



LIESA JOHANNSEN / PHOTOHEK.NET (L.); VERENA BRANDT / VISUM (R.)

Bundesverbraucherminister Seehofer, Supermarktangebot: Der Kunde soll sofort erkennen können, ob er gesunde Lebensmittel oder

VERBRAUCHER

Menschenrechte für Fruchtzwerge

Die Industrie will selbst bestimmen, wie Nährwerte auf Lebensmitteln gekennzeichnet werden. Bislang hat sie Verbraucherminister Horst Seehofer auf ihrer Seite. Doch der Widerstand gegen die mehr verschleiern als informierenden Angaben auf den Packungen wächst.

Keiner der Abgeordneten erwartete etwas Spektakuläres, als Gerd Müller, CSU-Staatssekretär im Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, am 6. März das Podium im Plenarsaal des Deutschen Bundestags bestieg. Sicher, das Thema war hochemotional: Es ging darum, wie Lebensmittel in Zukunft so beschriftet werden, dass der Verbraucher auf einen Blick erkennt, was er in den Einkaufskorb legt: eine Zuckerbombe, einen getarnten Fettmacher, einen Eiweißspender, ein Magerprodukt.

Schon seit langem streiten Industrie, Politik und Verbraucherschützer erbittert über die Nährwertkennzeichnung. Die einen fürchten um ihr Geschäft, die anderen um die Gesundheit der Konsumenten und die Kosten für die Allgemeinheit.

Tatsächlich sind mehr als die Hälfte der Deutschen übergewichtig, 20 Prozent gar adipös, also schwer fettleibig. Knapp zwei Millionen Kinder und Jugendliche sind zu dick. Mittlerweile gibt unser Gesundheitssystem 30 Prozent für die Folgen ernährungsbedingter Krankheiten aus, das macht über 70 Milliarden Euro im Jahr, Tendenz steigend. Die Weltgesundheitsorganisation WHO spricht von einer Epidemie.

Eine bessere Lebensmittelkennzeichnung, da sind sich alle Parteien einig, könnte Ver-

brauchern einen Weg durch den Dschungel der geschätzten 240 000 Produkte weisen und mithelfen, gesunde von ungesunden Lebensmitteln zu unterscheiden. Leicht verständlich soll er sein, denn die meisten Dicken gehören bildungsfernen Schichten an. Wie also sollen die Wegweiser aussehen?

Die Grünen, die Linke und nun auch der Koalitionspartner SPD wollten im Schulterschluss mit den Verbraucherverbänden eine farbliche Markierung durchsetzen, die sogenannte Ampel, wie sie in Großbritannien angewendet wird. Dabei werden die Anteile von Fetten, Zucker und Salz je nach Menge rot (zu viel), gelb (grenzwertig) oder grün (unbedenklich) gekennzeichnet.

Eine „Diskriminierung von Produkten“ sei das, erregt sich die Nahrungsmittelindustrie, als hätten auch Fruchtzwerge ein Menschenrecht. Verbraucherminister Horst Seehofer ließ sich überzeugen. „Volksverdummung“ sei die Ampel, der Vorschlag der Lebensmittelhersteller sachlicher, weniger bevormundend. Tatsächlich wäre die Am-

pel etwa für die Süßwarenindustrie der pure Horror, viele ihrer Produkte wären tiefrot.

Seehofer folgt den Vorschlägen der Industrie, die Nährwerte einzeln anzugeben und ins prozentuale Verhältnis zum Tagesbedarf zu stellen. Die Kalorien sollten vorn aufs Etikett, der Rest auf die Rückseite. Und das alles natürlich höchst freiwillig.

Die Eckpunkte dieses sogenannten GDA-Modells stellte er gemeinsam mit Lebensmittelfunktionären im Oktober 2007 auf der Ernährungsmesse Anuga vor und trug sie später in die europäische Debatte.

Alles sah nach einem glatten Durchmarsch der Lebensmittellobby aus. Und dann kam Müller.

Fast beiläufig sprach er in seiner Rede das schier Unaussprechliche aus: „Zu Ihrer Überraschung werden wir – dazu haben wir gestern eine Umfrage gestartet – eine Kennzeichnung testen, in der Rot, Gelb und Grün eine Rolle spielen!“ Die Tabelle auf Müllers Papier war rot, gelb und grün unterlegt. Die Unionspolitiker wollten ihren

Ausgaben für Nahrungsmittel
in Deutschland 2007

126 Mrd. €



Anteil der Süßwaren

Quelle:
Destatis,
Sweets Global
Network



Dickmacher in seinen Korb legt

1-plus-4-Modell
nach Horst Seehofer

Kalorien
371 kcal
19%

Angaben pro Portion
hier: 100 g

Richtwerte
in Prozent des
Tagesbedarfs

Zucker
37,0 g
41%

gesättigte Fettsäuren
0,1 g
>1%

Fett
0,6 g
1%

Natrium
0,5 g
21%

Was ist drin

Vorschläge zur
Kennzeichnungspflicht
von Lebensmitteln



Quelle: www.das-ist-drin.de

Lebensmittel-Ampel
nach britischem Vorbild

Fett
0,6 g pro 100 g

gesättigte Fettsäuren
0,1 g pro 100 g

Zucker
37 g pro 100 g

Natrium
0,5 g pro 100 g

Bewertung

- geringer Anteil, unbedenklich
- mittlerer Anteil, grenzwertig
- hoher Anteil, weniger wäre gesünder

DER SPIEGEL

Augen kaum trauen. Das war eindeutig etwas Ampelartiges.

Seither rätseln alle Seiten, ob Seehofer, mit einem feinen Gespür für Stimmungen ausgestattet, die Seiten gewechselt hat. Denn der Widerstand gegen die Pläne der Industrie hat zugenommen, der Koalitionspartner wittert ein mögliches Wahlkampfthema.

Thilo Bode, Leiter der Verbraucherschutzorganisation Foodwatch, wettet unermüdlich in Funk, Fernsehen und in seinem Buch „Abgespeist“ gegen die bisherige Politik des zuständigen Ministers: „Mit seiner Ampel-Ablehnung ist Horst Seehofer zum Chef-Lobbyisten der Lebensmittelindustrie aufgestiegen. Er versagt auf dem einzigen Gebiet, wo er wirklich handeln könnte, um das Problem des Übergewichts zu bekämpfen: die eindeutige und verständliche Deklaration von Produkten.“

Das Argument, die Ampel sei zu simpel und lasse Produkte schlecht aussehen, die eigentlich gut sind – man denke an Margarine oder Olivenöl –, lässt Bode nicht gelten: „Die Leute haben es satt, missverständliche, kleingedruckte Zahlenakrobatik auf den Verpackungen zu enträtseln.“

Mehr als zehntausend Protestmails haben Foodwatch-Unterstützer an das Verbraucherministerium gesandt. Seit der vergangenen Woche läuft ein neuer digitaler Großangriff: Über die Web-Seite abgeordnetenwatch.de sollen Bürger ihren Volksvertretern die Meinung sagen.

Besonders einflussreiche Ampelbefürworter sind die Verbraucherzentralen. Die Erfahrungen in Großbritannien zeigen nach ihrer Ansicht, dass die Kennzeichnung bei den Verbrauchern gut ankommt und verstanden wird. „Dies ist keine Bevormundung, sondern eine dringend nöti-

ge Einkaufshilfe“, sagt Stefan Etgeton vom Bundesverband.

Seine Hamburger Kollegen untermauerten ihre Pro-Ampel-Haltung durch die Veröffentlichung einer entlarvenden Untersuchung. Ihr Thema: wie die Industrie per willkürlicher Portionsangaben Lebensmittel gesundenschummelt.

Um die Nährwertzahlen möglichst niedrig aussehen zu lassen, werden auf den Etiketten Portionsgrößen angegeben, die nur wenig mit der allabendlichen Sofa-Wirklichkeit zu tun haben: bei einer Dose Erdnüsse nur eine winzige Handvoll, 25 Gramm, ebenso bei Kartoffelchips. Von den Schoko-Knusperpralinen soll sich der mündige Verbraucher pro Portion bitte schön vier herausnehmen und dann die Box brav wieder schließen, von der Halbliterflasche Cola die Hälfte artig stehen lassen, auch die Tiefkühlpizza darf nur zur Hälfte verzehrt werden, damit sich die Kalorienangaben im Rahmen halten.

Solche Taschenspielertricks schaden der Glaubwürdigkeit der Branche. Zwar sind 60 Prozent der Produkte freiwillig gekennzeichnet, doch solange dies nicht einheitlich ist, verschleiern die Angaben mehr, als sie enthüllen.

Da hilft auch kein gesellschaftspolitisches Engagement, etwa in der von der Regierung angeregten „Plattform Ernährung und Bewegung“.

Nestlé und Danone sind dort Mitglied und unterstützen somit die eigens erfundene Fernsehshow „Peb & Pebber“. Zwei Handpuppen sollen im Kindersender Super RTL die süßen Kleinen spielerisch an gesunde Ernährung heranzuführen. Im darauffolgenden Werbeblock jedoch werden die Kinder mit Danones Fruchtzweigen, dem Joghurtdrink Actimel und Nestlés Frühstücksflocken Cini Minis gelockt.

Alle drei Produkte sind Kalorienbomben. Der Frischkäse der Fruchtzweige enthält pro 100 Gramm 14,4 Gramm Kohlenhydrate, fast ausschließlich Zucker, normaler Frischkäse 3,1 Gramm. Der Joghurt-Drink Actimel hat 10,5 Gramm Zucker, normaler Magermilchjoghurt 4,1 Gramm. Und Nestlés Frühstückssnack Cini Minis hat fast so viele Kalorien wie Schokolade: 32,8 von hundert Gramm sind purer Zucker.

Was solche Werbung in einem Kinderprogramm für gute Ernährung verloren hat? „Die Kinder sollen lernen, sich ausgewogen zu ernähren, alles in der richtigen Menge zu sich zu nehmen“, sagt Nestlé-Sprecher Hartmut Gahmann. Außerdem würden Kinder auch mehr verbrennen, wenn sie sich nur mehr bewegen.

Tags darauf lässt das Unternehmen per Mail wissen, dass man die Werbung für Cini Minis im Format „Peb & Pebber“ seit Mitte März 2008 eingestellt habe. „Es ist nicht vorgesehen, diese Werbung in diesem Format wieder aufzunehmen.“ Außerdem sei der Zuckergehalt des Produkts in den vergangenen zwei Jahren um rund zwölf Prozent auf aktuell 32,8g/100g gesenkt worden. „Diesen Reduzierungsprozess werden wir fortsetzen.“

Verbraucherschützer sehen auch das neue Industriemodell zur Nährwertkennzeichnung skeptisch. Sie beanstanden die verschiedenen Portionsgrößen und die Kategorie „zulässige Tagesmenge“. Die orientiert sich am Bedarf einer erwachsenen Frau. Kinder und Alte jedoch benötigen deutlich weniger Energie, Männer und schwer arbeitende Menschen mehr.

Kein Wunder, dass sich auch Mediziner für die deutlich einfachere Farbkennung aussprechen. Gerd Claußnitzer, der als Chefarzt der Spessart-Klinik Bad Orb überge-

Steht das Ende am Anfang einer neuen Reise?



160 Seiten | Gebunden | € 14,95 (D)
ISBN 978-3-421-04345-0

Der Glaube an die Unsterblichkeit der Seele ist der älteste Trostspender der Menschheitsgeschichte. Mathias Schreiber nimmt den Leser mit auf eine faszinierende Reise durch die alten und neuen Vorstellungen der Menschen von der Weiterexistenz im Jenseits, von Seelenwanderung und Auferstehung, und er zeigt, welche Chancen diese Vorstellungen im modernen Leben haben.

Erhältlich im Buchhandel
und bei www.spiegel.de/shop

SPIEGEL
BUCHVERLAG

DVA
www.dva.de



Übergewichtiges Kind beim Kochkurs
Zu viel Fett, zu viel Zucker

wichtige Kinder behandelt, hält die Ampel für nützlich. „Eine Kennung über Farbe – ob Ampelsymbol oder die weniger wertende Nahrungsmittelpyramide – ist besonders für Kinder leichter verständlich.“ Übergewicht sei damit besser zu verhindern, denn „viele Kinderlebensmittel hätten einen roten Punkt“.

Gegenwind bekommt die Wirtschaft nun auch noch von Deutschlands größtem Krankenkassenverband. „Der Verbraucher braucht ein einfaches und klares System, mit dem er erkennen kann, ob ein Lebensmittel zu viel Fett, zu viel Zucker oder Salz enthält. Die in England positiv erprobte Ampellösung bietet genau diese Eigenschaften, zumal sie neben der Farbeinteilung auch die genauen Mengenangaben nennt“, sagt Hans Jürgen Ahrens, Vorstandsvorsitzender des AOK-Bundesverbands. „Wenn die Taillen der Deutschen wieder schlanker werden sollen, muss man direkt am Supermarktregal erkennen können, ob man gesunde Lebensmittel oder Dickmacher in seinen Korb legt.“

Mit dem Überraschungs-Farbttest rückt Seehofer nun erstmals von seiner strikten Anti-Ampel-Haltung ab. „Wir wollen ausprobieren, wie das GDA-Modell verstanden wird, wenn es zusätzlich mit Rot-Grün-Gelb unterlegt wird“, räumt seine Staatssekretärin Ursula Heinen (CDU) ein. Die Befragung sei am 31. März abgeschlossen, aber noch nicht ausgewertet worden.

Doch was, wenn die Bürger Farbe bekennen? „Wir werden nicht an den Bedürfnissen der Verbraucher vorbeigehen“, sagt Heinen. Die Wirtschaft allerdings wolle man auch mit ins Boot nehmen. Nur wie?

Der Industrie gibt sich enttäuscht. „Wir vermissen Klarheit. Seehofer war doch bislang immer gegen die Ampel. Was jetzt getestet wird, ist aber eine Ampel“, klagt Matthias Horst, Hauptgeschäftsführer des Bundes für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL), des Lobbyverbands der Lebensmittelwirtschaft.

Bisher war sich die Branche ihrer Sache sicher. Seit 2004 treffen sich Vertreter der großen Konzerne wie Nestlé, Unilever und Kellogs regelmäßig und schiedmen Strategien. Sie ließen PR-Agenturen Kampagnen gegen die britische Farbenlehre entwerfen und bearbeiteten die EU-Kommission in Brüssel. Ihre Verbände hielten engen Kontakt zum Ministerium. Mit großem Erfolg, so schien es.

Seehofer akzeptierte das BLL-Modell eins zu eins, er versprach, die Freiwilligkeit der Kennzeichnung beizubehalten.

Der erste Rückschlag kam Ende Januar. Die EU legte ihren Vorschlag vor. Jede Packung soll künftig schon auf der Vorderseite Kalorienzahl, Fettgehalt, Kohlenhydrate, Zucker, Salz und gesättigte Fettsäuren verraten. Auf der Rückseite muss jeder erfahren können, wie viel er von den einzelnen Bestandteilen zu sich nehmen sollte – und inwieweit er seine tägliche Ration mit dem Produkt abdeckt. Auch die Schriftgröße ist vorgeschrieben, die Wörter müssen mindestens drei Millimeter groß sein.

Damit ging der damalige EU-Gesundheitskommissar Markos Kyprianou über das deutsche Modell hinaus, das nur die Kalorien vorn, alle anderen Werte auf der Rückseite zeigt. Weitaus wichtiger aber: Die Kennzeichnung soll verpflichtend sein. Ein Schock für die Lebensmittelwirtschaft – aber sie feierte dennoch einen Sieg: Die Ampel war auf Europaebene erst einmal vom Tisch.

„Wir wollen den informierten Verbraucher, aber wir wollen nicht Entscheidungen für ihn treffen“, sagte EU-Kommissar Kyprianou – und schob die Entscheidung in jeden einzelnen Mitgliedstaat weiter. Jedem Staat stehe es frei, die „Ampel“ bei sich einzuführen. Damit droht der Europäischen Union aber, was sie mit ihrem Binnenmarkt gerade vermeiden will: unterschiedliche Regelungen in jedem Land. Für die Industrie schlichtweg ein Schreckensszenario, das nur zu „mehr Konfusion statt Information der Verbraucher“ führe, kritisiert der Verband der europäischen Nahrungsmittelindustrie.

Nun müssen EU-Parlament und Rat über den Vorschlag der Kommission entscheiden. Das kann noch dauern, im Rat haben sich Vertreter der EU-Mitgliedstaaten gerade erst zu einer ersten Sitzung getroffen. Im EU-Parlament sind viele skeptisch, dass eine Einigung vor den nächsten Europawahlen im Juni 2009 möglich ist.

In Seehofers Ministerium dagegen sieht man das gern positiver, man rechne mit einer schnellen Entscheidung vor den Wahlen. Solange zumindest strebe man auch keinen nationalen Alleingang an.

Ob das nun den endgültigen Tod der Ampel bedeutet oder die letzte Galgenfrist für das Industriemodell? Der nächste Auftritt von Gerd Müller wird mit Spannung erwartet.

MICHAELA SCHIESSL,
MARKUS VERBEET