

Leseräume als Hochsicherheitstrakt: Welche Auflagen Abgeordnete bei der Einsicht in TTIP-Dokumente akzeptieren müssen

geschrieben von Andreas | 27. Januar 2016

Pressemitteilung – Thema: Freihandelsabkommen

- Bundestagsabgeordnete erhalten erstmals Einsicht in Verhandlungspapiere
- Parlamentarier werden dabei unter Aufsicht gestellt
- Verschwiegenheitserklärung und Abgabe von Handys sind Pflicht, Kopien verboten

Berlin, 26. Januar 2016. Gut zweieinhalb Jahre nach Beginn der Verhandlungen über das transatlantische Handelsabkommen TTIP sollen Bundestagsabgeordnete Einblick in wichtige Verhandlungsdokumente erhalten. In der kommenden Woche soll dazu ein Leseraum im Bundeswirtschaftsministerium eröffnet werden. Die Verbraucherorganisation foodwatch kritisierte jedoch, dass die Auflagen und Restriktionen für die Parlamentarier die dringend benötigte öffentliche Debatte über den europäisch-US-amerikanischen Vertrag weiterhin verhindern würden.

Abgeordnete dürfen die Leseräume an bestimmten Tagen und zu bestimmten Zeiten und nur nach Voranmeldung nutzen – für die Dokumenteneinsicht haben EU-Kommission und USA zudem strenge Bedingungen ausgehandelt, wie das Bundeswirtschaftsministerium gegenüber foodwatch bestätigte:

- Abgeordnete dürfen die Dokumente nur unter Aufsicht einsehen;

- vorher müssen sie eine Vertraulichkeitserklärung unterzeichnen, in der sie zusichern, den Inhalt der Dokumente nicht mit unbefugten Dritten zu teilen;
- Handys, Laptops und andere elektronische Geräte sind nicht erlaubt;
- die Parlamentarier dürfen sich handschriftliche Notizen machen, aber keine Kopien der Dokumente anfertigen.

„Dass Abgeordneten nun Einsicht in Dokumente erhalten, ist längst überfällig – die Bedingungen dafür sind jedoch inakzeptabel, weil sie aus dem Leseraum eine Art Hochsicherheitstrakt machen und Dokumente, die uns alle angehen, weiterhin behandelt werden wie militärische Geheimpapiere. Ausgerechnet beim Freihandel sollen Abgeordnete ihr freies Mandat mit einer Schweigepflicht einschränken – das passt nicht zusammen. Der Zugang zu den Papieren wird zwar gewährt, die dringend nötige öffentliche Debatte über TTIP jedoch weiterhin unterbunden“, erklärte Lena Blanken, Volkswirtin bei foodwatch. „Das transatlantische Abkommen soll tief in die Bereiche unseres täglichen Lebens eingreifen, deshalb müssen Abgeordnete und Öffentlichkeit darüber diskutieren können. Es ist schädlich für die Demokratie, dass grundlegende gesellschaftspolitische Fragen im Geheimen verhandelt werden. Es muss jetzt eine Debatte stattfinden. Ist der Vertrag erst fertig ausgehandelt, wird es zu spät sein: Denn die Parlamentarier können dazu nur ‚Ja‘ oder ‚Nein‘ sagen, aber nichts am Text verändern.“

Pressekontakt:

Martin Rücker, E-Mail: presse@foodwatch.de, Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

„Extrem hohe“ Mineralölgehalte in Pfeffer-Spezialität: Lafer-Produkt nach Stiftung-Warentest-Kritik vom Markt genommen – Mehr als 55.000 Verbraucher fordern Regulierung

geschrieben von Andreas | 27. Januar 2016
Pressemitteilung

Berlin, 25. Januar 2016. Nach einem vernichtenden Testergebnis ist der Verkauf einer Pfeffer-Spezialität der Marke „Lafer. Lecker. Leben.“ von Johann Lafer gestoppt worden. Das erklärte das Büro des Sternekochs gegenüber der Verbraucherorganisation foodwatch. In ihrer Januar-Ausgabe hatte die Stiftung Warentest den „Malabar-Pfeffer schwarz“ als „mangelhaft“ beurteilt. Grund dafür waren hohe Schadstoffbelastungen. Unter anderem hieß es in dem Test, bei dem Lafer-Produkt seien „extrem hohe Gehalte“ an Mineralölverunreinigungen nachgewiesen worden. „Der in diesem Fall eingesetzte Rohstoff entspricht nicht unserem eigenen Qualitätsanspruch, weshalb die Ware unmittelbar nach Bekanntgabe der Stiftung-Warentest-Ergebnisse vorsorglich aus dem Markt genommen wurde“, heißt es in einem Brief der Herstellerfirma Raps GmbH, den das Büro Lafer an foodwatch übermittelte.

„Bei dem Lafer-Produkt hat der Hersteller schnell und konsequent auf den Mineralöl-Nachweis reagiert – andere Unternehmen wie Rewe oder Kellogg's dagegen verkaufen verunreinigte Marken einfach weiter und muten ihren Kunden Gesundheitsrisiken zu“, erklärte Luise Molling von foodwatch.

In den vergangenen Monaten waren in einer ganzen Reihe von Lebensmitteln unterschiedlich zusammengesetzte Mineralölverunreinigungen nachgewiesen worden – Öko-Test fand sie in Dr. Oetker-Produkten, das Bayerische Landesgesundheitsamt in Adventskalendern. Vor allem die sogenannten aromatischen Mineralöle (MOAH) gelten als potenziell krebserregend und erbgutschädigend, weshalb es für sie auch keine unbedenklichen Schwellenwerte gibt. Bei einem umfangreichen, im Oktober 2015 vorgestellten Labortest von foodwatch war jedes fünfte getestete Lebensmittel (9 von 42 Produkten) mit MOAH belastet. Die beteiligten Unternehmen reagierten äußerst unterschiedlich auf die Nachweise: Während etwa Real und Kaufland bzw. der italienische Hersteller Curti den Rückruf zweier Reisprodukte veranlassten, beließen Kellogg's (Cornflakes) oder Rewe (Bio-Weichweizengrieß) ihre ebenfalls mit MOAH belasteten Marken weiter im Handel.

„Die unterschiedlichen Reaktionen zeigen: Der Gesundheitsschutz darf nicht den Unternehmen überlassen werden“, sagte Luise Molling von foodwatch. „Es ist die Pflicht der Bundesregierung, den Herstellern endlich wirkungsvolle Vorgaben zu machen, um die seit langem bekannte Problematik von Mineralölverunreinigungen endlich zu lösen. Wir brauchen sichere Grenzwerte für Mineralöle in den Lebensmitteln – für aromatische Mineralöle heißt das: Null-Toleranz. Und beim Einsatz von Papierverpackungen muss eine wirksame Barrierschicht vorgeschrieben werden, weil nur so der Übergang von Mineralöl vor allem aus Altpapierkartons in die Lebensmittel verhindert werden kann.“ Diese Forderung unterstützen bereits mehr als 55.000 Verbraucherinnen und Verbraucher in einer E-Mail-Aktion von foodwatch unter www.mineraloel-aktion.foodwatch.de.

Links:

– E-Mail-Aktion: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Links:

– Korrespondenz zw. foodwatch und dem Büro Lafer:

www.tinyurl.com/fw-lafer

- Testergebnisse foodwatch: www.mineraloel-test.foodwatch.de
- Produktfotos und weiteres Bildmaterial: www.mineraloel-material.foodwatch.de
- Footage-Material zum Labortest: tinyurl.com/pwgyc7c

Pressekontakt:

Martin Rücker, E-Mail: presse@foodwatch.de, Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Suggestive Fragen, falsche Angaben, verzerrte Darstellungen: Wie Minister Schmidt Umfragedaten für seinen „Ernährungsreport“ manipulierte

geschrieben von Andreas | 27. Januar 2016
Pressemitteilung

Berlin, 14. Januar 2016. Bundesernährungsminister Christian Schmidt hat in seinem „Ernährungsreport 2016“ Umfrageergebnisse falsch dargestellt und ein manipulatives Bild der öffentlichen Meinung gezeichnet. Das kritisierte foodwatch am Donnerstag nach Auswertung der Originaltabellen und -Fragestellungen des Meinungsforschungsinstituts Forsa, auf denen der Ernährungsreport basiert und die der Verbraucherorganisation vorliegen. Demnach wurden Ergebnisse unterschlagen, sachlich falsche Angaben in den Fragestellungen

gemacht, die Befragten mit suggestiven Formulierungen oder durch die Vorgabe von Antwortmöglichkeiten geleitet, Zahlen falsch in den Ernährungsreport übertragen sowie für eine Grafik manipulativ-verzernte Größenverhältnisse gewählt. Auffällig oft dienen die Manipulationen des Ministeriums dem Politikverständnis von Minister Christian Schmidt, der in der Ernährungspolitik auf Aufklärung und freiwillige, gemeinsam mit den Unternehmen entwickelte Selbstverpflichtungen statt auf regulative Vorgaben für die Lebensmittelwirtschaft setzt.

„Der Ernährungsreport ist keine objektive Bestandsaufnahme, sondern ein interessengeleitetes Zerrbild. Um seine Politik der wirkungslosen Selbstverpflichtungen und windelweichen Aufklärungskampagnen zu rechtfertigen, manipuliert Minister Christian Schmidt sogar Umfragedaten“, kritisierte Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelmarketing bei foodwatch.

Bundesernährungsminister Christian Schmidt hatte den „Ernährungsreport 2016“ am 5. Januar in Form einer aufbereiteten Broschüre publik gemacht. Nicht veröffentlicht wurden jedoch die Umfragedaten und Fragestellungen im Original. Der entsprechende Tabellenband von Forsa liegt foodwatch mittlerweile vor. Im Einzelnen kritisiert die Verbraucherorganisation:

Unliebsame Umfrageergebnisse wurden nicht veröffentlicht: Aus den Forsa-Tabellen (Frage 18/Folie 145) geht hervor, dass 83 Prozent der Befragten eine klare Gentechnik Kennzeichnung „sehr wichtig“ oder „wichtig“ wäre. Im Ernährungsreport wird dies mit keinem Wort erwähnt. Hintergrund: In ihrem Koalitionsvertrag hatten sich Union und SPD ursprünglich auf eine bessere, verpflichtende Kennzeichnung von Agrargentechnik auch bei Tierprodukten verständigt – mittlerweile hat sich die Koalition davon aber verabschiedet.

Manipulative Antwortauswahl: Zur Förderung gesunder Ernährung hat das Ministerium die Zustimmung zu drei Ansätzen abgefragt: kindgerechte Aufklärung/Ernährungsbildung, neutrale

Informationen, Steuerpolitik. Bei diesen Optionen fehlt jedoch ausgerechnet der Ansatz, der von zahlreichen gesundheitspolitischen Fachverbänden und Verbraucherorganisationen gefordert wird: Eine Beschränkung von Werbe- und Marketingmaßnahmen für ungesunde Lebensmittel insbesondere für Kinder (Frage 25/Folie 187). Mehrere Umfragen in den vergangenen Jahren haben ergeben, dass eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung eine solche Regulierung befürwortet.

Suggestive Formulierungen: Beim selben Thema fragt das Ministerium auch nach der Akzeptanz steuerpolitischer Maßnahmen zur Förderung gesunder Ernährung. Die Formulierung dieser Option lautet: „Besteuerung ungesunder Lebensmittel, z.B. besonders fett- oder zuckerreicher Lebensmittel, sodass diese für den Verbraucher deutlich teurer werden“. Das ist deutlich wertend und suggestiv („deutlich teurer“) und zudem einseitig – weil die Möglichkeit weggelassen wird, dass im Gegenzug gesunde Lebensmittel steuerlich besser gestellt werden könnten, so dass es für die Verbraucher unter dem Strich nicht zu einer Verteuerung von Lebensmitteln insgesamt kommen müsste.

Manipulative Wiedergabe der Ergebnisse: Obwohl also einschlägig diskutierte, regulative Optionen gar nicht und andere Regulierungsmaßnahmen nur suggestiv abgefragt wurden, behauptet das Ministerium im Ernährungsreport wahrheitswidrig, dass „Zwangsmaßnahmen“ von einer Mehrheit der Bevölkerung abgelehnt würden (S. 29). Auf seiner Internetseite behauptet das Ministerium, dass die „Mehrheit der Deutschen zwar staatliche Maßnahmen für besonders geeignet hält, um einer gesunden Ernährung den Weg zu ebnen, aber nicht in Form von Verboten und Gesetzen.“ (Quelle: www.tinyurl.com/bmel-text) Das ist manipulativ, denn eine Absage an Gesetzesänderungen lässt sich aus der Umfrage gerade nicht ableiten.

Verzernte Grafiken: Noch weiter verstärkt wird die Präferenz des Ministeriums für aufklärerische Maßnahmen in der grafischen Darstellung. So ist der Anteil der Befragten, die

Ernährungsbildung befürworten, gut doppelt so groß wie der Anteil derer, die – selbst unter der suggestiven Fragestellung – eine höhere Besteuerung von ungesunden Lebensmitteln befürworten. In der Grafik im Ernährungsreport wird die Zustimmung zu mehr Ernährungsbildung jedoch mit einer fast fünf Mal größeren Kreisfläche dargestellt als der Zuspruch zu Steuererhöhungen (S. 28).

Falsche Angaben: In einer Fragestellung zur Wichtigkeit von Herkunftsangaben wird behauptet, dass die Herkunft von Lebensmitteln bereits zu den „verbindlich gekennzeichneten Angaben“ gehört. Dies ist sachlich falsch: Bis auf einige Ausnahmen (wie unverarbeitetes Fleisch, Obst und Gemüse) muss auf den meisten verarbeiteten Produkten keine Angabe zur Herkunft gemacht werden. In anderen Umfragen war dies einer der dringlichsten Wünsche der Verbraucher für die Lebensmittelkennzeichnung. In der Fragestellung der BMEL-Umfrage wird weiter suggeriert, die in der Produktion eingesetzten Hilfsstoffe müssten verpflichtend gekennzeichnet werden – auch diese Angabe ist falsch, es besteht hier keine Kennzeichnungspflicht.

Irreführende Schlussfolgerungen: Die Frage „Wie gut fühlen Sie sich alles in allem über die Lebensmittel, die Sie einkaufen und essen, informiert“ haben 13 Prozent der Befragten mit „sehr gut“, weitere 64 Prozent mit „gut“ beantwortet (Frage 12/Folie 101). Daraus leitet das Bundesernährungsministerium ab, dass Lebensmittelkennzeichnung aus Sicht der Verbraucher weitgehend funktioniert – wörtlich heißt es auf der Internetseite des Ministeriums: „Grundsätzlich sind sie mit den zur Verfügung stehenden Informationen beim Einkauf zufrieden“. Diese Folgerung ist jedoch irreführend. Denn gefragt wurde nicht nach einer Zufriedenheit mit den zur Verfügung stehenden Informationen. Hier kommen eine ganze Reihe von Umfragen – selbst die von der Ernährungswirtschaft beauftragten – zu ganz anderen Ergebnissen:

– 92,4 Prozent stimmen der Aussage „Es sollten mehr

Informationen über Lebensmittel zur Verfügung stehen“ voll und ganz, eher oder teils/teils zu, ergab eine Studie der Universität Göttingen für den Lobbyverein „Die Lebensmittelwirtschaft“ (bit.ly/1vHKllH, 2014).

– Eine Umfrage von TNS Emnid für foodwatch kam zu folgenden Resultaten: 74 Prozent stimmen der Aussage (voll und ganz bzw. eher) zu: „Es ist schwierig, die Qualität von Lebensmitteln anhand der Verpackung richtig zu beurteilen.“ 68 Prozent machen sich häufig oder manchmal Sorgen darüber, dass wichtige Angaben zu den Inhaltsstoffen nicht oder nur versteckt auf der Verpackung stehen. Und 69 Prozent wünschen sich mehr Informationen über Lebensmittel direkt auf der Verpackung (tinyurl.com/foodwatch-verbraucherreport, 2014).

– Gerade einmal 18,1 Prozent vertrauen den Angaben der Hersteller über die Qualität von Lebensmitteln, ermittelte 2011 die GfK im Auftrag der Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie BVE (www.tinyurl.com/bve-gfk).

Ganz offensichtlich antworten die Menschen also wohlwollender, wenn nach dem Maß ihrer Informiertheit gefragt wird und nicht nach dem Bedürfnis an Informationen – irreführend ist es aber, daraus absolut abzuleiten, dass die Menschen mit den zur Verfügung stehenden Angaben zufrieden seien.

Quellen:

– Ernährungsreport 2016 des Bundesernährungsministeriums (BMEL): www.tinyurl.com/bmel-ernaehrungsreport

– Forsa-Tabellenband zum Ernährungsreport: www.tinyurl.com/tabellen-ernaehrungsreport

– BMEL zu den Ergebnissen des Ernährungsreports: www.tinyurl.com/bmel-text

Pressekontakt:

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Staatlich legitimierte Verbrauchertäuschung geht weiter: foodwatch kritisiert Koalitionspläne für Deutsche Lebensmittelbuchkommission als unzureichend – Mehr als 50.000 Verbraucher fordern Abschaffung des Gremiums

geschrieben von Andreas | 27. Januar 2016

Pressemitteilung

Berlin, 14. Januar 2016. foodwatch hat die am Donnerstag im Deutschen Bundestag debattierten Koalitionspläne für eine Reform der Lebensmittelbuchkommission als unzureichend kritisiert. Nach Einschätzung der Verbraucherorganisation sind die Pläne von Union und SPD (Drucksache 18/7238) nicht dazu geeignet, Irreführung bei Produktbezeichnungen zu beenden. Das beim Bundesernährungsministerium angesiedelte Gremium hat mit seinen Beschlüssen beispielsweise dafür gesorgt, dass „Kirschtee“ keine Kirschen und „Alaska-Seelachs“ keinen Lachs enthalten muss.

„Zu Recht sehen Union und SPD ‚deutlichen Handlungsbedarf‘ bei

der Kommission – aber ihre Handlungsvorschläge sind nicht deutlich, sondern bestenfalls ein bisschen Kosmetik: Die Lebensmittelwirtschaft wird ihr Veto-Recht behalten und auch weiterhin wird es keine Transparenz über das Abstimmungsverhalten in der Kommission geben. Die staatlich legitimierte Verbrauchertäuschung kann weitergehen“, sagte Lena Blanken, Expertin für Lebensmittelkennzeichnung bei foodwatch. Es passe nicht zusammen, dass sich die Große Koalition das Ziel setze, Produktbezeichnungen künftig stärker an den Verbrauchererwartungen zu orientieren – es gleichzeitig aber dabei belasse, dass in der Kommission Beschlüsse nur mit Zustimmung der Lebensmittelwirtschaft möglich sind.

„Die Diagnose stimmt, aber die Therapie schlägt fehl“, so Lena Blanken. „Es ist, als ob die Große Koalition sich am Bette eines Schwerstkranken darauf beschränken will, ein bisschen ‚Heile, heile Gäschen‘ zu singen.“

foodwatch forderte erneut die Abschaffung der Lebensmittelbuchkommission. Stattdessen solle eine kompetente Behörde für die Erstellung verbindlicher Leitsätze für die Produktbezeichnung zuständig sein. Diese Position unterstützen bereits mehr als 50.000 Verbraucherinnen und Verbraucher in einer E-Mail-Aktion an Ernährungsminister Christian Schmidt unter www.foodwatch.de/aktion-lebensmittelbuch.

In der Deutschen Lebensmittelbuchkommission sitzen neben Vertreterinnen und Vertretern aus Wissenschaft, Verbraucherorganisationen und Lebensmittelüberwachung auch Lobbyistinnen und Lobbyisten der Lebensmittelbranche. Das Gremium legt in sogenannten Leitsätzen Produktbezeichnungen für Lebensmittel fest – definiert also, was beispielsweise unter einem „aromatisierten Früchtetee“ oder einer „Kalbfleisch-Leberwurst“ zu verstehen ist. Die Beschlüsse der Kommission müssen grundsätzlich einstimmig fallen. Gegen die Stimmen der Lebensmittelwirtschaft können also keine Produktbezeichnungen festgelegt werden. Die Leitsätze haben nicht selten zu einer Legitimation irreführender Etiketten

geführt. Kritik gibt es zudem an der fehlenden Transparenz: Die Kommission tagt hinter verschlossenen Türen, die vom Ministerium berufenen Mitglieder des Gremiums müssen eine Verschwiegenheitserklärung unterzeichnen, das Abstimmungsverhalten wird nicht öffentlich gemacht.

In ihrem Koalitionsvertrag hatten Union und SPD die Beschlüsse der Kommission ebenfalls kritisiert und eine stärkere Orientierung an den Ansprüchen der Verbraucherinnen und Verbraucher angemahnt. Das Bundesernährungsministerium ließ die Kommission zudem ausführlich evaluieren. Der Evaluierungsbericht von Dezember 2014 zeigt deutlich, dass das Gremium gescheitert ist. Neben mangelnder Transparenz thematisiert der Bericht einen „Zielkonflikt“, der „aus der Diskrepanz zwischen Hersteller- und Verbrauchervorstellung“ entstehe, sowie die extrem lange Bearbeitungsdauer von Anträgen auf Leitsatzänderungen. Im Durchschnitt vergingen zwischen Antragstellung und Bearbeitungsbeginn ganze neun Monate, bis zur Beschlussfindung weitere zweieinhalb Jahre.

Der heute im Bundestag behandelte Antrag der Koalitionsfraktionen CDU/CSU und SPD greift diese Kritik mit klaren Worten auf. Darin heißt es, „manche Leitsätze“ der Kommission seien „für Verbraucherinnen und Verbraucher nicht verständlich und nicht nachvollziehbar“, „Verfahren und Meinungsbildung in der DLMBK sind intransparent“ – insgesamt bestehe daher „deutlicher Handlungsbedarf“. Jedoch gehen die von der Koalition vorgeschlagenen Reformen an den bekannten Kritikpunkten vorbei:

- Auch nach der Reform soll die Lebensmittelindustrie mitentscheiden dürfen, wie Lebensmittel zu kennzeichnen sind, da die derzeitige Besetzung (zu einem Viertel Industrievertreterinnen und -vertreter) beibehalten werden. Der Zielkonflikt zwischen Verbrauchererwartung und Herstellerinteressen wird also nicht aufgelöst.

- An dem Veto-Recht wird sich nichts ändern: Die

Lebensmittelindustrie kann auch weiterhin jeden verbraucherfreundlichen Leitsatz blockieren.

– Es wird zwar angekündigt, dass die Arbeit der Kommission transparenter werden soll. Das Abstimmungsverhalten soll aber nach wie vor nicht öffentlich gemacht werden. Das wäre aber zwingend notwendig, um zu entlarven, an welcher Stelle die Industrie verbraucherfreundliche Leitsätze verhindert.

Link:

– E-Mail-Aktion für die Abschaffung der Lebensmittelbuchkommission
www.foodwatch.de/aktion-lebensmittelbuch

Quellen und weiterführende Links:

– foodwatch über die Lebensmittelbuchkommission mit Produktbeispielen: www.tinyurl.com/fw-lmbk

– Evaluationsbericht im Auftrag des Bundesernährungsministeriums: www.tinyurl.com/j83emob

– Koalitionsantrag für eine Reform der Kommission: www.tinyurl.com/antrag-lmbk

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Fax: +49 (0)30 / 24 04 76 – 26

Verunreinigung mit Mineralölen doch nicht „unbedenklich“: Dr. Oetker korrigiert verharmlosende Stellungnahme zu Öko-Test-Untersuchung

geschrieben von Andreas | 27. Januar 2016

Pressemitteilung – Thema: Mineralölrückstände in Lebensmitteln

Berlin, 11. Januar 2016. Zahlreiche Dr.-Oetker-Produkte mit Mineralölen verunreinigt: Auf diesen Befund von Öko-Test hatte der Lebensmittelkonzern zunächst mit einer beschwichtigenden Stellungnahme reagiert. Die gefundenen Substanzen seien „toxikologisch unbedenklich“, schrieb Dr. Oetker in einer Presseerklärung. Was beruhigend klang, war jedoch faktisch falsch. Jetzt reagierte Dr. Oetker auf eine entsprechende Aufforderung der Verbraucherorganisation foodwatch und korrigierte seine Stellungnahme. Von „unbedenklich“ ist darin jetzt in Bezug auf die nachgewiesenen Mineralöle keine Rede mehr.

„Die Lebensmittelwirtschaft nimmt die seit Jahren bekannte Problematik Mineralöl nicht ernst genug – das zeigen die zuhauf nachgewiesenen Verunreinigungen, aber auch die verharmlosenden Reaktionen von Oetker und anderen“, kritisierte Luise Molling von foodwatch. „Es wird höchste Zeit, dass die Bundesregierung strikte Grenzwerte und Vorgaben für die Produktverpackungen erlässt. Der Gesundheitsschutz darf nicht von Unternehmensbilanzen abhängen.“

Öko-Test hatte nach eigenen Angaben in 14 von 26 Dr.-Oetker-Produkten „erhöhte Mengen“ an gesättigten Mineralölen (MOSH)

gefunden, in vier dieser Fälle „stark oder sehr stark erhöhte Werte“. In Reaktion auf diesen in der Januar-Ausgabe des Magazins veröffentlichten Test schrieb Dr. Oetker zunächst: „Diese gesättigten Mineralölkohlenwasserstoffe (MOSH) gelten bislang als toxikologisch unbedenklich.“ Eine Quelle nannte der Hersteller in seiner Stellungnahme nicht. Auf Nachfrage von foodwatch berief sich Dr. Oetker auf die Europäische Lebensmittelbehörde EFSA und das deutsche Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR). Tatsächlich stuft jedoch keine dieser Behörden MOSH als unbedenklich ein. Auf die Frage „Welche Gesundheitsrisiken durch Mineralöl sind bekannt?“ schreibt etwa das BfR: „Kürzerkettige gesättigte Kohlenwasserstoffe (MOSH) werden vom Körper aufgenommen und können in einigen Organen gespeichert werden. Aus tierexperimentellen Studien ist bekannt, dass derartige Mineralölgemische zu Ablagerungen und Schäden in der Leber und den Lymphknoten führen können.“ Ähnliche Einschätzungen formuliert auch die EFSA. Selbst wenn eine abschließende toxikologische Bewertung noch fehlt, kann also keinesfalls Entwarnung gegeben werden.

In der korrigierten Stellungnahme schreibt Dr. Oetker nun: „Nach bestehender Auffassung des Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR) unter Bezugnahme auf Gutachten der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) sind Mineralöl-Gehalte in Lebensmitteln unerwünscht und soweit technisch machbar zu minimieren. Sie stellen jedoch unter Zugrundelegung üblicher Verzehrsgewohnheiten kein akutes Lebensmittelsicherheitsproblem dar.“ Von einer „akuten“ Gesundheitsgefahr wird üblicherweise nur dann gesprochen, wenn auf den Verzehr eines Produktes höchstwahrscheinlich unmittelbare gesundheitliche Beschwerden eintreten. Fakt bleibt: Höhere Mengen der von Öko-Test in den Dr.-Oetker-Produkten nachgewiesenen Mineralöle sind gesundheitlich bedenklich und in Lebensmitteln unerwünscht.

Zum Thema Mineralölverunreinigungen hatte Ende Oktober 2015 bereits foodwatch die Ergebnisse eines umfangreichen

Labortests mit 120 Produkten aus Deutschland, Frankreich und den Niederlanden veröffentlicht. In Deutschland waren demnach 31 von 42 Produkten (74 Prozent) mit gesättigten Mineralölen (MOSH) verunreinigt. Jedes fünfte getestete Lebensmittel (9 von 42) war zudem mit den besonders kritischen aromatischen Mineralölen (MOAH) belastet. MOAH – die Öko-Test in den Oetker-Produkten nicht nachgewiesen hatte – gelten als potenziell krebserregend und erbgutverändernd. In Reaktion auf den foodwatch-Test wurden bei zwei Reisprodukten Verkaufsstops veranlasst, weitere Hersteller kündigten an, ihre Verpackungen zu verändern, um Mineralöleinträge zu verhindern. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass Hersteller wie Händler häufig erst auf öffentlichen Druck hin reagieren, aber von sich aus zu wenige Maßnahmen ergreifen, um riskante Mineralöleinträge zu verhindern.

Links:

– E-Mail-Aktion: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

– Geänderte Stellungnahme von Dr. Oetker zur Öko-Test-Kritik: www.tinyurl.com/oetker-reaktion

– Ursprüngliche Dr.-Oetker-Stellungnahme (Screenshot vom 7.1.2016): www.tinyurl.com/oetker-unbedenklich

– Öko-Test-Veröffentlichung: www.tinyurl.com/oekotest-oetker

– Testergebnisse foodwatch: www.mineraloel-test.foodwatch.de

– BfR über die Gesundheitsgefahren von MOSH: www.tinyurl.com/bfr-mosh

– EFSA über MOSH: www.tinyurl.com/efsa-mosh

Pressekontakt:

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.d,
Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Umfrage: Nur zwei von 14 Handelsunternehmen setzen auf Jugendschutz bei Energy Drinks – Kinderkardiologen und foodwatch fordern gesetzliche Altersgrenze

geschrieben von Andreas | 27. Januar 2016
Pressemitteilung – Thema: Energy Drinks

Berlin, 18. Dezember 2015. Nur zwei von 14 Handelsunternehmen haben konkrete Maßnahmen zum Jugendschutz bei den umstrittenen Energy Drinks ergriffen. Das ergab eine Umfrage der Verbraucherorganisation foodwatch unter Supermarktketten, Discounter und Drogeriemärkten.

Demnach hat die Geschäftsführung der Drogeriekette Rossmann im Herbst 2015 angewiesen, Energy Drinks nicht länger an Unter-16-Jährige zu verkaufen. Mit Testkäufen in drei Filialen konnte foodwatch bestätigen, dass diese freiwillige Altersgrenze angewandt wird. dm verzichtet sogar vollständig auf den Verkauf von Energy Drinks. Bei Lebensmitteleinzelhändlern gibt es dagegen bislang keine Verkaufsbeschränkung für die Getränke, wie die Unternehmen Aldi Nord und Süd, Globus, Kaisers Tengelmann, Kaufland, Lidl, Norma, Penny, Real und Rewe auf Anfrage von foodwatch

bestätigten. Edeka gab lediglich an, dass es in einzelnen Regionen unverbindliche „Empfehlungen“ gebe, Energy Drinks nur an mindestens 16-Jährige abzugeben. Globus erklärte zudem gegenüber foodwatch, die Abgabe an Kinder und Jugendliche zu „prüfen“. Andere Handelsunternehmen verwiesen auf fehlende gesetzliche Vorgaben. „Für diese Getränkesorte gibt es kein gesetzlich festgelegtes Alter für den Verkauf“, begründete exemplarisch Real den Verzicht auf Jugendschutzmaßnahmen. Drogerist Müller verweigerte eine Auskunft.

„Die Umfrage zeigt: Ohne eine verbindliche Altersgrenze wird der Jugendschutz nicht durchzusetzen sein“, erklärte Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelmarketing bei foodwatch. „Bundesernährungsminister Christian Schmidt ist auf dem Holzweg, wenn er hier allein auf Aufklärung und die freiwillige Mithilfe des Handels setzt. Wenn er Kinder besser vor den Risiken von Energy Drinks schützen will, kommt er an verbindlichen Regelungen nicht vorbei.“

Dr. Martin Hulpke-Wette, niedergelassener Kinderkardiologe aus Göttingen und Sprecher der Arbeitsgruppe Prävention der Deutschen Gesellschaft für Pädiatrische Kardiologie erklärte: „Kinder gehen mit dem Konsum von Energy Drinks erhebliche gesundheitliche Risiken ein. Vor allem ein Dauerkonsum kann die Herzfunktion schädigen. Es ist inakzeptabel, dass die Politik dies auch noch unterstützt, indem sie die Produkte ohne Altersgrenze für den Verkauf zulässt!“

Energy Drinks können Herzrhythmusstörungen, Krampfanfälle und Nierenversagen verursachen. Sogar Todesfälle werden mit den Getränken in Verbindung gebracht. Insbesondere Jugendliche sind gefährdet: Sie verzehren nachweislich gefährlich große Mengen. Jeder vierte jugendliche Konsument in der EU trinkt drei oder mehr Dosen auf einmal und überschreitet damit selbst die für Erwachsene maximal empfohlene Koffein-Menge von 200 Milligramm.

Als erstes europäisches Land hatte Litauen den Verkauf von

Energy Drinks an Unter-18-Jährige verboten. Diese Regelung – damals initiiert vom heutigen EU-Gesundheitskommissar Vytenis Andriukaitis – gilt seit November 2014.

Die Forderung nach einer Altersgrenze haben neben foodwatch und der Gesellschaft der Europäischen Kinderkardiologen bereits Experten der Weltgesundheitsorganisation, der Verbraucherzentrale Bundesverband sowie Verbraucherschutzpolitiker von SPD und Grünen vertreten. Das Bundesernährungsministerium lehnt dies jedoch bislang ab – stattdessen kündigte Minister Christian Schmidt im Herbst dieses Jahres eine steuerfinanzierte, rund 100.000 Euro teure Aufklärungskampagne an, durch die der Konsum von Energy-Drinks bei Jugendlichen reduziert werden soll.

Links:

– E-Mail-Aktion für eine Altersgrenze bei Energy Drinks:
www.foodwatch.de/aktion-energydrinks

Redaktioneller Hinweis:

– Bildmaterial, Schaubilder zur Umfrage und weitere Downloads:
www.tinyurl.com/q5ba8a3

Quellen und weiterführende Links:

– Vollständige Fragen und Antworten der foodwatch-Umfrage:
www.umfrage-energy.foodwatch.de

– Aktuelle Koffein-Risikobewertung der europäischen Lebensmittelbehörde EFSA (2015):
www.efsa.europa.eu/en/efsajournal/pub/4102.htm

– Konsumstatistiken der EFSA zu Energy Drinks (2013):
www.efsa.europa.eu/de/supporting/doc/394e.pdf

– Studie von WHO-Experten zu Gesundheitsrisiken durch Energy Drinks (2014):
journal.frontiersin.org/article/10.3389/fpubh.2014.00134/full

Pressekontakt:

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Bayerischer Verwaltungsgerichtshof lässt Netto Marken-Discount abblitzen: Behörde darf Testergebnisse für Mineralöl in Adventskalender herausgeben

geschrieben von Andreas | 27. Januar 2016

Pressemitteilung

Berlin, 17. Dezember 2015. Der Netto Marken-Discount ist mit dem Versuch gescheitert, die Veröffentlichung unliebsamer Testergebnisse per Gerichtsbeschluss zu stoppen. Wie von der Verbraucherorganisation foodwatch beantragt, darf das Bayerische Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL) seine Messdaten für einen für das Handelsunternehmen hergestellten Adventskalender unter Nennung des Produktnamens herausgeben. Das entschied heute abschließend der Bayerische Verwaltungsgerichtshof (Az.: 20 CS 15.2677).

Nach Angaben des LGL wurden in der Schokolade des

Adventskalenders „Santa Claus in Town“, hergestellt für Netto Marken-Discount, bereits im November 2015 Verunreinigungen mit aromatischen Mineralölen (MOAH) festgestellt. MOAH gelten als potenziell krebserregend und erbgutverändernd. Bei solchen Substanzen gibt es keine unbedenklichen Schwellenwerte – ein Risiko besteht, sobald MOAH in Lebensmitteln vorhanden sind. Nach übereinstimmender Einschätzung der europäischen Lebensmittelbehörde EFSA, des Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR), des LGL und auch des Spitzenverbandes der deutschen Lebensmittelwirtschaft BLL sind MOAH in Lebensmitteln daher unerwünscht.

Dem LGL und dem bayerischen Verbraucherschutzministerium warf foodwatch schwere Versäumnisse vor. „Bereits Ende November hätten die Behörden in Bayern den Verkauf der Kalender stoppen und die Öffentlichkeit informieren können“, kritisierte foodwatch-Sprecher Martin Rücker. „Das Lebensmittelrecht gibt den Behörden die Möglichkeit, bei Gesundheitsrisiken sofort zu handeln und sofort zu informieren – es verpflichtet sie aber nicht dazu. Diese Ermessensspielräume müssen im Sinne des Gesundheitsschutzes endlich abgeschafft werden – hier ist Bundesernährungsminister Christian Schmidt am Zug.“

Das LGL hatte eigenen Angaben zufolge im November elf Adventskalender analysiert. Über die Untersuchung hatte die Behörde am 1. Dezember auf ihrer Internetseite berichtet, ohne dabei Messdaten und ohne die Namen der getesteten bzw. belasteten Produkte zu nennen. Weder stoppte das LGL den Verkauf der Produkte noch informierte sie die Verbraucherinnen und Verbraucher. Eine Anfrage von foodwatch auf Nennung der Namen ließen sowohl die Pressestelle des LGL als auch die des bayerischen Verbraucherschutzministeriums zunächst unbeantwortet. Am Donnerstag der vergangenen Woche startete foodwatch daraufhin eine E-Mail-Aktion unter www.adventskalender.foodwatch.de, über die in kurzer Zeit mehr als 17.000 Menschen Ministerin Ulrike Scharf aufforderten, die Namen öffentlich zu machen. Schließlich stellte foodwatch

zudem einen förmlichen Antrag unter Berufung auf das Verbraucherinformationsgesetz (VIG). Das LGL gab dem Antrag statt und setzte in einem „Eilverfahren“ immerhin auch die für solche Fälle geltenden Auskunftsfristen von zwei Monaten außer Kraft, die zu einer Veröffentlichung der Angaben frühestens im Februar 2016 geführt hätten. Zunächst jedoch bat die Behörde, wie beim VIG üblich, die betroffenen Unternehmen um Stellungnahme, wodurch eine Information der Öffentlichkeit weitere Tage nach hinten geschoben wurde. Als einziges Unternehmen ging Netto Marken-Discount gerichtlich gegen die Namensnennung vor – scheiterte jedoch zunächst vor dem Bayerischen Verwaltungsgericht Regensburg (Az.: R0 5 S 15.2163), am Donnerstag nun auch abschließend vor dem Bayerischen Verwaltungsgerichtshof.

In einem Bericht der Online-Ausgabe der Mittelbayerischen Zeitung wird Netto Marken-Discount mit der Aussage zitiert: „Von dem genannten Produkt ging und geht zu keinem Zeitpunkt ein Risiko aus.“ foodwatch kritisierte diese Aussage als sachlich falsch und grob verharmlosend, wie beispielhaft die folgenden Einschätzungen (Quellen siehe unten) zeigen:

– LGL über den MOAH-Nachweis: „...das Vorhandensein auch nur von geringen Bestandteilen einer potentiell krebserregenden Substanz [...] unterliegt einem besonderen Informationsinteresse“.

– Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR): „Die Auffassung des BfR, dass ein mögliches krebserzeugendes Potenzial der aromatischen Kohlenwasserstofffraktion nicht ausgeschlossen werden kann, wurde durch ein Gutachten der Europäischen Behörden für Lebensmittelsicherheit (EFSA) aus diesem Jahr bestätigt. Deshalb sollte kein nachweisbarer Übergang von MOAH auf Lebensmittel stattfinden.“ Und: „Zu der die MOAH-Fraktion ausmachenden komplexen Mischung aus überwiegend alkylierten aromatischen Kohlenwasserstoffen können auch krebserzeugende Substanzen gehören. Grundsätzlich sind solche Kontaminationen von Lebensmitteln unerwünscht.“

– Europäische Lebensmittelbehörde EFSA: „Because of its potential carcinogenic risk, the CONTAM Panel considers the exposure to MOAH through food to be of potential concern.“ – „The MOAH fraction may be both mutagenic and carcinogenic“ – „All MOH [mineral oil hydrocarbonates, Anmerkung foodwatch] mixtures are mutagenic unless they are treated specifically to remove MOAH. The mutagenicity of MOH is caused mainly by 3-7 ring MOAH, including alkylated polycyclic aromatic hydrocarbons (PAHs) and non-alkylated PAHs.“

– Spitzenverband der deutschen Lebensmittelwirtschaft (BLL): „MOAHs sind „Stoffgemische, bei denen nicht auszuschließen ist, dass sich darunter Substanzen befinden, die kanzerogen wirken können“ (EFSA-Stellungnahme vom 3. Mai 2012), weshalb sie als unerwünschte Einträge gelten.“

Link:

E-Mail-Aktion für einen besseren Schutz vor Mineralöl in Lebensmitteln: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

– Artikel auf mittelbayerische.de mit dem Zitat von Netto Marken-Discount:

www.mittelbayerische.de/wirtschaft-nachrichten/streit-um-belastete-adventskalender-21840-art1320426.html

– Auskunft zu den laut LGL belasteten Kalendern einschließlich der Messwerte: www.tinyurl.com/auskunft-lgl

– Information zum Adventskalender von Netto Marken-Discount aus den Schriftsätzen zum Gerichtsverfahren: www.tinyurl.com/gericht-netto

– LGL Bayern zur Adventskalender-Untersuchung: www.tinyurl.com/advent-bayern

– LGL-Bescheid vom 14.12.: www.tinyurl.com/bescheid-lgl

- Erste foodwatch-Anfrage an das LGL und das bayerische Staatsministerium (9.12.): www.tinyurl.com/anfrage-bayern
- Förmlicher VIG-Antrag von foodwatch an das LGL (11.12.): www.tinyurl.com/vig-antrag-lgl
- LGL-Antwort auf den foodwatch-Antrag nach VIG (11.12.): www.tinyurl.com/antwort1-lgl
- foodwatch-Hintergrundpapier Mineral-Öl: www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de
- Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl: www.tinyurl.com/ovgvtkz
- EFSA Scientific Opinion: www.tinyurl.com/p9kausf
- BLL-Stellungnahme: www.bll.de/de/der-bll/positionen/bll-stellungnahme-foodwatch-studie-mineraloel
- Forschungsprojekt des BMELV 2012: download.ble.de/09HS012.pdf

Pressekontakt:

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)1 74 / 3 75 16 89

**Laut Behörde: Diese
Adventskalender sind mit**

gefährlichen Mineralölen belastet – Netto Marken-Discount zieht gegen bayerisches Landesamt vor Gericht

geschrieben von Andreas | 27. Januar 2016

Pressemitteilung

- Nach foodwatch-Antrag: Bayerisches Gesundheitsamt nennt Namen der Produkte**
- Kritik an Versäumnissen von Verbraucherministerin Ulrike Scharf
- foodwatch fordert Informationspflicht für Behörden bei Gesundheitsrisiken

Berlin, 17. Dezember 2015. Nur acht Tage vor Weihnachten hat die bayerische Lebensmittelbehörde am späten Mittwoch Nachmittag die Namen der nach eigenen Angaben mit gefährlichen Mineralölen verunreinigten Schokoladen-Adventskalender herausgegeben und damit einem Antrag der Verbraucherorganisation foodwatch stattgegeben. Das Bayerische Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL) hatte die Produkte bereits im November untersucht, die Namen jedoch unter Verschluss gehalten und auch den Verkauf der laut LGL belasteten Kalender nicht gestoppt. foodwatch warf dem Landesamt und der bayerischen Verbraucherministerin Ulrike Scharf eine verfehlte Gesundheits- und Informationspolitik vor.

Aromatische Mineralöle, die als potenziell krebserregend und erbgutverändernd gelten, wurden nach Angaben des LGL in der

Schokolade der folgenden Adventskalender nachgewiesen (Angabe in Klammern: Hersteller bzw. hergestellt für):

- Adventskalender „Tischkalender zum Aufstellen“ (Feodora, Bremen)
- Adventskalender „Santa“s Schlitten“ (Frankenwald Confiserie Bauer, Ludwigsstadt)
- Adventskalender „Für große Kinder“ (Frankenwald Confiserie Bauer, Ludwigsstadt)
- Adventskalender „Goldora“ (Windel GmbH & Co. KG, Osnabrück)

foodwatch vorliegenden Unterlagen des LGL zufolge hat die Behörde auch in diesem Kalender aromatische Mineralöle gefunden:

- Adventskalender „Santa Claus In Town“ (Netto Marken-Discount)

Weil Netto Marken-Discount auf dem Gerichtsweg versucht hat, eine Herausgabe dieser Information durch das LGL zu verhindern, konnte die Behörde selbst diese Angabe bislang nicht herausgeben. Da foodwatch dem Gerichtsverfahren jedoch beigeladen ist, erhielt die Verbraucherorganisation Kopien der Schriftsätze, aus denen das betroffene Produkt hervorgeht, und machte diese gesundheitsrelevante Information ebenfalls öffentlich.

Die Adventskalender wurden teilweise offenbar auch über Bayern hinaus verkauft. Nähere Angaben dazu liegen foodwatch jedoch nicht vor.

„Bereits Ende November hätten die Behörden in Bayern den Verkauf der Kalender stoppen und die Öffentlichkeit informieren können“, kritisierte foodwatch-Sprecher Martin Rücker. „Stattdessen lehnten sie die Nennung der Produktnamen zunächst ab, um sie später nach förmlichem Antrag und nach einer Anhörung der Unternehmen dann doch herauszugeben –

wenige Tage vor Weihnachten, wenn ein Großteil der Schokolade bereits verzehrt ist. Ministerin Scharf hat zu verantworten, dass zahlreichen Kindern völlig unnötige und vermeidbare Gesundheitsrisiken zugemutet wurden.“

Im Bescheid des LGL heißt es: „...das Vorhandensein auch nur von geringen Bestandteilen einer potentiell krebserregenden Substanz [...] unterliegt einem besonderen Informationsinteresse“. Umso mehr steht die Frage im Raum, weshalb Behörde und bayerisches Ministerium nicht sofort nach Vorlage der Messwerte aktiv über die Testergebnisse informiert haben. Der Fall zeigt aus Sicht von foodwatch, dass selbst bei Gesundheitsrisiken eine ausreichende Informationspolitik der Behörden nicht sichergestellt ist. Die Verbraucherorganisation kritisierte, dass eine Informationspflicht für die Lebensmittelbehörden fehle, und forderte Bundesernährungsminister Christian Schmidt zu einer gesetzlichen Klarstellung auf. „Bei Gesundheitsrisiken darf es keine Ermessensspielräume mehr geben: Wenn eine Behörde etwas weiß, dann muss sie auch informieren“, so foodwatch-Sprecher Martin Rücker.

Das LGL hatte eigenen Angaben zufolge im November elf Adventskalender analysiert. Über die Untersuchung hatte die Behörde am 1. Dezember auf ihrer Internetseite berichtet, ohne dabei Messdaten und ohne die Namen der getesteten Produkte zu nennen. Die laut LGL belasteten Kalender blieben also nicht nur im Verkauf, den Verbraucherinnen und Verbrauchern wurde zudem vorenthalten, um welche Kalender es sich handelt. Eine Anfrage von foodwatch nach Nennung der Namen ließen sowohl die Pressestelle des LGL als auch die des Verbraucherschutzministeriums zunächst unbeantwortet. Am Donnerstag der vergangenen Woche startete foodwatch daraufhin eine E-Mail-Aktion, über die in kurzer Zeit mehr als 17.000 Menschen Ministerin Ulrike Scharf aufforderten, die Namen öffentlich zu machen. Schließlich stellte foodwatch zusätzlich einen förmlichen Eil-Antrag unter Berufung auf das

Verbraucherinformationsgesetz (VIG). Das LGL gab dem Antrag statt und setzte in einem „Eilverfahren“ immerhin auch die für solche Fälle üblicherweise geltenden Auskunftsfristen von zwei Monaten außer Kraft, die zu einer Veröffentlichung der Angaben frühestens im Februar 2016 geführt hätten. Zunächst jedoch bat die Behörde, wie beim VIG üblich, die betroffenen Unternehmen um Stellungnahme, wodurch eine Information der Öffentlichkeit weitere Tage nach hinten geschoben wurde. Am gestrigen Mittwoch schließlich übersandte das LGL die Namen der Produkte an foodwatch und folgte auch der Bitte der Verbraucherorganisation, die Angaben auf der eigenen Internetseite öffentlich zu machen.

„Dieses Hin und Her und all die formalen Verzögerungen waren komplett unnötig. Das Lebensmittelrecht gibt den Behörden die Möglichkeit, bei Gesundheitsrisiken sofort zu handeln und sofort zu informieren – es verpflichtet sie aber nicht dazu. Der Schildbürgerstreich rund um die Adventskalender zeigt, dass sich dies dringend ändern muss“, so foodwatch-Sprecher Martin Rücker.

Link:

E-Mail-Aktion für einen besseren Schutz vor Mineralöl in Lebensmitteln www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

- Auskunft zu den laut LGL belasteten Kalendern einschließlich der Messwerte: www.tinyurl.com/auskunft-lgl
- Information zum Adventskalender von Netto Marken-Discount aus den Schriftsätzen zum Gerichtsverfahren: www.tinyurl.com/gericht-netto
- LGL Bayern zur Adventskalender-Untersuchung: www.tinyurl.com/advent-bayern
- LGL-Bescheid vom 14.12.: www.tinyurl.com/bescheid-lgl

- Erste foodwatch-Anfrage an das LGL und das bayerische Staatsministerium (9.12.): www.tinyurl.com/anfrage-bayern
- Förmlicher VIG-Antrag von foodwatch an das LGL (11.12.): www.tinyurl.com/vig-antrag-lgl
- LGL-Antwort auf den foodwatch-Antrag nach VIG (11.12.): www.tinyurl.com/antwort1-lgl
- foodwatch-Hintergrundpapier Mineral-Öl: www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de
- Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl: tinyurl.com/ovgvtkz
- EFSA Scientific Opinion: tinyurl.com/p9kauf
- Forschungsprojekt des BMELV 2012: download.ble.de/09HS012.pdf

Pressekontakt:

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

**Behörde prüft „im
Eilverfahren“ Nennung
mineralölbelasteter
Adventskalender – foodwatch**

wirft Bayerischer Verbraucherschutzministerin verfehlte Informationspolitik vor

geschrieben von Andreas | 27. Januar 2016

Pressemitteilung

Berlin, 14. Dezember 2015. Das Bayerische Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL) prüft nun doch eine kurzfristige Nennung der mit gefährlichen Mineralölen belasteten Schokoladen-Adventskalender. Zuvor hatte foodwatch die Veröffentlichung der bislang zurückgehaltenen Informationen beantragt. „Wir werden das Verfahren als Eilverfahren führen“, teilte das LGL mit. Allerdings sei es „frühestens am Mittwoch, den 16.12.2015, möglich“, die Informationen herauszugeben. Zunächst seien die betroffenen Unternehmen zur Anhörung angefragt worden. Dieser formale Schritt ist nach dem Verbraucherinformationsgesetz (VIG) erforderlich, auf das sich die Verbraucherorganisation behelfsweise bei ihrem Auskunftsantrag berufen hatte. foodwatch kritisierte jedoch, dass Bayern die gesundheitsrelevanten Informationen ohne Antrag längst von sich aus hätte publik machen können – ohne Anhörung der Unternehmen und damit sehr viel schneller.

„Es ist ein Schildbürgerstreich, bei dem einem das Lachen im Halse stecken bleibt. Die Verantwortung für diese verfehlte Politik trägt die bayerische Verbraucherschutzministerin Ulrike Scharf“, kritisierte foodwatch-Sprecher Martin Rücker. „Erst weisen die Behörden Mineralölbelastungen in Adventskalendern nach, lassen die Produkte aber einfach im Handel und muten zahlreichen Kindern vermeidbare gesundheitliche Risiken zu. Dann hält Bayern die Namen der

betroffenen Produkte geheim, obwohl das Lebensmittelrecht den Behörden die Möglichkeit einräumt, diese sofort und ohne Antrag publik zu machen. Jetzt wird die Veröffentlichung der Namen zwar geprüft, aber nur nach einem förmlichen Antragsverfahren, so dass noch mehr Zeit verloren geht. Am Ende wird, vielleicht, wenn die betroffenen Unternehmen nichts dagegen haben, doch noch eine Information erfolgen – dann, wenn die belastete Schokolade fast vollständig verzehrt ist.“

Das LGL hatte eigenen Angaben zufolge im November elf Adventskalender analysiert und in fünf Schokoladen so genannte aromatische Mineralöle (MOAH) gefunden. Über die Untersuchung hatte das LGL am 1. Dezember auf seiner Internetseite berichtet, ohne dabei Messdaten und ohne die Namen der getesteten bzw. belasteten Produkte zu nennen. Die Kalender blieben also nicht nur im Verkauf – in Bayern, aber offenbar auch darüber hinaus -, den Verbraucherinnen und Verbrauchern wurde zudem jede konkrete Information vorenthalten.

Auch wenn es für aromatische Mineralöle bislang keine gesetzlichen Grenzwerte gibt, haben die Behörden im eigenen Ermessen die Möglichkeit, belastete Produkte aus dem Handel zu nehmen und öffentlich über die Belastung zu informieren. Im aktuellen Falle wäre dies nach Auffassung von foodwatch dringend geboten gewesen. Das LGL selbst bewertet aromatische Mineralöle als „besonders bedenklich, da hier potentiell krebserregende Substanzen enthalten sein können“, und betont: „Der Übergang auf Lebensmittel ist daher vor allem bei dieser Fraktion unerwünscht.“ Die europäische Lebensmittelbehörde EFSA bezeichnet MOAH zudem als potenziell erbgutverändernd. Wegen dieser Risikobewertung gibt es für aromatische Mineralöle keine unbedenklichen Schwellenwerte – ein Risiko besteht, sobald die Substanzen in Lebensmitteln nachgewiesen wurden.

foodwatch hatte die bayerische Verbraucherschutzministerin Ulrike Scharf Ende der vergangenen Woche aufgefordert, die Namen der belasteten Adventskalender öffentlich zu machen.

Eine entsprechende E-Mail-Aktion unter www.adventskalender.foodwatch.de unterzeichneten seither bereits mehr als 16.000 Menschen. Doch anstatt die Möglichkeit einer aktiven Informationspolitik nach dem Lebensmittelrecht (§ 40 LFGB) zu nutzen, verwies das LGL gegenüber Medien auf das Verbraucherinformationsgesetz (VIG), in dem geregelt ist, welche Informationen auf Antrag veröffentlicht werden müssen. Das VIG sieht dafür jedoch langwierige formale Abläufe vor – unter anderem die Anhörung der betroffenen Unternehmen. Die üblichen Fristen von zwei Monaten für einen solchen Fall hat das LGL durch die Ankündigung eines „Eilverfahrens“ nun immerhin außer Kraft gesetzt. Bei einer aktiven Information unabhängig von einem Antrag wären die Behörden jedoch weder an Fristen noch an eine Anhörung der Unternehmen gebunden gewesen.

Aus Sicht von foodwatch zeigt die Posse um die belasteten Adventskalender die Notwendigkeit einer klaren gesetzlichen Regelung auf Bundesebene. Sprecher Martin Rücker: „Solange die Behörden Ermessensspielräume haben, wird zu oft wirtschaftlichen Interessen der Vorrang vor dem Gesundheitsschutz gegeben. Es ist die Aufgabe von Bundesernährungsminister Christian Schmidt, im Lebensmittelrecht endlich klarzustellen: Gesundheitsrelevante Informationen sollen nicht nur, sondern müssen sofort und ohne Wenn und Aber veröffentlicht werden.“

Link:

– E-Mail-Aktion an Bayerns Verbraucherschutzministerin Ulrike Scharf: www.adventskalender.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

– LGL-Antwort auf den foodwatch-Antrag nach VIG: www.tinyurl.com/lgl-antwort1

– LGL Bayern zur Adventskalender-Untersuchung: www.tinyurl.com/advent-bayern

- foodwatch-Anfrage an das LGL und das bayerische Staatsministerium: www.tinyurl.com/anfrage-bayern
- foodwatch-Hintergrundpapier Mineral-Öl: www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de
- Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl: www.tinyurl.com/ovgvtkz
- EFSA Scientific Opinion: www.tinyurl.com/p9kausf
- Forschungsprojekt des BMELV 2012: download.ble.de/09HS012.pdf

Pressekontakt:

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Bayerische Behörde findet riskante Mineralöle in Adventskalendern – und tut nichts

geschrieben von Andreas | 27. Januar 2016

Pressemitteilung – Thema: Mineralölrückstände in Lebensmitteln

Berlin, 10. Dezember 2015. Die Behörden in Bayern haben in der Schokolade mehrerer Adventskalender riskante Mineralölrückstände gefunden – jedoch keine Maßnahmen zum Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten ergriffen. Die

Verbraucherorganisation foodwatch kritisierte am Donnerstag, dass weder der Verkauf der belasteten Produkte gestoppt wurde noch eine öffentliche Warnung ergangen sei. Auf Anfrage von foodwatch wollten weder das Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz noch das Bayerische Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL) Angaben zu den betroffenen Produkten und den nachgewiesenen Rückstandsmengen machen.

„Mit ihrer Geheimhaltungspolitik tragen die Behörden nicht zu mehr Gesundheitsschutz bei, sondern sie verhindern ihn. Das Signal aus Bayern an die Hersteller lautet: Selbst wenn wir in einem Produkt riskante Substanzen finden, Konsequenzen hat das keine. Mit solchen Possen wird Gesundheitsschutz ad absurdum geführt“, kritisierte Luise Molling von foodwatch. Die Verbraucherorganisation startet heute unter www.adventskalender.foodwatch.de eine E-Mail-Aktion an die Bayerische Verbraucherschutzministerin Ulrike Scharf mit der Forderung, die Namen der belasteten Produkte unverzüglich publik zu machen, bevor auch die letzte Schokolade aus den Adventskalendern verzehrt ist.

Das LGL hatte eigenen Angaben zufolge im November elf Adventskalender analysiert und in fünf Schokoladen so genannte aromatische Mineralöle (MOAH) gefunden. Die Behörde selbst bezeichnet diese als „besonders bedenklich, da hier potentiell krebserregende Substanzen enthalten sein können“, und betont: „Der Übergang auf Lebensmittel ist daher vor allem bei dieser Fraktion unerwünscht.“ Die europäische Lebensmittelbehörde EFSA bezeichnet MOAH zudem als potenziell erbgutverändernd. Wegen dieser Risikobewertung gibt es für aromatische Mineralöle keine unbedenklichen Schwellenwerte – ein Risiko besteht, sobald die Substanzen in Lebensmitteln nachgewiesen wurden.

foodwatch warf dem LGL eine grobe Verharmlosung der Risiken vor. Mit Blick auf die angeblich „geringen Konzentrationen“ der nachgewiesenen Rückstände und die Belastung der Bürgerinnen und Bürger mit aromatischen Mineralölen aus

anderen Quellen kommt die Behörde zu dem Schluss, dass der Verzehr von Adventskalenderschokolade „nach Auffassung des LGL jedoch keinen Anlass zur Besorgnis“ gebe. Eine solche Bewertung bezeichnete foodwatch mit Blick auf die wissenschaftlichen Risikobewertungen als haltlos.

Das LGL hatte über seine Untersuchung am 1. Dezember auf seiner Internetseite berichtet – ohne Messdaten und ohne die Namen der getesteten bzw. belasteten Produkte zu nennen. foodwatch verwies darauf, dass die Öffentlichkeit nach dem Verbraucherinformationsgesetz (VIG) ohnehin einen Anspruch auf Nennung der belasteten Produkte habe. Durch die Rechtsprechung ist geklärt, dass behördlich erhobene Messdaten keine Betriebsgeheimnisse darstellen und damit im Falle eines Antrags nach dem VIG herausgegeben werden müssten. Allerdings dauert eine solche Behördenauskunft nach VIG formal mindestens zwei Monate. Weil die belasteten Adventskalender damit erst weit nach Ende der Adventszeit bekannt geworden wären, hat foodwatch auf einen solchen förmlichen Antrag bewusst verzichtet und Ministerium sowie LGL formlos angefragt.

In seiner Zeit als Bundesverbraucherminister hatte sich der heutige bayerische Ministerpräsident Horst Seehofer unter anderem bei der Einführung des VIG zu dem Prinzip bekannt: „Schwarze Schafe beim Namen nennen“. Die Praxis in dem von ihm regierten Bayern ist davon weit entfernt.

Links:

– E-Mail-Aktion: in Kürze unter adventskalender.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

– LGL Bayern zur Adventskalender-Untersuchung: www.tinyurl.com/advent-bayern

– Unbeantwortete foodwatch-Anfrage an das LGL und das bayerische Staatsministerium: www.tinyurl.com/anfrage-bayern

- foodwatch-Hintergrundpapier Mineral-Öl:
www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de
- Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl:
www.tinyurl.com/ovgvtkz
- EFSA Scientific Opinion: www.tinyurl.com/p9kausf
- Forschungsprojekt des BMELV 2012:
download.ble.de/09HS012.pdf

Pressekontakt:

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90