

EU-Parlament will irreführende Gesundheitswerbung weiter erlauben – foodwatch- Statement zur Resolution im EU-Parlament über Gesundheitswerbung auf Lebensmitteln

geschrieben von Andreas | 13. April 2016
Pressekommentar

Berlin, 12. April 2016. Zu der heutigen Resolution des Europäischen Parlaments, sogenannte Nährwertprofile aus der EU-Verordnung zu Gesundheitswerbung auf Lebensmitteln („Health Claims-Verordnung“) zu streichen, erklärt Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelmarketing bei der Verbraucherorganisation foodwatch:

„Das Europäische Parlament schlägt sich auf die Seite der Lebensmittellobby. Ob zuckrige Limo mit ‚wertvollen Vitaminen‘, Schokolade mit ‚Calcium‘ oder gefährliche Energydrinks mit ‚B-Vitaminen‘: Die Industrie soll weiterhin Zuckerbomben und Junkfood ganz legal mit Gesundheitsbotschaften bewerben dürfen. Wenn der zuständige EU-Kommissar Vytenis Andriukaitis dieser absurden Einschätzung des Parlaments folgt, kann die Zucker-Lobby die Korken knallen lassen! Das einträgliche Geschäft mit billigen Vitaminzusätzen in profitablen Junkfood kann weiter gehen.

Die alltägliche Verbrauchertäuschung mit irreführender

Gesundheitswerbung muss aufhören. Es wäre ein Leichtes das Nährwertmodell der Weltgesundheitsorganisation umzusetzen: Nur noch Produkte, die den WHO-Kriterien für ausgewogene Lebensmittel entsprechen, sollten mit Gesundheitsbotschaften werben dürfen.“

Hintergrund:

Die EU hätte bereits 2009 sogenannte Nährwertprofile mit Mindestanforderungen festlegen müssen – so steht es in der Health Claims-Verordnung. Danach sollten Produkte, die zu viel Fett, Salz oder Zucker enthalten, nicht mit gesundheits- oder nährwertbezogenen Angaben werben dürfen. Das EU-Parlament hat sich nun heute dafür ausgesprochen, dass solche Mindestanforderungen für die Nährwertzusammensetzung aus der Verordnung gestrichen werden. Wenn das passiert, dürfen weiterhin auch unausgewogene Produkte wie Süßigkeiten oder Limonade ganz legal mit Gesundheitsslogans beworben werden. Die Resolution des Parlaments ist nicht verbindlich, sondern ein Appell an die zuständige EU-Kommission.

Eine foodwatch-Studie hatte vergangene Woche belegt, wie weit verbreitet die systematische Verbrauchertäuschung mit Gesundheitsversprechen ist: 90 Prozent der Lebensmittel, die auf der Verpackung mit Vitaminen werben, sind in Wahrheit zu süß, zu fettig oder zu salzig und entsprechen nicht den Kriterien der Weltgesundheitsorganisation (WHO) für ausgewogene Lebensmittel. foodwatch fordert eine gesetzliche Regelung, so dass nur noch solche Produkte mit Gesundheitsbotschaften beworben werden dürfen, die den WHO-Kriterien für ausgewogene Lebensmittel genügen. Dabei spielen unter anderem die Anteile von Fett, Zucker und Salz, aber auch der Kaloriengehalt oder zugefügte Süßstoffe eine Rolle.

Quellen und Links:

- foodwatch-Studie zu Vitaminwerbung: tinyurl.com/vitaminwerbung
- Fotostrecke mit Beispielpunkten zum Download: tinyurl.com/z2r99fd

– Nährwertmodell der Weltgesundheitsorganisation:
tinyurl.com/h79bnrv

Pressekontakt:

Andreas Winkler

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90