

Fragen & Antworten zur Nährwertkennzeichnung

Berlin, 17.05.2010

1.) Begrenzt das Argument „Vorrang für den Binnenmarkt“ die Verbraucherinformation?

Nein.

Ein funktionierender Lebensmittelmarkt erfordert gleiche Augenhöhe der Marktakteure. Für die Entwicklung und Vertiefung des Binnenmarktes ist es gleichermaßen notwendig, die Wahlfreiheit und Kaufentscheidungen der Verbraucher durch bestmögliche Informationen zu gewährleisten und die Freiheit des Marktzuganges für Unternehmen durch klare Regelungen sicherzustellen.

Die Lebensmittelinformationsverordnung sollte deshalb vorrangig das Ziel haben, klare, vergleichbare, leicht verständliche, auffällige und gut lesbare Informationen für die Verbraucher zu gewährleisten, um die Asymmetrie der Marktakteure auszugleichen.

2.) Ist es im Sinne der Verbraucher ausreichend, lediglich freiwillige Abweichungen vom EU-Standard seitens der Unternehmen zuzulassen?

Nein.

Die Erfahrungen aus Großbritannien (siehe Ergebnisse der wissenschaftlichen Studie der FSA, Mai 2009) zeigen, dass **gleichzeitig vorhandene, unterschiedliche freiwillige Kennzeichnungssysteme** – egal ob von staatlichen Institutionen oder der Wirtschaft entwickelt – **bei den Verbrauchern Verwirrung stiften** und die leichte Verständlichkeit darunter leidet.

Im Übrigen sollte verhindert werden, dass Kennzeichnungsschemen den Interessen der Unternehmen an Marketing und Werbung unterworfen sind. Verlässlichkeit für den Verbraucher und Vergleichbarkeit zwischen verschiedenen Produkten kann nur durch eine verbindliche Regelung erreicht werden.

3.) Behindern nationale Ausnahmen den Binnenmarkt?

Nein.

Es gilt das Subsidiaritätsprinzip, demzufolge die Rechtssetzungen möglichst nah an den europäischen Bürgern entwickelt und beschlossen werden sollen.

Für Verbraucherrechte und Binnenmarkt heißt das, dass neben harmonisierten Mindeststandards auf europäischer Ebene der Erhalt und die Weiterentwicklung von Vielfalt, Traditionen und Erfahrungen – gerade bei der Ernährungskultur – wesentlich ist. **Die Mitgliedsstaaten sollten deshalb eine mitgestaltende Rolle beibehalten. Ein Wettbewerb um das beste ergänzende System ist wünschenswert und steht nicht im Widerspruch zu einem funktionierenden Binnenmarkt.**

Die Behauptung, dass verbindliche nationale Abweichungen vom harmonisierten Standard automatisch eine Wettbewerbsstörung darstellen, bildet die europäische Realität nicht ab. So wird es
foodwatch e. v. · brunnenstraße 181 · 10119 berlin · germany · www.foodwatch.de · fon +49 (0) 30 / 24 04 76 - 0 · www.foodwatch.de

immer verschiedene Verpackungen geben – allein schon wegen der mehr als 20 Sprachen in der EU, aber auch, weil es die Unternehmen wie bisher für opportun halten werden, in den einzelnen EU-Staaten mit unterschiedlichen Werbekonzepten und Produktaufmachungen aufzutreten.

Wenn der EU-Kennzeichnungsstandard nationalstaatlich z.B. mit Ampelfarben unterlegt wird, spielt das für den Wettbewerb keine Rolle – vorausgesetzt, diese Abweichung gilt **verbindlich für alle Hersteller und Anbieter im jeweiligen Mitgliedstaat**.

4.) Werden kleine und mittlere Unternehmen durch Kennzeichnungsvorschriften und nationale Spielräume übermäßig belastet?

Nein.

Rund 99 % aller Unternehmen in der EU gelten laut offizieller Definition als klein bzw. mittelständisch (SME) mit nicht mehr als 250 Mitarbeitern und bis zu 50 Millionen Euro Jahresumsatz. Eine generelle Ausnahme von kleinen und mittelständischen Unternehmen ist insofern nicht angebracht. **Verpackungsänderungen werden auch von mittelständischen Lebensmittelherstellern auch heute schon regelmäßig umgesetzt, häufig unterscheiden sich die Auftritte in den einzelnen EU-Staaten in Hinblick auf Sprache oder Werbekonzept.** Durch Übergangsfristen können die Kosten für diese Betriebe durch eine neue Kennzeichnungsvorgabe begrenzt werden.

Generell muss gelten: Wer produziert und/oder Handel treibt, muss seine Kunden informieren. Sofern die Produkte direkt über den Ladentisch gehen, kann der Informationsfluss im persönlichen Kundengespräch gewährleistet werden. Bei jedem weitergehenden Handelsschritt muss die Verbraucherinformation schriftlich sichergestellt werden.

Allerdings sollten die **Auswirkungen auf Kleinunternehmen (Microenterprises) mit weniger als 10 Beschäftigten und bis zu 2 Millionen Euro Jahresumsatz bei den Kennzeichnungsanforderungen eine besondere Berücksichtigung erfahren.** Die Informationsweitergabe kann bei Kleinunternehmen, bei Geschenkverpackungen oder bei Kleinverpackungen auch in Form von **Labelling am Regal, durch abziehbare Aufkleber etc.** gewährleistet werden.

5.) Steht die Ampelkennzeichnung auf einer wissenschaftlichen Grundlage?

Ja.

Die von der britischen FSA vorgeschlagene Ampelkennzeichnung bzw. die Farbumschläge wurden aufgrund der Empfehlungen einer Expertengruppe, besetzt mit Vertretern aus Wissenschaft, Industrie und Verbraucherorganisationen, entwickelt. Die Farbumschlagwerte von Gelb auf Rot (mittel/hoch) gehen zurück auf den Report des staatlichen britischen Committee on Medical Aspects of Food and Nutrition Policy (COMA) von 1991 und der darin enthaltenen Dietary Reference Values (DRV) sowie auf Empfehlungen des britischen Scientific Advisory Committee on Nutrition (SACN). Die Grenzen für den grünen Farbbereich (gering) spiegeln Werte aus der Health-Claims-Verordnung der EU wieder.

Eine solche Festlegung ist im Übrigen alles andere als unüblich, wie die EU-weit geregelte Angabe von Energieeffizienzstandards für Elektrogeräte zeigt.

Die farbliche Unterlegung der wichtigsten Nährwertangaben erleichtert es den Verbrauchern nachweislich, diese Informationen wahrzunehmen und zu verstehen. **Die umfangreiche Studie der britischen Lebensmittelbehörde FSA über die praktische Verwendung verschiedener Nährwertkennzeichnungssysteme hat klar ergeben: Die Kombination von Ampelfarben und Text (rot=hoch, gelb=mittel, grün=niedrig) wird am besten verstanden. Und auch die Markierung der GDA-Angaben mit den Ampelfarben und Text führt zu einer signifikanten Verbesserung des Verständnisses** der GDA-Angaben durch breitere Verbraucher-Gruppen.

Die Studie der FSA ist nachweislich die einzige unabhängige und umfassende Untersuchung der Verständlichkeit von Nährwertkennzeichnungssystemen in der Praxis, die sich nicht nur auf Befragungen stützt.

Die bisher veröffentlichten Ergebnisse der von der Lebensmittelindustrie zitierten **Studien EUFIC und FLABEL** hingegen konzentrieren sich größtenteils auf Umfragen. Angesichts der **Co-Finanzierung durch die Großkonzerne der Lebensmittelindustrie** bleiben zudem Zweifel an der Unabhängigkeit der Studien EUFIC und FLABEL.

6.) Bedeutet ein rotes Ampelsignal auf Lebensmitteln „Stopp“ oder „Nicht essen“?

Nein.

Die Nährwert-Ampel spricht keine Verbote aus. Rot ist lediglich das Signal für einen hohen Gehalt am jeweiligen Nährwert, im Unterschied zu Gelb (mittlerer Gehalt) und Grün (niedriger Gehalt). Lebensmittel, die zum Beispiel viel Zucker enthalten, sind deswegen nicht tabu. Wer allerdings beim Großeinkauf an der Kasse in seinem Einkaufswagen vor allem Rot sieht, hat etwas falsch gemacht – vorausgesetzt, er will sich ausgewogen ernähren.

Wissenschaftliche Erkenntnis zeigt: **Eine Kennzeichnung muss erklärt werden.** Daher stehen auch die Ampelfarben nicht alleine, sondern in Kombination mit dem erklärenden Text "hoch", "mittel" und "niedrig". Die bislang einzige umfassende Studie zum Verständnis verschiedener Kennzeichnungssysteme in der Praxis, beauftragt von der britischen Lebensmittelbehörde FSA, hat ergeben: Mit der Kombination aus Signalfarben und Text ist das Verständnis am höchsten. Wie wenig das Argument „Rot gleich Stopp“ mit der Realität zu tun hat, zeigt übrigens auch der Umgang der Industrie mit der Farbe Rot. Auf Produktverpackungen wird sie schon heute gerne und häufig eingesetzt – und zwar mit durchaus positiv gemeinter Bedeutung.

Nur zwei Beispiele: Nestlé druckt auf den Frühstücksflocken "Fitness Fruits" ein Siegel "Fettarm" ab – es ist in Feuerrot gehalten. Kellogg's hat gleich die ganze Packung seiner "Smacks" knallrot gestaltet. Zu allem Überfluss druckt der Konzern auch noch eine "Gesundheitspyramide" auf der Pappschachtel ab. Die Farbe Rot steht hier für "ausgewogene Ernährung" – und keineswegs für "nicht essen". Und dass der Konzern die Firmen-Internetadresse eigens mit einem signalroten Balken hinterlegt soll wohl auch nicht bedeuten: "Stopp! Auf diese Seite nicht surfen!" **Auch die Industrie setzt Rot also als Signalfarbe ein, nicht aber als Stoppsignal.**

7.) Ist die Nährwertkennzeichnung mit Ampelfarben subjektiv, alarmistisch bzw. wirkt als Warnung/Bevormundung der Verbraucher?

Nein.

Das Ampelsystem hilft allen Verbrauchergruppen, besonders auch Menschen mit Sehschwäche, Leseschwäche und an Ernährung bislang eher desinteressierten Verbrauchern.

Zur Vertiefung und für interessierte Verbrauchergruppen sollte es zusätzlich Nährwertangaben (tabellarisch) an anderer Stelle der Verpackung geben, wie bereits im Verordnungsentwurf vorgesehen.

Zudem zeigen die Erfahrungen in Großbritannien, belegt durch die FSA-Studie, dass die Nährwertkennzeichnung nicht die einzige Informationsquelle für Kaufentscheidungen ist.

Die Unterlegung der wichtigsten Nährwerte mit Ampelfarben und Text (rot=hoch, gelb=mittel, grün=wenig) ist objektiv, weil alle festen Lebensmittel anhand der gleichen Kriterien bewertet werden – und ebenso alle Getränke. Dies ist weder alarmistisch noch ein Verbot oder eine Bevormundung. Vielmehr machen Ampelfarben auf der Schauseite der Verpackung die Verbraucher aufmerksam auf die damit unterlegten Nährwertangaben und erleichtern Produktvergleiche und eine balancierte Zusammenstellung der Ernährung auf einen Blick.

8.) Werden Grundnahrungsmittel durch die Nährwertkennzeichnung mit Ampelfarben diskriminiert und werden durch die Nährwertampel Fehlernährungen provoziert?

Nein.

Die meisten Grundnahrungsmittel müssen überhaupt nicht gekennzeichnet werden. Laut Anhang IV des Entwurfes der Lebensmittelinformationsverordnung [KOM (2008) 40] **ist eine Nährwertdeklaration nicht vorgeschrieben für „(u)verarbeitete Erzeugnisse, die nur aus einer Zutat oder Zutatengruppe bestehen“**, was für die allermeisten Grundnahrungsmittel gilt – so zum Beispiel für Olivenöl, Butter, Bananen, Milch etc. und auch lose verkaufte Waren wie Brot in einer Bäckerei.

9.) Ist die Ampel wirkungslos, wenn es um bessere Ernährung geht?

Nein.

Industrievertreter behaupten, die Ampelkennzeichnung Sorge nicht dafür, dass sich Menschen gesünder und ausgewogener ernährten und sei damit auch kein wirksames Mittel im Kampf gegen die Volkskrankheit Übergewicht. Doch wenn die Ampelkennzeichnung tatsächlich keinen Einfluss auf die Kaufentscheidung der Verbraucher hätte, müsste die Industrie sich nicht so vehement dagegen wehren: Denn dann bliebe ja auch beim Absatz alles beim Alten.

Tatsächlich ist es spekulativ, wie sehr sich die Menschen in Europa durch die Nährwert-Ampel bei ihrem Einkauf leiten ließen. Doch ob sie sich beeinflussen lassen oder nicht: Dies ist in jedem Falle kein legitimes Argument, um verbraucherfreundliche Nährwertinformationen vorzuenthalten.

Wie viel Zucker in einem Produkt steckt, kann für Diabetiker oder Eltern eine wichtige Information sein. Ob ein Lebensmittel viel oder wenig Fett enthält, ist für Gewichtsbewusste eine hilfreiche Angabe. Und die Menge an Salz dürfte zum Beispiel Verbraucher mit hohem Bluthochdruck interessieren.

Auswertungen britischer Supermarktketten ergaben, dass der Absatz ausgewogener Produkte im Vergleich zu gehaltvolleren etwa bei Sandwiches seit Einführung der Ampelkennzeichnung

foodwatch e. v. · brunnenstraße 181 · 10119 berlin · germany · www.foodwatch.de · fon +49 (0) 30 / 24 04 76 - 0 · www.foodwatch.de

signifikant gestiegen sei. Die französische Handelskette Intermarché hat eigenen Angaben zufolge nach Einführung einer Kennzeichnung mit Ampelfarben allein im Jahr 2007 300 Rezepturen von Eigenmarken überarbeitet.

10.) Ist die Nährwertampel auf Dauer gesundheitsschädlich oder führt zu Fehl- und Mangelernährung?

Nein.

Es ist absurd, aus einer Information über den faktischen Nährwertgehalt von Lebensmitteln ein Gesundheitsrisiko abzuleiten. Dass Menschen, die zum Beispiel an Magersucht erkrankt sind, geholfen werden muss, steht außer Frage. Dies sollte jedoch nicht geschehen, indem Menschen gehaltvolle Produkte als vermeintliche Schlankheits- oder Fitnessprodukte untergejubelt werden.

Tatsächlich sind Übergewicht und Fettleibigkeit ein massives Gesundheitsproblem in der Europäischen Union. 60 Prozent der Erwachsenen und bereits 20 Prozent der Schulkinder gelten als übergewichtig oder fettleibig. Falsche Ernährung gehört zu den wesentlichen Ursachen für diese Volkskrankheit.

Nach Angaben der deutschen Bundesregierung resultieren aus Fehlernährung jedes Jahr rund 70 Milliarden Euro an **Gesundheitskosten** allein in Deutschland. Es wäre der Gesundheit also gewiss nicht abträglich, die Menschen transparent über den Zucker- und Fettgehalt zu informieren, damit sie auf ihren eigenen Wunsch hin zu schlankeren Produkten greifen können.

Angesichts von allein in Deutschland 38 Millionen Menschen mit **Bluthochdruck** ist auch eine **Information über den Salzgehalt gesundheitsrelevant.**

In Deutschland hat sich die **Gesetzliche Krankenversicherung** aus diesen Überlegungen heraus klar für die Ampelkennzeichnung ausgesprochen, genauso wie die **Bundesärztekammer** und verschiedene **Patientenorganisationen** – ein Schritt, der geradezu absurd wäre, wenn diese Kennzeichnung Fehl- und Mangelernährung zur Folge hätte.

Die Ampelkennzeichnung ist nicht die einzige Informationsquelle für Lebensmittel, und sie schreibt niemandem eine bestimmte Ernährungsweise vor. Sie liefert leicht verständlich die Informationen, die Verbraucher erst in die Lage versetzen, auf eigenen Wunsch hin ihre Ernährung auf eine bestimmte Menge an Zucker Fett oder Salz auszurichten.

Für eine ausgewogene Ernährung wäre es ratsam, Lebensmittel mit roten Ampelfarben nur in Maßen zu konsumieren. Je nach persönlichem Bedarf kann die Ampelkennzeichnung beim Einkauf gezielt eingesetzt werden: Menschen mit Bluthochdruck können auf grüne Salz-Punkte achten, Menschen mit Untergewicht auf in den Kategorien Fett oder Zucker gelb (mittel) oder rot (hoch) markierte Produkte.

11.) Ist die Ampelkennzeichnung zu simpel und differenziert zu wenig?

Nein.

Kritiker werfen der Ampel vor, die drei Farben Rot, Gelb und Grün ließen keine Zwischentöne zu. Eine Differenzierung innerhalb eines Farbbereichs werde nicht gemacht, obwohl es zum Beispiel zwischen Rot und Rot große Unterschiede geben kann.

Als Beispiel wird immer wieder angeführt, dass sowohl normale Margarine als auch Halbfettmargarine eine rote Fett-Kennzeichnung erhielten. Doch auch Halbfettmargarine ist immer noch ein fetter Brotaufstrich. Sie enthält zwar weniger, aber nicht wenig Fett – daher ein roter Punkt in dieser Kategorie. Der Vorwurf, dass die Ampel nicht differenziert, ist jedoch falsch: **Die Farbe bietet nur eine erste Orientierung – auf der Farbfläche steht der genaue Fettgehalt in Gramm pro 100 Gramm des Produkts.**

Der Unterschied im Fettgehalt ist also leicht feststellbar, wenn man zwei Produkte nebeneinander hält. Aber der Versuch der Hersteller, Halbfettmargarine als quasi fettfrei anzupreisen, fliegt auf. Das gleiche gilt für die zahlreichen Fitness- oder Light-Produkte, die tatsächlich sehr gehaltvoll sein können. Oder weniger Fett, dafür aber umso mehr Zucker oder Salz enthalten. Die Marketingstrategien für solche Schwindelprodukte würden mit der Ampelkennzeichnung auf einen Blick entlarvt.

12. Diskriminiert die Ampel einen Bio-Apfelsaft aufgrund seines natürlichen Gehalts an Fruchtzucker und bevorzugt Industrieprodukte wie Diät-Cola?

Nein.

Manche Kritiker der Ampelkennzeichnung behaupten, Bio-Apfelsaft würde durch die Ampel diskriminiert, weil er aufgrund des Fruchtzuckers eine „schlechtere“ Kennzeichnung bekäme als Diät-Cola.

Tatsächlich bekäme Apfelsaft neben drei grünen Ampelpunkten (für Fett, gesättigte Fettsäuren und Salz) einen roten Ampelpunkt für den Zuckergehalt. Denn Apfelsaft enthält mehr als 100 Gramm Zucker pro Liter. Das sind 34 Stück Würfelzucker. Kinderärzte und Ernährungswissenschaftler raten deshalb davon ab, Apfelsaft unverdünnt in größeren Mengen zu trinken. Als Durstlöcher werden Saft-Schorlen empfohlen, die aus wenig Saft und viel Wasser bestehen.

Der rote Punkt für den Zuckergehalt auf unverdünntem (Bio-)Apfelsaft ist also eine wichtige Information für Verbraucher, zum Beispiel für Eltern, die ihren Kindern einen gesunden Durstlöcher anbieten möchten. Bei entsprechender Verdünnung mit Wasser würden auch Saft-Schorlen beim Zuckergehalt einen grünen Punkt erhalten.

Diät-Cola bekäme tatsächlich vier grüne Ampelpunkte, da sie nur geringe oder gar keine Anteile an Fett, gesättigten Fettsäuren, Zucker und Salz aufweist. Der Grund: Diät-Cola oder Cola light enthält statt Zucker Süßstoffe und damit keine Kalorien. Sie hat – ähnlich wie Wasser – keinen Nährwert. Egal, welche Nährwertkennzeichnung verwendet wird: Wenn keine Nährwerte enthalten sind, können auch keine angezeigt werden

Über Zusatzstoffe, Aromen und gesundheitlich umstrittene Süßstoffe, wie sie zum Beispiel Diät-Cola enthalten kann, informiert die Ampel – ebenso wie die GDA-Kennzeichnung der Industrie – nicht. Diese Informationen werden zum Beispiel in der Zutatenliste geliefert.

Spezielle (Warn-)Hinweise für Produkte, die Süßstoffe enthalten, müssen anderweitig erfolgen. Die Nährwertkennzeichnung ist dafür nicht geeignet.

13.) Ist die Ampel in Großbritannien gescheitert?

Nein.

Im Kern haben die britischen Behörden eine Kennzeichnung mit Hilfe von Ampelfarben für die wichtigsten Nährstoffe auf der Vorderseite von Lebensmittelverpackungen entwickelt. Da die Nutzung dieses Kennzeichnungsmodells freiwillig ist, haben sich viele Lebensmittelhersteller im Vereinigten Königreich gegen die Ampelkennzeichnung gewehrt. Die Lebensmittelbehörde FSA (Food Standards Agency) konnte sich mit ihrer Forderung nach einer verpflichtenden Nährwertkennzeichnung mit Ampelfarben nicht durchsetzen.

Dennoch findet dieses System Anwendung, und zwar durchaus weit verbreitet. Große Handelsketten wie Sainsbury's drucken die Ampelkennzeichnung auf ihren Handelsmarken ab. **Mittlerweile tragen in Großbritannien rund 10.000 Produkte die Ampel.**

Eine Studie der FSA hat gezeigt, dass die Kombination aus Text und Farben das Kennzeichnungssystem ist, das die Verbraucher am besten verstehen. **Verbraucher orientieren sich daran und greifen den Auswertungen von Handelsketten zufolge häufiger zu gesünderen Produkten. Außerdem haben viele Hersteller ihre Rezepturen verändert, um rote Punkte zu vermeiden.**

Die Ampel ist nachweisbar ein echtes Erfolgsmodell – die allerdings eine entscheidende Schwäche hat: Ihre Verwendung wurde nicht verbindlich vorgeschrieben! Genau wegen dieser Schwäche setzt sich foodwatch für die verbindlich vorgeschriebene Nährwertampel ein – sei es EU-weit oder auf Ebene einzelner Mitgliedstaaten.

Link: www.foodwatch.de/ampel

14.) Wer ist foodwatch?

foodwatch ist eine Verbraucherrechts- und Kampagnenorganisation im Bereich der Ernährungs- und Agrarpolitik. Ziel der als gemeinnützig anerkannten Nichtregierungsorganisation ist es, die Macht der Verbraucher zu bündeln und ihnen eine gemeinsame, starke Stimme zu verleihen. foodwatch wurde im Oktober 2002 als eingetragener Verein mit alleinigem Sitz in Berlin vom früheren Greenpeace-Chef Thilo Bode gegründet, der seither als Geschäftsführer fungiert. foodwatch ist politisch und finanziell unabhängig von Staat und Lebensmittelindustrie und wird getragen von rund 16.000 Förderern.

Link: http://www.foodwatch.de/ueber_uns/

Kontakt

foodwatch e.v.
matthias wolfschmidt
brunnenstr. 181
10119 berlin
germany
fon: +49 (0)30 / 240 476-18
fax: +49 (0)30 / 240 476-26
e-mail: matthias.wolfschmidt@foodwatch.de
internet: www.foodwatch.de

Eingetragener Verein, Sitz Berlin VR 21908 Nz AG Charlottenburg,
Geschäftsführer: Dr. Thilo Bode