

foodwatch-Studie: 90 Prozent der mit Vitaminen beworbenen Lebensmittel sind ungesund

geschrieben von Andreas | 5. April 2016
Pressemitteilung

- Umfassende Studie von foodwatch enthüllt Verbrauchertäuschung bei Vitaminwerbung
- 90 Prozent der mit Vitaminen beworbenen Produkte entsprechen nicht den Standards der Weltgesundheitsorganisation (WHO) für ausgewogene Lebensmittel
- foodwatch fordert Gesundheitswerbung ausschließlich für ausgewogene Lebensmittel

Berlin, 5. April 2016. Lebensmittelhersteller führen Verbraucher im Supermarkt mit Gesundheitswerbung systematisch in die Irre: 90 Prozent der mit Vitaminen beworbenen Lebensmittel sind ungesund. Das ist das Ergebnis einer umfassenden Studie der Verbraucherorganisation foodwatch. In Deutschland sind demnach 190 von 214 Produkten, die auf der Verpackung mit Vitaminen werben, zu süß, zu fettig oder zu salzig und entsprechen nicht den Kriterien der Weltgesundheitsorganisation (WHO) für ausgewogene Lebensmittel. Beispiele sind die „Fruchtgummis“ von Katjes, Dextro Energy, der Softdrink „Powerade“ von Coca-Cola sowie Energy-Drinks von Rockstar und Monster. Aber auch süßen Milchdrinks von Müller wird mit Vitaminen ein gesundes Image verpasst.

„Die Lebensmittelindustrie setzt hunderten Produkten für winzige Cent-Beträge künstlich Vitamine zu, um Süßigkeiten, Zuckergetränken oder anderem Junkfood einen gesunden Anstrich zu verpassen. Mit Vitaminwerbung werden Verbraucher bewusst in die Irre geführt und ihr Bemühen um eine gesunde Ernährung

torpediert. Damit muss Schluss sein“, sagte Michaela Kruse von foodwatch. Die Verbraucherorganisation forderte eine gesetzliche Regelung, so dass nur noch solche Produkte mit Gesundheitsbotschaften beworben werden dürfen, die den WHO-Kriterien für ausgewogene Lebensmittel genügen. Unter www.aktion-vitamine.foodwatch.de startete foodwatch eine E-Mail-Protestaktion.

foodwatch hatte 214 Produkte in Deutschland und 430 Produkte in den Niederlanden unter die Lupe genommen, auf deren Verpackungsvorderseite mit Vitaminen geworben wurde – mit deutlichem Ergebnis: In Deutschland entsprechen 90 Prozent der Lebensmittel nicht den Standards der WHO, und auch in den Niederlanden waren Drei Viertel der Produkte ungesund. Unter den Produkten in Deutschland befinden sich gesüßte Getränke (75 Produkte), besonders bei Kindern beliebte Süßigkeiten (42 Produkte) aber auch Säfte (34 Produkte) und Joghurts (18 Produkte). In 85 Prozent der Fälle wurden die Vitamine künstlich zugefügt. Obwohl die meisten Menschen in Deutschland laut Deutscher Gesellschaft für Ernährung (DGE) mit Vitaminen ausreichend versorgt sind. Das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) warnt in einigen Fällen sogar vor einer Überdosierung und rät von einer Anreicherung von Lebensmitteln mit Vitamin A und Vitamin D ab.

„Wider besseres Wissen spielt die Lebensmittelindustrie mit den Ängsten der Verbraucher, denn Deutschland ist kein Vitaminmangel-Land. Für die Hersteller ist das ein profitables Geschäft: Zuckergetränke und Süßigkeiten sind günstig zu produzieren und versprechen hohe Gewinnspannen – durch den künstlichen Zusatz von billigen Vitaminen können die Produkte dann auch noch als besonders gesund vermarktet werden“, erklärte Michaela Kruse.

Zwar müssen sich Lebensmittelhersteller seit 2012 ihre gesundheitsbezogenen Werbeaussagen durch die EU genehmigen lassen – erlaubt sind derzeit rund 250 „Health Claims“ (gesundheitsbezogene Angabe). Und auch für den Gebrauch von

nährwertbezogenen Angaben wie „Vitamin C“ oder „fettarm“ gibt es Vorgaben. Doch welche Produkte die Hersteller mit dieser Werbung schmücken dürfen, ist bislang nicht geregelt. Eigentlich hätte die Europäische Union schon 2009 sogenannte Nährwertprofile mit Mindestanforderungen an die Nährwertzusammensetzung vorlegen müssen. Doch das ist bis heute nicht passiert. Auf Druck der Lebensmittellobby sollen die Nährwertprofile nun sogar komplett aus der Verordnung zu Health-Claims gestrichen werden – über einen entsprechenden Antrag stimmt das Europäische Parlament am 12. April ab. foodwatch forderte die EU-Abgeordneten auf, den Vorschlag abzulehnen und das Nährwertmodell der WHO zu übernehmen: Nur jene Produkte, die dessen Kriterien erfüllen, sollten künftig mit Vitaminwerbung vermarktet werden dürfen.

Das WHO-Regionalbüro für Europa hatte Anfang 2015 konkrete Vorgaben für ernährungsphysiologisch ausgewogene Produkte definiert. Dabei spielen unter anderem die Anteile von Fett, Zucker und Salz, aber auch der Kaloriengehalt oder zugefügte Süßstoffe eine Rolle. Die WHO hat das Modell ursprünglich für die Beschränkung von Kindermarketing entwickelt, empfiehlt den Einsatz von Nährwertprofilen jedoch auch in anderen Zusammenhängen zur Förderung einer gesunden Ernährung. Auch der Europäische Verbraucherverband (BEUC) fordert, das WHO-Modell als Grundlage für die EU-Verordnung zu Health Claims zu übernehmen.

Link:

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

Redaktionelle Hinweise:

- foodwatch-Studie mit den ausführlichen Ergebnissen und Quellen: tinyurl.com/vitaminwerbung
- Fotostrecke mit Beispielprodukten zum Download: tinyurl.com/z2r99fd

Pressekontakt:

foodwatch e.V.
Andreas Winkler
E-Mail: presse@foodwatch.de
Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

CETA durch die Hintertür: Wirtschaftsminister Gabriel plant Entmachtung des Bundestages

geschrieben von Andreas | 5. April 2016
Pressemitteilung – Thema: Freihandelsabkommen

- Bundesregierung will Freihandelsabkommen mit Kanada ohne Parlamentsvotum vorläufig in Kraft setzen
- Mit der vorläufigen Anwendung begeht Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel Wortbruch
- Wissenschaftliches Gutachten sieht demokratiepolitische und verfassungsrechtliche Probleme

Berlin, 28. März 2016. Das europäisch-kanadische Freihandelsabkommen CETA soll vorläufig in Kraft treten – ohne dass der Bundestag überhaupt darüber abstimmt. Das Bundeswirtschaftsministerium spricht sich dafür aus, dass die EU-Staaten das Abkommen per Beschluss vorläufig anwenden. Das sei „übliche Praxis“ und „vollständig demokratisch“, erklärte das Ministerium in einer Unterrichtung vor dem Deutschen Bundestag.

„Erst versichert Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel, ohne ein ‚Ja‘ des Bundestages gebe es weder CETA noch TTIP. Jetzt soll

der CETA-Vertrag ohne Beteiligung des Parlaments vorläufig in Kraft treten, obwohl das Abkommen in dessen Regelungshoheit eingreifen kann. Herr Gabriel will das CETA-Abkommen durch die Hintertür durchsetzen – ohne dass je ein deutscher Parlamentarier die Hand gehoben hat. Das ist ein demokratiepolitischer Skandal und ein Betrug an der Öffentlichkeit“, erklärte Thilo Bode, Geschäftsführer der Verbraucherorganisation foodwatch. „Wenn die nationalen Parlamente erst in vielen Jahren die Chance bekommen, über CETA abzustimmen, sind bereits Fakten geschaffen. Dann ist eine Ablehnung sehr unwahrscheinlich.“

Noch 2014 erklärte Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel in einem Brief an die Fraktionen des Deutschen Bundestages, dass „ein Abschluss allein durch die EU (...) nicht in Frage“ käme. Die nationalen Parlamente müssten dem Abkommen zustimmen. Mit seinem Vorhaben, die Parlamentarier bei der Entscheidung über CETA jahrelang außen vor zu lassen, setzt der Wirtschaftsminister laut foodwatch seine systematische Täuschungsstrategie in der Freihandelspolitik fort.

Auch juristisch begibt sich Sigmar Gabriel auf Glatteis. Es sei „verfassungsrechtlich wie demokratiepolitisch unakzeptabel, dass die vorläufige Anwendung eines Abkommens an den Parlamenten vorbei erfolgt“, heißt es in einem Gutachten des Europa- und Völkerrechtlers Prof. Dr. Wolfgang Weiß von der Universität Speyer, das die Verbraucherorganisation foodwatch am Samstag veröffentlicht hat. Dadurch „treten die Wirkungen des Abkommens bereits ein, noch ehe eine Zustimmung der Parlamente hierzu erfolgen muss“, kritisiert Prof. Weiß. Das sei zwar tatsächlich gängige Praxis in der EU, aber die „umfangreichen Freihandelsabkommen der neuen Generation“ – zu denen CETA und TTIP gehören – seien „von hoher politischer Bedeutung“, stellten „die Handelsbeziehungen auf eine völlig neue Grundlage“ und berührten den „Entscheidungsraum des deutschen Gesetzgebers“, schreibt der Jurist.

foodwatch forderte die Bundesregierung auf, die vorläufige

Anwendung abzulehnen: „Bei den Freihandelsabkommen der neuen Generation geht es um weit mehr als Zollsenkungen – CETA und TTIP können in die Regelungshoheit des deutschen Parlaments eingreifen. Unsere gewählten Vertreter müssen darüber mitentscheiden, sonst kommt unsere Demokratie zu schaden“, erklärte Thilo Bode.

CETA gilt als „Zwillingsbruder“ des umstrittenen Freihandelsabkommens TTIP zwischen der EU und den USA. CETA enthält kritische Elemente wie zum Beispiel die sogenannte regulatorischen Zusammenarbeit, die den Konzernen noch mehr Einfluss auf die Gesetzgebung einräumt. Das Abkommen soll im Herbst dieses Jahres vom EU-Ministerrat beschlossen werden.

Redaktionelle Hinweise:

- Sachstandsbericht des Bundeswirtschaftsministeriums zu CETA: tinyurl.com/gkudtan
- Wissenschaftliches Kurzgutachten von Prof. Dr. Wolfgang Weiß zur „vorläufigen Anwendung“ von CETA: tinyurl.com/jhph26n
- Schreiben von Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel an die Fraktionen des Deutschen Bundestages: tinyurl.com/gupge26

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Nach Vorstoß von Aldi Süd:

Handelskonzerne nehmen gefährliche Mineralöle endlich ernst

geschrieben von Andreas | 5. April 2016

Pressemitteilung – Thema: Mineralöle

Berlin, 18. März 2016. Deutschlands große Supermarktketten machen offenbar ernst im Kampf gegen gesundheitsgefährdende Mineralöle in Lebensmitteln. Nachdem Aldi Süd kürzlich seinen Lieferanten vorgeschrieben hatte, dass sämtliche Eigenmarken frei von Mineralölen sein müssen, wollen nun auch andere Handelskonzerne Rückstände aus ihren Lebensmitteln verbannen. Man strebe eine „weitest mögliche Vermeidung“ an und fordere dazu die Lieferanten auf, entsprechende „vorbeugende und Minimierungsmaßnahmen“ zu ergreifen, erklärte beispielsweise Aldi Nord auf Anfrage der Verbraucherorganisation foodwatch. Auch die Lebensmittelhändler Edeka, Real, Metro und Netto rückten in Schreiben an foodwatch deutlich von der Position des Lobbyverbandes BLL ab. Der führende Verband der Lebensmittelindustrie hatte kürzlich erklärt, Mineralöle in Lebensmitteln seien „bedingt tolerierbar“ und stellten „keine Gefahr für die Verbrauchergesundheit“ dar.

„Unser Druck zeigt Wirkung: Erst dreht Aldi Süd seinen Lieferanten den Öl-Hahn zu. Und jetzt gestehen auch andere Handelsriesen verklausuliert das ganze Ausmaß des Problems ein. Die inakzeptable Verharmlosung von Mineralölen durch den Lobbyverband BLL teilt der Lebensmitteleinzelhandel glücklicherweise nicht“, erklärte Luise Molling von foodwatch. „Jetzt müssen Taten folgen. Der einzig akzeptable Maßstab für Verbraucher ist Aldis Null-Toleranz. Gesundheitsgefährdende Mineralöle haben in Lebensmitteln nichts zu suchen.“

Aldi Süd hatte vor kurzem angekündigt, keinerlei

Mineralölverunreinigung mehr in den Lebensmitteln seiner Eigenmarken zu dulden. Der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL) forderte den Discounter daraufhin auf, die Vorgaben zurückzunehmen – man halte sie „weder für praktisch erfüllbar noch unter Verbraucherschutzaspekten für gerechtfertigt“.

foodwatch hatte zehn große Handelskonzerne schriftlich gefragt, ob sie dem Beispiel von Aldi Süd folgen und die gleichen Lieferantenstandards setzen werden. Geantwortet haben Aldi Nord, Edeka, Kaiser's Tengelmann, Metro, Netto und Real. Die Firmen Globus, Lekkerland, Penny und Rewe haben indes nicht reagiert.

Sowohl die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) als auch das deutsche Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) warnen jedoch vor gesundheitsschädlichen Auswirkungen von Mineralölen. Insbesondere die aromatischen Mineralöle (MOAH) stehen unter Verdacht, krebserregend und erbgutverändernd zu sein; die sogenannten gesättigten Mineralöle (MOSH) reichern sich in den Körperorganen an und können diese schädigen. Ausgerechnet Kinder nehmen besonders viele gesättigte Mineralöle auf .

In den vergangenen Monaten hatten verschiedene Untersuchungen – unter anderem von Öko-Test, dem Bayerischen Landesgesundheitsamt und Stiftung Warentest – immer wieder Mineralölverunreinigungen in Lebensmitteln nachgewiesen. Den umfangreichsten Labortest hatte foodwatch im Oktober 2015 veröffentlicht. Demnach war jedes fünfte getestete Lebensmittel in Deutschland (9 von 42 Produkten) mit MOAH belastet.

Link:

– E-Mail-Protestaktion von foodwatch für einen besseren Schutz vor Mineralölbelastungen: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

- Antwortschreiben der Handelskonzerne an foodwatch:
tinyurl.com/hdk448b
- Schreiben von Aldi Süd an Zulieferbetriebe:
www.tinyurl.com/huzkgy7
- Schreiben des Lobbyverbandes BLL an Aldi Süd:
tinyurl.com/zfwp45a
- foodwatch-Hintergrundpapier zu Mineralöl:
www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de
- Testergebnisse von foodwatch:
www.mineraloel-test.foodwatch.de

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Streit zwischen Aldi Süd und Lobbyverband über Mineralölverunreinigungen: Original-Briefe auf foodwatch-Internetseite abrufbar

geschrieben von Andreas | 5. April 2016

Pressemitteilung – Thema: Mineralöl in Lebensmitteln

Berlin, 7. März 2016. Im Streit zwischen Aldi Süd und dem Lobbyverband der Lebensmittelindustrie über Mineralölverunreinigungen sind die Original-Schreiben auf der

Internetseite der Verbraucherorganisation foodwatch abrufbar. In einer am gestrigen Sonntag, 6. März 2016, verbreiteten Pressemitteilung äußerte sich der „Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde“ (BLL) über seine Auseinandersetzung mit Aldi Süd. Der Discounter hatte von den Produzenten seiner Eigenmarken verlangt, in Zukunft ausschließlich Lebensmittel ohne nachweisbare Mineralölbestandteile zu liefern. Daraufhin forderte der BLL den Handelskonzern schriftlich auf, seine Lieferantenvorgaben wieder zurückzunehmen. foodwatch hatte den Vorgang vergangene Woche publik gemacht. Sowohl das entsprechende Schreiben des Lobbyverbandes an Aldi Süd als auch der Original-Brief von Aldi Süd an seine Lieferanten sind auf der Homepage der Verbraucherorganisation veröffentlicht.

„Aus Sicht der Verbraucherinnen und Verbraucher ist der Vorstoß von Aldi Süd unbedingt zu begrüßen – die seit Jahren andauernde Debatte um gesundheitlich bedenkliche Mineralölbelastungen in Lebensmitteln kommt dadurch einem überfälligen, ganzheitlichen Lösungsansatz entschieden näher. Anders als der BLL behauptet, lassen die wissenschaftliche Stellungnahme der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit sowie des Bundesinstituts für Risikobewertung keinen Zweifel daran: Insbesondere aromatische Mineralölgemische (MOAH) haben in unserem Essen nichts zu suchen. Wir empfehlen allen Mitgliedern des BLL, diese Dokumente selbst aufmerksam zu lesen, um sich so ein qualifiziertes Urteil über die Sachlage zu bilden“, so Luise Molling von foodwatch.

Mineralöle sind die größte Verunreinigung im menschlichen Körper. Insbesondere die aromatischen Mineralöle (MOAH) stehen unter Verdacht, krebserregend und erbgutverändernd zu sein; die sogenannten gesättigten Mineralöle (MOSH) reichern sich in den Körperorganen an und können diese schädigen.

Link:

– E-Mail-Protestaktion von foodwatch für einen besseren Schutz vor Mineralölbelastungen: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

- Schreiben des Lobbyverbandes BLL an Aldi Süd: tinyurl.com/zfwp45a
- Schreiben von Aldi Süd an Zulieferbetriebe: tinyurl.com/huzkgy7
- Pressemitteilung des BLL vom 6. März 2016: www.bll.de/de/presse/pressemitteilungen/pm-20160306-foodwatch-mineraloel
- foodwatch-Hintergrundpapier zu Mineralöl: www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de
- Testergebnisse von foodwatch: www.mineraloel-test.foodwatch.de
- Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl: tinyurl.com/ovgvtkz

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Mineralöl in Lebensmitteln: Lobbyverband will Initiative von Aldi Süd für mehr Verbraucherschutz verhindern

geschrieben von Andreas | 5. April 2016

Pressemitteilung

- Lebensmittel-Lobbyverband BLL will Initiative von Aldi Süd gegen Mineralölverunreinigungen verhindern
- Discounter verlangt von Zulieferern mineralölfreie Produkte

– BLL fordert Aldi Süd auf, diese Vorgaben zurückzunehmen – und widerspricht Risikoeinschätzung von BfR und EFSA

Berlin, 5. März 2016. Der führende Lobbyverband der deutschen Lebensmittelindustrie versucht Aldi Süd daran zu hindern, konsequent gegen den Eintrag von gefährlichen Mineralölen in Lebensmittel vorzugehen. Das geht aus einem Schreiben des Branchenverbandes hervor, das die Verbraucherorganisation foodwatch am Samstag öffentlich gemacht hat. Aldi Süd hatte kürzlich von seinen Zulieferbetrieben verlangt, dass alle Lebensmitteleigenmarken in Zukunft frei von Mineralölbestandteilen, sogenannten MOSH und MOAH, sein müssen. Der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL) forderte den Discounter nun schriftlich auf, die Vorgaben zurückzunehmen – man halte diese „weder für praktisch erfüllbar noch unter Verbraucherschutzaspekten für gerechtfertigt“. „Nach objektiven wissenschaftlichen Gesichtspunkten (...) sind Lebensmittel mit MOSH und MOAH bedingt tolerierbar und stellen keine Gefahr für die Verbrauchergesundheit dar“, heißt es in dem Schreiben.

foodwatch zufolge widerspricht der Lobbyverein damit der gesundheitlichen Einschätzung sowohl durch die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) als auch durch das deutsche Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR). Insbesondere die aromatischen Mineralöle (MOAH) stehen unter Verdacht, krebserregend und erbgutverändernd zu sein; die sogenannten gesättigten Mineralöle (MOSH) reichern sich in den Körperorganen an und können diese schädigen.

„Aldi Süd will mit gutem Beispiel voran gehen – und wird vom Lobbyverband ausgebremst. Der BLL richtet sich klar gegen die Gesundheit aller Verbraucherinnen und Verbraucher. Dem Lobbyverein sind die Mineralöle offenbar zu Kopf gestiegen“, sagte Matthias Wolfschmidt, stellvertretender Geschäftsführer von foodwatch. Anders als behauptet, sei die wissenschaftliche Einschätzung klar: Aromatische Mineralölgemische sollten überhaupt nicht in Lebensmitteln vorkommen, weil sie

krebsauslösende und erbgutschädigende Verbindungen enthalten können. Die EFSA weise zudem darauf hin, dass Kinder besonders hoch mit Mineralölrückständen belastet sind. „Gesundheitliche Risiken stellt der BLL nachweislich falsch dar und suggeriert zudem, saubere Lebensmittel seien nicht möglich. Dabei haben die Labortests von foodwatch gezeigt, dass es sowohl Produkte ohne MOSH- als auch Produkte ohne MOAH-Nachweis gibt“, so Matthias Wolfschmidt.

Wie foodwatch kürzlich öffentlich machte, hatte Aldi Süd im Februar seine Lieferanten schriftlich aufgefordert, Maßnahmen gegen Mineralölverunreinigungen zu ergreifen – bei Aldi-Eigenmarken sollten in Zukunft „keine Mineralölbestandteile im Lebensmittel nachweisbar“ sein. Daraufhin wandte sich der Lobbyverband BLL in einem Rundschreiben direkt an Aldi Süd sowie an die BLL-Mitglieder und den Handelsverband, um den Discounter dazu zu bewegen, diese Lieferantenvorgaben zurückzunehmen.

In den vergangenen Monaten hatte verschiedene Untersuchungen – unter anderem von Öko-Test, dem Bayerischen Landesgesundheitsamt oder Stiftung Warentest – immer wieder Mineralölverunreinigungen in Lebensmitteln nachgewiesen. Den umfangreichsten Labortest hatte foodwatch im Oktober 2015 veröffentlicht. Demnach war jedes fünfte getestete Lebensmittel in Deutschland (9 von 42 Produkten) mit MOAH belastet.

Link:

– E-Mail-Protestaktion von foodwatch für einen besseren Schutz vor Mineralölbelastungen: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

- Schreiben des Lobbyverbandes BLL an Aldi Süd: tinyurl.com/gtuqnv
- Schreiben von Aldi Süd an Zulieferbetriebe: tinyurl.com/huzkgy7
- foodwatch-Hintergrundpapier zu Mineralöl:

www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de

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

– Stiftung Warentest zum Olivenöltest:
www.tinyurl.com/stiwa-oliven

– Öko-Test zu Dr. Oetker: www.tinyurl.com/oekotest-oetker

– Presseerklärung zum Verkaufsstopp der Lafer-Pfefferspezialität: www.tinyurl.com/pm-lafer

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

– Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl:
tinyurl.com/ovgvtkz

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Nach foodwatch-Kritik: Kooperation zwischen Coca- Cola und Charité-Direktorin beendet

geschrieben von Andreas | 5. April 2016

Pressemitteilung

Berlin, 29. Februar 2016. Nach Kritik von der Verbraucherorganisation foodwatch haben Coca-Cola und eine Direktorin der Berliner Charité-Klinik ihre Kooperation offenbar beendet. Jahrelang hatte der Zuckergetränke-Hersteller für seine Frauen-Gesundheitsinitiative „Hör auf

dein Herz“ prominent mit der Kardiologin Prof. Dr. Vera Regitz-Zagrosek geworben – obwohl Zuckergetränke wie Coca-Cola selbst die Entstehung von Diabetes Typ II und Herzkreislauferkrankungen fördern. Die Charité-Direktorin und Coca-Cola hatten ihre Werbepartnerschaft in der Öffentlichkeit gegen Kritik verteidigt – jetzt wurde die Kooperation aber offenbar beendet: Sowohl Coca-Cola als auch die von Frau Regitz-Zagrosek ins Leben gerufene „Deutsche Gesellschaft für Geschlechterspezifische Medizin“ haben ihre Internetseiten entsprechend geändert. foodwatch hatte Anfang Februar Millionenzahlungen von Coca-Cola an die Charité-Klinik kritisiert und ein Ende der Zusammenarbeit gefordert.

„Jahrelang ließ sich die Charité bereitwillig vor den Werbekarren von Coca-Cola spannen. Kritik wurde abgewiesen – die Zusammenarbeit sei Ende 2015 ohnehin ausgelaufen, hieß es. Gleichzeitig gab eine Charité-Direktorin weiter ungeniert das Werbegesicht für Coca-Cola. Heimlich, still und leise wurde diese Zusammenarbeit mit dem Limo-Riesen jetzt aber offenbar eingestellt“, sagte Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelmarketing bei foodwatch.

foodwatch hatte Coca-Cola im Oktober 2015 aufgefordert, alle Zahlungen an Wissenschaftler und Gesundheitsprojekte in Deutschland offenzulegen. Der Weltmarktführer für Zuckergetränke veröffentlichte daraufhin eine Liste seiner „Gesundheitspartnerschaften“. Daraus geht hervor, dass Coca-Cola zwischen 2010 und 2015 mehr als eine Million Euro an die renommierte Charité-Klinik überwiesen hat – ausgerechnet zur Finanzierung von Forschung zum Thema Herzerkrankungen, für deren Entstehung zuckerhaltige Getränke wie Coca-Cola mitverantwortlich sind. Über eine von foodwatch gestartete E-Mail-Protestaktion hatten mehr als 14.000 Bürgerinnen und Bürger die Charité aufgefordert, die Kooperation zu beenden. Die Klinik wies die Kritik zurück; die Forschungsprojekte seien abgeschlossen. Eine Verlängerung der Unterstützung durch Coca-Cola sei jedoch „nicht geplant“. Prof. Dr. Vera Regitz-

Zagrosek blieb allerdings zunächst prominentes Werbegesicht der Coca-Cola-Initiative „Hör auf dein Herz“. Zusammen mit ihrer Deutschen Gesellschaft für Geschlechterspezifische Medizin trat sie als „Partnerin“ des Projekts auf. In einem Flyer wurde „Hör auf dein Herz“ zudem als „gemeinsame Initiative“ der Professorin und Coca-Cola light bezeichnet. Auch auf der Seite der Deutschen Gesellschaft für Geschlechterspezifische Medizin, deren Gründungspräsidentin Frau Regitz-Zagrosek ist, wurde weiterhin für „Hör auf dein Herz“ geworben: In einer eigenen Rubrik auf der Webseite wurde die Initiative beworben und Informationsmaterial von Coca-Cola zum Download bereitgestellt.

Jetzt haben aber Coca-Cola und die Charité-Direktorin ihre Kooperation offenbar beendet – entsprechende Angaben im Internet wurden geändert. Frau Regitz-Zagrosek wird nicht mehr als „Partnerin“ von „Hör auf dein Herz“ genannt, ihr Foto auf der Startseite ist ebenso verschwunden wie der gemeinsame Flyer. Stattdessen heißt es unter „Hintergründe“, dass Frau Regitz-Zagrosek und ihre Deutsche Gesellschaft für Geschlechterspezifische Medizin zwischen 2010 und 2015 die „Partner der Initiative“ waren. Auch auf der Coca-Cola-Homepage wird die Zusammenarbeit nur noch in der Vergangenheitsform erwähnt. Die Deutsche Gesellschaft für Geschlechterspezifische Medizin hat ebenfalls reagiert: Die gesamte Rubrik zu „Hör auf dein Herz“ ist verschwunden, mitsamt des Informationsmaterials von Coca-Cola.

„Ausgerechnet der größte Limo-Produzent der Welt sponserte Projekte zur Vorsorge von Herz-Kreislaufkrankungen – das ist, als ob Marlboro Forschung zu Lungenkrebs unterstützen würde. Zuckergetränke wie Coca-Cola sind flüssige Krankmacher, sie fördern Übergewicht, Diabetes und auch Herzerkrankungen. Diese Debatte will Coca-Cola unbedingt vermeiden – das Sponsoring von Gesundheits- und Sportprojekten ist ein Feigenblatt, um von der eigenen Verantwortung abzulenken“, so Oliver Huizinga von foodwatch.

Auch in anderen EU-Ländern tritt Coca-Cola als vermeintlich uneigennütziger Sponsor in Erscheinung. In Frankreich finanziert der Konzern ausgerechnet die Diabetesgesellschaft (Fédération Française des Diabétiques), in Großbritannien die British Nutrition Foundation. In den USA sorgte insbesondere der Geldfluss an die Universität Colorado Denver zur Errichtung des „Global Energy Balance Network“ für erhebliche Kritik – die Hochschule zahlte daraufhin eine Million US-Dollar an Coca-Cola zurück. Das Global Energy Balance Network stellte im Dezember 2015 den Betrieb ein – laut Internetseite aufgrund fehlender Mittel.

Übergewicht und Fettleibigkeit (Adipositas) bei Kindern sowie Erwachsenen haben in den vergangenen Jahrzehnten dramatisch zugenommen. Adipositas wird inzwischen als das am schnellsten wachsende Gesundheitsproblem eingestuft. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) sowie die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sprechen in diesem Zusammenhang von einer globalen „Adipositas-Epidemie“. Gesundheitsexperten schreiben zuckerhaltigen Getränken eine besondere Rolle in dieser Entwicklung zu. Der Konsum dieser Getränke fördert nachweislich die Entstehung von Übergewicht sowie Diabetes Typ II und wird zudem mit einem erhöhten Risiko für Herzinfarkte in Verbindung gebracht.

Quellen und weiterführende Links:

- Vorher-Nachher-Screenshots der geänderten Websites: tinyurl.com/ju86w2k
- Hintergrunddokument mit einer Chronologie zu Coca-Colas „Gesundheitspartnerschaften“: tinyurl.com/zx3vz4b
- Brief von foodwatch an die Charité: tinyurl.com/gufwqs2
- Korrespondenz zwischen foodwatch und Coca-Cola: tinyurl.com/z9bl5jz
- Listen über von Coca-Cola finanzierte Gesundheitspartnerschaften:
 - >Blogeintrag Deutschland:
 - www.coca-cola-deutschland.de/forschung-und-partnerschaften

->Liste

Deutschland:

www.coca-cola-deutschland.de/forschung-und-partnerschaften/unsere-investitionen-in-den-bereichen-ernahrung-und-aktiver-lebensstil

->Frankreich:

www.coca-cola-france.fr/Coca-Cola-et-la-science/Notre-soutien-aux-activites-dans-les-domaines-de-la-nutrition-et-de-l-activite-physique/

->Großbritannien:

www.coca-cola.co.uk/investments-in-health-and-wellbeing/list-of-organisations/

– Coca-Cola-Initiative „Hör auf dein Herz“:
www.hoeraufdeinherz.de

– Harvard School of Public Health zu Soft Drinks und Krankheiten:

www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-drinks/soft-drinks-and-disease/

Pressekontakt:

Andreas Winkler,

E-Mail: presse@foodwatch.de,

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

**TTIP und CETA:
Bundestagswissenschaftler
zweifeln an EU-rechtlicher
Zulässigkeit von**

Schiedsverfahren für Investoren – foodwatch veröffentlicht Parlamentsgutachten

geschrieben von Andreas | 5. April 2016
Pressemitteilung – Thema: Freihandelsabkommen

Berlin, 22. Februar 2016. Der Wissenschaftliche Dienst des Deutschen Bundestages hat erhebliche Zweifel an der europarechtlichen Zulässigkeit von Schiedsverfahren für Investoren, wie sie mit den geplanten Freihandelsabkommen eingeführt werden sollen. In dem Gutachten der Parlamentswissenschaftler, das der Verbraucherorganisation foodwatch vorliegt, ist von „vielen und teils offenen Rechtsfragen“ die Rede. Demnach könnten Schiedsverfahren insbesondere die „Autonomie der Unionsrechtsordnung“ und die Befugnisse des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) untergraben, in dessen alleiniger Zuständigkeit die „letztverbindliche Auslegung des Unionsrechts“ liegt. Sowohl das europäisch-kanadische Handelsabkommen CETA, das kurz vor der Verabschiedung steht, als auch der geplante TTIP-Vertrag zwischen EU und USA sehen die Einführung einer Sonderjustiz vor, mit deren Hilfe Investoren Schadenersatzansprüche gegen Staaten geltend machen können.

„Die geplanten Abkommen würden eine inakzeptable Paralleljustiz für Unternehmen einführen. Das ist einer von zahlreichen Gründen, zunächst CETA und schließlich TTIP zu stoppen“, erklärte Lena Blanken, Volkswirtin bei foodwatch. „Schiedsgerichte ebenso wie der neuerdings diskutierte Investitionsgerichtshof würden Investoren gefährliche Sonderrechte einräumen: Sie könnten Staaten auch dann auf Milliardensummen verklagen, wenn sie vor den ordentlichen

Gerichten keine Chance auf Schadenersatz hätten. Durch solche Klagerechte werden Staaten erpressbar gemacht.“

Das 36 Seiten umfassende Gutachten (Ausarbeitung PE 6-3000-25/15), das allen Bundestagsabgeordneten zur Verfügung steht, stammt vom 24. März 2015. Der Wissenschaftliche Dienst vergleicht darin die europarechtlich vorgegebene Rolle des EuGH mit den Plänen zur Einführung von Investor-Staat-Schiedsverfahren (ISDS-Investor-State-Dispute-Settlement) im fertig ausgehandelten CETA-Vertragsentwurf. Auch das geplante TTIP-Abkommen sieht die Einführung einer Sonderjustiz für Investoren vor. Anstelle von privaten Schiedsgerichten wollen die Europäische Kommission und Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel hier einen internationalen Investitionsgerichtshof installieren. Die von den Parlamentswissenschaftlern vorgetragenen Bedenken beziehen sich explizit auf CETA, die Argumentation ist jedoch gültig für beide Modelle.

Der Studie zufolge „könne die Einräumung eines alternativen Rechtswegs in Form des ISDS dazu führen, dass bestimmte Fragen des EU-Rechts eben dort und nicht mehr durch mitgliedstaatliche Gerichte behandelt würden, so dass auch diesbezüglich Vorlagen an den EuGH ausgeschlossen wären.“ Die Gutachter zeichnen beispielsweise die Gefahr, dass Investoren mit ihren Klagen vor Schiedsgerichten die Autonomie der EU-Gerichtsbarkeit bei der Prüfung von EU-Beihilfen für Unternehmen unterlaufen könnten: Es sei „unklar [...], wie der EuGH die möglichen tatsächlichen Auswirkungen von Schiedsgerichtsentscheidungen auf das Unionsrecht und auf die Zuständigkeiten des EU-Gerichtshofs beurteilen würde. Problematisch könnten derartige Auswirkungen insbesondere dann sein, wenn Entschädigungen, die Investoren in Verfahren gegen die EU zugesprochen werden, in Widerspruch zu unionsrechtlichen (Rück-)Zahlungspflichten treten würden, etwa im EU-Beihilferecht bei Rückforderung von unionsrechtswidrig gewährten staatlichen Beihilfen.“

Der Wissenschaftliche Dienst empfiehlt deutlich, die offenen Rechtsfragen dem EuGH zur Begutachtung vorzulegen. Ob dies erfolgt ist, ist foodwatch nicht bekannt.

Redaktionelle Hinweise:

Gutachten PE 6-3000-25/15 des Wissenschaftlichen Dienstes, von foodwatch veröffentlicht: tinyurl.com/hysek4y

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Berliner Charité ließ sich von Coca-Cola mit 1 Million Euro sponsern – foodwatch fordert Stopp der Kooperation mit Softdrink-Konzern

geschrieben von Andreas | 5. April 2016

Pressemitteilung

- Coca-Cola legt Sponsoringaktivitäten und Geldzahlungen für Forschung offen
- „Gesundheitspartnerschaften“ sollen Limo-Konzern als Gesundheitsförderer profilieren
- Charité-Direktorin wirbt für Coca-Cola-Initiative

Berlin, 3. Februar 2016. Die Berliner Charité hat sich über fünf Jahre mit insgesamt einer Million Euro von Coca-Cola sponsern lassen. Der Soft-Drink-Konzern finanzierte ausgerechnet Forschungsprojekte und eine Plattform zum Thema Herzerkrankungen – für deren Entstehung zuckerhaltige Getränke mitverantwortlich sind. Das geht aus einer Aufstellung von Coca-Colas so genannten „Gesundheitspartnerschaften“ hervor, die das Unternehmen nach Aufforderung der Verbraucherorganisation foodwatch offengelegt hat. Demnach hat Coca-Cola zwischen 2010 und 2015 allein in Deutschland knapp 7,5 Millionen Euro investiert, um sich als Förderer von Gesundheit, ausgewogener Ernährung und Bewegung zu präsentieren.

Die von Coca-Cola gestartete Initiative „Hör auf dein Herz“, die eine Prävention von Herz-Kreislaufkrankungen bei Frauen als Ziel nennt, wirbt bis heute prominent mit der Kardiologin Prof. Dr. Vera Regitz-Zagrosek als Partnerin. Die Direktorin des Charité-Institutes für Geschlechterforschung in der Medizin tritt beispielsweise in einer Pressemitteilung der Initiative auf, in der sich Coca-Cola rühmt, sich „für einen aktiven und gesunden Lebensstil zu engagieren“. foodwatch forderte die Charité auf, jegliche „Partnerschaft“ mit Coca-Cola für die Zukunft auszuschließen sowie auch den Ärztinnen und Ärzten der Klinik Kooperationen mit dem Limo-Hersteller zu untersagen. Unter www.charite.foodwatch.de startete foodwatch eine E-Mail-Protestaktion.

„Zuckergetränke wie Coca-Cola sind mitverantwortlich für den weltweiten Anstieg von Übergewicht und chronischen Krankheiten, Herzinfarkte inklusive“, erklärte Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelmarketing bei foodwatch. „Coca-Cola betreibt mit Geldspritzen für Forschungseinrichtungen und Sportprojekte einen millionenschweren Ablasshandel. Die Charité lässt sich vor den Werbekarren des Konzerns spannen und präsentiert Coca-Cola damit als Teil der Lösung statt als Teil des Problems – damit

muss Schluss sein!“

Coca-Cola hatte im Dezember auf eine Aufforderung von foodwatch, alle Zuwendungen an Wissenschaftler und Gesundheitsprojekte in Deutschland offenzulegen, reagiert und eine Liste über seine „Gesundheitspartnerschaften“ ins Internet gestellt – versteckt in einem Blogbeitrag auf der Webseite des Unternehmens. Daraus wird ersichtlich, dass Coca-Cola im Zeitraum von 2010 bis 2015 insgesamt fast 7,5 Millionen Euro (7.471.999 Euro) im Bereich Gesundheit, Ernährung und Bewegung investiert hat, davon knapp 1,5 Millionen (1.402.546 Euro) für Forschung. An 23 Organisationen und Forschungseinrichtungen flossen Gelder, unter anderem an das Deutsche Kinderhilfswerk, die Universität Paderborn oder den Deutschen Olympischen Sportbund. Einer der größten Empfänger: die Charité Berlin. Coca-Cola überwies insgesamt 1.002.000 Euro für Forschung zur Herzgesundheit bei Frauen an das Charité-Institut für Geschlechterforschung in der Medizin.

„Ein schlechter Witz: Ausgerechnet der größte Limo-Produzent der Welt will Frauen über die Vorsorge von Herz-Kreislaufkrankungen aufklären“, so Oliver Huizinga von foodwatch. „Softdrinks wie Coca-Cola fördern selbst Übergewicht, Diabetes und auch Herzerkrankungen. Doch diese Debatte über die eigene Verantwortung will Coca-Cola unbedingt vermeiden. Die Charité darf da nicht länger mitspielen.“

Auch in anderen EU-Ländern tritt Coca-Cola als vermeintlich uneigennütziger Sponsor in Erscheinung. In Frankreich finanziert der Konzern ausgerechnet die Diabetesgesellschaft (Fédération Française des Diabétiques), in Großbritannien die British Nutrition Foundation. In den USA sorgte insbesondere der Geldfluss an die Universität Colorado Denver zur Errichtung des „Global Energy Balance Network“ für erhebliche Kritik – die Hochschule zahlte daraufhin eine Million US-Dollar an Coca-Cola zurück. Das Global Energy Balance Network stellte im Dezember 2015 den Betrieb ein – laut Internetseite aufgrund fehlender Mittel.

Übergewicht und Fettleibigkeit (Adipositas) bei Kindern sowie Erwachsenen haben in den vergangenen Jahrzehnten dramatisch zugenommen. Adipositas wird inzwischen als das am schnellsten wachsende Gesundheitsproblem eingestuft. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) sowie die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sprechen in diesem Zusammenhang von einer globalen „Adipositas-Epidemie“. Gesundheitsexperten schreiben zuckerhaltigen Getränken eine besondere Rolle in dieser Entwicklung zu. Der Konsum dieser Getränke fördert nachweislich die Entstehung von Übergewicht sowie Diabetes Typ II und wird zudem mit einem erhöhten Risiko für Herzinfarkte in Verbindung gebracht.

Link:

E-Mail-Protestaktion von foodwatch an die Charité:
www.charite.foodwatch.de

Redaktionelle Hinweise:

– Hintergrunddokument mit einer Chronologie zu Coca-Colas „Gesundheitspartnerschaften“: tinyurl.com/hkkg5fo

– Brief von foodwatch an Coca-Cola: tinyurl.com/gufwqs2

– Listen über von Coca-Cola finanzierte Gesundheitspartnerschaften:

=> Blogseintrag Deutschland:
www.coca-cola-deutschland.de/forschung-und-partnerschaften

=> Liste Deutschland:
www.coca-cola-deutschland.de/forschung-und-partnerschaften/unsere-investitionen-in-den-bereichen-ernahrung-und-aktiver-lebensstil

=> Frankreich:
www.coca-cola-france.fr/Coca-Cola-et-la-science/Notre-soutien-aux-activites-dans-les-domaines-de-la-nutrition-et-de-lactivite-physique/

=> Großbritannien:
www.coca-cola.co.uk/investments-in-health-and-wellbeing/list-of-organisations/

– Coca-Cola-Initiative „Hör auf dein Herz“:

www.hoeraufdeinherz.de

– Harvard School of Public Health zu Soft Drinks und Krankheiten:

www.hsph.harvard.edu/nutritionsource/healthy-drinks/soft-drinks-and-disease/

Pressekontakt:

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

Umstrittene Energydrinks: Nach Verbot in Lettland fordert foodwatch auch in Deutschland eine Altersgrenze ab 18 Jahren für Red Bull, Monster und Co.

geschrieben von Andreas | 5. April 2016

Pressemitteilung – Thema: Energydrinks

Berlin, 1. Februar 2016. Nachdem in Lettland koffeinhaltige Energydrinks nicht länger an Minderjährige verkauft werden sollen, fordert die Verbraucherorganisation foodwatch auch in Deutschland eine Altersgrenze von 18 Jahren für Red Bull, Monster und Co. Mediziner weltweit warnen seit langem vor den Risiken der aufputschenden Getränke, die vor allem bei jungen Menschen sehr beliebt sind. Bundesernährungsminister Christian Schmidt lehnt regulative Maßnahmen in Deutschland bisher jedoch ab.

„Bravo Lettland – traurig, traurig, Herr Minister Schmidt. Lettland nimmt die eindringlichen Warnungen der Wissenschaft ernst und macht das einzig Richtige: Red Bull und Co. gibt's erst ab 18. In Deutschland hingegen dürfen die umstrittenen Wachmacher weiter ungeniert an Kinder und Jugendliche verkauft werden“, kritisierte Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelmarketing bei foodwatch. Die Verbraucherorganisation forderte den Verbraucherminister auf, endlich auch in Deutschland einen Verkaufsstopp der Getränke an Minderjährige umzusetzen. Über eine E-Mail-Protestaktion unter www.foodwatch.de/aktion-energyshots unterstützen bereits mehr als 28.000 Verbraucher die foodwatch-Forderung.

Energydrinks werden mit Herzrhythmusstörungen, Krampfanfällen, Nierenversagen und sogar Todesfällen in Verbindung gebracht. Das Parlament in Lettland hatte im Januar ein Verkaufsverbot für Minderjährige beschlossen, das ab 1. Juni 2016 gelten soll. Damit ist das baltische Land nach Litauen der zweite EU-Mitgliedsstaat mit einer Altersgrenze ab 18 Jahren für die umstrittenen Getränke. 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 Energydrinks bei Jugendlichen reduziert werden soll.

Einer im Mai 2015 publizierten Studie der Europäischen Lebensmittelbehörde EFSA zufolge konsumiert fast jeder dritte Erwachsene Energydrinks. Durch den süßen Geschmack und das gezielte Marketing sind die Produkte – anders als etwa der ebenfalls stark koffeinhaltige Kaffee – gerade bei Kindern und Jugendlichen beliebt: 68 Prozent der Teenager greifen zu den

Getränken.

Link:

– E-Mail-Aktion: Keine Energy-Drinks an Kinder!
www.foodwatch.de/aktion-energydrinks

Quellen:

- Entscheidung des lettischen Parlaments zu Energydrinks:
tinyurl.com/jg9xvbv
- Studie von WHO-Experten zu Gesundheitsrisiken durch Energy Drinks (2014):
journal.frontiersin.org/article/10.3389/fpubh.2014.00134/full
- Aktuelle Koffein-Risikobewertung der 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

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Mineralöl-Nachweis durch Stiftung Warentest: foodwatch fordert Rückruf von Olivenölen

geschrieben von Andreas | 5. April 2016

Pressemitteilung

- Potenziell krebserregende Substanzen im Olivenöl u.a. von

Livio

- **Auch Bio-Olivenöle von Alnatura und Mani Bläuel betroffen**
- **Belastete Produkte im Einzelhandel und z.B. bei Amazon erhältlich**

Berlin, 28. Januar 2016. In einer an diesem Donnerstag bekannt gewordenen Laboranalyse sind erneut Verunreinigungen von Lebensmitteln mit potenziell krebserregenden aromatischen Mineralölen (MOAH) nachgewiesen worden. Betroffen sind nach Angaben von Stiftung Warentest sechs Olivenöle. Die Verbraucherorganisation foodwatch forderte Hersteller und Händler auf, unverzüglich einen Rückruf der Produkte zu veranlassen und ihren Verkauf zu stoppen.

„Die Olivenöle stellen ein ernstzunehmendes Gesundheitsrisiko dar. Ihr Verkauf muss sofort gestoppt werden“, erklärte Luise Molling von foodwatch. Sie forderte gesetzliche Konsequenzen: „Angesichts des x-ten Nachweises von gefährlichem Mineralöl in Lebensmitteln hat die Bundesregierung zu erklären, warum sie noch immer Maßnahmen zum Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher verweigert. Es ist offensichtlich, dass die Lebensmittelbranche das Problem nicht im Griff hat. Ernährungsminister Christian Schmidt muss sichere Grenzwerte für Mineralölverunreinigungen festlegen – für die besonders kritischen aromatischen Mineralöle muss Null-Toleranz gelten.“

Stiftung Warentest zufolge sind folgende Olivenöle mit den potenziell krebserregenden und erbgutverändernden aromatischen Mineralölen (MOAH) belastet:

- Alnatura Italienisches Oliven Öl nativ extra D.O.P. Dauno Gargano g. U. (Bio)
- Gaea Region Kalamata Peleponnes Natives Olivenöl extra
- Herdade Paço do Conde Portugal Natives Olivenöl extra („hoch belastet“)
- L’Estornell Arbequina-Picual Natives Olivenöl extra („hoch belastet“, verkauft u.a. via Amazon)
- Livio Natives Olivenöl extra 100% griechische Koroneiki-

Oliven („hoch belastet“)

– Mani Bläuel Kalamata g. U. Olivenöl nativ extra (Bio, „hoch belastet“)

Alle (!) 26 getesteten Olivenöle waren den Testern zufolge mit gesättigten Mineralölen (MOSH) kontaminiert die sich im Körper anreichern und Organe schädigen können. Der vollständige Test soll im Februar-Heft der Zeitschrift „test“ veröffentlicht werden.

Zuletzt hatte die Marke „Lafer. Lecker. Leben“ im Januar wegen hoher MOAH-Werte den Verkauf einer Pfeffer-Spezialität („Malabar-Pfeffer schwarz“) gestoppt. Ebenfalls im Januar kritisierte Ökotest Dr.-Oetker-Produkte aufgrund von MOSH-Belastungen. Im Dezember 2015 wurde aufgrund von Analysen des bayerischen Landesgesundheitsamtes bekannt, dass mehrere Schokoladen-Adventskalender mit MOSH und MOAH verunreinigt waren. Zuvor hatte foodwatch Ende Oktober 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.

Links:

– E-Mail-Aktion für einen besseren Schutz vor Mineralölbelastungen: www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Quellen und weiterführende Informationen:

- Stiftung Warentest zum Olivenöltest: www.tinyurl.com/stiwa-oliven
- Öko-Test zu Dr. Oetker: www.tinyurl.com/oekotest-oetker
- Testergebnisse foodwatch: www.mineraloel-test.foodwatch.de
- Presseerklärung zum Verkaufsstopp der Lafer-Pfefferspezialität: www.tinyurl.com/pm-lafer
- LGL Bayern zur Adventskalender-Untersuchung: www.tinyurl.com/advent-bayern

- foodwatch-Hintergrundpapier Mineral-Öl:
www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de
- Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl:
tinyurl.com/ovgvtkz

Pressekontakt:

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90