglichen Gesetzentwurf der Europäischen

¹ Vgl. Studie im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands:
http://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/Studie_Grauzone_Lebensmittelkommunikation_2012.pdf

Kommission war eine verbraucherfreundliche Mindestschriftgröße von 3 Millimetern für Pflichtangaben vorgesehen – dabei wurde nicht erläutert, auf welchen Buchstaben sich diese Größenangabe bezieht.²

Was ist der Stand?

Die Lebensmittelwirtschaft wehrte sich gegen dieses Vorhaben, unter anderem mit dem Argument, es bliebe dann „kein ausreichender Raum für den Markenauftritt“.³ Der Handelsverband EuroCommerce warnte zudem, die Produktverpackungen müssten durch eine solche Vorgabe größer werden, das produziere unnötigen Verpackungsmüll.⁴ Die Lobbyarbeit hatte Erfolg: Die endgültige Fassung der Lebensmittelinformationsverordnung sieht vor, dass die Schrift lediglich 1,2 Millimeter betragen muss, bezogen auf das kleine „x“.⁵ Auf Verpackungen mit weniger als 80 Quadratzentimeter Fläche reichen sogar schon 0,9 Millimeter⁶ – was endgültig zeigt, dass es dem Gesetzgeber hier nicht zuvorderst um eine angemessene Information der Kundinnen und Kunden geht, die die Angaben natürlich auch bei kleinen Verpackungen lesen können möchten. Im März 2017 hat selbst der zuständige EU-Gesundheitskommissar Vytenis Andriukaitis die Mini-Schrift auf Lebensmittelverpackungen beklagt. Das Fachmedium „EU Food Policy“ zitierte Andriukaitis mit den Worten: „Ich schaue niemals auf die Kennzeichnung. [...] Ich kann sie nicht lesen, nicht einmal mit meiner Brille. Es ist absolut unmöglich.“⁷

Der Artikel 13 der Lebensmittelinformationsverordnung sieht vor, dass die EU-Kommission zusätzlich zur festgelegten Schriftgröße auch Vorschriften zur Lesbarkeit festlegt.⁸ Bis heute hat die EU-Kommission jedoch keine solche Initiative eingebracht.

foodwatch fordert: Alle Pflichtangaben müssen deutlich sichtbar und auch für Menschen mit Sehschwäche gut lesbar sein. Die EU muss hierfür die Empfehlungen für Nutzerfreundliche Printmedien (Schriftgröße, Zeichen- und Zeilenabstand sowie Farbkontrast) von Seniorenorganisationen⁹ zur Vorgabe für Lebensmittelverpackungen machen. Das heißt für die Schriftgröße: mindestens 2,5 Millimeter, bezogen auf das große „H“.

2. Unverständliche Nährwertkennzeichnung

Was ist das Problem?

Für Verbraucherinnen und Verbraucher ist es im Supermarkt nicht möglich, auf den ersten Blick den Zucker- oder Fettgehalt von Produkten zu vergleichen. Das trägt dazu bei, dass Fehlernährung weit verbreitet ist und mehr als die Hälfte der Erwachsenen sowie etwa jedes fünfte Schulkind in der EU übergewichtig oder sogar fettleibig sind.

² <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0040:FIN:DE:PDF>

³ <http://www.bll.de/de/der-bll/positionen/pp-Lebensmittelinformationsverordnung-2009/stellungnahme-Lebensmittelinformationsverordnung-2008>

⁴ <http://www.euractiv.com/health/industry-bashes-commission-propo-news-219309>

⁵ Vgl. LEBENSMITTELINFORMATIONSVORORDNUNG Art. 13 (2)

⁶ Vgl. LEBENSMITTELINFORMATIONSVORORDNUNG Art. 13 (3)

⁷ Übersetzung durch foodwatch, englisches Originalzitat lt. EU Food Policy: „I never look at labelling. [...] I cannot read it even with my glasses. It is absolutely impossible.“; Aussagen von Vytenis Andriukaitis: EU Food Policy – „Andriukaitis: I never read food labels, print too small“, veröffentlicht unter www.eufoodpolicy.com am 21.3.2017 (Artikel liegt foodwatch vor, zugänglich nur für Abonnenten)

⁸ Vgl. Artikel 13 Absatz 4 der Verordnung (EU) 1169/2011 (Lebensmittelinformationsverordnung)

⁹ Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) empfiehlt für Kurztexpte eine Schriftgröße von 2,5 Millimetern, bezogen auf den Großbuchstaben "H" - das wäre deutlich mehr als die 1,2 Millimeter für das kleine "x".

http://www.bagso.de/fileadmin/Aktuell/Publikationen/Checklisten/checkliste_printmedien_flyer.pdf

Was ist der Stand?

Seit dem 14. Dezember 2016 gilt für alle verpackten Lebensmittel in der EU eine Pflicht zur Kennzeichnung der Nährwerte Fett, gesättigte Fette, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß und Salz. Außerdem muss über den Energiegehalt informiert werden. Die Angaben müssen sich jeweils auf 100 Gramm bzw. Milliliter beziehen. Diese Angabe darf im Kleingedruckten auf der Rückseite der Verpackung erfolgen. In welcher Form über die Nährwerte informiert werden muss, war in der Diskussion um die Lebensmittelinformationsverordnung das zentrale Streitthema. Verbraucherverbände, Krankenkassen sowie medizinische Fachgesellschaften forderten eine verbindliche Kennzeichnung der Nährwerte Zucker, Fett, gesättigte Fette und Salz auf der Produktvorderseite in Ampelfarben.¹⁰ Die europäische Lebensmittelwirtschaft kämpfte vehement dagegen – und entwarf für die Verpackungsvorderseite ein eigenes, sogenanntes GDA-Modell (GDA = Guideline Daily Amounts), das oft auf unrealistisch kleinen Portionsgrößen basiert und in Prozentangaben Anteile am selbstgewählten „Richtwert für die Tageszufuhr“ für verschiedene Nährwerte angibt.¹¹ Eine Reihe von Studien hat gezeigt, dass die Ampelkennzeichnung weitaus verbraucherfreundlicher ist als die GDA-Kennzeichnung.¹² Dieser Erkenntnis zum Trotz stimmte im Juni 2010 – infolge einer beispiellosen Lobby-Schlacht – eine knappe Mehrheit im EU-Parlament gegen die Ampelkennzeichnung.¹³ Mit dieser Entscheidung einher ging eine Beschränkung der Handlungsspielräume für einzelne Mitgliedsstaaten. Denn selbst wenn ein Mitgliedsstaat eine freiwillige Ampelkennzeichnung empfiehlt, wie es Großbritannien praktiziert, müssen Kriterien eingehalten werden, die ganz im Sinne der Ernährungsindustrie sind. Jede bewertende Nährwertangabe – sei es in Farben, Worten oder Zahlen – muss beim Nährstoff Zucker eine hohe Tagesverzehrmenge von 90 Gramm zu Grunde legen.¹⁴

Die Wirtschaft hatte die Diskussion um eine verpflichtende Nährwertkennzeichnung schon frühzeitig antizipiert. Schon lange vor der Einführung der Kennzeichnungspflicht versahen die Branchengrößen auf freiwilliger Basis den Großteil der in der EU verkauften Lebensmittel mit einer Nährwertkennzeichnung sowie einer GDA-Kennzeichnung.¹⁵ Nach eigenen Angaben hat die Lebensmittelwirtschaft für diese europaweit konzertierte Umstellung 1 Milliarde Euro aufgewandt.¹⁶

Aktuelle Entwicklungen

Frankreich: Die französische Regierung empfiehlt französischen Lebensmittelherstellern, eine farbliche Kennzeichnung namens 5C/Nutriscore zu verwenden. Das Nutriscore-Modell macht die Nährstoffqualität auf der Vorderseite mithilfe einer fünfstufigen Farbskala auf einen Blick erkennbar.^{17,18} Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) hat die zuständige Französische Gesundheitsministerin Marisol Touraine für das Vorhaben in höchsten Tönen gelobt.¹⁹ Im Rahmen des EU-Notifizierungsverfahrens gab die Bundesregierung eine Stellungnahme zu der

¹⁰ Vgl. <https://www.foodwatch.org/de/informieren/ampelkennzeichnung/aktuelle-nachrichten/deutscher-gesundheitssektor-fordert-die-naehwert-ampel/>

¹¹ <https://www.bli.de/de/lebensmittel/kennzeichnung/naehwertinformation>

¹² <https://www.foodwatch.org/de/informieren/ampelkennzeichnung/mehr-zum-thema/wissenschaft/>

¹³ <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/kennzeichnung-fuer-verbraucher-eu-parlament-stoppt-lebensmittel-ampel-a-701062.html>

¹⁴ Vgl. Annex XIII Teil B der Lebensmittelinformationsverordnung: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:de:PDF>

¹⁵ <https://www.bli.de/de/presse/pressemitteilungen/pm-20100611-lmwfuernwk>

¹⁶ <https://corporateeurope.org/news/red-light-consumer-information>

¹⁷ http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tris/en/index.cfm/search/?trisaaction=search_detail&year=2017&num=159&mLang=DE

¹⁸ http://www.lemonde.fr/planete/article/2017/04/27/etiquetage-nutritionnel-des-industriels-s-engagent-a-mettre-en-place-le-nutri-score-a-cinq-couleurs_5118912_3244.html

¹⁹ <https://www.foodnavigator.com/Article/2017/03/24/WHO-praises-France-for-straightforward-nutrition-logo>

Initiative ab. Nach Aussage der Bundesregierung verstößt sie gegen die Vorgaben aus der Lebensmittelinformationsverordnung, im Rahmen des Notifizierungsverfahrens habe die Bundesregierung daher „in Form einer ausführlichen Stellungnahme um weitere Nachweise und Erläuterungen dazu gebeten“.²⁰

„Big 6“: Die sechs großen Lebensmittelunternehmen Coca-Cola, PepsiCo, Mars, Mondelez, Nestlé und Unilever haben im März 2017 angekündigt, eine eigene Ampelkennzeichnung entwickeln und auf europäischer Ebene freiwillig umsetzen zu wollen. Die genauen Kriterien, wie die Ampelfarben berechnet werden, sind bislang nicht bekannt, sollen jedoch am 29. November in Brüssel vorgestellt werden.²¹ Erklärtes Ziel der Initiative ist, die aktuell in Großbritannien verwendeten Ampelkennzeichnung derart umzugestalten, dass kleinere Portionsgrößen gefördert werden.²² Konkret zielt die Idee darauf ab, bei kleineren Verpackungsgrößen weniger rote Ampeln zeigen zu müssen als bei der Ampelkennzeichnung, die aktuell von der britischen Regierung freiwillig empfohlen wird.²³

foodwatch fordert: Die Bundesregierung muss ihre rückständige Haltung im Hinblick auf farbliche Nährwertmodelle endlich aufgeben. Verbraucherinnen und Verbraucher müssen schon auf der Schauseite von Verpackungen leicht verständliche und gut lesbare Nährwertinformationen erhalten, damit sie Produkte auf einen Blick miteinander vergleichen können. Die verständlichsten Kennzeichnungssysteme verwenden Farbsignale – zum Beispiel die Ampelkennzeichnung nach dem ursprünglichen Muster der britischen Food-Standards-Agency (FSA)²⁴ oder das französische Nutri-Score-Modell („5 C“). Eines dieser unabhängig entwickelten Systeme muss verbindlich vorgegeben werden. Dabei sollten die Farbwerte stets einheitlich per 100 Gramm berechnet werden.

3. Mangelhafte Herkunftskennzeichnung bei verarbeiteten Produkten

Was ist das Problem?

Verbraucherinnen und Verbraucher erfahren bei den allermeisten Lebensmitteln nichts über die Herkunft der Zutaten. Begriffe wie „Heimat“ oder „regional“ sind zudem gesetzlich nicht geschützt, sodass Hersteller diese in erster Linie als Marketinginstrument einsetzen können – ohne, dass die tatsächliche Herkunft der Zutaten mit dem Beworbenen übereinstimmen muss. Fragt man Verbraucherinnen und Verbraucher, so geben mehr als 95 Prozent an, dass sie sich eine zuverlässige Kennzeichnung des Herkunftslandes bei Lebensmitteln wünschen.²⁵

Was ist der Stand?

Bei der Debatte um die Lebensmittelinformationsverordnung war die Herkunftskennzeichnung eines der strittigsten Themen. Das EU Parlament forderte im Rahmen der Diskussion beispielsweise die Pflicht zur Herkunftskennzeichnung für Milch, für Milchprodukte sowie für

²⁰ Antwort des BMEL auf die Schriftliche Frage der Bundestagsabgeordneten Nicole Maisch vom 14. September 2017 (Schriftliche Frage Nr. 09/154)

²¹ Vgl. Folie 9 unter <http://evolvednutritionlabel.eu/enl-taskforce-circle-2-meeting-7-september-2017-brussels-belgium/>

²² Vgl. <http://evolvednutritionlabel.eu/>; Description of the Initiative: „Alongside reformulation and innovation, smaller portion sizes (based on credible portions) play a key role to support healthier consumer choices and should therefore be recognized as such in an evolved nutrition labelling scheme. All of the undersigned companies are committed to accelerate work at European level to be able to integrate both enhancements (colour coding and supporting smaller portion sizes) in the current R.I. scheme.“

²³ Vgl. Folie 11ff unter <http://evolvednutritionlabel.eu/enl-taskforce-circle-2-meeting-7-september-2017-brussels-belgium/>

²⁴ Wichtig ist: wir legen die ursprünglichen Werte der FSA zugrunde, d.h. 12,5% für eine rote Ampel bei Zucker, nicht erst ab 22,5% wie die „neue“ britische Ampel funktioniert. Diese legt ein von der Lebensmittelindustrie entwickeltes Modell zu Grunde, das auf GDA-Werten (GDA=Guideline Daily Amounts, Richtwerte für die Tageszufuhr) basiert.

²⁵ Laut einer Studie des Verbraucherzentrale Bundesverbands, durchgeführt von infratest dimap im Mai 2014. Demnach halten 95 Prozent der 1.014 Befragten eine Herkunftsangabe auf Lebensmitteln für „sehr wichtig“ oder „wichtig“.

verarbeitetes Fleisch.²⁶ Der Spitzen-Lobbyverband der deutschen Lebensmittelwirtschaft BLL hatte dieses Votum des EU-Parlamentes als zu weitgehend „gerügt“.²⁷ Mit Erfolg: Auch nach Inkrafttreten der Lebensmittelinformationsverordnung muss für die allermeisten verarbeiteten Produkte das Herkunftsland der verwendeten Zutaten nicht angegeben werden. Lediglich für unverarbeitetes Fleisch von Schwein, Schaf, Ziege und Geflügel wurde eine verpflichtende Herkunftsangabe beschlossen. Zuvor gab es bereits Informationspflichten für beispielsweise Rindfleisch, Eier (Stempelcode) sowie die meisten (unverarbeiteten) Obst- und Gemüsesorten.

Der Artikel 26 der Lebensmittelinformationsverordnung eröffnet die Möglichkeit für die EU-Kommission, Vorschläge für eine Herkunftskennzeichnung von Milch, Milchprodukten oder auch Fleisch als Zutat zu unterbreiten.²⁸ Das EU-Parlament hatte dies zuletzt auch im Jahr 2016 nochmals eingefordert.²⁹ Bis heute hat die EU-Kommission jedoch keine Initiative eingebracht.

Aktuelle Entwicklungen

In Ermangelung einer EU-weiten Regelung ist Frankreich als erster Mitgliedsstaat im Jahr 2016 auf nationaler Ebene aktiv geworden und hat ein Dekret zur Herkunftskennzeichnung verabschiedet. Seit Anfang 2017 müssen dort zahlreiche Produkte mit Zutaten tierischen Ursprungs gekennzeichnet werden.^{30,31,32} Konkret gilt die Regelung für in Frankreich hergestellte Milch und Milchprodukte sowie für in Frankreich verarbeitetes Fleisch, sofern der Fleischanteil im Produkt bei mehr als 8 Prozent sowie der Milchanteil im Produkt bei mehr als 50 Prozent liegt. Auch Italien führte daraufhin eine ähnliche Herkunftskennzeichnung für Milch und Milchprodukte ein. Kurze Zeit später machte Italien auch für Pasta und Reis Herkunftsangaben zur Pflicht.³³ Zudem wird eine italienische Herkunftskennzeichnung für tomatenbasierte Produkte diskutiert.³⁴ Neben Italien und Frankreich haben auch Spanien, Griechenland und Finnland eine Herkunftskennzeichnung für Milch und Milchprodukte beschlossen.^{35,36}

Hierzulande sind keine Bestrebungen bekannt, rechtlich verpflichtende Herkunftskennzeichnungen für Milch, Milchprodukte oder verarbeitetes Fleisch zu beschließen. Die Bundesregierung bevorzugt ein freiwilliges Siegel namens „Regionalfenster“, das der damalige Bundesernährungsminister Hans-Peter Friedrich auf der Internationalen Grünen Woche 2014 vorgestellt hatte und versprach: „Das Regionalfenster sorgt für mehr Transparenz beim Einkauf“.³⁷ Nach anfänglicher Euphorie beim Bundesernährungsministerium ist es jedoch ruhig geworden um das Regionalfenster – die letzte Pressemitteilung dazu hat das Ministerium im Jahr der Einführung 2014 versandt.³⁸ Laut Angaben des Trägervereins Regionalfenster e.V. lagen im August 2017 bundesweit etwa 4.000 Produktregistrierungen vor.³⁹ Zum Vergleich:

²⁶ https://www.foodwatch.org/uploads/media/Hintergrundpapier_Herkunftskennzeichnung.pdf

²⁷ <http://www.bll.de/de/presse/pressemitteilungen/pm-20100616-lmk>

²⁸ Vgl. Artikel 26 Absatz 3 sowie Absatz 7 der Verordnung (EU) 1169/2011 (Lebensmittelinformationsverordnung)

²⁹ <https://www.topagrar.com/news/Home-top-News-EU-Parlament-fuer-verpflichtende-Herkunftsangabe-bei-Fleisch-und-Milchprodukten-3311862.html>

³⁰ <https://www.foodnavigator.com/Article/2017/01/02/France-meat-and-dairy-COOL-trial>

³¹ <https://www.natlawreview.com/article/french-pilot-mandatory-country-origin-labelling-cool-dairy-and-meat-processed-foods>

³² <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2016/8/19/AGRT1607764D/jo#JORFARTI000033053023>

³³ <https://www.foodnavigator.com/Article/2017/08/25/Italy-introduces-country-of-origin-labels-for-pasta-and-rice>

³⁴ <https://www.euractiv.com/section/agriculture-food/news/italy-to-extend-country-of-origin-labeling-to-tomato-products/>

³⁵ <https://www.foodnavigator.com/Article/2017/09/14/Spain-to-introduce-origin-labelling-for-milk-products>

³⁶ <https://www.foodnavigator.com/Article/2016/10/04/Greece-and-Finland-to-trial-country-of-origin-labelling-for-dairy>

³⁷ <https://www.bmel.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/2014/030-FR-Regionalfenster.html>

³⁸ Vgl. Suchbegriff „regional“ unter http://www.bmel.de/SiteGlobals/Forms/Archiv/Pressemitteilungensuche_Formular.html

³⁹ <http://www.regionalfenster.de/traegerverein.html>

Laut dem Spitzenverband der Lebensmittelindustrie BVE gibt es in Deutschland etwa 170.000 verschiedene Produkte im Lebensmittelbereich.⁴⁰

Im September 2017 wurde bekannt, dass die Unionsfraktion bei der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission einen Leitsatz beantragt hat, der die Werbung mit Regionalität in Deutschland beschreiben soll.⁴¹

foodwatch fordert: Hersteller müssen verpflichtet werden, die Herkunftsländer der Hauptzutaten⁴² ihrer Produkte anzugeben. Mit Herkunftsangaben darf nur dann geworben werden, wenn das Versprechen durch die tatsächliche Herkunft der Hauptzutaten gedeckt ist und die Ursprungsregion (zum Beispiel für Deutschland mindestens bundeslandgenau) für alle Zutaten angegeben wird. Bei Produkten mit Zutaten von außerhalb der EU genügt das Land als Herkunftsangabe.

4. Irreführende Produktabbildungen und -bezeichnungen

Was ist das Problem?

Abbildungen und Produktbezeichnung vermitteln auf der Schauseite häufig falsche Mengenverhältnisse der enthaltenen Zutaten und es werden⁴³ sogar Zutaten abgebildet, die im Produkt gar nicht enthalten sind⁴⁴.

Was ist der Stand?

Die Lebensmittelinformationsverordnung verbietet lediglich, dass eine Zutat beworben wird, die durch eine andere Zutat *vollständig ersetzt* wurde – beispielsweise Aroma anstelle der Frucht. Sobald Hersteller eine geringe Menge der Frucht hinzufügen, dürfen Fruchtabbildungen und -bezeichnungen genutzt werden.

Aktuelle Entwicklung

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) positionierte sich im Juni 2015 im Fall Teekanne Felix Himbeer-Vanille zu dieser Frage. Der EuGH stellte fest, dass der Früchtetee Verbraucherinnen und Verbraucher in die Irre führt, weil er die auf der Verpackung abgebildeten Früchte nicht enthält, und eine irreführende Angabe auf der Vorderseite nicht in jedem Fall durch eine korrekte Zutatenliste ausgeglichen werden kann.⁴⁵

foodwatch fordert: Die Abbildung eines Lebensmittels auf der Verpackung muss dem tatsächlichen Lebensmittel entsprechen. Geschönte Abbildungen und „Serviervorschläge“ müssen untersagt werden. Werden einzelne Zutaten eines Produktes werblich in Bild oder Text hervorgehoben, muss der Hersteller gut sichtbar direkt bei der werblichen Hervorhebung nennen, welchen Anteil (in Prozent) diese Zutat im Produkt ausmacht. Generell sollten für alle Zutaten im Zutatenverzeichnis die jeweiligen Gewichtsanteile angegeben werden⁴⁶.

⁴⁰ <https://www.bve-online.de/themen/verbraucher/industrielle-produktion>

⁴¹ <http://www.zeit.de/news/2017-09/09/lebensmittel-union-mehr-verlaesslichkeit-bei-regionalen-lebensmitteln-09081402>

⁴² EU-Definition der Hauptzutat oder auch „primäre Zutat“ aus Artikel 2 (q) LEBENSMITTELINFORMATIONSVORORDNUNG: Zutaten, die 50 % des Lebensmittels ausmachen oder Verbraucher üblicherweise mit der Bezeichnung eines Lebensmittels assoziieren und für die in den meisten Fällen eine mengenmäßige Angabe vorgesehen ist

⁴³ Z.B. „Pfirsich-Maracujasaft“, der hauptsächlich aus Apfelsaft besteht

⁴⁴ Stichwort „Serviervorschläge“; Beispiel „Zitronen-Limonade“ ohne Zitrone

⁴⁵ <https://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Text=C-195/14>

⁴⁶ Um Praktikabilität zu gewährleisten, sind Zutaten mit einem Gewichtsanteil von < 2 Prozent davon ausgenommen

5. Kennzeichnungslücke Agrargentechnik bei tierischen Lebensmitteln

Was ist das Problem?

Der Großteil der Menschen in Europa lehnt den Einsatz von Agrar-Gentechnik auf dem Acker ab. Trotzdem erfahren Verbraucherinnen und Verbraucher beim Einkauf in aller Regel nicht, ob Produkte wie Fleisch, Milch oder Eier von Tieren stammen, die mit gentechnisch veränderten Futterpflanzen gefüttert wurden.

Was ist der Stand?

Die Bundesregierung hatte sich im Koalitionsvertrag 2013 noch darauf verständigt: „Wir treten für eine EU-Kennzeichnungspflicht für Produkte von Tieren, die mit genveränderten Pflanzen gefüttert wurden, ein.“⁴⁷ Eine solche Regelung steht allerdings noch immer aus. Aus dem Agrarpolitischen Bericht der Bundesregierung 2015 geht hervor: „Eine EU-Regelung zur Kennzeichnung auch für Milch- und Fleischprodukte von Tieren, die mit gentechnisch veränderten Futtermitteln gefüttert wurden, findet derzeit keine ausreichende Unterstützung seitens der Europäischen Kommission und der Mitgliedstaaten.“⁴⁸

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

6. Gesundheitswerbung für unausgewogene Lebensmittel

Was ist das Problem?

Gesundheitsbezogene (Health Claims) oder nährwertbezogene Werbeaussagen sind häufig irreführend und nicht dazu geeignet, eine ausgewogene Ernährung zu fördern. Denn die EU erlaubt, dass sogar unausgewogene Lebensmittel wie Zuckergetränke oder Süßigkeiten mit Gesundheitsversprechen wie „für das Immunsystem“ oder nährwertbezogenen Angaben wie „zuckerreduziert“ beworben werden. Das untergräbt den Wunsch vieler Verbraucherinnen und Verbraucher, sich gesund zu ernähren.

Was ist der Stand?

Seit 2012 müssen Lebensmittelhersteller ihre gesundheitsbezogenen Werbeaussagen durch die EU genehmigen lassen – erlaubt sind derzeit rund 250 solcher „Health Claims“ beziehungsweise „gesundheitsbezogene Angaben“. Und auch für den Gebrauch von nährwertbezogenen Angaben wie „Vitamin C“ oder „fettarm“ gibt es Vorgaben.⁴⁹ Doch welche Produkte die Hersteller mit dieser Werbung schmücken dürfen, ist bislang nicht geregelt. Hierzu hätte die EU sogenannte Nährwertprofile erlassen sollen, die zum Beispiel Produkte mit einem hohen Gehalt an Zucker oder Salz von der Werbung mit Gesundheit ausschließen. Das ist in Artikel 4 der Health Claims Verordnung vorgesehen – die EU ist diese „Profile“ jedoch seit

⁴⁷ https://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/2013/2013-12-17-koalitionsvertrag.pdf?__blob=publicationFile

⁴⁸ http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Agrarbericht2015.pdf?__blob=publicationFile

⁴⁹ https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims_en

Januar 2009 schuldig geblieben.⁵⁰ Auf einer EU-Konferenz im Februar 2016 hatte EU-Gesundheitskommissar Vytenis Andriukaitis noch versprochen, er sei „entschlossen“, dafür zu sorgen, dass Gesundheitswerbung „vernünftig genutzt“ werde und diesem Zusammenhang erklärt, die „Frage der Nährwertprofile sorgfältig prüfen“ zu wollen.⁵¹ Am 3. November 2017 meldete das Fachmedium „EU Food Policy“ jedoch, dass die „Kommission Juncker“ in ihrer Amtszeit keine Entscheidung über die Nährwertprofile fällen wird.⁵²

Die WHO-Europa hat Anfang 2015 ein Nährwertprofil vorgelegt, das Lebensmittel ernährungsphysiologisch klassifiziert.⁵³ Die WHO hat das Modell ursprünglich für die Beschränkung von Kindermarketing entwickelt, empfiehlt den Einsatz von Nährwertprofilen jedoch auch in anderen Zusammenhängen zur Förderung einer gesunden Ernährung.⁵⁴ Das Modell ist aus Sicht von foodwatch und des Europäischen Verbraucherverbands BEUC auch für die Regulierung von Gesundheitswerbung geeignet.⁵⁵ Aktuell wird im Rahmen des sogenannten REFIT-Programms der EU jedoch sogar erwogen, die Nährwertprofile ersatzlos zu streichen.⁵⁶

foodwatch fordert: Die EU muss endlich Nährwertprofile zur Voraussetzung für Gesundheits- und Nährwertwerbung machen: Nur jene Produkte, die die Anforderungen der WHO für ausgewogene Lebensmittel erfüllen, dürfen mit gesundheits- oder nährwertbezogenen Angaben vermarktet werden. Solange die WHO-Nährwertprofile nicht in Kraft sind, müssen derartige Werbeaussagen grundsätzlich untersagt werden.

7. Versteckte Zutaten, Zusätze und Hilfsstoffe tierischen Ursprungs

Was ist das Problem?

Viele Lebensmittel werden mithilfe von Zutaten, Zusatzstoffen oder technischen Hilfsstoffen tierischen Ursprungs hergestellt – ohne, dass dies für die Verbraucherinnen und Verbraucher sofort erkennbar ist und ohne, dass dies in allen Fällen erwartet wird (zum Beispiel Gelatine in der Herstellung von Apfelsaft). Bei Fleisch- und Fischerzeugnissen werden nicht immer alle enthaltenen Tierarten auf der Schauseite genannt. Das schränkt die Wahlfreiheit von Menschen ein, die sich vegan beziehungsweise vegetarisch ernähren oder religiöse Speisegesetze befolgen wollen.

foodwatch fordert: Wo Zutaten, Zusatzstoffe oder technische Hilfsstoffe tierischen Ursprungs eingesetzt werden, muss dies inklusive Angabe der Tierart gekennzeichnet sein. Das gilt auch für tierische Bestandteile in Aromen oder bekannte produktionsbedingte Verunreinigungen. Wer vollständig auf Lebensmittel tierischen Ursprungs verzichten möchte, muss die Möglichkeit dazu haben. Zudem sollten bei Fleisch- und Fischerzeugnissen immer alle verwendeten Tierarten mit Mengenangabe in Prozent auf der Schauseite stehen.

⁵⁰ Vgl. Artikel 4 <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02006R1924-20141213>

⁵¹ Zitat im Original: "I am committed to working towards ensuring that such health claims are properly used. We need to look carefully at the question of nutrient profiles and resolve the current legal uncertainty." https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/andriukaitis/announcements/conference-food-product-improvement-making-healthy-choice-easy-amsterdam-netherlands-22-february_en

⁵² Vgl. EU Food Policy Artikel vom 3. November 2017 „Health claims: reforms to be left to next Commission“ (kostenpflichtiges Abo, Artikel liegt foodwatch vor)

⁵³ <http://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/nutrition/publications/2015/who-regional-office-for-europe-nutrient-profile-model-2015>

⁵⁴ <http://www.who.int/nutrition/topics/profiling/en/>

⁵⁵ http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2015-039_ipa_who_europe_nutrient_profiles.pdf

⁵⁶ https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims/refit_en

8. „Alkoholfreie“ Biere mit Alkohol

Was ist das Problem?

Alkoholgehalte von Lebensmitteln müssen nicht immer angegeben werden. Wird ein Getränk als „alkoholfrei“ beworben, sind bis zu 0,5 Volumenprozent Alkohol erlaubt.

foodwatch fordert: Wird einem Produkt Alkohol zugesetzt oder die Bildung von Alkohol durch die Herstellungsweise gefördert, muss der Alkoholgehalt ausgewiesen werden. Produkte, die Alkohol auch in geringen Mengen enthalten, dürfen nicht als „alkoholfrei“ bezeichnet werden.

9. Mogelpackungen mit großem Luftanteil

Was ist das Problem?

Große Packung, wenig Inhalt – mit diesem Trick wird Verbraucherinnen und Verbrauchern das Geld aus der Tasche gezogen. Bislang ist lediglich ein „Richtwert“ von maximal 30 Prozent Luftanteil in der Verpackung vorgegeben – es existieren jedoch mehrere Ausnahmen.

foodwatch fordert: Grundsätzlich müssen Verpackungen so weit wie möglich gefüllt werden. Hersteller müssen neben der Angabe des Nettogewichts auch die Füllmenge ihrer Verpackungen auf der Schauseite transparent machen – zum Beispiel durch Angabe der Füllhöhe, durch transparente Verpackungen bzw. ein Sichtfenster oder durch nähere Angaben zum Verpackungsinhalt (z.B. die Anzahl einzeln verpackter Bonbons in einer Tüte).