

# **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 | 14. 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 Gänschen‘ 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](http://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](http://www.foodwatch.de/aktion-lebensmittelbuch)

**Quellen und weiterführende Links:**

– foodwatch über die Lebensmittelbuchkommission mit Produktbeispielen: [www.tinyurl.com/fw-lmbk](http://www.tinyurl.com/fw-lmbk)

– Evaluationsbericht im Auftrag des Bundesernährungsministeriums: [www.tinyurl.com/j83emob](http://www.tinyurl.com/j83emob)

– Koalitionsantrag für eine Reform der Kommission: [www.tinyurl.com/antrag-lmbk](http://www.tinyurl.com/antrag-lmbk)

**Pressekontakt:**

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: [presse@foodwatch.de](mailto:presse@foodwatch.de)

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Fax: +49 (0)30 / 24 04 76 – 26

---

**Präventionsgesetz:  
Regierungsentwurf untauglich  
im Kampf gegen Übergewicht**

# und Fehlernährung – Debatte am heutigen Mittwoch im Gesundheitsausschuss

geschrieben von Andreas | 14. Januar 2016  
Pressemitteilung – Thema: Kinderernährung

Berlin, 22. April 2015. Der von der Bundesregierung vorgelegte Entwurf für ein "Präventionsgesetz" ist ungeeignet für den Kampf gegen Krankheiten, die durch ungesunde Ernährung mitverursacht werden. Keine einzige Maßnahme im Gesetzentwurf adressiert die Mitverantwortung der Lebensmittelindustrie für die dramatische Zunahme von Übergewicht und Fettleibigkeit bei Kindern. Das hat die Verbraucherorganisation foodwatch vor der heutigen Anhörung über den Gesetzentwurf im Gesundheitsausschuss kritisiert. foodwatch forderte, endlich auch die Lebensmittelindustrie in die Verantwortung zu nehmen: Neben einer Marketingbeschränkung für unausgewogene Kinderprodukte müssten etwa auch verbindliche Standards für die Verpflegung in Schulen und Kindertagesstätten festgelegt sowie der Zucker- und Salzgehalt in verarbeiteten Lebensmitteln reduziert werden.

"Es ist eine Kapitulationserklärung vor den Gewinninteressen der Lebensmittelindustrie, dass im gesamten Gesetzestext mit keiner Silbe die Mitverantwortung der Branche für Übergewicht und Fehlernährung genannt wird. Durch aggressives Marketing und ein nie dagewesenes Angebot an übersüßten und fettigen Produkten werden Kinder und Jugendliche zu einem unausgewogenen Ernährungsstil verführt. Enormen Gewinnen auf Seiten der Branche stehen enorme Kosten für das Gesundheitswesen gegenüber. Genau hier müsste eine wirksame Präventionsstrategie ansetzen – doch die Bundesregierung kuscht vor der Lebensmittelloobby", kritisierte Oliver Huizinga, Experte für Kinderernährung bei foodwatch. Die

Verbraucherorganisation forderte den Gesundheitsausschuss im Deutschen Bundestag auf, die Prävention von Fehlernährung, Übergewicht und Adipositas (Fettleibigkeit) als Zielvorgabe in den Gesetzentwurf aufzunehmen und verlangte effektive Maßnahmen, um insbesondere Kinder besser zu schützen: So dürften unausgewogenes Junkfood, Süßigkeiten oder Softdrinks nicht länger gezielt als Kinderprodukte beworben und mit Comicfiguren, Spielzeugbeigaben oder Gewinnspielen an Kinder vermarktet werden. Vorbild dafür soll ein kürzlich vorgestelltes Modell der Weltgesundheitsorganisation (WHO) sein, wonach nur noch bestimmte, ausgewogene Lebensmittel an Kinder vermarktet werden dürfen.

Das sogenannte Präventionsgesetz soll laut Bundesgesundheitsministerium die "Prävention und Gesundheitsförderung in jedem Lebensalter und in allen Lebensbereichen" verbessern. Im Bereich Ernährung setzt die Bundesregierung dabei jedoch vor allem auf Appelle und Ernährungsbildung – aus Sicht von foodwatch unzureichend angesichts des grassierenden Übergewichts gerade bei jungen Menschen: Im Vergleich zu den 80er und 90er Jahren ist der Anteil übergewichtiger Kinder um 50 Prozent gestiegen. Ein entscheidender Grund dafür ist das veränderte Lebensmittelangebot – jederzeit und überall sind stark kalorienhaltige, hochgradig verarbeitete Lebensmittel verfügbar und werden massiv beworben. Dabei prägt die Lebensmittelwirtschaft durch gezieltes Marketing bereits junge Konsumenten auf jene Produkte, die die größte Profitabilität versprechen: Süßwaren, Softdrinks und unausgewogene Snacks. Diese Problematik adressiert der Gesetzentwurf jedoch nicht – und bestätigt damit exakt die Kritik der WHO-Chefin Margaret Chan, die vor knapp zwei Jahren formuliert hatte: "Kein einziger Staat hat es geschafft, die Adipositas-Epidemie in allen Altersgruppen zu stoppen. Hier mangelt es nicht an individueller Willenskraft. Hier mangelt es am politischen Willen, sich mit einer großen Industrie anzulegen."

Oliver Huizinga von foodwatch: "Wider besseres Wissen bedient die Bundesregierung die Mär vom individuellen Fehlverhalten als Ursache für die Ausbreitung von Übergewicht, statt mit konkreten Maßnahmen insbesondere Kinder und Jugendliche vor den ebenso schamlosen wie ausgefuchsten Manipulationen der Ernährungsbranche zu schützen."

Redaktionelle Hinweise:

- foodwatch-Stellungnahme zur Anhörung im Gesundheitsausschuss über das "Präventionsgesetz": [bit.ly/1HQnFtf](https://bit.ly/1HQnFtf)
- Mehr Informationen zum WHO-Modell für die Beschränkung von an Kindern gerichtetes Marketing für Lebensmittel: [bit.ly/1Dqc00D](https://bit.ly/1Dqc00D)
- Bundesgesundheitsministerium zum Präventionsgesetz: [bit.ly/1H8D0rh](https://bit.ly/1H8D0rh)

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Andreas Winkler

E-Mail: [presse@foodwatch.de](mailto:presse@foodwatch.de)

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90