

Klarheit und Wahrheit gilt für alle – außer foodwatch

In seinem jüngsten Aufruf vermutet foodwatch-Gründer Thilo Bode wieder einmal eine Verschwörung gegen die Verbraucher. Er bezeichnet die gesetzlich verankerte Deutsche Lebensmittelbuch-Kommission (DLMBK) dabei als „Geheim-Club“ bzw. als ein „im Geheimen“ arbeitendes Gremium, das darüber entscheide, „wie Produkte hergestellt und bezeichnet werden dürfen“. Die Medien steigen wie so häufig direkt in diese Geschichte ein – Redaktionen greifen unbesehen die Steilvorlage der „Experten“ von foodwatch auf und perpetuieren deren Botschaften. Dabei wird das Lebensmittelbuch plakativ als „Buch der Irrungen“ bezeichnet – oder Zeitungsartikel stehen direkt unter der feststellenden Überschrift: „Geheime Kommission täuscht Verbraucher“.

Halten es Journalisten gar nicht mehr für nötig, Behauptungen von foodwatch zu überprüfen? Die sachliche Einordnung der gesetzlichen Aufgaben und der Verfahren der DLMBK findet jedenfalls zumeist nicht mehr statt. Häufig bleibt außen vor, warum Thilo Bode aus guten und sachlichen Gründen bereits 2010 beim OVG Münster eine klare Abfuhr erhielt, als er eine Klage gegen die DLMBK verlor (Az. 8 A 475/10 – www.ovg.nrw.de). Diese Entscheidung ist so lesenswert, wie insbesondere die öffentlich leicht zugänglichen Hinweise zur tatsächlichen Arbeit der DLMBK – schnell zu finden über www.bmel.de.

Es liegt auf der Hand, dass foodwatch die Gunst der Stunde angesichts einer entsprechenden Einlassung zur Zukunft der DLMBK im Koalitionsvertrag zur Eigenprofilierung nutzen möchte. Ernsthaft schlägt foodwatch vor, der Gesetzgeber müsse – hier muss man mit Blick auf die Inhalte der Leitsätze allerdings hinzufügen: „im kleinsten Detail“ – selbst festlegen, wie Lebensmittel zu bezeichnen und zu kennzeichnen sind. Egal ist natürlich, dass der Gesetzgeber schon heute ein striktes Verbot der Irreführung zum elementaren Kernbestand des Lebensmittelrechts gemacht hat. Egal ist, wenn die vor der Tür stehende EU-Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV) vor allem Spielregeln zur angemessenen Verbraucherinformation aufstellt. Egal ist foodwatch vermutlich auch, ob Bundestagsdebatten tatsächlich attraktiver sind, wenn dort zukünftig über die Abgrenzung von Lachs und Alaska-Seelachs oder die Richtigkeit der Bezeichnung „Kalbsleberwurst“ im Plenum gestritten wird.

Es gibt bekanntlich das Internetportal www.lebensmittelklarheit.de, das sich mit echter und vermeintlich irreführender Lebensmittelkennzeichnung beschäftigt. Betrieben wird es von einem Team rund um den hessischen Verbraucherschützer Hartmut König. Natürlich liegt auch dort der Gedanke zu Grunde, dass die Wirtschaft es mit „Klarheit und Wahrheit“ nicht so genau nehme. Wäre die aktuelle Aktion von foodwatch zur DLMBK allerdings ein Etikett, müsste man angesichts der Auslassung aller objektiven Fakten zur Schlussfolgerung kommen: Herr König, bitte übernehmen Sie!



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

BfR-„Studie“ zum Konsum von Energydrinks durch „Vieltrinker“ wirft Fragen zur Datenerhebung auf

Das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) hat zwischenzeitlich auch über seinen Pressedienst (Ausgabe 05/2014) über eine Befragung von „Hochverzehrer“ von Energydrinks zu ihrem speziellen Trinkverhalten auf Festivals, Sportveranstaltungen und LAN-Partys bzw. in Diskotheken berichtet (vgl. www.bfr.bund.de/de/presseinformation/2014/05/vieltrinker_von_energy_drinks_ignorieren_muntermacher_risiko_189098.html).

Der Gegenstand dieser „Studie“ ist – was deutlich herauszustellen ist – allerdings keine wissenschaftliche Untersuchung zu konkreten Eigenschaften von Energydrinks. Vielmehr handelt es sich um eine Befragung, die unter offenbar sehr speziellen Bedingungen stattfand. Um die Ergebnisse insofern sachgerecht einordnen zu können, müssen deshalb auch diese Hintergründe betrachtet werden. Erst auf dieser Grundlage kann man die tatsächliche Aussagekraft aus Sicht der wafg realistisch einschätzen:

Konkrete Zielgruppe der Befragung waren ausschließlich „Vielverzehrer“ von Energydrinks in Diskotheken, auf Musikfestivals, sogenannten LAN-Partys sowie Sportveranstaltungen. Diese wurden zu ihrem Konsumverhalten interviewt. Das BfR versteht unter Vielverzeher in diesem Kontext Personen, die in den letzten 24 Stunden mindestens 500 ml Energydrink bzw. 60 ml Energyspot konsumierten. Die Daten sollen insofern in einem weiteren Schritt für die Risikobewertung von Energydrinks bzw. Energyshots verwendet werden.

Allerdings ist anzumerken, dass eine solche Befragungsauswertung sicher nicht unbesehen dazu geeignet ist, um als valide Basis für eine wissenschaftlich fundierte Risikobewertung herangezogen zu werden. Dies verdeutlicht in besonderer Weise beispielsweise folgende sehr bemerkenswerte Passage in der „Studie“ (vgl. dort Seite 73), die deren durchaus begrenzten Wert für einen verlässlichen Erkenntnisgewinn exemplarisch aufzeigt:

„Die Befragten haben in der Regel eine hohe Bereitschaft zur Teilnahme gezeigt, einzig limitierender Faktor ist der Alkoholkonsum, der ab einem gewissen Zeitpunkt eine Befragung kaum noch ermöglicht. Somit können gerade im Bereich der Diskotheken und Clubs die

endgültigen Mengen am Befragungstag kaum erhoben werden, da in einer Vielzahl der Fälle die Befragten nicht mehr fähig sind, dem Fragebogen zu folgen.“

Diese Ausgangslage kann sicher nicht ausgeklammert werden, wenn es zu einem späteren Zeitpunkt konkret darum geht, die Befragung und darauf basierende Schlussfolgerungen sachgerecht zu bewerten. Zugleich belegt gerade dieser Auszug, dass in der „Studie“ extreme Einzelfälle eines sicher nicht bestimmungsgemäßen bzw. verantwortlichen Konsums in den Vordergrund gestellt werden.

BMEL: „Regionalfenster“ als neue Spielregel für freiwillige Kennzeichnung

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat sein neues Konzept für die Regionalkennzeichnung von Lebensmitteln öffentlich vorgestellt. Mit dem „Regionalfenster“ will die Bundesregierung für mehr Transparenz über den regionalen Bezug von Produkten bzw. Zutaten beim Einkauf sorgen. Konsumenten sollen „auf einen Blick“ erkennen können, woher die Hauptzutat des Produktes stammt, wo das Produkt verarbeitet wurde, wie die Herkunftsregion definiert und wie hoch der Gesamtanteil aller regionalen Zutaten ist. Erste Produkte mit der Kennzeichnung sind bereits im Handel, weitere Erzeugnisse sollen folgen.

Damit ein Produkt mit diesem Regionalfenster gekennzeichnet werden kann, muss es bestimmte Kriterien erfüllen. So muss die Region „eindeutig und nachprüfbar benannt werden“, wobei es sich „zum Beispiel um Landkreise oder Bundesländer (...), aber auch um Kilometerangaben um einen Ort herum oder gewachsene Regionen wie die Eifel“ handeln kann. Außerdem müssen die „Hauptzutat und alle wertgebenden Zutaten“ (wie etwa Erdbeeren im Erdbeerjoghurt) zu 100 Prozent aus dieser Region stammen. Umfasst die Hauptzutat weniger als die Hälfte des Pro-

duktes, gilt diese Regelung entsprechend für die „nächsten wichtigen Zutaten“. Bei zusammengesetzten Produkten wird im Regionalfenster außerdem die Gesamtsumme aller regionalen Rohstoffe mit einer Prozentzahl angegeben.

Verpflichtend anzugeben sind zudem der Verarbeitungsort und die Kontrollstelle, die das Produkt zertifiziert hat und die Angaben überwacht. Die Verlässlichkeit der Informationen soll durch ein „neutrales mehrstufiges Kontroll- und Sicherungssystem“ sichergestellt werden. Um kleinere regionale Hersteller nicht zu überlasten und die Kosten zu minimieren, sollen zum Teil bestehende Systeme (Ökokontrolle oder Zertifizierungsverfahren etablierter Länderzeichen) genutzt werden.

Über die Vergabe des Regionalfensters entscheidet der Trägerverein „Regionalfenster e.V.“. Weiterführende Informationen – auch zur graphischen Umsetzung der neuen Kennzeichnung und Details zu den Kriterien – bieten die beiden Internetseiten www.bmel.de/regionalfenster sowie www.regionalfenster.de.

Bundesregierung für 6. Änderungs- novelle zur Verpackungsverordnung

Die Bundesregierung hat die „Sechste Verordnung zur Änderung der Verpackungsverordnung (VerpackV)“ beschlossen. Entgegen weiterhin bestehender Forderungen, insbesondere aus Nordrhein-Westfalen, hat sich das Bundeskabinett im laufenden Verfahren dazu entschlossen, zunächst lediglich die aus dem zwingenden EU-Recht notwendigen Anpassungen vorzunehmen.

Konkret handelt es sich um die Umsetzung der in Anhang I der Richtlinie 94/62/EG geführten – ergänzten – „Beispielliste“ zur Anwendung der Kriterien für die Begriffsbestimmung für Verpackungen. Auf zusätzliche nationale Ergänzungen – insbesondere hinsichtlich der diskutierten Neuregelungen zum Bereich der Eigenrücknahme sowie bei Branchenlösungen – wurde zunächst im Rahmen dieser Novelle verzichtet. Diese Themen sollen allerdings ebenfalls sehr zeitnah im Rahmen einer weiteren Änderungs-
novelle angegangen werden.

Terminhinweis: wafg-Frühjahrsmeeting am 4. Juni 2014 in Berlin

Das traditionelle Frühjahrsmeeting der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg) findet in diesem Jahr am 4. Juni 2014 in der Landesvertretung Sachsen-Anhalt in Berlin statt. Wie in den Vorjahren führt diese Veranstaltung zahlreiche Unternehmer und Entscheider aus der Branche zusammen. Neben dem aktiven Dialog über Projekte und Herausforderungen in den Themengebieten Umwelt- und Verbraucherpolitik steht der persönliche Austausch über aktuelle Fragen der Branche im Mittelpunkt. Hierzu sind erneut hochrangige Vertreter aus Politik, Ministerien, Wissenschaft, Medien sowie anderen Wirtschaftsbereichen eingeladen.

Neben der Mitgliederversammlung, die in diesem Jahr insbesondere wichtige Entscheidungen über die Umsetzung der Verschmelzung der wafg mit dem Arbeitskreis Moderne Getränkeverpackungen e.V. (AMG) beraten wird, und Gremiensitzungen rundet am Vorabend des wafg-Frühjahrsmeetings der inzwischen bei den Mitgliedern ebenso beliebte „Branchentreff“ in Berlin-Mitte in entspannter Atmosphäre die diesjährige Jahrestagung ab.

Vertreter von Unternehmen aus der Branche, die keine Mitgliedschaft in der wafg unterhalten, aber gerne am wafg-Frühjahrsmeeting teilnehmen möchten, werden gebeten, sich direkt mit der wafg-Geschäftsstelle in Verbindung zu setzen.



Das wafg-Frühjahrsmeeting ist traditioneller Treffpunkt zum Austausch über Branchenthemen mit Politik und Ministerien.

Kontakt:

Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e. V.
Telefon: +49 (0) 30/25 92 58-0
E-Mail: mail@wafg.de
Internet: www.wafg.de