



Informationen zur wafg

Die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg) ist die Interessenvertretung der Erfrischungsgetränkeindustrie.

Mitglieder sind neben international aufgestellten Herstellern vor allem mittelständische und regionale Mineralwasserbrunnen, Hersteller von Fruchtsaftgetränken sowie Unternehmen der Vorstufen.

Der Verband blickt auf eine über 135-jährige Tradition, wobei er sich als Dienstleister und starker Partner für die Unternehmen der Branche engagiert.

Schwerpunkte sind die Themen Verbraucherpolitik, Lebensmittelrecht, Ernährung, Wirtschaft und Umwelt.

Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e.V.
Monbijouplatz 11
10178 Berlin
Telefon +49 (0)30/259258-0
Telefax +49 (0)30/259258-20
mail@wafg.de
www.wafg.de

Aktuelle Meldung

Der Sturm im Hamburger Limonadenglas und die Bindung der Verwaltung an Recht und Gesetz – war da was?

Berlin, 14. Januar 2019 – Die aktuelle Aufregung rund um die Beanstandung einer „Limonade“ durch die zuständige Verbraucherschutzbehörde der Stadt Hamburg ist für die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke (wafg) nicht nachvollziehbar.

Es gibt einen etablierten rechtlichen Rahmen zum Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Täuschung und Irreführung, der von allen Herstellern zu beachten ist. Wenn jetzt die politische Ebene die zuständige Verwaltung offenbar dazu anweist, die rechtlichen Vorgaben aus willkürlichen Gründen nicht mehr anzuwenden, wirft dies kein gutes Licht auf diesen Vorgang.

In der aktuellen Diskussion droht, dass die Fakten verloren gehen: Limonaden sind eine spezielle Unterkategorie von Erfrischungsgetränken. So kann das betroffene Produkt natürlich ohne jeden Zweifel auch rechtskonform vertrieben werden, etwa unter der Bezeichnung Erfrischungsgetränk. Sofern die Rezeptur es mit Blick auf einen niedrigen Kaloriengehalt tatsächlich zulässt, wäre gegebenenfalls auch zu prüfen, ob es unter der Bezeichnung „Leichte Limonade“ angeboten werden kann.

„Wenn man ein Produkt derart prominent als Limonade bezeichnet und unter dieser klar definierten Kategorie vermarktet, gibt es dafür klare Spielregeln. Diese gelten natürlich für alle Unternehmen gleichermaßen. In einem Rechtsstaat kann der Aspekt der Irreführung nicht zur politischen Disposition gestellt werden und im fairen Wettbewerb nicht zur Verfügungsmasse einzelner Unternehmen werden“, stellt wafg-Hauptgeschäftsführer **Detlef Groß** klar.

Die Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuchs dienen insbesondere dem Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher und dem redlichen Handelsbrauch. Diese sind gesetzlich klar verankert und haben die vorrangige Aufgabe, falschen oder irreführenden Angaben bei Lebensmitteln zu begegnen. Die aktuelle Debatte löst sich zunehmend von den tatsächlich relevanten Fragen. Daher spitzt **Groß** bewusst zu: *„Eine Salami ist keine Zwiebelmettwurst, ein Sandkuchen ist kein Dresdner Stollen und ein veganes Fleischersatzprodukt kein Steak. Ebenso ist nicht jedes Erfrischungsgetränk eine Limonade.“*

Dabei verschafft sich das betroffene Unternehmen einen unzulässigen Wettbewerbsvorteil. **Groß** verweist hierzu auf die breite Vielfalt im Erfrischungsgetränke-Sortiment mit kalorienreduzierten, kalorienarmen und kalorienfreien Alternativen: „*Natürlich gibt es zahlreiche andere Anbieter, die ihrerseits ebenso Erfrischungsgetränke mit wenig Zucker anbieten. Diese prüfen pflichtgemäß ihre Deklaration und halten sich an Recht und Gesetz. Von daher hat es einen deutlichen Beigeschmack, wie das betroffene Unternehmen hier versucht, sich zu positionieren.*“

Die wafg hat im Übrigen wiederholt darauf hingewiesen, dass die explizite Aufnahme von Beschreibungen für „leichte Limonaden“ (ebenso wie übrigens für „leichte Schorlen“) in die Leitsätze für Erfrischungsgetränke zeitgemäß wäre. Hierzu wurden bereits entsprechende Anträge gestellt. Die sachgerechte Fortschreibung obliegt der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission, die nach den gesetzlichen Vorgaben bewusst sachverständig und unabhängig aufgestellt ist. Grundsätzlich wird dies in der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie bereits angesprochen.

Deshalb zeigt sich **Groß** nachdrücklich irritiert, wenn nun offenbar die zuständige Fachverwaltung politisch motiviert angewiesen wurde, den Rechtsvollzug auszusetzen: „*Man muss fragen dürfen, mit welchem Verständnis unter dem Deckmantel vermeintlichen Verbraucherschutzes gegen zentrale Grundsätze ordnungsgemäßer Verwaltung verstoßen wird. Dabei geht es nicht nur akademisch um die Bindung aller Behörden an Recht und Gesetz. Und es ist auch kein ‚Hamburger Vorgang‘, denn natürlich vertreibt das Unternehmen die Produkte nicht nur an der Elbe, sondern bundesweit.*“

Weitere Informationen zur wafg sind abrufbar über www.wafg.de.

Ansprechpartner:

Dr. Detlef Groß, Hauptgeschäftsführer

Martin Delius, Referent Public Affairs