

Zehn mal Fakten und Fiktionen – Ernährungs- und gesundheitsbezogene Angaben bei Lebensmitteln

Hintergrundinformation zur Presseerklärung vom 20. April 2005

1. Die EU-Kommission plant umfassende Werbeverbote für ungesunde Lebensmittel – soll jetzt bald alles aus Brüssel reguliert werden?

Die geplante EU-Verordnung über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel ist weder ein allgemeines oder spezielles Werbeverbot noch ein Produktverbot. Die Verordnung soll vielmehr die Verwendung ernährungs- und gesundheitsbezogener Angaben auf Lebensmitteln europaweit harmonisieren. Im Kern geht es darum, dass alle Behauptungen, dass der Verzehr eines Lebensmittels eine positive Auswirkung auf die Gesundheit haben soll, auch der Wahrheit entsprechen muss.

2. Angaben/Behauptungen zu psychischen Funktionen sollen künftig nicht mehr zulässig sein – damit wären kreative und beliebte Slogans wie „Haribo macht Kinder froh“ oder „Red Bull verleiht Flügel“ doch sofort verboten!

Eine falsche Behauptung wird nicht dadurch richtiger, dass sie dauernd wiederholt wird. Es geht nicht um Werbeslogans sondern um pseudo-wissenschaftliche Behauptungen wie „steigert ihr Wohlbefinden“ oder „fördert die Konzentrationsfähigkeit“ – wer auf diese Weise Wissenschaftlichkeit vorgibt, muss sie belegen können.

3. Die neue EU-Verordnung würde noch mehr Bürokratie und Überregulierung schaffen und dadurch Arbeitsplätze in der Lebensmittel-, Medien- und Werbewirtschaft gefährden.

Der Vorschlag der EU-Kommission zu ernährungs- und gesundheitsbezogenen Angaben liegt in weiten Teilen auf der Linie des bestehenden deutschen Gesetzes. Nach Paragraph 17 des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständengesetzes (LMBG) ist es:

"... verboten, Lebensmittel unter irreführender Bezeichnung, Angabe oder Aufmachung gewerbsmäßig in den Verkehr zu bringen oder für Lebensmittel allgemein oder im Einzelfall mit irreführenden Darstellungen oder sonstigen Aussagen zu werben. Eine Irreführung liegt insbesondere dann vor, a) wenn Lebensmitteln Wirkungen beigelegt werden, die ihnen nach den Erkenntnissen der Wissenschaft nicht zukommen oder die wissenschaftlich nicht hinreichend gesichert sind, ..."

Tatsächlich würde die EU-Verordnung in ganz Europa zu weniger Bürokratie führen, würde sie doch die Gesetzgebung der 25 Mitgliedsstaaten harmonisieren, um dadurch letztlich der Industrie den Handel zu erleichtern, denn bereits jetzt sind in einigen Mitgliedsstaaten die Angaben für diese Produkte gesetzlich geregelt..

Gleichzeitig liberalisiert der Vorschlag bestehende - wie oben beschrieben auch deutsche - Gesetze, indem zum ersten Mal rechtlich sichergestellt wird, dass Angaben („claims“) gemacht

werden können, wenn ein Lebensmittel tatsächlich Krankheitsrisiken reduziert. Dies ist bis heute EU-weit und auch in Deutschland durch Paragraf 18 des LMBG verboten.

4. Vorschreiben zu wollen, wie für Schokoriegel oder Cola geworben wird, gleicht einer Entmündigung der Verbraucher – auch ohne EU-Bürokratie weiß jeder, dass zuviel Süßes ungesund ist.

Die Entscheidung für den schädlichen Verzehr zu großer Mengen von beispielsweise Schokolade oder Alkohol obliegt tatsächlich dem Bürger und wird durch den Verordnungsvorschlag in keiner Weise angetastet. Von den europäischen Plänen wären lediglich Aussagen wie "Schokolade hilft Ihrem Immunsystem" betroffen. Eingeschränkt werden soll auch die „Unsitte“ Produkte mit einem unerwünschten Nährwertprofil durch gesundheitsbezogene Angaben ein gesundes Image zu verleihen. Dies gilt insbesondere für die sogenannten Kinderlebensmittel, aber auch für Süßigkeiten, gesüßte Getränke und Snacks ganz allgemein.

Darüber hinaus wird vorgeschlagen, nach entsprechender Stellungnahme der Behörde (EFSA) eine Liste zulässiger Angaben zu erstellen, die die Rolle eines Nährstoffs oder einer anderen Substanz für Wachstum, Entwicklung und normale physiologische Funktionen des Körpers beschreiben. Letzteres stellt einen völlig neuen Ansatz dar und kann Lebensmittelherstellern neue Möglichkeiten zur Produktwerbung eröffnen.

5. Mit der Positivliste erlaubter „Werbeslogans“ treibt der EU-Bürokratismus neue Blüten – soll jetzt jeder Werbespruch zur Genehmigung vorgelegt werden?

Nein. Tatsächlich würde eine Positivliste das Leben der Werbe- und Ernährungsindustrie sogar erheblich vereinfachen. Im Kern geht es um nicht mehr und nicht weniger als eine Definition für Nährwertkategorien wie „leicht“ oder „fettarm“. Hierfür gilt: Die Industrie wünscht sich dringend, dass "Frischkäse light" oder „fettarmer Joghurt“ in allen EU-Staaten das gleiche meint. Das erleichtert nämlich den Handel.

6. Die Lebensmittelindustrie investiert viel in innovative Lebensmittel, die Gesundheit und Genuss verbinden. Diese Investitionen sind jetzt gefährdet.

Das Gegenteil ist richtig. "Hält fit" - hält auch in Zukunft fit, wenn es denn stimmt. Und wenn ein Produkt verspricht "Herz und Kreislauf zu stärken", es dann aber erstens nicht tut und zweitens der Hersteller dies nicht nachweisen kann also wissentlich eine falsche Behauptung aufstellt, täuscht er damit nicht nur den Verbraucher, sondern schadet auch all denen Unternehmen, die in Forschung und Entwicklung investiert haben.

7. Wenn man jede gesundheitsbezogene Werbeaussage wissenschaftlich nachweisen muss, geraten kleine und mittlere Unternehmen gegenüber den weltweiten Konzernen ins Hintertreffen, weil sie sich teure Forschung nicht leisten können.

Kein Unternehmen ist gezwungen, mit gesundheitsbezogenen Aussagen zu werben – die vielen Tausend Firmen, die weiter auf die Qualität und den Geschmack ihrer Produkte setzen, braucht sich um die Belegbarkeit gesundheitsbezogener Werbeaussagen keine Gedanken zu machen. Im Übrigen ist es sonderbar, dass sich gerade diejenigen um kleine und mittlere Unternehmen sorgen, die sonst auf der Seite der großen Konzerne stehen.

8. Wenn meine Kinder schon Süßigkeiten essen, dann sollen sie wenigstens „gesund“ sein – „eine Extra-Portion Milch“ oder „Calcium für die Knochen“ ist doch besser als nichts!

In der Tat ist geplant, dass Produkte, die sehr viel Zucker oder Fett enthalten nicht mehr durch Hinweis auf Vitamin- oder Mineralstoffzusätze als „gesund“ vermarktet werden dürfen.. Viele Verbraucher glauben tatsächlich, dass angereicherte Cornflakes, Joghurts oder Schokoriegel die „gesünderen“ Produkte sind und die Unternehmen nützen dies entsprechend aus. Wer jedoch den Vitamin- oder Calciumbedarf seiner Kinder auch nur ansatzweise auf diese Weise decken will, der muss mit viel zu hohen Mengen an Fett und Zucker rechnen .

Fakt ist: Es gibt sinnvollere Wege, den Vitamin- und Mineralstoffbedarf von Kindern zu decken als durch angereicherte Süßigkeiten oder angereicherte gesüßte Getränke. Vielleicht traut sich die Industrie, ihre Bonbons einfach als Bonbon zu verkaufen - es würde bestimmt auch dann gegessen werden und das wäre ehrlicher gegenüber dem Verbraucher!

9. Wer meint, mit Werbebeschränkungen für Zigaretten, Alkohol oder Lebensmittel gesellschaftliche Probleme wie Sucht oder Fettleibigkeit bekämpfen zu können, reduziert eine hoch komplexe Ursachenkette auf simple Kausalzusammenhänge. Im Kampf gegen Übergewicht bei Kindern muss man doch erst einmal Eltern und Schulen in die Pflicht nehmen.

Weder das Tabakwerbeverbot noch der Vorschlag über ernährungs- und gesundheitsbezogene Angaben werden Rauchen oder Fettleibigkeit ausmerzen. Aber sie sind neben vielen anderen Elementen ein wichtiger Teil eines großen Ganzen und ein Schritt in die richtige Richtung, denn die Folgen von Rauchen und Fettleibigkeit kosten Milliarden. Parallel dazu fordert der vzbv, dass die Ernährungsbildung in Kindergärten und Schulen erheblich verstärkt wird.

10. Die EU-Verordnung ist wegen erheblichen Widerstands –insbesondere der deutschen EU-Parlamentarier und der Vertreter im zuständigen Ministerrat - gegen die Kommissionspläne vom Ausschuss für Umweltfragen, Volksgesundheit und Verbraucherpolitik zunächst gestoppt worden – daran kann man doch sehen, wie unausgegoren der Vorschlag war.

Mitnichten: Europaweit stehen die Bundesregierung und die deutschen EU-Parlamentarier mit ihrem Widerstand ziemlich allein da. So sieht man im wirtschaftsfreundlichen, EU-kritischen Großbritannien vor allem eher die Chancen der neuen Regelung. Sicher, die Zahl von über 600 Änderungsanträgen der Parlamentarier klingt beeindruckend – aber die Hälfte davon verschärft den Gesetzesvorschlag!