



Editorial

LIEBE UNTERSTÜTZER:INNEN,

ganz ehrlich, manchmal ist es schon frustrierend: Regelmäßig kommt es zu Lebensmittel-skandalen – aber die Verantwortlichen in der Politik ergreifen dennoch keine wirksamen Konsequenzen. Dabei sind es immer wieder die gleichen Schwachstellen im System, die zu Problemen führen. Jüngstes Beispiel: Ferrero. Im Dezember letzten Jahres entdeckte der Süßwarenkonzern Salmonellen in einer seiner Fabriken, behielt das aber für sich – und produzierte weiter. Erst im April, also kurz vor Ostern, wurden endlich die Weihnachtsprodukte zurückgerufen, die damals vom Band liefen – völlig absurd. Wir von foodwatch fordern schon lange: Sowohl Lebensmittelhersteller als auch Behörden müssen per Gesetz dazu verpflichtet werden, Missstände immer sofort öffentlich zu machen. Es darf nicht sein, dass Verbraucher:innen erst Monate später gewarnt werden. Ich verspreche Ihnen: Wir bleiben dran, auch wenn es manchmal frustrierend ist. Dass Sie und viele tausend Menschen uns dabei unterstützen, stärkt uns den Rücken.

Vielen Dank und herzliche Grüße
Ihr

Andreas Winkler



Andreas Winkler
Leiter Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

FOODWATCH-REPORT

IRRSINN DER AGRARPOLITIK

Die horrende Summe von einer Billion Euro Agrarsubventionen hat die EU in den vergangenen 20 Jahren ausgezahlt. Trotzdem hat sich die Situation kaum verbessert: Die ökologische Landwirtschaft ist weiterhin eine Nische, Höfe sterben aus, Tiere werden auf Hochleistung getrimmt und leiden massiv an sogenannten „Produktionskrankheiten“. Und die ökologischen Schäden sind enorm. So ist die Landwirtschaft zum Beispiel für 30 Prozent der Treibhausgasemission in Deutschland verantwortlich.

Unser neuer Report bietet Einblicke in den Irrsinn der Landwirtschaftspolitik. Unbeirrt setzen Politik und Agrarlobby auf Wachstum und Exporte für den Weltmarkt. Deutsche Fleischexporte beispielsweise sind seit dem Jahr 2000 um satte 230 Prozent gestiegen! Die Branche feiert sich als Exportweltmeister – eine zweifelhafte Auszeichnung. Denn: Billig-Agrarexporte für den Weltmarkt und eine nachhaltige Landwirtschaft mit fairen Preisen für Landwirt:innen schließen einander aus. Und um die Klimaziele in der Landwirtschaft zu erreichen, – zur Erinnerung: die EU will bis spätestens 2050 klimaneutral sein – muss die Zahl der Nutztiere halbiert werden. Das wird aber allein durch Appelle an die Verbraucher:innen, doch bitte weniger Fleisch, Käse und Milch zu verzehren, niemals erreicht werden. Stattdessen müssen die Klimakosten tierischer Produkte mit einer Emissionsabgabe belegt werden. Wie genau das aussehen könnte, lesen Sie in unserem Report „Agrarpolitik in der Konsensfalle“.



Den Report zum direkten Download gibt's hinter diesem QR-Code und auf unserer Website:
<https://www.foodwatch.org/de/reports>



CHRIS METHMANN ZU HUNGER UND KRIEG

KRIEG AUF DEM TELLER

Wladimir Putin greift die Ukraine an – und schon wenige Tage später schlägt die Agrarlobby Alarm. Sie warnt vor Lebensmittelknappheit und fordert, geschützte Flächen freizugeben, um darauf Lebensmittel anzubauen – zu Recht?

Klar ist: Hunger bedroht jetzt Länder wie Ägypten, Jemen oder den Libanon. Dadurch, dass der Seeweg über das Schwarze Meer unterbrochen ist, fallen Getreidetransporte aus. Für Staaten wie diese ist das eine Katastrophe, denn sie backen jedes zweite Brot mit russischem oder ukrainischem Weizen. Doch wenn die Agrarlobby gegen Umwelt- und Klimaschutz wettet, um Europas Erträge zu erhöhen und damit angeblich den Hunger zu bekämpfen, dann ist das vor allem eines: ein ziemlich schamloses Lobbymanöver. Denn es geht um eigene Profitinteressen, vor allem der Fleischindustrie. Um ihre unzähligen Tiere zu füttern, belegt sie 60 Prozent der Landwirtschaftsflächen in Deutschland. Also landen die Ernten dort gar nicht auf dem Teller und im Brot, sondern in den Ställen und Trögen. Deutschland produziert und exportiert also nicht etwa Getreide für die Hungernen der Welt, sondern vor allem Fleisch- und Milchprodukte. Doch Tiermast ist ein Irrweg im Kampf gegen den Hunger. Das Kalorienverhältnis ist ungleich höher: Um eine Kalorie Fleisch zu produzieren, braucht es mehrere Kalorien pflanzlicher Nahrung.

Deshalb sagen wir: Wir haben nicht zu wenig Ackerboden, wir nutzen ihn falsch. Anstatt Klima- und Umweltschutzstandards runterzuschrauben, müssen wir die Flächen verantwortungsvoll und anders bewirtschaften. Wir müssen die Anzahl der Nutztiere europaweit reduzieren, sowohl zur Erreichung der Umwelt- und Klimaziele wie auch zur Förderung einer ausgewogenen Ernährung. Dazu sind es schlicht zu viele. Dadurch freigewordene Flächen könnten statt für Tierfutter für die Lebensmittelproduktion verwendet werden. Auch der Anbau von Biosprit muss gestoppt werden, damit Getreide nicht mehr im Tank, sondern auf dem Teller landet. In Deutschland werden auf knapp 800.000 Hektar Pflanzen wie Raps oder Mais für die Herstellung von Agrokraftstoffen angebaut – ein Irrsinn. Die Ampelkoalition muss dringend handeln und ihren politischen Einfluss in Brüssel geltend machen.

Die industrielle Abhängigkeit Deutschlands von Erdgas und Erdöl hat uns gezeigt, dass eine Energiewende dringend nötig ist. Dass der Krieg jetzt auch auf Tellern rund um die Welt ankommt, verdeutlicht: Auch die Agrarwende ist dringend und zwingend notwendig; der Abgesang unserer hochintensiven und wenig nachhaltigen Landwirtschaft angestimmt. Jetzt muss die Bundesregierung handeln!



Chris Methmann

Chris ist seit November 2021 neuer Geschäftsführer von foodwatch Deutschland.

„DIE UNTERSTÜTZUNG UNSERER MITGLIEDER IST EIN TOLLER RÜCKHALT!“

Seit einem halben Jahr sind die beiden neuen Geschäftsführer Jörg Rohwedder (54) und Dr. Chris Methmann (41) an Bord und erläutern, welche Pläne sie für foodwatch haben und wie sie die Rolle der Grünen in der Regierungskoalition einordnen.



Chris Methmann

Der promovierte Politikwissenschaftler war zuvor als Kampagnendirektor bei der Bürgerbewegung Compact tätig. Chris leitet das foodwatch-Team Deutschland.



Jörg Rohwedder

Jörg kommt aus dem Geschäftsführungsteam von Lobbycontrol und war zuvor seit vielen Jahren in verschiedenen politischen Organisationen aktiv. Jörg ist Geschäftsführer foodwatch International.

WAS IST DIE GRÖSSTE STÄRKE DER ORGANISATION?

Jörg: Glaubwürdigkeit!

Chris: Das hätte ich exakt genauso gesagt! Dass wir auf Basis sauber recherchierter Fakten argumentieren.

WELCHE KAMPAGNEN HABEN EUCH VOR EUREM START BEI FOODWATCH BEEINDRUCKT?

Chris: Die Kampagne gegen die Kastenstandhaltung bei Schweinen hat mich beeindruckt. Hier wurde die Hartnäckigkeit von foodwatch deutlich und dass man sich nicht mit halb-garen Lösungen abspeisen lässt.

Jörg: Für mich war und ist es die Kampagne zum Handelsabkommen CETA zwischen der EU und Kanada. Gegen mächtige Gegner zerran wir ans Tageslicht, wie groß der Schaden bei wichtigen Standards für Demokratie, Umwelt und Ernährung sein kann. Und noch können wir gewinnen.

WARUM FOODWATCH?

Chris: Für mich stand foodwatch schon immer auf der Liste spannender Organisationen. Das Thema geht alle an und foodwatch traut sich auch, sich mit den Mächtigen anzulegen.

Jörg: Diese Fähigkeit, wirksame politische Arbeit zu leisten, fand ich auch am spannendsten. Thematisch hat die Organisation ein klares Profil, strategisch habe ich einige Ideen, die ich einbringen und dann mitgestalten möchte.

WAS IST DIE GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG FÜR FOODWATCH?

Jörg: Die Macht der Konzerne. Die Macht der Hersteller (wie Nestlé, Danone, Unilever etc.) und der Händler (wie Edeka, Aldi etc.) wächst weiter. Und sie nutzen das zu Lasten der Landwirt:innen und uns Verbraucher:innen schamlos aus. Außerdem hat der Ukraine-Krieg das Thema Ernährungssouveränität nach vorne gebracht.

Chris: Dazu kommt die Klimakrise. Viele Menschen stellen sich gerade die Frage: Welche Welt hinterlassen wir unseren Kindern? Und was hat unsere Ernährung damit zu tun? Wir wollen dafür sorgen, dass Essen wirklich zukunftsfähig wird – und Nachhaltigkeit nicht die nächste Marketing-Lüge der Industrie.

DREI GRÜNE MINISTER AN ENTSCHEIDENDER STELLE – WAS BEDEUTET DAS FÜR UNSERE ARBEIT?

Chris: Die Ampelkoalition hat sich einige wichtige Projekte vorgenommen. In den Bereichen Ernährung und Landwirtschaft ist aber vieles noch zu vage und zu wenig. Gerade jetzt braucht es kritische Stimmen wie foodwatch, die auf echte Veränderungen drängen.

Jörg: Die Regierung besteht nicht nur aus den Grünen und wir werden parteiunabhängig verfolgen, was die treiben. Die Regierung hat gesagt, was sie will, und wir werden sehr genau hingucken, wie das umgesetzt werden soll und wo wir noch was rausholen können. Bei Ernährungs- und Landwirtschaftsthemen hätte ich mir mutigere Veränderungen gewünscht, z.B. ein ambitioniertes Ziel gegen Kindermarketing und eine Strategie, wie die Zahl der Nutztiere runtergehen kann.

HALBJAHRESBILANZ: WAS BEGEISTERT EUCH NACH SECHS MONATEN BEI FOODWATCH AM MEISTEN?

Chris: Der hohe Sachverstand dieses relativ kleinen Teams, das doch so viele Themen bearbeitet – das nimmt man von außen nicht immer so wahr. Eine absolute Stärke ist auch, dass so viele Menschen immer wieder bei unseren Unterschriftenaktionen mitmachen – dank unserer Büros in vielen Ländern wirkt das bis nach Brüssel in die europäischen Entscheidungsgremien, wo gibt's das schon?! Und das will ich weiter ausbauen: Dass Verbraucher:innen bei

foodwatch noch mehr mitmachen können. Gemeinsam sind wir stark.

Jörg: Die breite Unterstützung der Fördermitglieder ist ein toller Rückhalt. Sich gerade in einer Krise auf die treue Unterstützung von 45.000 Fördermitgliedern verlassen zu können, erlaubt es uns, unabhängig und deutlich das Wort zu ergreifen. Ausgesprochen bemerkenswert ist das tolle Team von jungen Leuten, die frisch dabei sind, kombiniert mit älteren, die schon lange dabei sind und viel Erfahrung mitbringen. Dem Gründer Thilo Bode ist es gelungen, in der DNA der Organisation das zu verankern, was er hinterlassen wollte – das lassen wir weiterleben, fügen aber hier und da etwas hinzu.

—

Das Interview führte Susanne Gonswa.

Neues Duo an der Spitze von foodwatch: Dr. Chris Methmann (l) und Jörg Rohwedder bilden seit sechs Monaten das neue Führungsduo.

v



IRREFÜHRENDE KLIMAWERBUNG

Für die Bewerbung des Hähnchenfleischs der Eigenmarke Wilhelm Brandenburg bekam REWE den Goldenen Windbeutel 2021.

Immer mehr Verbraucher:innen wollen beim Einkauf im Supermarkt zum Schutz von Klima und Umwelt beitragen. Das hat die Ernährungsindustrie erkannt – und nutzt diesen Wunsch schamlos aus. foodwatch fordert das Verbot irreführender Klimawerbung und geht gegen besonders dreiste Werbelügen auch juristisch vor.

Überall im Supermarkt prangen sie auf den Produkten: Labels, die uns ein gutes Gewissen und einen positiven Effekt für Umwelt und Klima versprechen. Doch was ist dran an Werbeslogans wie „klimaneutral“, „CO₂-neutral“ oder „biologisch abbaubar“? Oft nicht viel, wie wir bei unseren Recherchen feststellen mussten.

„KLIMANEUTRAL“ – WAS HEISST DAS EIGENTLICH?

Der Begriff „klimaneutral“ zum Beispiel suggeriert, dass ein Produkt dem Klima nicht schadet. Das ist aber irreführend. Denn die Unternehmen müssen ihre CO₂-Emissionen gar nicht senken! Vielmehr können sie einfach günstige CO₂-Zertifikate kaufen und damit die eigenen Emissionen durch vermeintliche Klimaschutzprojekte irgendwo auf der Welt kompensieren. So können auch unökologische Produkte schöngerechnet werden.



Dabei halten Kompensationsprojekte nicht immer, was sie versprechen.

Einige besonders dreiste Beispiele haben wir unter die Lupe genommen und sind dabei auch juristische Schritte gegangen. Zum Beispiel haben wir Rewe erfolgreich abgemahnt. Der Handelskonzern hatte das Hähnchenbrustfilet seiner Eigenmarke Wilhelm Brandenburg als „klimaneutral“ beworben – das vermeintliche Waldschutz-Projekt, durch das die CO₂-Emissionen des Produkts kompensiert werden sollte, hatte aber eklatante Mängel. Rewe stellte die Zusammenarbeit mit dem Projekt daraufhin ein. Auch der Kaf-

feekonzern J.J. Darboven stoppte nach unserer Abmahnung die irreführende Bewerbung von Kaffeekapseln als „kompostierbar“ und „biologisch abbaubar“.

Das sind natürlich tolle Erfolge. Uns geht das aber nicht weit genug. Allein mit juristischen Mitteln ist es nicht möglich, irreführende Klimawerbung zu stoppen. Hier muss der Gesetzgeber ran, europaweit. Wir werden uns weiterhin dafür einsetzen, dass auf EU-Ebene irreführende Begriffe wie „klimaneutral“ verboten werden.

Rauna Bindewald

IMPRESSUM

Herausgeber Jörg Rohwedder, foodwatch e. V., Anschrift Brunnenstr. 181, 10119 Berlin, Telefon 030 / 28 44 52 96, Fax 030 / 24 04 76 26, E-Mail service@foodwatch.de, www.foodwatch.de, Redaktion Susanne Gonswa, Sarah Häuser, Andreas Winkler (V.i.S.d.P.), Gestaltung Annette Klusmann, puredesign. Spendenkonto foodwatch e. V., IBAN DE 5043 0609 6701 0424 6400, BIC GENO DEM 1 GLS. Gedruckt mit mineralölfreier Farbe auf 100 Prozent chlorfrei gebleichtem Recyclingpapier. Die foodwatch-Nachrichten erscheinen zweimal jährlich und werden per Post an alle Förderinnen und Förderer geschickt.

Kurz gemeldet

INTERNATIONAL STARK

Neben Deutschland decken mittlerweile auch foodwatch-Teams in Österreich, Frankreich, Brüssel und den Niederlanden Missstände auf. Mindestens zweimal jährlich kommen wir alle als Team zusammen und planen neue Kampagnen – zuletzt im Frühjahr aufgrund der Corona-Lage leider nur virtuell per Video-Konferenz aber trotzdem mit guter Stimmung aller Beteiligten.



PROTESTAKTION

KEIN ESSEN IN DEN TANK



▲ Saskia Reinbeck (l) und Kathrin Frank (Deutsche Umwelthilfe, m.) diskutieren mit Staatssekretärin Dr. Christiane Rohleder über die staatliche Förderung von Agrokraftstoffen.

Eine mit Brot gefüllte Zapfsäule und eine Tankpistole, die symbolisch Brot in ein Auto pumpt – mit einer Protestaktion vor dem Bundesumweltministerium machte foodwatch klar: Agrosprit ist Irrsinn! Trotz

drohender Nahrungsmittelknappheit werden weltweit Getreide und Ölpflanzen zu Treibstoff verarbeitet.

Allein für den deutschen Verbrauch werden weltweit auf 1,9 Millionen Hektar Ackerfläche Pflanzen für vermeintlich „grüne“ Kraftstoffe angebaut, die fossilem Diesel und Benzin beigemischt werden. Das sind Flächen, die der Nahrungsmittelproduktion fehlen. Umgerechnet 15 Millionen Brote landen täglich in Europas Autotanks – und das, obwohl Hungersnöte im globalen Süden drohen und der Krieg in der Ukraine Versorgungsengpässe verschärft. Saskia Reinbeck von foodwatch forderte im Gespräch mit Staatssekretärin Dr. Christiane Rohleder, die staatliche Förderung der Agrokraftstoffe zu stoppen.

Kurz gemeldet

KEIN FREIBRIEF FÜR CETA

Mit unserer Verfassungsbeschwerde gegen das Handelsabkommen CETA haben wir gemeinsam mit Organisationen wie Campact und Mehr Demokratie einen wichtigen Teilsieg errungen. Das Bundesverfassungsgericht stellte klar: Entscheidungen der CETA-Ausschüsse müssen demokratisch an die Bundesregierung und den Bundestag rückgebunden sein. Ob das EU-Kanada-Abkommen verfassungskonform ist, bleibt weiterhin offen. Wir bleiben dran und behalten uns vor, erneut in Karlsruhe zu klagen!

LEBENSMITTELSKANDAL

„WIE KOMMT MINERALÖL IN LEBENSMITTEL UND WARUM IST DAS GEFÄHRLICH?“

Zuletzt gab es Verunreinigung in mehreren Olivenöl-Sorten. Immer wieder kommt es vor, dass Lebensmittel durch Mineralöle verunreinigt sind. Mineralöl wurde unter anderem von foodwatch bereits in zahlreichen Lebensmitteln wie Brühwürfeln, Schokolade, Reis, Babymilchpulver oder Speiseöle nachgewiesen.

Wie gefährlich ist Mineralöl in Lebensmitteln?

Laut der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) und dem Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) ist Mineralöl in Lebensmitteln in unterschiedlichem Maß gesundheitsgefährdend: Gesättigte Mineralölkohlenwasserstoffe (MOSH) kommen in Lebensmitteln wesentlich häufiger und in wesentlich höheren Konzentrationen vor als Aromatische Mineralölkohlenwasserstoffe (MOAH). Sie reichern sich im menschlichen Körper an und können verschiedene Organe schädigen. Aromatische Mineralölkohlenwasserstoffe sind besonders kritisch, denn sie stehen im Verdacht, erbgutverändernd und krebserregend zu sein und Hormonstörungen zu verursachen. Es gibt bei Substanzen mit krebserregendem Potenzial keine „sichere“ tägliche Aufnahmemenge. Daher hat die EFSA klargestellt, dass jeglicher Gehalt an aromatischen Mineralölkohlenwasserstoffen in Lebensmitteln ein Gesundheitsrisiko darstellt.

Ein bekanntes Problem – was muss sich ändern?

foodwatch fordert die Einführung einer Null-Toleranz-Regelung für aromatische Mineralöle (MOAH). Das bedeutet, dass MOAH generell in Lebensmitteln nicht nachweisbar sein sollte. Für MOSH muss die Kontamination so gering wie möglich gehalten werden.

Wie können Verbraucher:innen geschützt werden?

Lebensmittelüberwachungsbehörden müssen sicherstellen, dass Unternehmen kontaminierte Produkte, die auf den Markt gelangen, zurückrufen. Auch müssen die Orientierungswerte für Mineralöl ernst genommen und ein verbindliches Gesetz auf europäischer Ebene eingeführt werden.



Unterschreiben Sie unsere Petition „Mineralöl raus aus Lebensmitteln.“



Doch wie kommt Mineralöl in unser Essen?

Ob bei der Ernte, während der Weiterverarbeitung oder bei der Lagerung: Verunreinigungen mit Mineralöl können während des ganzen Produktionsablaufs in Lebensmittel gelangen. Denn die Lebensmittelindustrie setzt Mineralöle beispielsweise als Staubbindemittel, Schmierfett in Produktionsmaschinen, Trennmittel, Poliermittel oder in Klebstoff ein. Eine weitere häufige Kontaminationsquelle sind Verpackungen und Umverpackungen aus recyceltem Altpapier.