

NG/FH: Derzeit gibt es ja auch einen Trend hin zu Bioprodukten. Was genau steckt hinter der Kennzeichnung »Bio« und sind diese Produkte tatsächlich besser als jene ohne das Siegel?

Bode: Ich kann diesen Trend nicht erkennen. Der Marktanteil von Bio krebst seit Jahren bei unter 5 % herum – das ist eine kleine Nische, nicht mehr. Das Gerede von einem Boom ist ein Märchen.

NG/FH: Gibt es neben gesetzlichen Bestimmungen, Kontrollmechanismen und dgl. weitere Möglichkeiten, die Bedingungen der Nahrungsmittelherstellung und des Vertriebs zu beeinflussen? In einer unserer letzten Ausgaben plädiert Matthias Greffrath etwa für eine neuartige Koalition. In Berlin demonstrierten z.B. unter dem Slogan »Wir haben es satt« Zehntausende: Bauern, denen die Konzerne Abnehmerpreise aufzwingen, von denen sie nicht

leben können, Verbraucher, die wissen wollen, was sie im Supermarkt kaufen, Gewerkschafter, die gerechte Löhne, Eltern, die gesunde Schulverpflegung fordern sowie Ökologen, die für eine Renaturierung der Landschaft eintreten. Können solche Allianzen etwas bewirken?

Bode: Die Verbraucher können eine Menge bewirken, wenn sie sich zusammenschließen, wenn sie Essen als Politik verstehen. Genau dafür gibt es foodwatch, um diesen Ansatz zu verfolgen, um gemeinsam für mehr Verbraucherrechte zu kämpfen. Und natürlich können sich auch auf lokaler Ebene Menschen zusammenschließen und etwas erreichen: Eltern, die die Schule ihrer Kinder dazu bewegen, ein anderes Kantinenessen anzubieten. Entscheidend ist bei allem, dass wir verstehen: Nicht die Kaufentscheidung eines Einzelnen verändert die Dinge – nur gemeinsam können wir etwas bewegen. ■

Carmen Gerner

Transparenz allein reicht nicht

Im Lebensmittelbereich muss der Staat klare Regeln setzen

Unmittelbarer als mit Lebensmitteln kommt der Mensch mit keinem anderen Produkt in Berührung. Deshalb müssten hier die Qualitätsanforderungen besonders hoch sein. Doch die Skandale um falsch deklarierte oder schlechte Lebensmittel häufen sich. Die Verunsicherung der Verbraucher im Supermarkt wächst. Die Hauptverantwortung liegt hier beim Staat, dessen Aufgabe es ist, die Konsumenten zu schützen. Der Hinweis auf deren »Selbstbestimmung« ist zu einfach. Und Transparenz alleine hilft dem Verbraucher wenig.

Selbst wenn die Zusätze, Konservierungsstoffe und Geschmacksverstärker unübersehbar auf den Produktverpackungen deklariert sind, bringen diese Informationen für den durchschnittlichen Supermarktkunden kaum einen Erkenntnisgewinn. Gute Verbraucherpolitik muss den realen Menschen in den Mittelpunkt stel-



Carmen Gerner

ist Referentin für Umwelt, Energie und Verbraucherpolitik beim SPD-Parteivorstand.

carmen.gerner@spd.de

len. Das Bild vom mündigen Verbraucher, der »ganz selbstbestimmt« aus dem Überfluss von Angeboten wählt, geht an der Realität vorbei. Kaum jemand hat die Zeit, den Überblick und das Hintergrundwissen, um die Fülle an Informationen zu erfassen. Die Verhaltensforschung zeigt, dass wir alle als Verbraucher nicht immer rational entscheiden, sondern von vielen unterschiedlichen Faktoren beeinflusst werden. Deshalb hat die Werbung mit ihren auf Emotionen und Stimmungen setzenden Strategien einen großen Einfluss auf unser Kaufverhalten. Besonders bedenklich ist dies, wenn Kinder im Fokus der Werbebranche stehen.

Keine Werbung in Schulen und Kitas

15 % der Kinder und Jugendlichen in Deutschland sind übergewichtig, die Folgen sind oft Diabetes, Bluthochdruck, Herz-Kreislauferkrankungen. Für die Ernährung ihrer Kinder sind in erster Linie die Eltern verantwortlich. Wenn aber die Lebensmittelindustrie, wie im Jahr 2011, 696 Millionen Euro in Werbung für Schokolade und Süßigkeiten investiert und Obst und Gemüse mit mageren 76 Millionen bedenkt, wird ihnen der Erziehungsauftrag schwer gemacht. Weil gerade Kinder leicht zu beeinflussen sind, müssten sie besser geschützt werden. Deshalb ist es richtig, Kitas und Schulen zu einem werbefreien Raum zu machen und dort Werbung und Sponsoring zu verbieten.

Bei verarbeiteten Lebensmitteln versteht kein Mensch anhand der Packungsangaben, was genau im Produkt enthalten ist. 2011 wurde in Brüssel im Rahmen der Lebensmittelkennzeichnungsverordnung über die Einführung der Lebensmittelampel für industriell gefertigte Produkte abgestimmt. Ca. 1 Milliarde Euro steckte die Lebensmittelindustrie in die Kampagne gegen die Ampel. Nach einer gigantischen Lobbyistenschlacht waren die Verbraucher

die Verlierer. In diesem Entscheidungsprozess hat sich auch die Bundesregierung vor den Industriekarren spannen lassen. Ein deutliches Votum zugunsten der Verbraucher und der Ampel blieb aus. Stattdessen wurde von Ilse Aigner, der zuständigen Ministerin, brav auf freiwillige Maßnahmen verwiesen.

Ampelkennzeichnung einführen

Die EU-Regelung lässt Raum für nationale Regelungen. Diese sollten wir nutzen: Die Ampelkennzeichnung für bestimmte Nährwerte ist ein notwendiger Beitrag zur Verbesserung der Verbraucherorientierung. Verbraucher können schnell und gezielt Kalorien-, Fett-, Zucker- und Salzgehalt verschiedener Produkte miteinander vergleichen.

Hier kommt rasch das Gegenargument, eine Nährwertampel vereinfache zu sehr und stigmatisiere Produkte wie Süßwaren. Zu viel ungesunde Ernährung aber schadet dem Menschen. Zudem wird niemand deswegen aufhören eine Tiefkühlpizza zu essen. Vielleicht geht der Griff in der Tiefkühltruhe dann aber zur Packung mit der günstigeren Zusammensetzung z.B. beim Fettgehalt. Die Ampel bietet für Unternehmen auch immense Chancen beim Kampf um die Gunst des Konsumenten durch nährwertfreundlichere Rezepturen. Wenn es bei ALDI in England die Ampel auf den Fertigprodukten gibt, sollte dies in Deutschland doch auch möglich sein. Mit den bestehenden Kennzeichnungssystemen sollten sich Verbraucher und Politik nicht abspeisen lassen.

Viele Produkte sind gefärbt und konserviert, trotz des ausdrücklichen Hinweises auf die Herstellung »ohne Farbstoffe«, »ohne Konservierungsstoffe« oder »ohne Zusatzstoff Geschmacksverstärker«. Glutamat kommt über den Umweg des glutamatreichen und damit stark geschmacksverstärkenden Hefeextraktes ins

Essen. Hier werden Verbraucherinnen und Verbraucher täglich hinters Licht geführt! Dies darf der Gesetzgeber nicht länger dulden und muss schärfere Kennzeichnungspflichten schaffen. Dies gilt auch für die Herkunftskennzeichnung.

Stärkung der Kontrollen

Gerade bei Lebensmitteln sollten Lügner und Betrüger damit rechnen müssen, dass ihre Namen in der Öffentlichkeit genannt werden. Eine Veröffentlichung amtlicher Kontrollergebnisse im Lebensmittelbereich ist derzeit aber nicht möglich. Länder und Kommunen mussten die Veröffentlichung nach § 40 LFGB (Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch) einstellen. Das Gesetz wurde handwerklich schlecht gemacht, es gibt juristische Unsicherheiten in enormem Ausmaß. Die Regelung muss sofort überarbeitet werden, damit eine rechtssichere Basis für die Veröffentlichung amtlicher Kontrollergebnisse geschaffen wird.

Wir müssen vor allem diejenigen stärken, die an vorderster Front die Kontrollen durchführen. In Deutschland ist die Lebensmittelkontrolle Ländersache. Das jeweilige Ministerium nimmt als oberste Behörde die Aufsicht wahr. Es gab Fälle, bei denen notwendige Betriebsschließungen aufgrund von Gesundheitsgefährdungen mit dem Verweis auf Arbeitsplätze nicht vorgenommen wurden. Behörden wussten also von Missständen und haben nicht eingegriffen. Die Arbeit der Lebensmittelkontrolleure darf aber nicht durch regionale Interessenkonflikte behindert werden. Darum müssen wir über eine Bundeskoordination nachdenken. Dies würde auch zu einer besseren Vernetzung führen. Der Kontrolleur in Leipzig könnte sehen, dass beispielsweise der Kollege in Saarbrücken am Morgen das gleiche Produkt kontrolliert hat. Die Aufgabe der Lebensmittelkontrolle ist so wichtig für unsere Existenz, dass sie uns auch den Etat für eine bessere Ausstattung und mehr Personal wert sein muss. Die Informationen kommen oft aus den

Unternehmen selbst. Mutige Arbeitnehmer riskieren ihre Jobs, wenn sie von Gammelfleisch, abgelaufenen Zutaten oder Imitatkäse berichten. Diese Menschen sollen nicht befürchten ihre Existenz zu verlieren, deshalb brauchen wir europaweit zudem einen Hinweisgeberschutz.

Anreize ändern

Wenn sich Unternehmen für kriminelle Praktiken entscheiden, geht dem in der Regel eine Nutzen-Risiko-Abwägung voraus. Das heißt, möglicher Gewinn und maximale Strafe werden gegenübergestellt. Momentan übertrifft der Nutzen, der mögliche Gewinn, das Risiko einer hohen Strafe eindeutig. Das deutsche Strafrecht bietet abgesehen von überschaubaren Geldstrafen keine Möglichkeiten, Unternehmen in die Verantwortung zu nehmen. Oft haften Einzelpersonen, die dann schnell ersetzt werden, sodass das Unternehmen weiterhin verfahren kann wie zuvor. Die SPD hat darum die Forderung nach einem Unternehmensstrafrecht in ihr Wahlprogramm aufgenommen, damit sich das Strafrecht neben natürlichen und juristischen Personen auch gegen Unternehmen richten kann. Die Einrichtung von Schwerpunkts-

staatsanwaltschaften in Deutschland und Europa zur Bekämpfung der organisierten Kriminalität in der Lebensmittelbranche ist darum überfällig. Nur wenn wir dazu kommen, bei Verfehlungen den unlauteren Gewinn der Unternehmen abzuschöpfen, wird sich etwas ändern.

Die Politik hat einen immensen Gestaltungsspielraum bei der Frage, was wir zukünftig in den Regalen finden werden. Klonfleisch, Chlorhühnchen und Genfood werden hierzulande keine Akzeptanz finden. Bei den Verhandlungen zum Freihandelsabkommen mit den USA werden enorme Wachstumsschübe prognostiziert. Der Preis könnte jedoch sein, dass kulturellen Unterschieden keinerlei Rechnung mehr getragen wird. Ähnlich wie beim Umgang mit privaten Daten ist die Sensibilität für die Qualität der Nahrung und die Art der Verarbeitung in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Hier wehrt sich die Mehrheit seit Jahren gegen gentechnisch veränderte Organismen – die wir über den Umweg USA dann doch auf den Teller bekommen? Hier zeigt sich, was das Freihandelsabkommen bedeuten könnte: den Verlust der Freiheit, sich seine Kultur zu bewahren – und das gilt nicht nur bei den Lebensmitteln. Wenn dies der Preis ist, muss die Frage nach der Sinnhaftigkeit des Abkommens erlaubt sein. ■

Gespräch mit Sarah Wiener

»Versuchen Sie mal in einem Supermarkt unverarbeitete Milch zu finden«

Die bekannte Köchin, Autorin und Restaurant-Betreiberin Sarah Wiener spricht im NG/FH-Interview über die Ursachen von Dickleibigkeit bei Kindern, die Macht der Nahrungsindustrie, den Wert des Selberkochens und Schulesen für 2,50 Euro. Die Fragen stellten Dirk Kohn und Stephanie Clarke.

NG/FH: Einerseits erfreuen sich TV-Kochsendungen hierzulande großer Beliebtheit, andererseits ist aber auch die Nachfrage nach Fast Food ungebrochen. Beispiels-

weise finden sich unter den Top 100 der größten Gastronomieanbieter in Deutschland 32 Anbieter von Fast Food. Was macht diese Art der Ernährung so attraktiv?