

Frankreichs Supermärkte verbannen krebsverdächtige Mineralölverunreinigungen aus Lebensmitteln – foodwatch wirft deutschen Handelsketten Versagen beim Gesundheitsschutz vor

geschrieben von Andreas | 30. November 2016
Pressemitteilung

Berlin/Paris, 29. November 2016. In Frankreich akzeptieren nahezu alle großen Handelsketten bei ihren Eigenmarken nur noch Lebensmittel ohne Mineralölverunreinigungen. Das gaben die Unternehmen E.Leclerc, Carrefour, Lidl, Intermarché, Casino und Système U gegenüber dem französischen Büro der Verbraucherorganisation foodwatch bekannt. Zusammen haben die Handelsketten einen Marktanteil von mehr als 84 Prozent.

„Die französischen Supermarkt-Ketten nehmen die Gefahr durch Mineralöle in Lebensmitteln endlich ernst. Umso unverständlicher ist es, dass die meisten Handelskonzerne in Deutschland trotz ihrer massiven Marktmacht ihren Lieferanten keine klaren Vorgaben machen“, erklärte Johannes Heeg von der Verbraucherorganisation foodwatch.

Alle Lebensmittel, die als Eigenmarken von den sechs französischen Handelsketten verkauft werden, müssen künftig frei von den krebserregenden aromatischen Mineralölen (MOAH) sein. Bei den gesättigten Mineralölen (MOSH) gilt ein strenger Grenzwert von 2 mg/kg. Die zweitgrößte Handelskette E.Leclerc kündigte sogar an, dass sich auch Hersteller von

Markenprodukten an diese Vorgaben halten müssen. Sowohl die Europäische Lebensmittelsicherheitsbehörde (EFSA) als auch das zuständige deutsche Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) verweisen auf das krebserregende und erbgutschädigende Potenzial aromatischer Mineralöle (MOAH). Gesättigte Mineralöle (MOSH) können sich im Körper anreichern und die Organe schädigen.

Unter den großen Einzelhandelsketten in Deutschland verlangen bislang lediglich Aldi Süd, Lidl und Kaufland die Einhaltung konkreter Höchstwerte für Mineralölverunreinigungen in Lebensmitteln. Edeka und Metro verfolgen zwar eigene Minimierungsstrategien, machen allerdings keine konkreten Vorgaben für Grenzwerte. Rewe reagierte auf Anfragen von foodwatch überhaupt nicht. „Die meisten deutschen Handelsketten verharmlosen die Gefahr durch Mineralöle in Lebensmitteln. Bundesernährungsminister Christian Schmidt muss per Gesetz dafür sorgen, dass alle Verbraucherinnen und Verbraucher vor gesundheitsgefährdenden Mineralölen geschützt werden“, sagte Johannes Heeg.

foodwatch fordert eine Mineralölverordnung, die die Hersteller dazu verpflichtet, bei Kartonverpackungen sogenannte funktionelle Barrieren einzusetzen: Mit einem geeigneten Innenbeutel oder einer Beschichtung der Verpackung wird der Übergang von Mineralölen und hunderten weiteren gesundheitsgefährdenden Chemikalien auf die Lebensmittel verhindert. Zudem verlangt die Verbraucherorganisation strikte Höchstwerte für Mineralöle in den Lebensmitteln selbst. Für die besonders kritischen aromatischen Mineralöle (MOAH) müsse eine Null-Toleranz gelten. Nur so würden die Hersteller dafür sorgen, dass auch aus anderen Quellen, wie Produktionsmaschinen und Transport-Umverpackungen, kein Mineralöl in Lebensmittel gelangt.

Immer wieder werden in Tests Mineralöle in Lebensmitteln gefunden. Zuletzt fand sie das bayerische Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL) in Schokoladen-

Adventskalendern, das Magazin Öko-Test wies sie in Donuts nach und foodwatch unter anderem in Lindt-Pralinen und dem Kinder-Riegel von Ferrero. In den Jahren 2011 bis 2015 war jedes vierte bei amtlichen Kontrollen getestete Lebensmittel mit krebbsverdächtigen Mineralölen (MOAH) belastet.

Link:

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

Quellen und weiterführende Informationen:

- Pressemitteilung von foodwatch Frankreich inklusive Schriftwechsel mit den Handelsketten: www.tinyurl.com/z66g9hv
- Pressemitteilung von foodwatch Deutschland: Lidl und Kaufland verlangen von Lieferanten saubere Lebensmittel: www.tinyurl.com/jmpabtv
- Netto Markendiscount stoppt Verkauf von Adventskalender: www.tinyurl.com/hzzzeqo
- LGL zur Adventskalender-Untersuchung: www.tinyurl.com/zglqwtD
- Behörden-Messengergebnisse zu Mineralölen in Lebensmitteln: www.foodwatch.org/uploads/media/2016-07-28_Auswertung_foodwatch_VIG_final_01.pdf
- foodwatch-Hintergrundpapier Mineralöl: www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de
- Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl: www.tinyurl.com/ovgvtkz
- EFSA Scientific Opinion: www.tinyurl.com/p9kausf

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Netto Markendiscount stoppt Verkauf von mineralölbelastetem Adventskalender

geschrieben von Andreas | 30. November 2016
Pressemitteilung

- foodwatch fordert öffentlichen Rückruf – stiller Rückruf nicht ausreichend
- Mineralölverunreinigung war Netto-Kooperationspartner WWF schon länger bekannt
- Gesetzgeber darf Lebensmittelsicherheit nicht den Unternehmen überlassen

Berlin, 25. November 2016. Netto Markendiscount hat den Verkauf seines mineralölbelasteten Schokoladen-Adventskalenders gestoppt. Das bestätigten Mitarbeiter des Lebensmittelhändlers am Freitag gegenüber der Verbraucherorganisation foodwatch. Am Mittwoch waren auf Antrag von foodwatch Untersuchungsergebnisse des bayerischen Landesamts für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL) bekannt geworden, denen zufolge der Kalender „Santa Claus in town“, von Netto Markendiscount in Kooperation mit der Umweltorganisation WWF angeboten, mit aromatischen Mineralölen (MOAH) verunreinigt ist. MOAH gelten als potenziell krebserregend und erbgutschädigend.

foodwatch forderte den Lebensmitteldiscounter auf, nicht nur einen „stillen“ Rückruf – also einen Verkaufsstopp – zu veranlassen, sondern einen öffentlichen Rückruf. Das Handelsunternehmen Norma hat zwei ebenfalls belastete

Adventskalender der Firma Rübezahl bereits am Mittwoch öffentlich zurückgerufen. „Es ist die Verantwortung von Netto Markendiscount, jetzt auch all diejenigen zu informieren, die das belastete Produkt bereits gekauft haben. Kein Kind sollte diese Schokolade verzehren“, sagte Johannes Heeg von foodwatch.

Die Belastung war zudem schon länger bekannt als bisher angenommen. Nach eigenen Angaben hatte WWF Anfang November einen Adventskalender von Netto Markendiscount im Labor analysieren lassen – auch hierbei wurden aromatische Mineralöle nachgewiesen. Der Prüfbericht des Labors trägt das Datum 14.11. – weder der WWF noch Netto Markendiscount machten die Ergebnisse zunächst jedoch publik, das Handelsunternehmen beließ den Adventskalender im Sortiment. Auch der WWF forderte offenbar keinen Rückruf sondern ließ es zu, dass der belastete Adventskalender mit aufgedrucktem WWF-Logo weiterhin an Kinder bzw. Eltern verkauft wurde. Erst nachdem die Belastung neun Tage später, am 23.11., durch die von foodwatch beantragte Veröffentlichung des bayerischen Landesamts ohnehin publik wurde, informierte der WWF über die eigene Messung. Er erklärte am 23.11. zudem, kein Geld aus dem Erlös der Kalender von Netto Markendiscount annehmen zu wollen. Ursprünglich war geplant, dass der WWF je verkauften Kalender einen Euro für Artenschutzprojekte erhalten sollte.

Der Fall Netto Markendiscount zeigt aus Sicht von foodwatch beispielhaft, dass der Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Mineralölen in Lebensmitteln nicht den Unternehmen überlassen werden darf:

- Das Mineralölproblem war lange bekannt: Bereits 2015 hatte Netto Markendiscount den Messungen des bayerischen LGL zufolge einen MOAH-belasteten Adventskalender im Verkauf. Damals klagte das Unternehmen sogar gegen die Veröffentlichung der Behördendaten vor Weihnachten, verlor jedoch in zwei Instanzen.
- 2016 bringt Netto Markendiscount dennoch erneut einen MOAH-

belasteten Kalender in den Handel. Nach Darstellung des WWF gab es zwar Anstrengungen zur Vermeidung von Mineralöl, etwa durch eine sorgfältige Auswahl der Verpackungsmaterialien – diese betrafen aber offenkundig nicht alle möglichen Mineralölquellen und konnten die MOAH-Verunreinigung der Schokolade nicht verhindern.

– Am 14.11. stellt das renommierte Berliner Institut Kirchhoff den Prüfbericht für eine vom WWF beauftragte Analyse aus. Sie zeigt, dass der Kalender von Netto-Markendiscout erneut mit MOAH belastet ist.

– Am 23.11. veröffentlicht das LGL auf Antrag von foodwatch entsprechende Untersuchungsergebnisse. Nun macht auch der WWF seinen Prüfbericht publik. Der Spitzenverband der Lebensmittelwirtschaft BLL erklärt am selben Tag, dass ein Rückruf nicht erforderlich sei. Netto-Konkurrent Norma bewertet dies offenbar anders und ruft die von ihm vertriebenen, MOAH-belasteten Schokoladenkalender öffentlich zurück – Netto Markendiscout zunächst nicht.

„Messdaten werden gar nicht erst publik oder erst spät, belastete Produkte kommen dennoch in den Handel, der Branchenverband wehrt sich mit Händen und Füßen gegen Maßnahmen zum Schutz der Gesundheit: Es gibt kaum einen Fall, in dem die Notwendigkeit regulativer Maßnahmen so offensichtlich ist wie bei der Mineralölproblematik in der Lebensmittelwirtschaft“, erklärte Johannes Heeg. „Bundesernährungsminister Christian Schmidt hat es in der Hand, per Verordnung sichere Grenzwerte festzulegen. Es gibt keinen guten Grund, dies weiterhin zu unterlassen.“

Erneut kritisierte foodwatch die Verharmlosungen der Gesundheitsgefährdung durch aromatische Mineralöle. Eine Verunreinigung mit MOAH sei selbst in geringer Konzentration gerade nicht „unbedenklich“. Eine solche Aussage widerspricht nach Auffassung von foodwatch dem Stand der Wissenschaft, der zufolge selbst Spuren aromatischer Mineralöle potenziell krebserregend und erbgutschädigend sind. So verweist die

Europäische Lebensmittelbehörde EFSA darauf, dass solange aromatische Mineralöle – gleich in welcher Konzentration – in einem Lebensmittel vorhanden sind, immer von einem erbgutverändernden Potenzial ausgegangen werden muss („All MOH mixtures are mutagenic unless they are treated specifically to remove MOAH“).

Link:

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

Quellen und weiterführende Informationen:

- LGL zur Adventskalender-Untersuchung: www.tinyurl.com/zglqwtD
- WWF zur Belastung des Netto-Markendiscout-Adventskalenders: www.wwf.de/netto-adventskalender/
- Prüfbericht der vom WWF beauftragten Laboranalyse: www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Netto-Adventskalender-Laboranalyse-Institut-Kirchhoff.pdf
- foodwatch-Hintergrundpapier Mineralöl: www.mineraloel-hintergrund.foodwatch.de
- Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) zu Mineralöl: www.tinyurl.com/ovgvtkz
- EFSA Scientific Opinion: www.tinyurl.com/p9kausf

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Gefährliche Mineralöle: Lidl und Kaufland verlangen von Lieferanten saubere Lebensmittel

geschrieben von Andreas | 30. November 2016
Pressemitteilung

- Lidl und Kaufland akzeptieren bei ihren Eigenmarken keine bestimmbaren Verunreinigungen mit aromatischen Mineralölen
- Bereits Aldi Süd verlangt Lebensmittel ohne die krebserregenden und erbgutschädigenden Substanzen, Eigenmarken-Hersteller stehen hinter dem Vorstoß
- foodwatch fordert: Rewe, Edeka und Co müssen nachziehen

Berlin, 19. Juli 2016. Alle Lebensmittel, die als Eigenmarken von Lidl und Kaufland verkauft werden, dürfen in Zukunft keine bestimmbaren Mengen aromatischer Mineralöle enthalten. Das erklärten Sprecherinnen beider Discounter gegenüber der Verbraucherorganisation foodwatch. Aromatische Mineralöle (MOAH) können laut Europäischer Lebensmittelsicherheitsbehörde (EFSA) Krebs auslösen und das menschliche Erbgut schädigen. Lidl und Kaufland sind nach Aldi Süd bislang die einzigen Handelskonzerne, die ihren Eigenmarken-Lieferanten strikte Vorgaben zu Mineralölverunreinigungen machen.

„Erst Aldi Süd, jetzt auch Lidl und Kaufland: Langsam aber sicher dämmert es der Branche, dass gefährliche Mineralöle nicht in unser Essen gehören. Jetzt müssen auch Edeka, Rewe und Co ihren Herstellern den Ölhahn zudrehen“, forderte Johannes Heeg von foodwatch.

Die Schwarz-Gruppe, zu der Lidl und Kaufland gehören, ist Europas größter Handelskonzern. Bereits im Februar hatte Konkurrent Aldi Süd angekündigt, keine

Mineralölverunreinigungen mehr in seinen Eigenmarken zu dulden. Der Discounter erntete daraufhin harsche Kritik vom führenden Lobbyverband der deutschen Lebensmittelindustrie (BLL): Die Anforderungen von Aldi Süd seien technisch nicht umsetzbar. Auf Nachfrage von foodwatch bestätigte Aldi Süd jedoch jetzt, dass „zahlreiche“ Lieferanten die Initiative „unterstützen“.

„Dass Aldi und seine Hersteller beim Thema Mineralöle an einem Strang ziehen, ist eine schallende Ohrfeige für die Cheflobbyisten der Branche. Seit Jahren behaupten sie, das Problem nicht lösen zu können. Doch durch unseren Druck wird immer klarer: Mineralöle in Lebensmitteln sind nicht nur inakzeptabel, sondern auch technisch vermeidbar“, sagte Johannes Heeg.

foodwatch fand in einer Reihe von Tests aromatische Mineralöle (MOAH) in Lebensmitteln – zuletzt im Kinder-Schokoriegel von Ferrero und in Schokolade von Lindt und Rübzahl. Die Verbraucherorganisation fordert eine Null-Toleranz für MOAH in Lebensmitteln. Zudem müssten die Produkte durch schützende Barrieren vor dem Übergang von Mineralölen aus Altpapierverpackungen geschützt werden. Solange es keine europäische Regelung gibt, sei die Bundesregierung in der Pflicht, ein nationales Gesetz zu beschließen.

Link:

E-Mail-Aktion „Gefährliches Mineralöl raus aus Lebensmitteln!": www.mineraloel-aktion.foodwatch.de

Redaktionelle Hinweise:

- Schreiben von Lidl an foodwatch: tinyurl.com/gveqh38
- Schreiben von Kaufland an foodwatch: tinyurl.com/zv2ddmg
- Schreiben von Aldi Süd an foodwatch: tinyurl.com/jxqddcx
- foodwatch-Test: Erneut krebbsverdächtige Mineralöle in Schokolade: tinyurl.com/jbreoaa
- Hintergrundinformationen zu Mineralölen in Lebensmitteln:

tinyurl.com/ztcfl2z

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90