

Hintergrundinformationen

EU-Lebensmittelinformationsverordnung: Kein Schutz vor Täuschung

Stand: 5. Dezember 2014

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. 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 Verbraucher und vor legaler Täuschung schützen 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 Kunden geht, der natürlich auch bei kleinen Verpackungen lesen können möchte, was drauf steht.

foodwatch fordert: Alle Produktinformationen müssen deutlich sichtbar und auch für ältere Menschen gut lesbar sein. Wie bei Zeitungen und Zeitschriften üblich, sollte die Mindestschriftgröße 2 Millimeter, bezogen auf das kleine „x“, betragen.

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. Ärzteverbände, Krankenkassen und Verbraucherverbände in ganz

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)

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 die Verbraucher eine solche Kennzeichnung – wie exemplarisch eine Umfrage in Deutschland zeigt, in der eine große Mehrheit der Bürger 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. Die Lebensmittelindustrie hat dafür gesorgt, dass jede freiwillige Nährwertkennzeichnung – und damit auch die freiwilligen britische oder die in Frankreich diskutierte Ampel – 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 freien Zucker liegt nicht bei 50 Gramm, wie es die Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfiehlt, sondern bei

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

¹⁴ Vgl. LMIV Anhang XIII, Teil B

90 Gramm. Das ist allemal absurd, zumal die WHO plant, ihre Empfehlung auf 25 Gramm pro Tag zu halbieren.¹⁵ Damit liegt die empfohlene Zucker-Höchstmenge aus der LMIV beim 3,6-fachen der künftig zu erwartenden Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation.

foodwatch fordert: Eine verpflichtende einheitliche Nährwertkennzeichnung nach dem (ursprünglichen) Muster der britischen Food-Standards-Agency in Ampelform auf der Produktvorderseite.

c) Mangelhafte Herkunftskennzeichnung

Hersteller dürfen 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 Verbraucher ist dies jedoch weder gedacht noch geeignet);
- für unverarbeitetes Rindfleisch gelten infolge der BSE-Krise ausführlichere Kennzeichnungspflichten.

An der weitgehenden Intransparenz ändert die neue LMIV nichts Wesentliches. Neu ist lediglich, dass bei unverarbeitetem Schweine-, Schaf-, Ziegen-, und Geflügelfleisch von April 2015 an der Ort der Aufzucht und Schlachtung der Tiere angegeben sein muss.¹⁶ Sobald das Fleisch beispielsweise zu Wurst verarbeitet ist, gilt die Kennzeichnungspflicht nicht mehr. Das EU-Parlament hatte weitreichendere Angaben zur Herkunft vorgesehen, beispielsweise 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“.¹⁷ Abermals ein Erfolg für die Industrie: Im verabschiedeten Gesetz sind die verpflichtenden Vorgaben für Hersteller zu Prüfaufträgen für die EU-Kommission geschrumpft. Ob, wann und in welcher Form Herkunftsangaben bei verarbeiteten Lebensmitteln kommen, steht in den Sternen. Klar ist hingegen: Die ganz legale Irreführung mit Herkunftsangaben kann weiter gehen, denn Begriffe wie „aus der Region“ oder „Heimat“ sind gesetzlich nicht geschützt.

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.

¹⁵ http://www.who.int/nutrition/sugars_public_consultation/en/

¹⁶ Vgl. LMIV Art 26 (2) b)

¹⁷ <http://www.bll.de/de/presse/pressemitteilungen/pm-20100616-lmk>

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. Ab dem 13. Dezember 2014 wird lediglich verboten sein, 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.

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.¹⁸ Trotzdem erfahren Verbraucher beim Einkauf weiterhin nicht, ob Tierprodukte wie Fleisch, Milch oder Eier von Tieren stammen, die mit gentechnisch veränderten Futterpflanzen gefüttert wurden.

foodwatch fordert: 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) Irreführende „Clean Labels“

Lebensmittel mit „Clean Label“ („ohne Geschmacksverstärker“, „ohne Farbstoffe“, etc.) werden von den Verbrauchern in der Annahme eingekauft, dass bestimmte ausgelobte Zusatzstoffe oder Zutaten nicht verwendet wurden. Durch mangelhafte Definitionen im Lebensmittelrecht können Hersteller diese Zusatzstoffe oder Zutaten durch andere Substanzen ersetzen, die aber eine sehr ähnliche Funktion oder Wirkung haben.

foodwatch fordert: Der Einsatz von Aromen und Zusatzstoffen muss transparent sein. Werden echte Fruchtaromen verwendet, müssen diese als „natürliches Aroma“– alle anderen Aromen müssen dort als „künstliches Aroma“ deklariert werden. Werden Zusatzstoffe durch andere Substanzen ersetzt, die nicht unter die EU-Zusatzstoffverordnung fallen, müssen diese unter Angabe ihrer Funktion genannt werden (z.B. „Geschmacksverstärker Hefeextrakt“).

c) Gesundheitsschwindel für Junkfood („Health Claims“)

Auch mit der LMIV dürfen 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-Claims beworben werden, wenn ihnen nur beispielsweise Vitamine zugesetzt werden.¹⁹ 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“²⁰. Bis heute ist die EU-Kommission diese Nährwertprofile schuldig geblieben.

¹⁸ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_341_de.pdf S. 19 f.

¹⁹ <http://www.foodwatch.org/de/informieren/gesundheitswerbung/mehr-zum-thema/industrieprodukte-im-gesundheits-look/>

²⁰ Erwägungsgrund 10 der HCVO, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:404:0009:0025:DE:PDF>

foodwatch fordert: Gesundheitsbezogene Werbeaussagen (Health Claims) sollten grundsätzlich verboten werden. Sie sind häufig irreführend und nicht dazu geeignet, eine ausgewogene Ernährung zu fördern.

d) Versteckte Tiere in verarbeiteten Lebensmitteln

Viele Verbraucher wollen in Bezug auf Lebensmittel tierischen Ursprungs bewusste Kaufentscheidungen treffen. Vegetarier oder Veganer möchten auf tierische Bestandteile bzw. auf alle tierischen Lebensmittel verzichten, gläubige Muslime und Juden etwa lehnen Produkte vom Schwein ab. Doch die Wahlfreiheit ist eingeschränkt: 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. Geflügel, Schwein oder Rind in Chips) oder als technische Hilfsstoffe während der Herstellung (z.B. 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.