

Wettbewerbsverzerrung durch „Transparenz“?

Seit einigen Wochen ist nun das Internetportal www.lebensmittelklarheit.de der Verbraucherzentrale (VZ) Hessen freigeschaltet. Die Verbrauchervertreter und das finanzierende Bundesverbraucherministerium haben eine mehr als positive Zwischenbilanz gezogen.

Dagegen sah sich der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V. (BLL) in seiner fundamentalen Kritik durch die gewonnene Erfahrung bestätigt. Der BLL hat seinerseits mit einer Initiative mit mehr Hintergrundinformationen zur Lebensmittelkennzeichnung und ihren rechtlichen Spielregeln über ein eigenes Portal www.bll.de/lebensmittelklarheit-bedeutet-kennzeichnung-verstehen/ reagiert. Hier findet sich somit schon heute ein guter und fundierter Wegweiser durch das nicht immer leicht zu überblickende Dickicht der Kennzeichnungsvorgaben.

Viele Unternehmen und Akteure empfinden das Portal der VZ Hessen dagegen weiterhin vor allem als Pranger. Dafür gibt es Ursachen. So konzentrieren sich viele der eingestellten Beispiele im Kern lediglich auf wenige Sachverhalte – unzählige Produkte mit der Auslobung „ohne künstliche Geschmacksverstärker“ stehen etwa deshalb im Fokus, weil sie Hefeextrakt verwenden.

Aufgrund der Wettbewerbsauswirkungen mehr als ärgerlich wird es aber dann, wenn mit den Leitsätzen oder sogar den gesetzlichen Vorgaben völlig konforme Produkte bzw. Unternehmen markenbezogen vorgeführt werden, obwohl es sich um eine absolut marktübliche Deklaration handelt. Beispiele finden sich zur Auslobung „alkoholfrei“ bzw. den Fruchtabbildungen bei Near-Water-Produkten. Es ist nicht erkennbar, warum die VZ Hessen nicht auf die hier eigentlich heranzuziehenden „Dummies“ zurückgreift.

Letztendlich ebenso wenig akzeptabel ist, wenn bei den dargestellten „Dummies“ für bestimmte Produkte – etwa zum Thema Fruchtabbildung bei „klarer Limonade“ – allein die Sichtweise der Verbraucherzentralen, nicht aber die Bewertung der betroffenen Wirtschaftsbranchen eingestellt ist. So überrascht es dann auch nicht besonders, wenn der „Informationsteil“ der VZ Hessen immer noch sehr stark von eigenen Forderungen dominiert wird – und weniger von der korrekten Darstellung rechtlicher Vorgaben.

Welche Erkenntnisse lassen sich hieraus ziehen? Es bleibt im Dialog mit den institutionalisierten Ansprechpartnern der Verbraucher noch vieles zu tun. Die wafg wird sich dieser Aufgabe nicht entziehen. Zu erinnern ist auch daran, dass die ganz überwiegende Zahl der Hersteller und Händler von Lebensmitteln und Getränken selbst in einem engen und direkten Dialog mit ihren Konsumenten steht. Dennoch bleibt die Erwartung an ein staatlich finanziertes Portal zur Förderung von Verbraucherinformation und -dialog, sich ausgewogen und sachlich sowie keinesfalls einseitig zu präsentieren.



Dr. Detlef Groß
Hauptgeschäftsführer
der Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg)

Bundesregierung: Keine Lenkungsabgabe, Kennzeichnung bleibt auf Agenda

Mit Blick auf die Verpackungsverordnung stellte Ende des Jahres 2011 die Bundestagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen im Rahmen einer Kleinen Anfrage die Frage, wie die Bundesregierung die Stärkung der Mehrwegquote bei Getränkeverpackungen umsetzen will. In ihrer ausführlichen Antwort (BT-Drs. 17/8254 vom 21. Dezember 2011) hat die Bundesregierung nochmals zentrale Fragen aufgegriffen, unter anderem die Themen „Lenkungsabgabe für ökologisch nachteilige Getränkeverpackungen“, „Pflicht zur eindeutigen Kennzeichnung für Einweg- und Mehrweg“, „Aufklärungskampagne zur Förderung von Mehrweggetränkeverpackungen“ sowie die „Ausweitung der Pfandpflicht auf alle Getränkebereiche“.

Klare Absage an Lenkungsabgabe

Die Antwort der Bundesregierung enthält eine sehr klare und explizite Absage an eine Lenkungsabgabe. Dabei teilt die Bundesregierung zum einen die Einschätzung der bifa-Studie, dass eine Lenkungsabgabe kein geeignetes Mittel darstellt, um die Mehrwegquote zu stärken. Gegen die Abgabe spreche zum anderen die Schwierigkeit, „(...) eine über alle Getränkesegmente hinweg taugliche und der Marktentwicklung angepasste Abgabenhöhe zu bestimmen, die Lenkungswirkung entfaltet ohne zugleich Erdrosselungseffekte zu zeitigen“. Angesprochen wird zudem die fehlende Akzeptanz in der Bevölkerung.

Die Bundesregierung beurteilt den Rückgang von Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen unter Umweltaspekten als nachteilig. Um das Thema der ökologischen Vorteilhaftigkeit von Getränkeverpackungen genauer zu betrachten, wurde im Auftrag des Umweltbundesamtes nun ein neues Projekt „zur Prüfung und Aktualisierung der Ökobilanzen für Getränkeverpackungen“ ins Leben gerufen. Betreut werden soll das Vorhaben vom Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH (IFEU). Projektziel ist es, einheitliche Bewertungsansätze für zukünftige Ökobilanzen zu formulieren und vorliegende Erkenntnisse zu aktualisieren. Dies ist grundsätzlich zu begrüßen. Erste Projektergebnisse sollen im Herbst 2014 vorgestellt werden.

Bundesregierung weiterhin für Kennzeichnungspflicht

Für sinnvoll hält die Bundesregierung in ihrer Antwort Maßnahmen zur Förderung ökologisch vorteilhafter Getränkeverpackungen. Dies will sie durch die Umsetzung einer Kennzeichnungspflicht für Einweg- und Mehrweggetränkeverpackungen erreichen, wobei „eine EU-konforme Ausgestaltung“ angestrebt wird. Die EU-Kommission hält allerdings an ihren Vorbehalten fest. Offenbar ist es hier immer noch zu keiner Verständigung über eine konkrete Umsetzung gekommen.

Aufklärung der Öffentlichkeit ist wichtiges Anliegen

Auf die Frage zur Umsetzung von Aufklärungskampagnen zur Förderung von Mehrwegverpackungen betont die Bundesregierung, dass diese bereits in der Vergangenheit durchgeführt bzw. unterstützt wurden. Es ist ihr ein wichtiges Anliegen, die Öffentlichkeit auch zukünftig durch verschiedene Akteure zu informieren, insbesondere im Hinblick auf die geplante Kennzeichnungspflicht.

Keine eindeutige Aussage zur Ausweitung der Pfandpflicht

Zu der von Bündnis 90/Die Grünen geforderten Ausweitung der Pfandpflicht auf alle Getränkebereiche trifft die Bundesregierung zunächst keine eindeutige Aussage. In ihrer Antwort verweist sie darauf, „(...) dass die geltende Pfandpflichtregelung das Ergebnis intensiver Beratungen in den parlamentarischen Gremien unter Berücksichtigung der umweltpolitischen Ziele und der wirtschaftlichen Belange ist“. Zudem nimmt sie positiv zur Kenntnis, dass das Instrument Pfandpflicht nach der bifa-Studie durchaus ökologisch vorteilhafte Auswirkungen haben könnte. Relevant würde dies im AfG-Sektor vor allem für Saft.

Kontakt:

Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e. V.

Telefon: +49 (0) 30 25 92 58-0

E-Mail: mail@wafg.de

Internet: www.wafg.de

wafg-Geschäftsstelle neu aufgestellt

Die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg) hat ihre Geschäftsstelle zum Jahresbeginn 2012 neu aufgestellt. Die damit verbundene neue Struktur stärkt die Interessenvertretung der Branche in den Schwerpunktthemen Wirtschaft und Umwelt sowie Verbraucherpolitik und Lebensmittelrecht.

Kati Weide betreut das Referat Wirtschaft und Umwelt. Als studierte Ökotrophologin, Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagerin sowie Fachjournalistin war sie fünf Jahre in der Kommunikations- und Strategieberatung und zuletzt als CSR-Managerin tätig. Aufgrund ihrer langjährigen Expertise zählt auch der Bereich Kommunikation zu ihren Aufgaben bei der wafg. Kati Weide leitet die Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes und wird konzeptionell die Außendarstellung und interne Mitgliederkommunikation der wafg weiterentwickeln.

Milena Dorn, LL.M., verantwortet als Volljuristin das Referat Lebensmittelrecht und Verbraucherpolitik. Bereits während des Studiums in Paris und Köln sowie des Referendariats legte Milena Dorn den Schwerpunkt auf den Bereich des Lebensmittelrechts; sie verfügt über vielfältige Erfahrungen auf Behörden- und Verbands-ebene.

Beide Referentinnen berichten zukünftig an wafg-Hauptgeschäftsführer Dr. Detlef Groß.

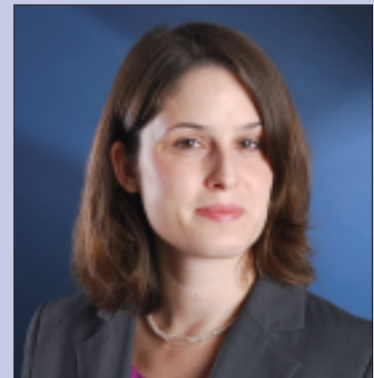
Zeitgleich verstärkt Michaela Müller das Team der wafg und ist gemeinsam mit Silvia Kleinschmidt in der Geschäftsstelle kompetente Ansprechpartnerin in der Assistenz.

Mit dem neuen Team will die wafg zielgerichtet ihr Dienstleistungsprofil für die Mitgliedsunternehmen weiter ausbauen.

In der neuen Besetzung möchte der Verband zukünftig noch deutlicher herausstellen, welche Angebotsvielfalt, Qualität und Innovationskraft die Unternehmen und Produkte der Branche auszeichnen.



Kati Weide ist verantwortlich für das Referat Wirtschaft und Umwelt und betreut den Bereich Kommunikation bei der wafg.



Milena Dorn, LL.M. verantwortet als Juristin das Referat Lebensmittelrecht und Verbraucherpolitik.



Michaela Müller unterstützt zukünftig als Assistenz die wafg.