

**Ausschuss für Verbraucherschutz, Ernährung und  
Landwirtschaft**

**Wortprotokoll**

der

**30. Sitzung**

des Ausschusses für Verbraucherschutz,  
Ernährung und Landwirtschaft  
10. Ausschuss

**Montag, 09. Februar 2004, 11:00 Uhr**

**Sitzungsort: Berlin, Marie-Elisabeth-Lüders-Haus, Anhörungssaal**

**Öffentliche Anhörung:**

**Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates  
über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel**

**Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates  
über den Zusatz von Vitaminen und Mineralien sowie bestimmten anderen  
Stoffen zu Lebensmitteln**

**Vorsitz: Ulrike Höfken, MdB**

**ZUR TAGESORDNUNG:**

**S. 14 - 70**

**Einzigiger Tagesordnungspunkt**

Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über  
nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel  
KOM-Nr. (2003) 424 endg.; Ratsdok.-Nr: 11646/03

Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über  
den Zusatz von Vitaminen und Mineralien sowie bestimmten anderen Stoffen zu Le-  
bensmitteln  
KOM-Nr. (2003) 671 endg.; Ratsdok.-Nr: 14842/03

(Auf Antrag der Koalitionsfraktionen, der Fraktionen der CDU/CSU und der FDP vom  
10.12.2003 sowie vom 17.12.2003)

Selbstbefassung SB15(10)95

**dazu** Stellungnahmen der Verbände und Einzelsachverständigen:

15(10)335	Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.	S. 71 - 108
15(10)336	Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.	S. 109 - 126
15(10)337	Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft ZAW E.V.	S. 127 - 148
15(10)339	Prof. Dr. Joerg M. Diehl	S. 149 - 155
15(10)340	Prof. Dr. Matthias Horst	S. 156 - 225
15(10)341	Prof. Dr. Günther Wolfram	S. 226 - 231

Weitere Ausschussdrucksachen:

- 15(10)235 Entschließungsantrag der FDP-Bundestagsfraktion S. 232 - 233
- 15(10)349 Deutscher Brauer-Bund S. 234 - 238
- 15(10)350 Deutscher Weinbauverband S. 239 - 241
- 15(10)355 Markenverband S. 242 - 269

## Liste der Sachverständigen

**zur öffentlichen Anhörung  
des Ausschusses für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft  
des Deutschen Bundestages am**

**zu den EU-Verordnungen**

**Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel**  
KOM-Nr. (2003) 424 endg.; Ratsdok.-Nr: 11646/03

**Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über den Zusatz von Vitaminen und Mineralien sowie bestimmten anderen Stoffen zu Lebensmitteln**  
KOM-Nr. (2003) 671 endg.; Ratsdok.-Nr: 14842/03

### 1. Verbände / Institutionen

**Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.**

**Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

**Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V.**

### 2. Einzelsachverständige

**Angela Bardenhewer-Rating**

Mitglied im Kabinett von Kommissar Byrne, Europäische Kommission, Brüssel

**Prof. Dr. Joerg M. Diehl**

Justus-Liebig-Universität Giessen, Fachbereich Psychologie

**Prof. Dr. Matthias Horst**

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V.  
Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V.

**Prof. Dr. med Günther Wolfram**

Technische Universität München, Department für Lebensmittel und Ernährung

## Fragenkatalog

zur öffentlichen Anhörung  
des Ausschusses für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft  
des Deutschen Bundestages am

zu den Themen

### **Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über Nährwert- und gesundheitsbezogene Anga- ben über Lebensmittel**

KOM-Nr. (2003) 424 endg.; Ratsdok.-Nr: 11646/03

### **Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über den Zusatz von Vitaminen und Mineralien sowie bestimmten anderen Stoffen zu Lebensmitteln**

KOM-Nr. (2003) 671 endg.; Ratsdok.-Nr: 14842/03

#### I. Regelungskompetenz

Ist nach Ihrer Auffassung die EU-Kommission nach dem EU-Vertrag zum Er-  
lass dieser Verordnung zuständig?

#### II. Regelungserfordernis und Ausgestaltung

1. Kann mit dem von der EU-Kommission vorgelegten Verordnungsvorschlag (2003) 424 endg. dem Trend hin zu einer falschen Ernährung in Europa entgegen gewirkt werden?
2. Wie beurteilen Sie angesichts der zunehmenden Über- und Fehlernährung in industrialisierten Ländern und der steigenden Vielfalt an sogenannten gesundheitsförderlichen und innovativen Produkten die Notwendigkeit, Werbebeschränkungen für gesundheitsbezogene Angaben auf Lebensmitteln vorzuschreiben?
3. Der Verordnungsentwurf (2003) 424 endg. ist stellenweise sprachlich ungenau formuliert. Wie kann eine einheitliche Interpretation und Anwendung in den Mitgliedstaaten sichergestellt werden?
4. Ist der Verordnungsvorschlag (2003) 424 endg. grundsätzlich praktikabel und mit welchem zusätzlichen bürokratischen und finanziellen Aufwand ist zu rechnen?

5. Ist es ausreichend dem Werbenden lediglich eine Anzeigepflicht und eine Nachweispflicht für die Richtigkeit der Werbeaussagen aufzuerlegen statt ein reguläres Zulassungsverfahren einzuführen?
6. Gibt es für das Zulassungsverfahren für gesundheitsbezogene Angaben und das Totalverbot für implizite gesundheitsbezogene Angaben eine Alternative?
7. Wie wird die genaue Ausgestaltung der Positivliste für etablierte Werbeversprechen sein? Wie detailliert sollen die Vorgaben für die Werbebranche sein? Geht es dabei um wortgenaues Vorschreiben oder Rahmenvorgaben?
8. Reicht es aus, die Verordnung (2003) 424 endg. nur auf Etikettierung, Aufmachung und Werbung zu beziehen oder müssten auch Markennamen (die u.U. ein hohes Täuschungspotential haben) einbezogen werden?
9. Sollen Gesundheitsangaben für Bier, Wein und sonstige alkoholische Getränke generell verboten werden?
10. Sollten in der Verordnung (2003) 424 endg. spezielle Produktgruppen festgelegt und konkret benannt werden, für die nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben nicht erlaubt sind, wie das bereits für spezielle alkoholische Getränke gemacht wird? (z. B. grundsätzlich keine derartige Werbung bei Süßigkeiten wie Bonbons oder Schokoriegeln bzw. auf Snacks)
11. Gibt es nach Ihrer Meinung in diesem Bereich wettbewerbsverzerrende Gründe, die den Erlass der beiden Verordnungen erforderlich machen?
12. Welche Maßnahmen halten Sie, auch gesetzlich, stattdessen bzw. zusätzlich für erforderlich, um ein Mehr an Wahrheit und Klarheit in der Werbung für Lebensmittel zu erreichen?
13. Welche Maßnahmen halten Sie statt der Verordnungen bzw. zusätzlich für erforderlich, um das Problem der Fehl- und Überernährung insbesondere bei Kindern und Jugendlichen zu bekämpfen, wie es die Kommission mit diesem Vorschlag zu tun beabsichtigt, und inwiefern kann Ihr Verband dazu beitragen?
14. Wie beurteilen Sie die Verhältnismäßigkeit der beiden Verordnungen im Hinblick auf die bestehende Etikettierungsrichtlinie (§17LMBG und §§ 1,3 UWG) und die geplante Unlauterkeitsrichtlinie?
15. Wie beurteilen Sie das in beiden Verordnungsentwürfen vorgesehene Kollisionsverfahren zur Festlegung der Gesundheitsangaben durch die EU-Kommission?
16. Wie beurteilen Sie das Einzelzulassungsverfahren unter dem Aspekt des Verwaltungsaufwandes?
17. Wie sehen Sie das Problem der Haftung der EU-Kommission für eine fälschlicherweise zugelassene gesundheitsbezogene Angabe?

18. Inwieweit sehen Sie in den Verordnungen einen möglichen Verstoß gegen Artikel 5, 12 und 14 Grundgesetz?
19. Welche Auswirkungen werden die beiden Verordnungen auf die Rechtssicherheit der Werbewirtschaft haben?
20. Sind die beiden Verordnungen nach Ihrer Beurteilung WTO-konform?
21. Welcher grundsätzliche Ansatz zur Vereinbarkeit von mehr Verbraucherschutz und „schlankem Staat“ ist zu favorisieren?
22. Wie sind die aufwendigen Zulassungsverfahren mit den Forderungen der Bundesregierung um einen generellen Bürokratieabbau zu vereinbaren?
23. Wird zukünftig ein Werbespruch, wie „Haribo macht Kinder froh“ durch Artikel 11 der Verordnung verboten sein?

### III. Wirkung von Inhaltsstoffen

1. Bereits jedes fünfte Kind und jeder dritte Jugendliche ist übergewichtig und kämpft mit Gesundheitsproblemen. Welche Ernährungsregeln beugen hier vor und wie sehen gesunde Ernährungsweisen aus?
2. Ernährungsexperten empfehlen 5 x am Tag Obst und Gemüse, da epidemiologische Studien den Zusammenhang zwischen Obst- und Gemüseverzehr und Krebsrisiko belegen. Auch das Risiko für Zivilisationskrankheiten wie Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Fettsucht, Diabetes, Bluthochdruck, Gicht und Rheuma kann durch Obst und Gemüse positiv beeinflusst werden. Was sind die Gesundheitsmacher in unserer Nahrung und auf welche Nährwertprofile ist besonders zu achten?
3. Einige Lebensmittel, die mit dem Prädikat "gesundheitsfördernd" versehen werden, sind bei Ernährungswissenschaftlern durchaus umstritten (z.B. vitaminisierte Süßigkeiten, die natürlich in adäquaten Mengen gegessen werden können oder Belobigungen "mit der Extraportion Milch" oder "mit viel Vitamin C" an dem kein Mangel herrscht). Welche Lebensmittel und Ernährungsgewohnheiten sind prinzipiell für eine ausgewogene und gesunde Ernährung geeignet und helfen Krankheitsrisiken wie Infektionen, Herzkrankheiten oder Krebs zu senken?
4. Welchen Beitrag können isolierten Nährstoffe bzw. einzelne Zusatzstoffe zu einer gesunden Ernährungsweise leisten?
5. Wie problematisch ist eine übermäßige Nährstoffzufuhr für die Ernährung und Gesundheit von Menschen?
6. Wie ist dies für die zusätzliche Zufuhr von Mineralien und Vitaminen zu beurteilen?

7. Wie bewerten Sie Forderungen nach weiteren Nährwertdefinitionen, z.B. glutenfrei, laktosefrei o.ä.?
8. Auf welcher wissenschaftlichen Grundlage könnte die Definition von „gutem“ und „schlechtem“ Ernährungsprofil beruhen?
9. Wie verlässlich sind diese Angaben aus wissenschaftlicher Perspektive?
10. a) Wie problematisch ist eine unphysiologische / übermäßige Zufuhr von „anderen Substanzen“ (Kap. I, Art 2 (3)), z. B. isolierten sekundären Pflanzenstoffen?
10. b) Welche Konsequenzen resultieren daraus für die Kennzeichnung der Lebensmittel?
11. Bestehen nach wissenschaftlichen Erkenntnissen bei mit Vitaminen und Mineralstoffen angereicherten Nahrungsmitteln Risiken für die Gesundheit?

#### IV. Verbraucherschutz, Werbung, Wettbewerb

1. Wie kann der unerfahrene Konsument den Gesundheitsnutzen von Lebensmitteln erkennen?
2. Bringt eine einheitliche Nährwertkennzeichnung in Europa Vorteile im Hinblick auf Verbraucherschutz, Rechtssicherheit und Wettbewerb?
3. Welche Bedeutung hat die Vereinheitlichung der Vorschriften für nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben in Europa für ein „Europa des mündigen Verbrauchers“?
4. Wie ist das der Verordnung zugrunde liegende Leitbild des sogenannten „durchschnittlichen Verbrauchers“ zu bewerten?
5. Wie ist der Verordnungsvorschlag (2003) 424 endg. aus verbraucherpolitischer Perspektive zu bewerten?
6. Wie sind Angaben, die auf allgemeine nicht spezifische Vorteile eines Nährstoffs oder eines Lebensmittels in Bezug auf allgemeine Befindlichkeiten verweisen oder Angaben, die sich auf psychische Funktionen oder Verhaltensfunktionen beziehen sowie Angaben, die auf schlankmachende und gewichtskontrollierende Eigenschaften hinweisen, aus Sicht der Verbraucher zu beurteilen?
7. Welchen Einfluss haben nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben in der Werbung für Lebensmittel auf das Kaufverhalten von Erwachsenen und Kindern?
8. Wie sieht es mit derartigen Angaben auf speziellen Kinderlebensmitteln aus?
9. Wie werden Kennzeichnungen aus Kindersicht verstanden und gewertet?



10. In welcher Weise beeinflussen Angaben, die dem Lebensmittel eine das allgemeine Wohlbefinden steigernde Wirkung zusprechen, die Konsum- und Ernährungsgewohnheiten von Verbrauchern?
11. Gibt es derzeit eine Fehlinformation der Verbraucherinnen und Verbraucher durch irreführende Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben?
12. Können die im Verordnungsvorschlag (2003) 424 endg. vorgesehenen Regelungen dazu beitragen, dass eine irreführende Werbung in Zukunft unterbleibt?
13. Welchen Einfluss auf die Ernährungsgewohnheiten von Kindern und Jugendlichen haben Angaben bei Lebensmitteln mit verringertem Nährstoffgehalt?
14. Wie werden aus der Sicht von Verbraucherinnen und Verbrauchern Angaben über Gesundheit und Nährwert verstanden und gewertet?
15. Wie wichtig ist bzw. welchen Einfluss hat die Lesbarkeit und Platzierung an herausgehobener Stelle eines Hinweises z.B. auf eine ausgewogene Ernährung und gesunde Lebensweise bzw. auf mögliche Verzehrbeschränkungen (Mengen und nicht geeignete Personengruppen)? Müssten hier eine Mindestschriftgröße und ein Platzierungsort festgelegt werden, um die Wahrnehmung sicherzustellen?
16. Wie beurteilen Sie beide Verordnungsentwürfe in der jetzigen Fassung insgesamt im Hinblick auf die Ziele, nämlich ein höheres Verbraucherschutzniveau durch mehr freiwillige Information, höhere Rechtssicherheit, Verbesserung des freien Warenverkehrs, gleiche Wettbewerbsbedingungen und die Förderung der Innovationsfähigkeit in der EU zu erreichen?
17. Welche Auswirkungen werden die Verordnungen in dieser Fassung auf die Unternehmen Ihres Verbandes haben, im Hinblick
  - a) auf die Angebotsvielfalt,
  - b) auf die finanzielle Situation,
  - c) auf die Zahl der Arbeitsplätze
  - d) die Innovationsmöglichkeiten?
18. Wird durch Artikel 19 der Verordnung zur Nährwertbezogenen Kennzeichnung das Betriebsgeheimnis der betroffenen Unternehmen ausreichend gewahrt?
19. Ist die Verordnung im Grundsatz mit der Forderung nach einem „mündigen Verbraucher“ zu vereinbaren?
20. Ist es in einer sozialen Marktwirtschaft zielführend und sinnvoll, den Verbrauchern über staatliche Zwangsmaßnahmen richtiges Ernährungsverhalten zu verordnen?
21. Welche Konsequenzen sind für die überwiegend mittelständisch geprägte Ernährungswirtschaft und Werbewirtschaft in Deutschland zu erwarten?

22. Welche Konsequenzen hat ein Werbeverbot für Erzeugnisse mit „ungünstigen“ Nährwertprofilen, nährwert- und gesundheitsbezogenen Werbeaussagen für die Lebensmittelbranche, Süßwarenindustrie und Werbewirtschaft?
23. Welchen Einfluss hat eine Beschränkung einzelner Lebensmittel in der Marktkommunikation auf das Ernährungsverhalten der Verbraucher nach den bisher durchgeführten wissenschaftlichen Studien?
24. Ist die Einführung von Nährwertprofilen im Hinblick auf die Übergewichtsproblematik dringend erforderlich?
25. Welche Auswirkungen sehen Sie durch das Erfordernis eines Zulassungsverfahrens im Hinblick auf gesundheitsbezogene Werbeaussagen z.B. für mittelständische Süßwarenunternehmen?
26. Wie beurteilen Sie das System der geschlossenen Listen (Artikel 8 und 12) bei nährwert- und gesundheitsbezogenen Werbeaussagen für Ihre Branche?
27. Führt der Hinweis, auf einen besonderen Ernährungszweck oder eine gesundheitliche Angabe dazu, dass vermehrt Süßigkeiten zu Lasten anderer, gesünderer Lebensmittel, wie etwa Obst und Gemüse verzehrt werden?

**Anwesenheitsliste\***

**Mitglieder des Ausschusses**

Ordentliche Mitglieder des Ausschusses

Stellv. Mitglieder des Ausschusses

**SPD**

**CDU/CSU**

**B90/GRUENE**

**FDP**

---

\*) Der Urschrift des Protokolls ist die Liste der Unterschriften beigelegt.

**Bundesregierung**

**Bundesrat**

**Fraktionen und Gruppen**



**Die stv. Vorsitzende:** Herr Staatssekretär Thalheim wird später eintreffen. Ich begrüße ganz herzlich Herrn Dr. Toepner vom BMVEL, den Vertreter des BMVEL, Herrn Streese, alle Mitarbeiter und natürlich unsere Hauptpersonen hier, die Sachverständigen von den Verbänden und Institutionen: vom Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie Herrn Dr. Kendziur, Herrn Reingen und Herrn Prof. Dr. Mattissek, von der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. Herrn Thomas Isenberg und Frau Angelika Michel-Drees, vom Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft Herrn Dr. Wronka und Frau Berghoff. Als Einzelsachverständige begrüße ich ganz herzlich Frau Angela Bardenhewer-Rating, und zwar als Vertreterin des Kabinetts von Kommissar Byrne der EU-Kommission. Ich begrüße Herrn Prof. Dr. Diehl von der Justus-Liebig-Universität in Giessen, Herrn Prof. Dr. Horst von der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. und Herrn Prof. Dr. Wolfram von der TU München.

Ich denke, wir sollten, so wie es Sinn macht, vorgehen. Ich würde dann zunächst darum bitten, ein kurzes Statement zu geben, und zwar in folgender Reihenfolge: Prof. Dr. Wolfram, dann Herr Prof. Dr. Horst, dann Herr Prof. Dr. Diehl, dann der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie, dann die Verbraucherzentrale Bundesverband, dann der Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft und dann Frau Bardenhewer-Rating. Wären Sie damit einverstanden? Dann würde ich Herrn Prof. Dr. Wolfram bitten zu beginnen.

**Prof. Dr. med. Wolfram, Technische Universität München:** Sehr geehrte Frau Vorsitzende, vielen Dank für die Worterteilung. Ich meine, dass die Diskussionen um den Zusatz von Vitaminen und Mineralstoffen zu Lebensmitteln und um nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben vor dem Hintergrund der Ernährungssituation in Deutschland geführt werden. Diese ist gleichermaßen durch Überfluss und Mangel geprägt. Wir alle sehen beim Gang durch unsere Straßen, dass die Hälfte der Menschen übergewichtig ist – etwa 20 % aller Erwachsenen übersteigen dieses Maß erheblich. Nun, das hat zur Folge, dass Diabetes und andere Stoffwechselstörungen, dass Schlaganfall und Herzinfarkt die Kosten im Gesundheitswesen erheblich belasten. Gleichzeitig aber haben wir auch Mangel an Jod, das ist Ihnen allen bekannt, aber auch eine unzureichende Versorgung mit Folsäure und mit Vitamin D. Die Ursachen für das Übergewicht sind die hohe Energiezufuhr und der Mangel an Bewe-

gung. Wenn wir das durch mehr Bewegung korrigieren, dann müssen wir bloß daran denken, wie viel man laufen muss, um drei- oder vierhundert Kalorien, die man zuviel gegessen hat, wieder abzuarbeiten. Es geht gar nicht anders, wir müssen auch bei der Energiezufuhr bremsen, um zu einer ausgewogenen Energiebilanz zu kommen. Dabei müssen die Lebensmittel, die eine hohe Energie mitbringen – und das ist vor allem durch Fett bedingt –, weniger gegessen werden. Die Lebensmittel, die viel Ballaststoffe und viel Wasser enthalten und dabei wenig Energie, nämlich Obst, Gemüse und Vollkornprodukte, die zusätzlich noch viele essentielle Nährstoffe enthalten, müssen bevorzugt werden. Die Qualität eines Lebensmittels hängt sicher ab von seiner Energiedichte und seinem Gehalt an den verschiedenen essentiellen Nährstoffen. Einzelne Lebensmittel sind für den Menschen, der einen gesunden Stoffwechsel hat, weder Gesund- noch Krankmacher, wenn wir von verdorbenen Lebensmitteln absehen. Aber offensichtlich kommt es auf das Muster, die Zusammensetzung der Ernährung insgesamt, an. Viele Studien rund um die Welt zeigen, dass eine vollwertige Ernährung Voraussetzung für Gesundheit und Leistungsfähigkeit des Menschen ist. Welche Nährstoffe, welche Inhaltsstoffe einen präventiven Effekt in bezug auf bestimmte Krankheiten bringen, kann die Wissenschaft heute noch nicht sagen, jedoch ist die Wirkung von Bestandteilen unserer Ernährung, z. B. von Ballaststoffen für die Darmfunktion, bekannt. Das ist nur ein Aspekt. Genauso wichtig sind zusätzlich Verdrängungseffekte der gesundheitsförderlichen Pflanzen und Lebensmittel, die in aller Regel von Haus aus weniger Fett und wegen der ungesättigten Fettsäuren günstigeres Fett enthalten, indem sie nämlich tierische Lebensmittel mit viel Fett und einem hohen Gehalt an gesättigten Fettsäuren verdrängen. Außerdem sind viele pflanzliche Lebensmittel mit einer höheren Nährstoffdichte energiearm. Zu den positiven Wirkungen der Inhaltsstoffe pflanzlicher Lebensmittel kommt also noch die Verdrängung von negativen Effekten anderer Lebensmittel hinzu. Wenn es jetzt darum geht, eine schlechte Versorgung mit Vitaminen und Mineralstoffen zu verbessern, dann ist die Anreicherung von Lebensmitteln mit essentiellen Nährstoffen oder auch z. B. Nahrungsergänzungsmitteln eigentlich nur die zweitbeste Lösung. Wenn sich jemand nicht vollwertig ernährt, wird er bei mehreren essentiellen Nährstoffen Defizite haben. Da diese im Einzelfall nicht bekannt sind, ist die Verwendung eines angereicherten Lebensmittels keine entscheidende Hilfe. Da immer nur einige Nährstoffe und nicht unbedingt die defizitären Nährstoffe angereichert werden. Darüber hinaus wird bei Zusatz von isolierten Nährstoffen zu einer sonst unveränderten energiereichen Kost bewusst auf den Verdrängungseffekt durch energieärme-

re, nährstoffreichere pflanzliche Lebensmittel verzichtet. Das ernährungsbedingte Problem der Mangelernährung kann deshalb nur die vollwertige Ernährung lösen, die alle Nährstoffe in den notwendigen Mengen enthält und Lebensmittel mit geringerer Energie und höherer Nährstoffdichte verwendet. Im Allgemeinen ist das Risiko einer zu hohen Nährstoffaufnahme bei Lebensmitteln geringer als bei irgendwelchen Sublimen oder Nahrungsergänzungsmitteln. Eine zu hohe Zufuhr von Vitaminen und Mineralstoffen kann natürlich auch zu unerwünschten Wirkungen führen. Dazu gibt es die „upper levels“, also obere Grenzen der tolerablen Zufuhr, die von verschiedenen Institutionen – auch auf europäischer Ebene – festgelegt werden. Wenn es um die Zufuhr eines Nährstoffes, z. B. Jod mit einem einzigen Lebensmittel, nämlich Jod-Speisesalz, geht, dann kann man die zu erwartende Zufuhr dieses Lebensmittels und die zulässige Dosierung sehr leicht feststellen und auf dieser Basis beruht ja die Regelung von jodiertem Speisesalz. Wenn nun aber wie bei vielen Lebensmitteln mehrere Nährstoffe zugesetzt werden, so ist die Situation wesentlich unübersichtlicher. Dazu kommen dann noch die zusätzlichen Nährstoffe über Nahrungsergänzungsmittel, sodass hier mit Überdosierungen zu rechnen ist, wo man Vorsorge treffen muss, dieses zu verhüten. Wichtig sind in dieser Hinsicht die upper levels. Wenn ich davon das abziehe, was man sowieso mit der Nahrung aufnimmt, und ich die Spanne, die dann bleibt, betrachte, so ist diese Differenzmenge eigentlich viel zu höher, als es notwendig wäre. Mit dem Vitamin B 6 zum Beispiel, bei dem die Empfehlung bei 1,6 mg am Tag liegt, sind 98 % der Menschen ausreichend versorgt. Der upper level liegt bei 25 mg und abzüglich der etwa 6 mg, die mit der Ernährung aufgenommen werden, bei 19 mg. Wenn ich diese Spanne voll ausnutze, biete ich das 10-fache dessen an, was für eine ausreichende Versorgung notwendig ist. Ich glaube, dass man hier einen Wirksamkeitsnachweis verlangen sollte, warum das 10-fache. Das 3-fache würde es vielleicht auch tun, so wie es früher hier bei uns in Deutschland war. Die Größe des Abstands zwischen den Empfehlungen und dem upper level gibt eine Aussage über das Risiko der Überdosierung. Man muss sicher bei den einzelnen Nährstoffen eine Risikokategorisierung machen und die Nährstoffe unterschiedlich und individuell beurteilen. Das Nährstoffprofil, das auch angesprochen worden ist, sollte sich meiner Ansicht nach an der Energie- und Nährstoffdichte orientieren. Es ist ganz klar, dass die vollwertige Ernährung aus der Summe ernährungsphysiologisch hochwertiger Lebensmittel entsteht und jedes Mal, wenn ich ein Lebensmittel wähle, dass nicht diese Forderungen optimal erfüllt, dann vergebe ich eine Chance, mich vollwertig zu ernähren.



Ich glaube, dass natürlich auch Mindestgehalte berücksichtigt werden müssen, um die optimale Versorgung – das Ziel des Ganzen – zu erreichen.

Nun zu den anderen Substanzen noch ein Wort – nämlich den sekundären Pflanzenstoffen. Hier muss man sagen, dass wesentlich weniger Informationen vorhanden sind. Bis auf die Phytosterole haben wir praktisch keine Untersuchungen am Menschen, die eine Wirksamkeit nachweisen. Ich meine, dass auch hier ein Wirksamkeitsnachweis notwendig ist. Ich will auf das Beispiel Betakarotin verweisen, das als Vorstufe des Vitamin A lange als unbedenklich galt und als eine wichtige antioxidative Substanz. Nur durch Zufall kam durch eine große Studie heraus, dass bei Risikogruppen, z. B. Rauchern, eine hohe Dosierung von 20 mg Betakarotin – wir nehmen mit der Nahrung etwa 2 mg Betakarotin auf – ein negativer Effekt im Sinne der Begünstigung der Entstehung von Lungenkrebs entsteht. Natürlich haben wir keine Ahnung, was die anderen sekundären Pflanzenstoffe machen, aber das Beispiel Betakarotin sollte uns immer vor Augen schweben. Man sollte also erst Wirksamkeit und Unbedenklichkeit nachweisen, bevor sie den Lebensmitteln zugesetzt werden.

Zum Schluss: Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben zu Lebensmitteln müssen sich natürlich auf allgemein akzeptierte wissenschaftliche Daten stützen und entsprechend belegbar abgesichert sein. Vielen Dank!

**Die stv. Vorsitzende:** Herzlichen Dank! Dann fahren wir fort mit Herrn Prof. Horst.

**Prof. Dr. Horst, Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie:** Zunächst einmal herzlichen Dank für die Einladung zu der heutigen Anhörung und für die Gelegenheit, auf Ihren umfangreichen Fragenkatalog antworten zu können. Ich beziehe mich ausdrücklich darauf und möchte auch vermeiden, alles zu wiederholen. Das wäre der Sache nicht ganz dienlich.

Das Zweite ist, dass wir Ihnen vor Kurzem ein umfassendes Rechtsgutachten von Herrn Prof. von Danwitz von der Universität Köln zur Kenntnis gegeben haben, in dem er sich mit der Vereinbarkeit oder Nichtvereinbarkeit der Verordnungsvorschläge mit europäischem Recht einerseits und mit deutschem Verfassungsrecht andererseits auseinandersetzt. Und auch darauf möchte ich mich beziehen und deshalb nur noch mal einige ganz grundsätzliche Anmerkungen machen.

Um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen: Die Lebensmittelwirtschaft in Deutschland wie auch in den anderen Ländern wollte und will nach wie vor eine gewisse Harmonisierung dieses Bereiches, insbesondere der nährwertbezogenen Angaben, wie auch bestimmter gesundheitsbezogener Angaben. Warum? Es gibt nach wie vor unterschiedliche Regelungen der Mitgliedstaaten zum einen und nach wie vor gibt es unterschiedliche Auslegungen gemeinschaftlichen Lebensmittelrechts zum anderen. Ich meine hier insbesondere die Frage der sogenannten krankheitsbezogenen Werbung. Da haben wir europäisches Recht, das aber derart unterschiedlich ausgelegt wird, dass wir es de facto eben nicht mit einer einheitlichen Rechtssituation zu tun haben. Deshalb befürworten wir grundsätzlich eine Vereinheitlichung. Das möchte ich voranstellen. Allerdings möchte ich gleich sagen, dass wir es so, wie es jetzt vorgeschlagen worden ist, auch nicht gewollt haben. Denn wir sehen insbesondere in der Verordnung über Werbeangaben einen fundamentalen Eingriff in das wirtschaftliche Tun, einen fundamentalen Eingriff in die Werbefreiheit. Die Werbefreiheit ist nun ein hehres Gut, das wir insbesondere hier in Deutschland seit jeher hochgehalten haben. Werbefreiheit ist für unsere Industrie insbesondere auch schon deshalb wichtig, weil wir eine sehr intensive werbetreibende Branche sind.

Ich darf nur eine Zahl nennen: Unsere Unternehmen geben jedes Jahr etwa 2,5 Mrd. € für die Werbung aus. Das mag die wirtschaftliche Bedeutung ganz kurz erläutern.

Ich möchte mich zunächst auf die Werbeverordnung konzentrieren. Hier gibt es Interdependenzen mit der Anreicherungsverordnung. Die Werbeverordnung verstößt gegen fundamentale EG-rechtliche Grundsätze und das sollte gerade auch den deutschen Gesetzgeber besonders hellhörig machen, wenn ich das so sagen darf. Sie überschreitet nämlich die Kompetenz der Gemeinschaft zur Rechtsetzung. Die Gemeinschaft hat Kompetenzen zur Rechtsetzung, um den Binnenmarkt zu gewährleisten und den Binnenmarkt zu erleichtern. Sie geht hier aber weit darüber hinaus, indem sie Regelungen vorschreibt, die dem Verbraucherschutz zuzuordnen sind und die auch dem Gesundheitsschutz letztlich zugeordnet werden sollen. Dafür hat die Gemeinschaft in diesem Umfang keine Kompetenz. Wir haben es hier mit einer ähnlichen Situation zu tun – obwohl ich es natürlich nicht auf eine Stufe stellen möchte – wie beim Tabakwerbeverbot. Ferner verstößt die Regelung unseres Erachtens in mehrfacher Hinsicht gegen den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit. Das beginnt mit der Rechtsform: Warum muss das eine Verordnung sein? Eine Verord-

nung überlässt den Mitgliedstaaten überhaupt keine Chance mehr, selbstständig irgendetwas zu regeln. Auch insoweit sehen wir hier einen materiellen Verstoß, insbesondere wenn Sie an die Forderung denken, dass bestimmte Nährwertprofile aufgestellt werden, die sich am Gehalt von Fett, Zucker und Salz orientieren. Das ist der Einstieg und dagegen wehren wir uns massiv, weil es unwissenschaftlich und nicht gerechtfertigt ist, grundsätzlich Lebensmittel in „gut und „schlecht“ zu unterteilen.

Dieser Artikel 4 ist eine ganz zentrale Vorschrift für uns und da können wir nur fordern, diesen Artikel 4 ersatzlos zu streichen. Insbesondere auch deshalb, weil er von der Kommission im letzten Augenblick in das Gesetzgebungsverfahren, solange es noch auf Kommissionsebene stattfand, hineingebracht wurde. Dieser Artikel 4 ist auch nicht das Ergebnis einer Risikoanalyse. Wir haben seit zwei Jahren den Grundsatz im europäischen Lebensmittelrecht, wonach alles, was geregelt werden muss und insbesondere auch einen gesundheitlichen Bezug hat, einer Risikoanalyse – bestehend aus der Risikobewertung und der Entscheidung der Risikomanager – unterzogen werden muss. Das ist hier unterblieben. Zunächst sollte aber die Wissenschaft gefragt werden, ob das sinnvoll ist und in welcher Weise es sinnvoll ist. Man sollte aber nicht einfach als Gesetzgeber hingehen und sagen: So jetzt machen wir mal was.

Im übrigen – und da komme ich zu einem nächsten Mangel – ist die Vorschrift über die Nährwertprofile zu vage gefasst. Die Ausfüllung, die Konkretisierung, behält sich aber nicht der europäische Gesetzgeber – sprich Kommission, Rat und Parlament – vor, sondern soll letztlich der Kommission im Rahmen des sog. Ausschlussverfahrens übertragen werden. Auch darin liegt aus unserer Sicht ein schwerwiegender Verstoß gegen die Bestimmtheit. Unsere Unternehmen wissen gar nicht, was auf sie nach den 18 Monaten zukommt, wenn eine solche Detailregelung geschaffen werden soll. Artikel 4 ist ein wirklicher Kernpunkt unserer Kritik und aus unserer Sicht überhaupt nicht geeignet, jetzt in einem schnellen Verfahren durchgepeitscht zu werden. Einen weiteren Verstoß sehen wir darin, dass durch diese entscheidenden Reglementierungen und Restriktionen die Warenverkehrsfreiheit nicht unterstützt, sondern eingeschränkt wird. Der europäische Gesetzgeber ist aber ebenso wie die europäischen Mitgliedstaaten an die grundlegenden Regelungen zur Warenverkehrsfreiheit des Vertrages gebunden. Dies hat der europäische Gerichtshof auch schon mehrfach festgelegt. Wir sehen gravierende Verstöße gegen europäische Grundsätze – auch dort gibt es Meinungs- und Informationsfreiheit, Unternehmensfreiheit und Eigentumsfreiheit – und parallel dazu Verstöße gegen das deutsche Grundgesetz.

Einen weiteren Verstoß gegen den Bestimmtheitsgrundsatz finden Sie im Artikel 16. Es wird Tür und Tor für sachfremde Erwägungen geöffnet, weil die Kommission, die als Risikomanager letztlich die Entscheidung trifft, vom vorausgegangenen Votum der europäischen Lebensmittelsicherheitsbehörde substantiell abweichen kann, indem sie in ihre Entscheidung noch andere, sog. relevante Faktoren mit einbeziehen kann. Auch darin sehen wir einen ganz massiven Verstoß gegen den Bestimmtheitsgrundsatz.

Lassen Sie mich an dieser Stelle noch kurz auf den Artikel 11 eingehen, einen weiteren Kernpunkt unserer Kritik. Im Artikel 11 werden allgemeine Aussagen, die sich auf das Wohlbefinden, auf die Gesundheit, beziehen, verboten, auch wenn diese Aussagen wahr sind und den Tatsachen entsprechen. Deshalb wehren wir uns massiv gegen diesen Artikel 11, weil man sonst vieles, was man bisher sagen konnte und wovon sich kein Mensch irreführt fühlte, zukünftig nicht mehr sagen könnte, wie z. B. „Obst ist gesund“. Selbst nach den strengen Maßstäben der deutschen Verwaltungen und der deutschen Rechtsprechung wäre aber eine solche Aussage letztlich zulässig.

Alles in allem hat diese Vorschrift gravierende Rechtsmängel. Die Vorschrift ist innovationsfeindlich, denn sie knüpft die Bewerbung der Produkte an derart hohe Hürden, dass es einfach für viele Unternehmen und insbesondere den Mittelstand überhaupt nicht mehr lohnend ist, im Bereich der Produktentwicklung etwas zu tun. Denn warum soll ich teuer ein Produkt entwickeln, wenn ich dann auf die besonderen Vorzüge und Eigenschaften nicht mehr hinweisen kann. Insoweit sehen wir in dieser Regelung eine substantielle Informationshürde, eine Bremse. Und im übrigen, darauf darf ich vielleicht abschließend hinweisen, würde diese Verordnung einen Wust an Bürokratie schaffen, und zwar schon bei der Aufstellung der sog. geschlossenen Listen. Warum müssen das geschlossene Listen sein? Geschlossene Listen sind der Weiterentwicklung des Marktes und der Wissenschaft nicht zugänglich. Es bleibt immer beim Initiativrecht der Kommission, eine geschlossene Liste weiterzuentwickeln. Die Wirtschaft hat keinerlei Anspruch, hier verbindlich anregend – wenn ich das so unjuristisch ausdrücken darf – tätig zu sein. Es muss immer über die Kommission gehen. Das Zulassungsverfahren für Aussagen, die nicht in den geschlossenen Listen enthalten sind, ist ein Ausbund an Bürokratie, der eigentlich nicht mehr in unsere Zeit passt. Es dauert mindestens neun Monate, wenn nicht länger, bis eine Werbeaussa-

ge zugelassen ist. Das ist absolut nicht vereinbar mit den Forderungen der Schnelligkeit des Marktes.

Es gibt positive Elemente in der Verordnung, aber es gibt drei bis vier Punkte, die derart unseren Interessen und den Anforderungen eines marktgerechten Verhaltens zuwiderlaufen und die die Verbraucherinformation de facto beschränken. Hier besteht substantieller Nachbesserungsbedarf. Vielen Dank!

**Prof. Dr. Diehl, Justus-Liebig-Universität Giessen:** Guten Tag, meine Damen und Herren! Ich komme vom Fachbereich Psychologie und meine Aufgabe habe ich darin gesehen, diese Verordnung unter dem Aspekt zu sehen, was ihre Ziele in bezug auf das Verhalten der Konsumenten sind und inwieweit sie diese Ziele tatsächlich erreicht.

Ein Ziel der Verordnung sehe ich darin, dass dem Konsumenten auf den Produkten, wenn es um gesundheitsbezogene Angaben geht, wahre Aussagen geliefert werden, weil ein Konsument in der Regel nicht nachprüfen kann, ob die Aussagen richtig oder falsch sind. Diese Aussagen müssen nach dieser Verordnung wissenschaftlich bewiesen sein. Ich glaube, dass das einen sehr hohen Aufwand erfordert, wenn mehrere wissenschaftliche Studien vorgelegt werden. Deren Überprüfung braucht ihre Zeit und braucht einen hohen Aufwand an Bürokratie. Aber ich glaube, dass sich das nicht vermeiden lassen wird. Wenn man das Ziel der Verordnung darin sieht, dass die Werbung und die Lebensmittelverpackungen wissenschaftlich wahre und fundierte Aussagen enthalten, so kann man dieses Ziel erreichen, wenn auch mit sehr hohem Aufwand.

Hätte die Verordnung – wie Kommentare meinen – das Ziel, das allgemein beklagte gravierende Übergewicht zu vermindern, so würde sie, wie ich von der psychologischen Seite her glaube, scheitern. Übergewicht und Ernährungsfehlverhalten sind von so vielen Faktoren abhängig und werden mit Sicherheit durch das, was auf den Verpackungen drauf steht, nicht wesentlich beeinflusst. Es kommt hinzu, dass solche Angaben auf Verpackungen, ob sie nun wahr sind oder irreführend, wahrscheinlich hauptsächlich von denen beachtet werden, die an einer gesunden Ernährung interessiert sind. Der Teil der Bevölkerung, der sich relativ wenig für eine gesunde Ernährung interessiert bzw. der Meinung ist, er ernähre sich schon ausreichend gut,

wird diese Mitteilungen auf den Verpackungen wahrscheinlich gar nicht zur Kenntnis nehmen, sodass die Verhaltenswirkung dieser Mitteilungen eher gering sein wird. Aber ich glaube, dass es schon Wert in sich hat, wenn die Angaben, die in der Werbung und auf den Verpackungen gemacht werden, wahr sind und nach dem neuesten wissenschaftlichen Kenntnisstand formuliert wurden.

Die Verordnung untersagt Aussagen, die sich auf psychische Folgen von Nahrungsmitteln beziehen. Die ständig als Beispiel genannte Aussage „Haribo macht Kinder froh“ beschreibt ja eine psychische Folge des Konsums. Solche Aussagen werden grundsätzlich verboten. Als Psychologe muss ich sagen, dass psychische Wirkungen sehr wohl wissenschaftlich nachprüfbar sind und man sehr wohl nachprüfen kann, ob die Kinder nach dem Konsum von größeren Mengen Haribo froh oder nicht froh sind. Außerdem ist der Konsument in der Lage, das selbst festzustellen.

Ich meine, dass man die Sache in diesem Bereich u. U. liberalisieren sollte: Aussagen, die sich auf vom Konsumenten nachvollziehbare positive psychische Folgen beziehen wie z. B. das allgemeine Wohlbefinden u. ä., sollten zulässig sein.

Insgesamt – und damit möchte ich abschließen – glaube ich, dass die Verordnung, so wichtig sie meiner Ansicht nach ist, trotz ihres Ziels, wahre Informationen zu liefern, das Verhalten der Konsumenten wenig ändern wird und die Fehlernährung und das verbreitete Übergewicht durch diese Verordnung nicht stark beeinflusst werden. Ich danke Ihnen!

**Die stv. Vorsitzende:** Das müssten dann Langzeitstudien sein. Das Frohsein hört dann auf, wenn man als Erwachsener die Zahnarztrechnung bekommt.

Vielen Dank!

**Dr. Kendziur, Vorsitzender des Bundesverbandes der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.:** Ich möchte einige kurze Ausführungen machen und dann Herrn Prof. Matissek bitten, noch einige Sätze zum Thema Übergewicht zu sagen, weil das nicht so sehr mein Fachgebiet ist. Frau Vorsitzende, meine Damen und Herren! Wir beziehen uns zunächst einmal ausführlich auf unsere Fragenbeantwortung. Wir sind besorgt, dass zwei Grundsätze aufgegeben würden, träte diese Verordnung in Kraft. Das wäre einmal der Grundsatz, dass alles das, was legal hergestellt und vertrieben wird, auch beworben werden darf. Zum anderen würde der Grundsatz aufgegeben,

dass es keine schlechten und keine guten Lebensmittel gibt, sondern immer nur gute und schlechte Lebensstile. Das sind die grundsätzlichen Besorgnisse, die wir haben.

Wenn man die Diskussion in den letzten Wochen und Monaten verfolgt, dann hat sich gelegentlich der Eindruck aufgedrängt, als würden wir im rechtsfreien Raum leben. Dies ist nicht so. Ich habe eine ganze Reihe von Beispielen gesehen, die man mir vorgehalten hat. Entweder ging es um Irreführung oder falsche Angaben gesundheits- oder nährwertbezogener Art. Das, was man uns vorgehalten hat, ist entweder nicht irreführend oder, wenn es irreführend ist, mit den vorhandenen rechtlichen Instrumentarien problemlos in den Griff zu kriegen. Es ist alles da, was wir brauchen. Man muss es nur anwenden. Wir haben es auch nicht mit dem dummen Deutschen zu tun, der lange Zeit die Rechtsprechung beherrscht hat, sondern mit dem informierten und informationsbereiten Verbraucher, so wie der Europäische Gerichtshof ihn beschrieben hat. Die Werbung wird gelegentlich auch überschätzt. Ich beziehe mich insofern auf einige Ausführungen der Bundesregierung im Ernährungsbericht. Ich darf insbesondere auf Seite 144 unten, Seite 145 oben des Ernährungsberichtes 2000 verweisen. Dort wird dargestellt, dass die Werbung in ihrer Wirkung überschätzt wird und Untersuchungen der Bundesregierung zur Werbung gegenüber Kindern ergeben haben, dass ein häufiges Betrachten solcher Werbespots nicht zu einem Mehrverzehr führt.

Mit der Verordnung würde ein Paradigmenwechsel angestrebt werden. Es dürfte nur noch das beworben werden, was genehmigt ist. Bisher haben wir es im deutschen Recht mit dem Grundsatz zu tun, dass alles, was angezweifelt wird, auch bewiesen werden muss. Ich meine, dass wir damit leben können. Das ist ein guter Grundsatz. Alles, was nicht irreführt und was wahr ist, muss gesagt werden dürfen. Dies entspricht unserer Verfassung und unserem Wirtschaftssystem. Im Gegensatz dazu steht Artikel 4 mit dem vorgesehenen Nährwertprofil. Dies ist etwas, das nicht in unser System passt. Das wäre genau diese Unterscheidung in gute und schlechte Lebensmittel, die nach unserer Überzeugung schon im Ansatz verfehlt ist.

Jedes Lebensmittel liefert nur einen relativen Beitrag zur Gesamternährung. Es ist absolut verfehlt, jedes einzelne Lebensmittel auf seine Zusammensetzung und Ausgewogenheit hin zu untersuchen. Es kommt auf eine Mischkost an, die in sich in Ordnung sein muss. Auf welchen Zeitraum es dabei ankommt, mögen Leute sagen,

die mehr davon verstehen als ich. Ob ein Tag, drei Tage oder längere Zeiträume – das mögen andere beurteilen. Jedenfalls ist eine Bezugnahme auf ein einzelnes Lebensmittel aus unserer Sicht verfehlt. Man mag sich dabei auch vorstellen, dass wir es demnächst mit Vorschriften zu tun haben, die von Estland bis Portugal, von Finnland bis Malta gelten. Innerhalb Europas gibt es aber unterschiedliche Ernährungsgewohnheiten und da wird man auch dem einzelnen Nahrungsmittel eine unterschiedliche Bedeutung beimessen müssen.

Sie kennen das Gutachten des Prof. von Danwitz. Er hat es in weitaus besseren Worten ausgeführt, als ich es hier tun kann. Ich möchte nur sagen, dass der Kommission die Regelungskompetenz fehlt. Die Zuständigkeit des Artikels 95 EGV bezieht sich auf die Angleichung der Rechtsvorschriften. Das hat hiermit nichts zu tun. Hier geht es um Gesundheitspolitik, für die die Kommission keine Regelungskompetenz hat. Innerstaatlich liegen Verstöße gegen Artikel 5, 12, 14 GG vor.

Ein Wort zu den unbestimmten Angaben. Wir haben gesagt, dass alles, was wahr ist und was nicht irreführt, auch zulässig sein muss, wenn es denn bewiesen werden kann. Es gibt natürlich Aussagen, die sind etwas schwer zu fassen. Damit bin ich bei dem Artikel 11. Wir haben eben über das Frohsein gesprochen. Es gibt aber auch andere Beispiele. Jetzt darf ich vielleicht einmal den Bereich unserer Branche verlassen. Wir hatten es neulich mit dem Beispiel „Guinness ist good for you“ zu tun, das auch verboten wäre. Oder: „Trink Brohler und Du fühlst Dich wohler“ (ein Mineralwasser). Es ist vielleicht schwer nachzuweisen, wie die Wirkung dort bewiesen werden soll. Kein Mensch hat sich daran gestört und ich glaube auch nicht, dass jemand darunter gelitten hat.

Ein Wort zur Anreicherungsrichtlinie. Wir haben gesehen, dass auch die Anreicherung von Produkten nicht dazu führt, dass beispielsweise der Verzehr von Obst und Gemüse nachlässt. Die Statistiken sagen das Gegenteil: Der Verzehr von Obst und Gemüse ist gestiegen. Der Absatz von angereicherten Süßwaren ist gesunken.

Lassen Sie mich zusammenfassend sagen, dass wir durchaus der Meinung sind, dass es einer Harmonisierung in bezug auf nährwertbezogene Angaben bedarf. Aber gerade das, was zu gesundheitsbezogene Angaben geplant ist, ist gigantischer bürokratischer Aufwand, den ein einzelnes Unternehmen betreiben müsste. Jedes klei-



ne oder mittelständische Unternehmen wäre überfordert. Selbst für Großunternehmen wäre die Befassung mit wissenschaftlichen Gutachten in 25 Staaten – die Öffentlichkeit soll dann noch eingeschaltet werden – über eine Dauer von neun Monaten eine Überforderung.

Wenn Sie gestatten, würde ich Herrn Prof. Matissek bitten, ein paar Worte zum Übergewicht zu sagen.

**Die stv. Vorsitzende:** Lassen Sie uns das bitte in der Diskussion machen. Sie werden noch ausreichend Gelegenheit haben, etwas vorzutragen.

**Thomas Isenberg, Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.:** Frau Vorsitzende, meine sehr geehrten Damen und Herren! Ich danke für die Einladung zur Anhörung. Die Verbraucherzentrale Bundesverband begrüßt die vorliegenden EU-Verordnungsentwürfe, hat aber natürlich an einigen Punkten Nachbesserungswünsche, die wir nachher noch verdeutlichen werden.

Lassen Sie mich aber erst einmal festhalten, dass unserer Meinung nach die Verordnung zu Recht auf Artikel 95 EG gestützt ist, da es sich um Regelungen und Maßnahmen zur Angleichung der Rechtsvorschriften handelt, die das Funktionieren des Binnenmarktes zum Gegenstand haben. Derzeit unterschiedliche Regelungen in den Mitgliedstaaten sind in der Tat geeignet, schon jetzt den freien Verkehr von Waren und Dienstleistungen wie die Werbung innerhalb des Binnenmarktes zu behindern. Eben deswegen ist es sinnvoll, dass hier eine Harmonisierung angestrebt wird. Der Ausschluss jeglicher Harmonisierung zum Schutz und zur Förderung der menschlichen Gesundheit nach Artikel 152 Abs. 4 steht der Harmonisierung nicht entgegen. Ziel der vorgeschlagenen Rechtsakte ist ausweislich der Erwägungsgründe die Erreichung der Ziele des Binnenmarktes. Dabei ist es auch unschädlich, dass darüber hinaus dem Gesundheitsschutz auch in dieser Verordnung eine weitergehende, maßgebliche Bedeutung zukommt, denn nach Artikel 152 ist auch bei der Durchführung aller anderen Gemeinschaftspolitiken ein hohes Gesundheitsschutzniveau sicherzustellen.

Schließlich kommt es darüber hinaus darauf an, ob diese Maßnahmen zur Erreichung des Hauptziels dieser Verordnung, nämlich der Verminderung der Ungleich-

heiten im Dienstleistungs- oder im Warenverkehrsbereich, geeignet sind und die bezweckten Ziele auch tatsächlich erreicht werden können. Dieses ist unserer Meinung nach eindeutig der Fall. Darüber hinaus wird Meinungspluralität bestehen bleiben. Lassen Sie mich auch sagen, dass ein allgemeines Werbeverbot, wie es die Tabakwerberichtlinie dem EuGH zufolge vorsah, eben explizit durch die vorgeschlagene Rechtsakte nicht statuiert wird. Das in diesem Fall gewählte Instrument ist ein Verbot mit Erlaubnisvorbehalt, das sicherzustellen geeignet ist, dass die Vorgaben im Einzelfall berücksichtigt werden. Insofern wird also auch weiterhin Werbung möglich und eine hohe Verbraucherinformation gewährleistet sein. Ziel muss sein, diese Verbraucherinformationen im EU-Leitbild zu präzisieren und eben auch eine ausreichende zutreffende Information zu gewährleisten. Das wird hier dadurch erreicht, dass gewisse Erlaubnisvorbehalte und auch eine wissenschaftliche Prüfung seitens einer staatlichen Institution vorgesehen werden. Der Wahrheitsgehalt und die Zuverlässigkeit der Werbung und der Verbraucherinformation werden hierdurch substantiell erhöht. Dabei wird beispielsweise auch geprüft, ob sie hilfreich sind, eine gesunde Ernährung zu gewährleisten.

Die Nährwertprofile müssen unserer Meinung nach diesbezüglich beibehalten werden, weil gerade durch das Nichtvorhandensein von Nährwertprofilen Verbrauchern suggeriert wird, einzelne Produkte lieferten einen spezifischen Beitrag zur gesundheitlichen Situation. Wird dieser Beitrag allerdings nicht gewährleistet, besteht auch die Gefahr einer ökonomischen Täuschung des Verbrauchers: Der wirtschaftliche Verbraucherschutz, der ein ganz hohes Gut ist, steht zur Disposition, wenn die Interessen der Wirtschaftsbeteiligten an einer Platzierung ihrer Produkte in einem Marktsegment, in dem ein hoher Preis erzielt werden kann, tatsächlich Vorrang genießen würden.

Lassen Sie mich auch feststellen, dass die Innovationsfeindlichkeit unserer Meinung nach eben nicht gegeben ist, weil diese Regulierungen in der Tat dazu beitragen werden, dass ein hoher Investitionsaufwand notwendig ist. Das bedeutet, dass gerade diejenigen Produkte sich durchsetzen können, die tatsächlich innovativ sind und dies auch belegen können. Das heißt, dass eine Marktbereinigung im Sinne des Verbraucherschutzes und zugunsten der Verbraucher stattfinden wird, weil nur mit solchen Eigenschaften des Produktes geworben werden darf, die tatsächlich vorhanden sind.

Bürokratieaufwand wurde als Argument genannt. Unserer Meinung nach ist dieser aber verhältnismäßig, weil ansonsten Produkte erst einmal auf den Markt kämen und beispielsweise Verbraucherorganisationen oder staatliche Institutionen einen hohen Suchaufwand hätten, um diese Produkte zu identifizieren. Auch andere Wirtschaftsbeteiligte könnten dann nur auf diese Weise in den Markt eingreifen und müssten beispielsweise Prozesse führen. Dort hat in der Regel derjenige einen Vorteil, der schon auf dem Markt ist, und derjenige einen Nachteil, der dann das Marktversagen des Produkts erst mal identifizieren und gerichtlich durchklagen möchte. Insofern ist die Verhältnismäßigkeit gewahrt.

Im übrigen bin ich Ihnen sehr dankbar dafür, dass Sie diese Ausschussanhörung heute durchführen. Ich möchte darauf hinweisen, dass die Bundesregierung, was die Umsetzung der Verbraucherbedürfnisse betrifft, dabei ist, auf europäischer Ebene massiv einzuknicken. Ich möchte auch darauf hinweisen, dass die Bundesregierung letzte Woche in der entsprechenden Ratsarbeitsgruppe den Ansatz verfolgte, eine Werbebeschränkung für Kinder herbeizuführen, was sicherlich wünschenswert und zielführend ist und was auch schon einmal in den EU-Entwürfen stand. Diesen Ansatz unterstützen wir ausdrücklich.

Wir können aber nicht den Ansatz der Bundesregierung – so wie er sich uns offenbart – nachvollziehen, dass man das Nährwertprofil zur Disposition stellen wollte. Dies wäre eine Abkehr von eindeutig positiven Regelungen. Ich möchte auch die Abgeordneten bitten, hier einen entsprechenden Druck auf die Bundesregierung auszuüben. Vielen Dank!

**Dr. Wronka, Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V.:**

**Statement – Siehe Anlage 1 – (Seite 270)**

**Angela Bardenhewer-Rating, Mitglied im Kabinett von Kommissar Byrne, Europäische Kommission, Brüssel:** Ich freue mich, dass ich hier bin und diese Vorschläge über gesundheitsbezogene Angaben mit Ihnen diskutieren kann. Ich möchte vorweg sagen, dass wir im Augenblick sehr kooperativ sind. Jedenfalls ist es unsere

Absicht und auch die des Kommissars, über die einzelnen Vorschriften zu sprechen und Änderungsanträge aufzunehmen

Wir sind in der jetzigen Phase mit allen Mitgliedstaaten, mit Rat und Europäischem Parlament in Kontakt. Ich bin sehr, sehr erstaunt darüber, dass Deutschland der wirklich einzige Mitgliedstaat ist, in dem so aggressive Positionen vertreten werden, die bei einer Berücksichtigung den Kern dieser Vorschrift aushöhlen würden. Ich sehe ein, dass es Verbesserungsbedarf gibt. Ich könnte auf konkrete Sachen eingehen, die auch Prof. Horst angesprochen hat. Ich könnte mir auch vorstellen, dass der Kommissar diese Anträge, wenn sie im Parlament sind und danach im Rat vorgeschlagen werden, sofort aufnimmt. Wir würden ihn dann dementsprechend beraten. Das ist auch ein Grund für mich, mich diesen Diskussionen zu stellen. Wie gesagt: Wir sind sehr, sehr kooperativ. Aber eine Pauschalablehnung der Kernvorschriften und der Kernbotschaft geht natürlich zu weit. Ich kann nur sagen, dass es wirklich nur Deutschland ist. Von allen anderen kommen konstruktive Veränderungsvorschläge.

**Die stv. Vorsitzende:** Ich bitte, uns nicht als Deutschland in toto in Anspruch zu nehmen.

**Angela Bardenhewer-Rating:** Ich sage das nur, um einen Eindruck von der Stimmung in Brüssel zu vermitteln, was auch für Sie – wie für alle Beteiligten – interessant ist. Ich versuche jetzt, mich in meiner ersten Stellungnahme kurz zusammenzufassen, die wichtigsten Vorwürfe zu entkräften und unsere Zielsetzungen darzulegen.

Was ist also das Ziel dieses Vorschlages? Das Ziel ist, ein gemeinsames Regelwerk zu schaffen, damit der Binnenmarkt besser funktioniert. Das ist vor allen Dingen auch im Interesse der Industrie, die mit der Situation konfrontiert ist, dass es in den verschiedenen Mitgliedstaaten ganz unterschiedliche Regeln gibt. Die Situation ist so unterschiedlich, dass hinsichtlich der Angaben auf Lebensmitteln auch die Warenverkehrsfreiheit wirklich beeinträchtigt ist.

Ein Ziel ist, dass es zur besseren Vermarktung europaweit kommt und es ein zentrales System gibt. Es muss also nur ein Antrag gestellt werden, über den auch nur einmal entschieden wird. Dann ist das Produkt europaweit zugelassen. Außerdem

werden Angaben, die die Krankheitsreduzierung betreffen, zum ersten Mal europaweit zugelassen. Die sind bis jetzt europaweit verboten. Das ist auch eine Sache, die nicht vergessen werden sollte und die positiv zur Erleichterung des freien Warenverkehrs beiträgt. Zwischen dem Schutz des Verbrauchers und den Vermarktungsinteressen der Industrie soll ein Ausgleich geschaffen werden. Das Ziel ist, zum Wohle des Verbrauchers dieses gemeinsame Regelwerk zu schaffen, so dass er europäisch einheitlich die richtige Information bekommt und die Angaben auf den Produkten wahrheitsgemäß und wissenschaftlich untermauert sind.

Das Ganze wird natürlich wissenschaftlich begutachtet. Insofern muss ich der Aussage von Herrn Prof. Horst, dieser Vorschlag habe eine Einschränkung der Verbraucherinformation zum Ziel, wirklich widersprechen. Es ist gerade das Gegenteil der Fall. Die Information der Verbraucher soll eben der Wahrheit entsprechend erfolgen und trotzdem vielfältig sein, um dem Verbraucher dann die Möglichkeit zu geben, seine Kaufentscheidung zu treffen. Es gibt auf dem europäischen Markt sehr viele Angaben, die wirklich sehr unwahr sind. Wie gesagt hat der Vorschlag zum Ziel, ein Stück weit die Lebensmitteletikettierung bezüglich Nährwert und Gesundheit zu liberalisieren. Er schafft auch Rechtssicherheit für alle Beteiligten, weil eben in allen Mitgliedstaaten die Produkte gleich vermarktet werden und weil der Verbraucher weiß, dass diese Angabe auf dem Produkt der Wahrheit entspricht und wissenschaftlich abgesichert ist.

Wenn ich mir den Fragenkatalog ansehe, geht fast aus jeder Frage hervor, wie sehr die Werbewirtschaft betroffen ist. Das fand ich sehr interessant. Es ist überhaupt nicht der Fall, dass wir die Werbewirtschaft treffen wollen. Denn es fallen nur Angaben in den Anwendungsbereich dieser Vorschrift, die sich auf den Nährwert und Gesundheitsaspekte beziehen. Natürlich fällt auch Werbung dafür in den Anwendungsbereich. Aber betroffen ist hauptsächlich die Etikettierung des Produktes, also das, was die Industrie damit macht, und dann natürlich der Teil, der sich auf den Nährwert bezieht. Wenn damit auch geworben wird, ist auch die Werbeindustrie betroffen. Aber es handelt sich nicht um ein Verbot der Werbung auf europäischer Ebene. Es ist vielmehr ein Folgeaspekt der Vorschrift. Es hat auch ein Problem mit der Übersetzung gegeben. Im Englischen heißt es „claims“ und irgendwie wird das hier mit „Werbung“ gleichgesetzt. In der Vorschrift heißt es also nicht „Werbung“. Es geht um die Etikettierung des Produktes. Die Werbung bezüglich dieser gesundheitsbezoge-

nen Angaben wird natürlich auch nicht verboten, sondern sie wird wahrscheinlich in Folge dieses Vorschlages geändert. Und warum ist man gegen alles Neue, auch das, was ernährungspolitisch positiv ist? Ich würde es aus Sicht der Werbeindustrie als Vorteil ansehen, dass neue Strategien zu entwickeln sind. Man muss die Werbung wahrscheinlich etwas umstellen und seine alten Gewohnheiten ablegen. Es geht also nicht darum, die Werbung zu verbieten. Ich finde, dass es auch eine Herausforderung an die Werbekreativität ist.

Zu den Verboten: Im Hinblick auf Artikel 11 darf man nicht vergessen, dass es solche allgemeinen Angaben heutzutage nur deshalb gibt, weil die Lebensmittelindustrie gezwungen war, in diese allgemeinen Angaben zu flüchten. Denn es war eben nicht erlaubt, konkrete gesundheitsbezogene Angaben zu machen. Die Ergebnisse der Forschung, die die einzelnen Unternehmen betrieben und in die sie investiert haben, konnten sie auch nie richtig vermitteln, weil man nie gesundheitsbezogene Angaben machen konnte. Insofern meine ich auch, dass dieser Vorschlag nicht die Innovation hemmt, sondern im Gegenteil die Industrie dazu anreizt, Innovation und Forschung anzustreben, um eben gesündere Lebensmittel herzustellen. Ich muss diesbezüglich einfach den Blickwinkel auf die positive Zielsetzung dieses Vorschlags lenken..

Und da komme ich gleich zu dem Artikel, der die Nährwertprofile betrifft. Kern der Vorschrift – und damit auch der Kern der Diskussion – ist natürlich zu verhindern, dass Lebensmittel mit einem geringen Nährwert so angepriesen werden, als wären sie gut für die Gesundheit. Außerdem soll die Industrie dazu angehalten werden, gesündere Lebensmittel zu produzieren, die dann auch positiver vermarktet werden.

Es geht nicht darum, bestimmte Produkte zu verbieten. Es geht darum, dass Lebensmittel, die einen hohen Zucker-, Fett- oder Salzgehalt haben, nicht als positiv angepriesen werden. Es soll kein positiver Gesundheitsaspekt vorgegaukelt werden. Nehmen wir z. B. an, dass ein Produkt mit einem sehr hohen Zuckeranteil, wie z. B. Cornflakes, mit Angaben versehen wird, die einen geringen Fettanteil oder einen hohen Calciumgehalt etc. anpreisen.

Diese Kriterien – Salz, Fett und Zucker – haben wir nicht irgendwie aus dem Himmel gezaubert. Sie beruhen vielmehr auf wissenschaftlichen Analysen, die allgemein anerkannt sind, u. a. von der Weltgesundheitsorganisation, die genau diese negativen

Stoffe aufzählen und sagen, dass dies die Hauptursachen für chronische Krankheiten und für Übergewicht sind. Deshalb muss hier angesetzt werden. Ein Teil dieses Ansatzes ist es eben, die Angaben auf Lebensmitteln zu regeln. Deswegen muss ich Prof. Horst widersprechen, der gesagt hat, wir hätten bei der Ausformulierung dieses Artikels überhaupt keine Risikoanalyse angestellt und hätten ihn so vage formuliert, dass jetzt die Kommission allein festschreibe, was ein Produkt mit einem negativen Ernährungsprofil, d. h. mit einem hohen Gehalt an Zucker, Fett oder Salz, ist. Das ist nicht das Prinzip dieses Artikels, das in enger Konsultation mit der Wissenschaft, den Verbraucherverbänden, der Industrie und mit Ernährungsexperten ausgearbeitet wurde. Es erfolgt auch keine pauschale Festlegung z. B. eines bestimmten Fettanteils in einem Lebensmittel, sondern es sollen einzelne Lebensmittelkategorien ausgearbeitet werden. Es ist jedoch noch nichts festgelegt. Das soll alles noch gemacht werden und dann wird es wohl für einzelne Lebensmittelkategorien bestimmte Nährwertprofile geben. Wie wir uns das vorgestellt haben, steht in Erwägungsgrund 7. Dort steht u. a., dass es eben nicht darum geht, etwas pauschal festzulegen, und dass es verschiedene Lebensmittelkategorien gibt. Es geht nicht darum, eine Lebensmittelkategorie auszuschließen, sondern darum, innerhalb einer Lebensmittelkategorie die Lebensmittel zu identifizieren, die einen geringen Nährwert haben. Diese Lebensmittel werden nicht verboten, sondern es soll ausgeschlossen werden, dass positive, gesundheitsbezogene Nährwertangaben gemacht werden.

Ich gehe hier etwas mehr ins Detail, weil ich finde, dass das sehr wichtig ist.

Bei der Festlegung dieser Lebensmittelkategorien soll die Rolle des Lebensmittels in der Gesamternährung berücksichtigt werden. Es soll auch Ausnahmen geben, die festgelegt werden. Eine Ausnahme steht schon im Artikel 4. Die Rolle im Ernährungsverhalten der Bevölkerung soll berücksichtigt werden. Das alles wird erst in Zukunft in enger Konsultation mit allen betroffenen Kreisen ausgearbeitet. Wir sind sehr offen, diesen Artikel 4 zu ändern und ihn konkreter auszugestalten, um vielleicht das Anliegen, das wir haben und das ich jetzt erklärt habe, besser im Artikel zur Geltung kommen zu lassen. Es gibt konstruktive Vorschläge im Rat, die wir ernsthaft diskutieren. Der Kommissar ist über alles persönlich informiert. Es gibt sowohl vom Parlament als auch in den Ratsarbeitsgruppen konstruktive Vorschläge, wie man diesen Artikel besser formulieren kann. Aber man muss auch in dieser Verordnung den Gesamtzusammenhang sehen. Im Hinblick auf die Bestimmtheit haben Sie vielleicht Recht. Hier kann man besser formulieren.

Ich möchte noch etwas zur Bestimmtheit sagen. Ich habe den Vorschlag gesehen, den die deutsche Regierung in die Verhandlung im Rat eingebracht hat. Hier wurde der Artikel 4 ganz weggestrichen und stattdessen etwas Neues zur Werbung und zu Angaben gegenüber Kindern vorgeschlagen. Das ist für mich so unbestimmt. Man kann überhaupt nicht erkennen, in welche Richtung es gehen soll. Das sollte bestimmter ausformuliert werden.

So viel zum Artikel 4. Es gibt noch den Vorwurf der Bürokratisierung, zu dem ich sehr viel sagen könnte. Ich könnte auch noch auf den Vorwurf eingehen, dass hauptsächlich kleinere und mittlere Unternehmen betroffen seien und sehr in Bedrängnis kämen. Das ist nicht das Ziel. Beide Vorwürfe sind nicht berechtigt.

**Die stv. Vorsitzende:** Ich danke Ihnen allen ganz herzlich für Ihre Stellungnahmen und würde in die Diskussion gehen wollen. Frau Teuchner, Frau Heinen, Frau Dr. Happach-Kasan.

**Abg. Jella Teuchner:** Ich darf mich zunächst einmal ganz herzlich bedanken für die Ausführungen, die wir heute hier bei der Anhörung zur Kenntnis nehmen konnten. Ich möchte mit einer persönlichen Aussage beginnen. Ich bin der Meinung, dass hier die Kommission ihre Gemeinschaftszuständigkeit überschritten hat. Aber das ist nur meine persönliche Meinung, das möchte ich extra betonen.

Ganz unbestimmt wird es für mich nach den Ausführungen von Frau Bardenhewer-Rating, wenn ich zu den einzelnen Artikeln höre: es soll, es wird ausgearbeitet, es ist noch offen, Korrekturen sind nicht ausgeschlossen und wenn man den Hinweis gibt, dass die Vorschläge bezüglich der Angaben gegenüber Kindern unvollkommen seien und nicht in dieser Form gemacht werden sollten. Das ist für mich relativ undeutlich.

Ich bin der Meinung, dass wir bereits über das UWG, über das Lebensmittelbedarfsgegenständegesetz und über Etikettierungsrichtlinien genügend Möglichkeiten gegen die hier in Rede stehenden Angaben haben. Das erklärt vielleicht auch Ihre Kritik an Deutschland und daran, dass wir hier unsererseits Kritik geäußert haben.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit hat bereits eine Stellungnahme abgegeben, wonach es den Vorschlägen zu nährwertsbezogenen Angaben, also Arti-



kel 11, nicht zustimmt. Daran schließt sich die Frage, wie die Diskussion aussähe, würde man diesen Artikel aus dem Vorschlag streichen. Aber ich weise noch auf einen ganz grundsätzlichen Punkt hin, der möglicherweise jede weitere Diskussion überflüssig macht: Was jetzt bei uns auf dem Tisch liegt, ist ein Vorschlag und noch keine ordnungsgemäße Verordnung.

Dieser Vorschlag – und Sie sagten ja selbst, dass die Mitgliedstaaten hier ihre Bedenken einbringen und Veränderungswünsche anbringen können – soll Ende März in Brüssel diskutiert und erst nach dieser abschließenden Diskussion als Verordnung beschlossen werden. Wir wissen aber alle, dass wir dieses Jahr Wahlen haben. Bei uns würde dann alles der Diskontinuität zum Opfer fallen. Wie sieht es damit dann in Brüssel aus? Brauchen wir uns zukünftig gar nicht mehr über die Vorschläge zu unterhalten, weil die nächste Kommission das u. U. ganz anders sieht? Wie ist diesbezüglich Ihre Einschätzung?

**Abg. Ursula Heinen:** Ich kann mich in weiten Teilen meiner Vorrednerin anschließen. Wir sind uns hier wohl alle einig, dass der Vorschlag, die Angaben europaweit zu harmonisieren, im Kommissionsentwurf wirklich weit über das Ziel hinausschießt. Ebenso wie das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit hat sich auch der Bundesrat mit dieser Frage befasst. Er hat zwar die grundsätzliche Zielsetzung begrüßt, aber auf die großen Mängel, die der Vorschlag hat, hingewiesen.

Zunächst habe ich die Frage, ob die EU-Kommission an die Entscheidung der EU-Lebensmittelbehörde gebunden ist. Es hat sich hier heraus gestellt, dass zwar die Lebensmittelbehörde einen entsprechenden Vorschlag unterbreitet bzw. eine wissenschaftliche Bewertung abgibt, die letzte Entscheidung aber bei der Kommission liegt. Mich interessiert, wie sich die EU-Kommission – ein relativ politisches Gremium – den praktischen Ablauf vorstellt, wenn die EU-Lebensmittelbehörde eine Bewertung abgegeben hat und dann die Kommission ihre eigene Bewertung vornimmt. Ich würde uns hier auch nicht unbedingt zutrauen, jeden einzelnen Nährstoff entsprechend zu bewerten. Diesbezüglich habe ich den Eindruck, dass es dann doch irgendwann auf die Einteilung in politisch gute oder politisch schlechte Lebensmittel hinaus läuft.

In dem Zusammenhang wirft der Bundesrat die Frage auf, wie es mit der Haftung der EU-Kommission aussieht, wenn die EU-Kommission eine Angabe zugelassen hat, die sich dann später als unzutreffend heraus stellt. Haftet die Kommission, das Lebensmittelunternehmen oder wer? Eigentlich müsste die Kommission haften, sie ist ja letztendlich die Genehmigungsbehörde, die dann auch entsprechend die Haftung dafür übernehmen sollte. Wie stellen Sie sich die Regelung der Haftung vor?

Schließlich führt dieser Vorschlag, wenn man ihm strikt folgt, zu einer echten Benachteiligung kleinerer Unternehmen im Vergleich zu größeren Unternehmen. Alle wissen, dass die großen Lebensmittelunternehmen auch entsprechende große Forschungsstäbe etc. unterhalten, was kleinere Unternehmen sich so nicht leisten können. Hier habe ich die Frage, wie die Kommission verhindern will, dass es zu Ungleichentwicklungen zwischen den großen Konzernen und den kleinen Lebensmittelproduzenten kommt. Dann noch eine weitere Frage zu Artikel 11, den ich mir noch einmal angeschaut habe. Wie wollen Sie die dort enthaltenen sehr unscharfen Begriffe „allgemeine Gesundheit und Wohlbefinden“ näher bestimmen? Was bedeuten diese Begriffe konkret? Es heißt dann auch noch in dem Artikel 11, dass die Kommission nach Konsultation der Behörde Leitlinien für die Umsetzung des vorliegenden Artikels vorlegt. Wie sollen denn solche Leitlinien aussehen? Bestimmt die Kommission, was gesund ist und was nicht gesund ist, was allgemein Wohlbefinden auslöst und was kein Wohlbefinden auslöst? Hier hätte ich gerne einmal eine genauere Antwort.

Und last but not least: Warum wollen Sie ein Genehmigungsverfahren einführen und nicht nur ein reines Anzeigeverfahren, in dem wissenschaftliche Studien vorgelegt werden müssen, das aber nicht so langwierig wie dieses acht bis neun Monate dauernde Genehmigungsverfahren ist und das, wie ich glaube, unserem marktwirtschaftlichen System eher entspricht? Danke schön!

**Abg. Dr. Christel Happach-Kasan:** Ich bedanke mich zunächst bei den Experten für ihre Erläuterungen und kann mich nahtlos an das anschließen, was vor mir gesagt worden ist. Ich möchte aber doch noch eine konkrete Frage stellen. Harmonisierung und die Vermeidung von Irreführung sind Ziele, die wir alle teilen und an deren Verwirklichung wir auch gern mitwirken möchten. Das will ich ganz deutlich sagen. Aus der nationalen Perspektive kann ich aber nicht ganz erkennen, inwieweit die jetzigen

unterschiedlichen Regelungen innerhalb der EU dazu geführt haben, dass wir den Binnenmarkt nicht so haben durchsetzen können, wie wir das wünschen. Inwieweit ist also die Warenverkehrsfreiheit durch die jetzigen unterschiedlichen Regelungen tatsächlich eingeschränkt? Ich hätte gern konkrete Beispiele, um mir vorstellen zu können, inwiefern wir diesbezüglich Missstände haben.

Frau Bardenhewer-Rating, Sie sind ja diejenige, die den Überblick über die EU hat, während wir das teilweise etwas nationaler und vielleicht auch regionaler betrachten. Sie haben hier dargestellt, dass das in den übrigen EU-Mitgliedstaaten anders gesehen wird als in Deutschland. Können Sie uns vielleicht ein bisschen darstellen, inwiefern die Werbewirtschaft in Deutschland anders vorgeht als beispielsweise entsprechende Unternehmen in Frankreich oder Italien? Ist so ein Spruch wie „Haribo macht Kinder froh“ (manchmal habe ich den Eindruck, dass wir hier eine Werbeveranstaltung für Haribo haben, so oft wie der Spruch zitiert wird) in einem anderen EU-Land undenkbar? Gibt es nicht deshalb diese Widerstände? Wenn es denn tatsächlich diese Schwierigkeiten im EU-Binnenmarkt gibt, könnte ich mir vorstellen, dass es auch entsprechende rechtliche Auseinandersetzungen gibt. Gibt es – und vielleicht kann auch Herr Isenberg dazu etwas beitragen – gegen jetzt geäußerte gesundheitsbezogene Angaben Klagen? Hat sich also die Verbraucherzentrale um irreführende Angaben auf Lebensmitteln gekümmert und vielleicht Recht bekommen? Das würde mich interessieren. Die Verbraucherzentrale hatte doch beispielsweise bei Eiern, die laut Werbung von einem Bauernhof kamen, in Wirklichkeit aber gar nicht von so einem schönen Bauernhof kamen, geklagt und Recht bekommen, dass es solche irreführenden Darstellungen nicht geben darf.

Wichtig finde ich es, über die Verwendung irreführender Angaben zu sprechen. Ich könnte mir vorstellen, dass ein Industriezweig wie die Süßwarenindustrie keine zusätzlichen Regelungen möchte und deswegen im Verfahren der Selbstkontrolle eventuell die eigenen Mitgliedsunternehmen beguckt, ob sie möglicherweise mit irreführenden Aussagen die Freiheit der Werbung, wie wir sie bis jetzt haben, selbst einschränken. Gibt es also eine Selbstkontrolle der Industrie, damit nicht mit irreführenden Aussagen für Produkte geworben wird?

Ein weiterer Punkt, der mir ganz wichtig ist: Zum einen streben wir in Europa den einheitlichen Binnenmarkt an, andererseits wollen wir die regionale Vielfalt gern er-

halten. Wir haben eine ganze Menge europäischer Programme, die auf regionale Vielfalt setzen. Ich würde Sie bitten, auch einmal dazu Stellung zu nehmen, wie unter einer solchen Verordnung die regionale Produktvielfalt tatsächlich erhalten bleibt. Denn wir haben eine ganze Reihe relativ kleiner Produkte, die nur regional beschränkt verbreitet werden und die auch nicht dazu bestimmt sind, aus der Region herauszutreten. Wie stellen Sie sich vor, dass solche mittelständischen Unternehmen vor dem Hintergrund einer solchen Verordnung überhaupt noch weiter wirtschaften können? Ich möchte auch bitten zu berücksichtigen, dass im Mai zehn neue Länder beitreten. Wie soll das von den dortigen Betrieben möglicherweise geleistet werden?

**Die stv. Vorsitzende:** Ich habe mich jetzt als verbraucherpolitische Sprecherin der Grünen auf die Rednerliste gesetzt. Die Befürchtungen der Werbeindustrie kann ich nicht nachvollziehen. Es ist tatsächlich kein Werbeverbot, sondern eine Veränderung im Spektrum der Aussagemöglichkeiten. Man kann sich zwar darüber streiten, ob dieser enorme Finanzaufwand an Werbung gerechtfertigt ist, aber darum geht es hier überhaupt nicht. Ich habe nachgelesen und kann Ihre Befürchtungen nicht nachvollziehen. Es geht vielleicht um eine Veränderung bei den Möglichkeiten von Werbung, aber ganz gewiss nicht um ein Werbeverbot. Ich wäre ganz froh, wenn wir das alle klarstellen. Im Übrigen kann man sich wohl, was Mittelstandspolitik angeht, darüber auseinandersetzen, inwiefern Großunternehmen mit enormen Werbeetats hier bevorzugt sind – aber schauen Sie sich das Brauereiwesen an. Meines Erachtens geht es hier darum aber nicht.

Handlungsbedarf gibt es ja sehr wohl. Alle haben festgestellt, dass es einen gewissen Harmonisierungsbedarf gibt. Es ist insofern auch zu begrüßen, dass die Kommission einen entsprechenden Vorschlag vorgelegt hat. Handlungsbedarf gibt es aber auch angesichts des ständig wachsenden Marktes für neue Lebensmittel, den es auf das Interesse des Verbrauchers hin, hier wahrheitsgemäße Angaben zu erhalten, zu beleuchten gilt. Ich glaube, das ist die Intention dieser Verordnung oder jedenfalls möchten wir sie so gern realisiert sehen.

Hier meine Fragen an den Verbraucherzentrale Bundesverband: Wir unterstützen ja – im Übrigen auch gemeinsam – z. B. den Verzehr von mehr Obst und Gemüse durch die Kampagne „Fünf am Tag“ und Ähnliches, also gerade auch die Intention der Bundesregierung, durch eine verstärkte Informationsarbeit der Verbraucherzent-

ralen und durch die Informationen des BMVEL naturbelassene Lebensmittel zu fördern. Sehen Sie diesbezüglich einen besonderen Handlungsbedarf oder kann es den Verbrauchern selbst überlassen werden, hier zu wählen? Gibt es tatsächlich Probleme im Bereich angereicherter Lebensmittel und neuartiger Lebensmittel überhaupt und sehen Sie hier – weil dieses Stichwort von guten und schlechten Lebensmitteln gefallen ist – die Notwendigkeit, zu korrigieren bzw. stärker im Interesse der Verbraucher einzuwirken?

Die zweite Frage bezieht sich auf die Nährwertprofile. Es ist dargestellt worden, dass sich auch Deutschland im Rat weit von den Nährwertprofilen zurückzieht. Sie haben aber Ihrerseits betont, dass dies einen Sinn mache. Ich würde Sie bitten, dieses noch etwas mehr auszuführen. Und das Dritte ist: Gibt es denn Alternativen zu diesem ganzen bürokratischen Aufwand, der hier bemängelt wird? Gibt es Alternativen zum Zulassungsverfahren und zum Verbot mit Erlaubnisvorbehalt, die auf eine einfachere Art besser zum Erfolg führen würden.

Jetzt würde ich die Angesprochenen bitten, erst einmal in die Beantwortungsrunde zu gehen, um dann die nächste Runde zu öffnen.

**Prof. Dr. med. Wolfram, Technische Universität München:** Ich fühle mich durch zwei Fragen angesprochen. Die eine betrifft die Nährwertprofile. Zum anderen wurde ich zu Kampagnen wie „Fünf am Tag“ sowie zum Thema „neue Lebensmittel“ und dazu befragt, ob „neue Lebensmittel“ mehr unters Volk gebracht werden sollten und hier fördernd einzugreifen ist.

Zunächst zum Nährwertprofil. Die Ernährung ist die Summe der Lebensmittel, die man isst. Mit den Lebensmitteln gelangen alle günstigen essentiellen Nährstoffe in den Körper. Man kann aber nur eine bestimmte Menge Lebensmittel essen. Diese Menge ist der Rahmen hinsichtlich des Energiebedarfs. Fülle ich diesen Rahmen vermehrt mit Lebensmitteln aus, die nicht so viele essentielle Nährstoffe haben, erreiche ich am Ende in der Summe weniger, als wenn ich mich auf Lebensmittel konzentriere, die diese Nährstoffe mitbringen. Insofern ist es ganz klar, dass es Unterschiede in der ernährungsphysiologischen Qualität gibt. Man scheut natürlich davor zu sagen, dass es gute und schlechte Lebensmittel gibt, weil das Schwarz-Weiß-Malerei ist. Aber es gibt sicher Unterschiede, die man bei der Ernährung beachten

muss Angesichts des wissenschaftlich begründeten Nährwertprofils gibt es keinen Zweifel, dass es diesbezüglich unterschiedliche Lebensmittel gibt und dass die Ernährung mit günstigeren Lebensmitteln gefördert werden sollte.

Die Kampagne „Fünf am Tag“, die die Deutsche Gesellschaft für Ernährung zusammen mit der Krebsgesellschaft seit einiger Zeit betreibt, hat sicher positive Effekte. Aber sie reicht noch nicht aus, wie auch der neue Ernährungsbericht zeigen wird. Es wäre sicher gut, wenn man dieses Thema in geeigneter Form in der Bevölkerung bewerben oder diese positiven Aspekte der Ernährung fördern würde. Denn es ist wissenschaftlich gesichert, dass Herzinfarkt, Krebs und alle anderen Krankheiten durch die Ernährung beeinflusst werden. Es gibt sicher auch neue Ansätze, z. B. bei den Omega3-Fettsäuren, die in Seefisch oder bestimmten Ölsorten enthalten sind (Rapsöl usw.). Diese wissenschaftlich gesicherten Ergebnisse sollte man unters Volk bringen, weil man wirklich klar sagen kann, dass das positiv wäre und wo auch alle profitieren würden: die Verbraucher, die Lebensmittelindustrie, die Werbeindustrie usw. Hinsichtlich der Phytosterole läuft es ja schon ganz gut. Sicher gibt es in der großen Gruppe der sekundären Pflanzenstoffe weitere Stoffe, die solche positiven Aspekte zeigen, die aber erst wissenschaftlich erarbeitet werden müssen. Das sind – glaube ich – gute Ansätze für die Zukunft.

**Angela Bardenhewer-Rating, Mitglied im Kabinett von Kommissar Byrne, Europäische Kommission, Brüssel:** Zum ersten zum Verfahren, das Sie, Frau Teuchner, angesprochen haben. Ich glaube, dass es da ein Missverständnis gibt. Das Verfahren läuft also jetzt so ab: Die Kommission hat den Vorschlag im Juli gemacht. Dieser Vorschlag wird sich nicht ändern, auch eine neue Kommission wird keine neue Meinung einbringen. Es liegt ein Kommissionsvorschlag auf dem Tisch, der seinen normalen Weg im Mitentscheidungsverfahren geht: Es gibt jetzt Beratungen im Rat und in den Arbeitsgruppen und die erste Lesung im Rat ist in Vorbereitung. Diese erste Lesung wird Ende März abgestimmt, das ist der März-Termin, den Sie meinten. Wir geben dann unsere Stellungnahmen zu den Änderungsvorschlägen ab. Der Kommissar geht ins Plenum, verteidigt dort seinen Vorschlag und erklärt auch, welche Änderungsvorschläge er aufgenommen hat.

Die Reaktion, die die Kommission zu den Änderungsanträgen zeigt, beeinflusst das weitere Werden dieses Vorschlages. Dann stellt sich die Frage, ob der Vorschlag in die zweite Lesung geht oder ob er gleich mit dem Rat nach der ersten Lesung be-

geschlossen werden kann. Das heißt aber nicht, dass die Kommission das allein beschließt, sondern dass sich der Rat und das Europäische Parlament nach der ersten Lesung einigen, denn es handelt sich um ein Mitentscheidungsverfahren.

Im Augenblick laufen die Verhandlungen überall auf Hochtouren. Wir versuchen natürlich, Kompromisse zu erreichen, damit es nicht so einen Unterschied zwischen der Position des Rates und der des Europäischen Parlamentes gibt und der Vorschlag nicht in die zweite Lesung und dann in den Vermittlungsausschuss muss. Es sind also die zwei Gesetzgeber im Augenblick tätig. Natürlich spielen auch wir eine gewisse Rolle. Aber wenn der Vorschlag z. B. nachher in den Vermittlungsausschuss käme, hätte die Kommission institutionell keinen Einfluss mehr. Das Ganze wird vom Europäischen Parlament und vom Rat entschieden. Aber wir arbeiten sehr daran, Kompromissvorschläge zu bekommen. Aber es wird jetzt nicht irgend etwas entschieden und dann unter einer neuen Kommission wieder neu entschieden. Soweit zum Institutionellen.

Die zweite Frage betraf das Verhältnis der Europäischen Kommission zur Europäischen Lebensmittelbehörde. Das ist ein zentraler Punkt nicht nur dieser Vorschrift, sondern ein ganz klassischer Ansatzpunkt. Uns interessiert im Verbraucher- und Gesundheitsgebiet, dass wir zum einen die Risikobewertung und Risikoanalyse haben und zum anderen das Risikomanagement, also die politische Entscheidung. Institutionell ist die Lebensmittelbehörde für die Risikobewertung zuständig und die Europäische Kommission für das Risikomanagement. Die Europäische Lebensmittelbehörde arbeitet wissenschaftlich und völlig unabhängig von der Europäischen Kommission. Die Ausgliederung der Wissenschaftsgremien aus der Europäischen Kommission war ja die Neuerung im Lebensmittelsicherheits- und im Verbraucherschutzbereich nach der BSE-Krise usw. Ansonsten könnte nicht unterschieden werden und man dächte dann, dass die Europäische Kommission eine wissenschaftlich nicht abgesicherte Entscheidung trifft. Dieses neue System ist unter der jetzigen Kommission ganz klar etabliert worden. Die Europäische Lebensmittelbehörde wurde errichtet, die nicht nur bei dieser Verordnung eine Rolle spielt, sondern auch bei den genetisch veränderten Lebensmitteln und den Zusatzstoffen. Im gesamten Lebensmittelbereich kommt es uns darauf an, dass eine politische Entscheidung nur getroffen werden kann, wenn sie wissenschaftlich abgesichert ist. Und insofern kann ich auf etwas Konkretes eingehen. Wenn in dem Vorschlag irgendwo stünde, dass die Kommission

bei ihrer Entscheidung auch andere relevante Faktoren berücksichtigen kann und somit egal ist, was die europäische Lebensmittelbehörde sagt, wäre das keine glückliche Formulierung.

Es gibt einen Änderungsvorschlag, der mir persönlich sehr vernünftig erscheint. Durch ihn wird nichts gestrichen. Er sagt, dass sachbezogene Argumente im Rahmen der wissenschaftlichen Auseinandersetzung vorgebracht werden müssen. Es ist immer so, dass so etwas auf wissenschaftlichem Rat basiert. Uns ist aber ganz klar, dass dann irgendwer die Entscheidung treffen muss. Das machen wir immer so, z. B. auch bei der Geflügelpest o. ä. Dort treffen wir auch Sicherheitsmaßnahmen. Das wird alles nachher in der Kommission und im Ausschussverfahren politisch entschieden, ist aber zuvor von unabhängigen Gremien wissenschaftlich abgesichert worden. Dieses zentrale Prinzip des ganzen europäischen Verbraucher- und Gesundheitsschutzes übernehmen wir auch in die Verordnungen über claims und über die Anreicherung. Dieses Prinzip haben wir nicht kreiert, um der Werbewirtschaft oder irgendwem anders zu schaden. Dieses Verfahren wird zwar noch nicht lange Zeit angewendet, ist aber im Rahmen des neuen europäischen Ansatzes auf dem Gebiet der Lebensmittelsicherheit mittlerweile üblich. Dieses Verfahren haben wir gerade deshalb geschaffen, um Transparenz zu schaffen und Risikoanalyse und Risikomanagement zu trennen.

Zu den kleineren und mittelständischen Unternehmen: Es ist nicht Ziel dieses Vorschlages, diese Unternehmen zu benachteiligen. Nur ein ganz geringer Prozentsatz von gesundheitsbezogenen Angaben wird dieses individuelle Genehmigungsverfahren vor der Europäischen Lebensmittelbehörde und der Kommission mit Antrag und Entscheidung durchlaufen – vielleicht 1 %. Das ergibt sich auch aus der Erläuterung des Verfahrens, die ich gleich vornehmen werde.

Der Ansatz dieses Vorschlages ist, Fehlinformationen zu vermeiden. Das gilt sowohl für große als auch für kleine Unternehmen. Aber sobald eine Nährwert- oder Gesundheitsangabe eines großen Unternehmens zugelassen worden ist, kann sie auch von einem kleinen Unternehmen übernommen werden. Es können auch kleinere und mittelständische Unternehmen zusammen einen Antrag stellen.

Nur bei einem ganz geringen Prozentsatz sind individuelle Anträge erforderlich. Das führt zum nächsten Punkt, der auch in Ihren Fragen aufkam: Warum ein Genehmi-



gungsverfahren, warum nicht nur eine Anzeigepflicht? Lassen Sie mich kurz das Verfahren darstellen. Aus dem Anhang zum Vorschlag ergibt sich im Hinblick auf nährwertbezogene Angaben genau, was „fettarm“ und was „zuckerfrei“ heißt. Fettarm bedeutet z. B., dass das Produkt pro 100 g nicht mehr als 3 g Fett enthält. Diese europäeinheitliche Festlegung ist für den Verbraucher sehr sinnvoll. Sieht der Verbraucher „fettarm“ auf dem Produkt, weiß er, wo auch immer er ist, dass es nicht mehr als 3 g Fett pro 100 g enthält. Das wird zurzeit in den verschiedenen Mitgliedstaaten sehr unterschiedlich gehandhabt. Ganz drastische Beispiele gibt es aus England. Diese Liste haben wir vorgeschlagen und uns wird jetzt – wie bei so vielem – vorgeworfen, die Liste sei feststehend. Wir rufen seit einem halben Jahr oder länger dazu auf, uns neue und weitere Nährwertangaben zu geben, was die Omega3-Säuren angeht, da wir als Kommission nicht über den wissenschaftlichen Unterbau verfügen.

Wir haben vielleicht nicht alles mit aufgenommen. Es gibt jetzt auch schon entsprechende Änderungsvorschläge, die dem Parlament vorliegen, aber da wissen Sie vielleicht besser Bescheid. Es ging u. a. um andere Fette und die Omega3-Säuren – also um positive, gesunde, ungesättigte Fettsäuren –, die noch aufgenommen werden sollen. Es handelt sich bei allen Listen nicht um abgeschlossene Listen. Die für nährwertbezogene Angaben geltenden Werte stehen schon fest und müssen nicht individuell beantragt werden. Es ist eben nicht richtig, dass jede Angabe einen neunmonatigen Verwaltungsprozess durchlaufen muss.

Die zweite Gruppe der gesundheitsbezogenen bzw. Nährwertangaben sind die Angaben, die mehrheitlich als solche schon anerkannt sind, z. B.: „Calcium ist gut für ihre Knochen“. Es gibt eben die Vorschrift, die u. a. von Herrn Prof. Horst schon angesprochen wurde, wonach eine Liste erstellt werden soll und innerhalb eines Jahres sollen uns die Mitgliedstaaten die Angaben geben, die beantragt sind. Innerhalb von drei Jahren soll diese Liste erstellt werden. Das ist die größte Anzahl von gesundheitsbezogenen Angaben, die jetzt mit einem Akt auf die europäische Ebene gehoben werden müssen. Das macht vielleicht in den nächsten drei Jahren viel Arbeit. Danach steht diese Liste im Grunde fest und es kann jederzeit eine neue Angabe hinzukommen. Es steht ausdrücklich in der Vorschrift, dass auf Antrag der Kommission oder aber auch eines Mitgliedstaates, diese Liste geändert und erweitert werden kann. Es soll jetzt nicht alles in einer abgeschlossenen Liste deponiert werden, sondern es soll wegen der industriellen Entwicklung und Innovation in Bewegung bleiben und auch weiterentwickelt werden. Diese Liste wird auch nicht einfach von der Kom-

mission festgesetzt. Wir gehen davon aus, dass wir innerhalb eines Jahres von den Mitgliedstaaten Änderungsanträge erhalten. Da wirkt dann auch die Industrie auf die Mitgliedstaaten ein. Alle Änderungsanträge, die wir von den Mitgliedstaaten erhalten, werden nicht sofort von der Kommission entschieden, sondern durchlaufen die wissenschaftliche Bewertung bei der Europäischen Lebensmittelbehörde, die die Risikobewertung vornimmt. Nachher setzt die Kommission das nur politisch fest. Es wird aber weder alles von der Kommission festgelegt noch ist die Liste abgeschlossen.

Jetzt komme ich zu den Angaben, die ein individuelles Verfahren durchlaufen. Das sind vor allem die, die gesundheitsbezogen sind. In den Vereinigten Staaten sind bislang 17 solcher innovativen Gesundheitsangaben, die das eigentliche Verfahren durchlaufen, genehmigt worden. Das ist ein ganz geringer Prozentsatz.

Nun zur Verfahrensdauer: Hier gab es den Vorwurf der Benachteiligung kleinerer und mittelständischer Unternehmen, die es sich nicht leisten könnten, ein neunmonatiges Verfahren zu durchlaufen. Unser Ziel ist es, das Verfahren nicht bürokratisch lang hinzuziehen. Wir haben zwar die Fristen, aber dennoch soll es zügig gehen. Das ist die Vorstellung der Kommission. Wir haben im Augenblick drei Monate für die Bewertung durch die Europäische Lebensmittelbehörde und drei Monate für die Entscheidung der Kommission vorgesehen. Liest man die Vorschriften im Zusammenhang mit den Erwägungsgründen, ergibt sich aber, dass diese drei Monate bei der Kommission das absolute Maximum sind und eine Entscheidung an sich vorher fallen soll. Für Änderungsvorschläge sind wir offen. Es gibt Änderungsanträge des Berichterstatters im Europäischen Parlament, der u. a. die Fristbestimmung bei der Europäischen Lebensmittelbehörde aus Gründen der Rechtssicherheit anders formuliert haben will, weil bislang unklar sei, ob die Dreimonatsfrist auch dann zu laufen beginnt, wenn die Lebensmittelbehörde wegen fehlender Informationen nachfragen muss oder ob die Frist erst nach der Rückfrage beginnt. Über diese vernünftigen Vorschläge machen wir uns Gedanken und zu denen äußern wir uns positiv. Diese Vorschläge fließen in unseren geänderten Vorschlag ein, der dann zum Rat geht. In allen diesen Punkten können Sie über das Europäische Parlament Einfluss nehmen. Wir wollen kein bürokratisch langes, zementiertes Verfahren. In dem kleinen Bereich, für den dieses Verfahren gilt, soll es auch zügig vor sich gehen.

Nun zu der Frage nach dem Anzeigeverfahren und dazu, wie die Verbraucher im Augenblick mit unwahren Angaben umgehen. Unseres Wissens ist die Rechtslage im Augenblick so, dass unwahre Werbung und unwahre Angaben nur allgemein verboten sind und weder die Verbraucherverbände noch der einzelne Verbraucher dagegen vorgehen können. Es kann dem Unternehmen gar nicht nachgewiesen werden, was es gemacht hat, weil es in der Zwischenzeit seine Vermarktungsstrategie schon wieder geändert hat. Daraus erwächst die Notwendigkeit, den Bereich der nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben europäisch einheitlich speziell zu regeln. Es ist deswegen nicht sehr hilfreich, wenn jetzt die Bundesregierung vorschlägt, einen Teil der Gesundheitsangaben ganz aus diesem zentralen europäischen System auszunehmen und einem nationalen Anzeigeverfahren zu unterwerfen. Das würde der Wirtschaft noch mehr Schwierigkeiten bereiten, weil in jedem Mitgliedstaat eine Anzeige gemacht werden müsste. Das ginge zu weit und widerspräche an sich auch der klassischen Gesetzgebungstätigkeit auf europäischer Ebene.

In dem langen Konsultationsverfahren, das wir durchgeführt haben, haben uns die Behörden der einzelnen Mitgliedstaaten mitgeteilt, dass sie im Augenblick gegen irreführende Werbung nicht vorgehen könnten. Es sei nicht durchsetzbar und bedürfe einer Regelung auf europäischer Ebene. Ich hoffe, dass ich damit alle Fragen zu diesem Punkt beantwortet habe.

Nochmals näher zu Artikel 4: Wir versuchen wirklich, alle Anregungen aufzunehmen. Zum Nährwertprofil habe ich auch sehr viele Informationen. Ob die Industrie selber sehr viele Arbeiten macht, weiß ich nicht. Ich habe aber Stellungnahmen, wonach viel Forschung betrieben wird und sehr viele Untersuchungen durchgeführt werden, die die Nährwertprofile und die schädlichen Nährwerte wie Salz, zuviel Zucker und Fettsäuren sowie die Frage betreffen, wie das aufgewogen werden kann, wie viel Prozent in ein Produkt müssen und wie viel mehr an Ballaststoffen, Protein usw. Da geht also sehr viel vor sich. Der Kommissar bekommt im Augenblick sehr viel Post von allen Seiten und will das in den Artikel 4 einbringen. Wir gehen das auch alles durch. Es geht darum, Artikel 4 nach den Grundsätzen, die ich am Anfang lange dargelegt habe, näher auszuformulieren.

Sie haben mich noch gefragt, ob es aus europäischer Sicht Probleme wegen der unterschiedlichen Situation und Rechtslage in den Mitgliedstaaten gibt. Wir haben sehr viele Beschwerden und es werden Vertragsverletzungsverfahren ausgearbeitet.

Am 5. Februar ist in einem Vorlageverfahren ein Urteil ergangen, das Frankreich und unterschiedliche Regelungen bezüglich der Anreicherung betraf. Es gibt auch noch je einen Fall in Dänemark und Italien, der dem Gericht vorliegt. Die drei Fälle betreffen den freien Warenverkehr, weil die Mitgliedstaaten unterschiedliche Anforderungen an Anreicherungen stellen und deshalb einzelne Unternehmen in anderen Mitgliedstaaten ihr Produkt nicht verkaufen können.

**Die stv. Vorsitzende:** Danke schön, dann geht es weiter mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

**Thomas Isenberg, Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.:** Bevor ich konkret auf die juristischen Klagepunkte komme, möchte ich noch einmal zum Leitbild Stellung nehmen, da das wichtig ist, um die Klageverfahren beurteilen können. Grundsätzlich stellt das gemeinschaftsrechtliche Verbraucherleitbild auf den mündigen Verbraucher ab, dem zuzumuten ist, die ihm in die Hand gegebenen Informationen kritisch prüfend zur Kenntnis zu nehmen, bevor er sich für oder gegen einen Kauf entscheidet. Dieses Leitbild unterstützen wir ausdrücklich. Ich möchte auch noch einmal ein paar Elemente skizzieren, die auch für den Gegenstand wichtig sind, den wir hier erörtern. Der EuGH sagt stets, dass es unabdingbare Voraussetzung einer kritischen Verbraucherentscheidung sei, dass diese aufgrund ausreichender und zutreffender Informationen getroffen wird. Auch die Lauterkeitsrichtlinie benennt in diesem Zusammenhang Kerninformationen, die der Verbraucher dringend benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen. Hier wird bezüglich des Verbraucherleitbildes auch ausgeführt, dass nach der Rechtsprechung des EuGH bei der Anwendung dieses Begriffes auch soziale, kulturelle und sprachliche Faktoren zu berücksichtigen sind.

Wenn wir uns über Trends im Ernährungsverhalten und in der Bewerbung von angeblich gesundheitsfördernden Produkten unterhalten, sind die sprachlichen und kulturellen Phänomene noch mal gesondert auszuarbeiten und zu würdigen. Insgesamt wird deutlich, dass der Verbraucherbegriff des EuGH nicht nur ein pauschales Gebot beinhaltet, den Verbraucher zu informieren. Vielmehr muss die Verbraucherinformation auch wahrheitsgemäß, klar und zuverlässig sein und bei dem hier zur Diskussion stehenden Gegenstand eben auch hilfreich sein, eine gesunde Ernährung zu gewährleisten. Diese Voraussetzungen sind aber nur dann erfüllt, wenn die

Angaben auch erwiesenermaßen wissenschaftlich abgesichert sind. Da stellt sich natürlich die Frage, wie man das erreichen kann.

Zunächst stellt sich die Grundsatzfrage, ob man dem Verbraucher, der sich schon mit den werbenden Angaben auf der Verpackung, welche häufig bewusst übersteigert oder missverständlich sind, kritisch auseinandersetzen soll, zumuten möchte, dass er oder beispielsweise eine Verbraucherorganisation ein Klageverfahren anstrengt. In dem Verfahren müsste er dann den Beweis führen, dass ein bereits auf den Markt gesetztes Produkt nicht den genannten Anforderungen genügt, nämlich dann, wenn er sich mit der Werbung konfrontiert sieht.

Ist es nicht ein adäquates Ziel, vorher ein Genehmigungsverfahren mit einer wissenschaftlichen Prüfung vorzunehmen, durch die der Verbraucher sicher sein kann, dass die werbende Verbraucherinformation den Tatsachen entspricht? Jedenfalls entspricht ein solches Verfahren den Erwartungen der Verbraucherschutzverbände.

Die Verbraucherorganisationen haben mehrere Verfahren eingeleitet. Teilweise haben sie aus verschiedenen Gründen auch darauf verzichtet. Ich möchte zu den laufenden Verfahren hier nicht Stellung nehmen. Ich möchte Ihnen aber als Beispiel einen Spruch aus der Werbung nennen, der lautet: „Gesunder Trinkspaß“. Er betrifft ein Produkt, das einen ganz erheblichen Zuckeranteil hat, aber in der Werbung als der gesunde Trinkspaß ausgelobt wird. Hinterfragt man, was ein kritischer Verbraucher, der sich einer solchen Werbebotschaft ausgesetzt sieht, empfindet, kann man durchaus zu dem Ergebnis kommen, dass diese Botschaft vielleicht schon mit dem bestehenden Rechtsinstrumentarium abgemahnt werden sollte, nachdem viele Verbraucher schon getäuscht worden sind. Im übrigen möchte ich auch darauf hinweisen, dass der Kläger in solchen Verfahren sehr viele eigene Sachverständigen-gutachten zu initiieren hat. Mit den Ressourcen der Verbraucherorganisationen – das ist jetzt kein Appell für mehr Geld, es ist einfach eine ordnungspolitische Grundsatzfrage – kann weder europaweit noch in Deutschland gewährleistet werden, dass jeglicher Missbrauch, der schon mit dem bestehenden Rechtsinstrumentarium angegangen werden könnte, tatsächlich zeitnah erkannt und dann auch abgestellt wird.

Frau Happach-Kasan, Sie sprachen erfolgreiche Verfahren des vzbv an und haben sich auf die Frage der Eierkennzeichnung bezogen. Das sind andere Tatbestände. Wir haben es hier mit Gesundheitswerbung zu tun. Bei der Eierkennzeichnung war

es so, dass wir in der Regel nur in den Fällen erfolgreich waren, wo eine eindeutige Abweichung der Produkteigenschaften von der Etikettierung vorgelegen hat. Wir waren aber beispielsweise dann nicht erfolgreich, wenn wir Klageverfahren eingeleitet haben, aber die objektivierbaren Eigenschaften des Produktes gar nicht darlegen konnten, weil beispielsweise, diejenigen, die Milch vertrieben haben und mit Kühen geworben haben, sagten, die Produktionsbedingungen seien eingehalten worden. Wir haben überhaupt keinen Auskunftsanspruch gegenüber demjenigen, der das Produkt auf den Markt bringt. Insofern kamen wir – jenseits der Fragestellung, wie denn der Sachverhalt an sich zu beurteilen ist – juristisch nicht weiter.

Doch zurück auf die Frage der Klageführung. Selbst wenn wir dieses täten, käme unter Umständen erschwerend für den Kläger hinzu, dass dann nicht nur die Meinung des Gerichtes eine wesentliche Grundlage der Entscheidungsfindung sein könnte, sondern u .U. auch die noch repräsentativere Verbraucherbefragung in Auftrag gegeben würde, für das dann u. U. auch die Verbraucherverbände noch ein immenses Kostenrisiko tragen würden. Der einzelne Verbraucher würde das in der Regel sowieso nicht können.

Sie entscheiden, was für Sie das höherwertige Schutzgut ist: eine mögliche Bürokratisierung oder ein präventiver Schutz des Verbrauchers, für den wir appellieren. Im Übrigen ist auch die Bürokratisierung gar nicht so negativ. In der Verschlankung des Staates wird in der Regel ein Abbau von staatlichen Regelmaßnahmen gesehen. Es ist aber fraglich, ob es überhaupt gerechtfertigt ist, ein Regelvakuum entstehen zu lassen, wenn es Ziel der EU ist, auf europäischer Ebene einen hohen Schutzstandard im Bereich gesundheitlichen Verbraucherschutzes zu gewährleisten. Würde man in diesem Bereich deregulieren, entstünde ein Regelvakuum. Das wäre aber nicht zielführend, weil die Interessen der Verbraucher z. B. in einem freiwilligen Verfahren der Industrie nicht ausreichend zur Geltung kämen. Insofern besteht sowohl für die EU als auch für die Verbraucherschutzorganisationen ein europäisches Harmonisierungsbedürfnis, welches eine individuelle wissenschaftliche Überprüfung und Zulassung von Werbeaussagen zwingend nötig macht, damit einzelne Verbraucher in einem ansonsten nicht ausreichend regulierten Marktsegment nicht ökonomisch benachteiligt werden. Vielen Dank!

**Klaus Reingen, Hauptgeschäftsführer Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.:** Vielen Dank, Frau Vorsitzende. Wir wurden von Frau Dr. Hap-pach-Kasan u. a. im Hinblick auf die Selbstkontrolle der Werbung angesprochen. Darauf möchte ich gern antworten und unsere Position erläutern.

Werbung ist ein Teil der freien Marktwirtschaft und im Rahmen der Produktvermarktung der Unternehmen erforderlich. Es ist aber bei weitem nicht so, wie hier glauben gemacht wird, dass Werbung sich heute im rechtsfreien Raum abspielen würde. Es wurde anfangs schon gesagt, dass wir ein nationales Irreführungsverbot nach § 17 LMBG haben sowie ein Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und auf europäischer Ebene parallele Instrumente. Es gibt die EU-Richtlinie über irreführende Werbung, es gibt die EU-Etikettierungs-Richtlinie, die Nährwertkennzeichnungsrichtlinie – also einen breiten Rahmen, der dafür sorgt, dass es ein Verbot von irreführender Werbung für den Verbraucher gibt. Darüber hinaus gibt es in den verschiedenen Ländern auch unterschiedliche Instrumente der Selbstkontrolle. In Deutschland haben wir die Regelungen des Deutschen Werberates, der ein Selbstkontrollorgan der Wirtschaft und auch für die Werbung ist und der auch tätig wird. Inwieweit das im Bereich Lebensmittel der Fall ist, weiß der Deutsche Werberat besser. Aber es gibt keinen rechtsfreien Raum. Hinzu kommt eines, das nicht unterschätzt werden darf. Wir sind schon der Meinung, dass letztlich Gerichte diejenigen sind, die über die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften wachen. Die Gerichte werden nicht nur von Verbraucherschutzverbänden, die in Deutschland ein eigenes Klagerecht haben, angerufen, sondern insbesondere und in aller Regel von Wettbewerbern. Es gibt also einen scharfen Konkurrenzkampf, der sich um die Werbeaussagen ringt und der immer dann entsteht – ohne dass die Öffentlichkeit etwas mitbekommt –, wenn eine Aussage den rechtlichen Gegebenheiten nicht entspricht, insbesondere wenn sie denn täuschend oder irreführend ist oder wenn gesundheitsbezogene Aussagen nicht hinreichend wissenschaftlich belegt sind. Die Fälle beschäftigen die Gerichte in hohem Maße. Es wird nicht immer publik, was da läuft und was da rauskommt. Insofern sind wir der Auffassung, dass diese europäische Verordnung, über die wir jetzt sprechen, im Hinblick auf gesundheitsbezogene Werbeaussagen mit ihren restriktiven Regelungen einfach über das Ziel hinausschießt. Es ist richtig, etwas europäisch zu harmonisieren, wo auch Harmonisierungsbedarf besteht, aber das geht hier einfach zu weit.

Unsere Position ist ganz klar und das stellt das geltende Recht auch sicher: Nährwertbezogene und auch gesundheitsbezogene Angaben müssen zutreffend sein. Sie dürfen nicht irreführen, sie müssen wahr sein und sie müssen hinreichend belegt werden. Das stellen die Gesetze heute schon sicher. Jedoch müssen gesundheitsbezogene Angaben, die ja hier in Rede stehen, wissenschaftlich belegt sein.

Ich muss Frau Bardenhewer-Rating, so schwer es mir auch fällt, allerdings widersprechen, denn die Verordnung, über die wir reden, beinhaltet durchaus Werbeverbot für einzelne Produkte. Frau Höfken, Sie haben auch gefragt, inwiefern es um Werbeverbote geht. In diesem Fall geht es konkret um Werbeverbote, und zwar immer dann, wenn ein Produkt diesem angedachten Nährwertprofil nicht entspricht. Nährwertprofile sind ja nur im Grundsatz umrissen und sehr unbestimmt. Aber es ist klar: Ein Produkt, das zuviel Zucker und Salz enthält, soll gesundheitsbezogene Angaben nicht tätigen dürfen. Das ist ja der Kerngedanke dahinter. Ich kann hier konkrete Beispiele vorweisen, wie sich das auswirkt. Das erläutert vielleicht am Rande auch für Sie, warum in Deutschland ein so heftiger Widerstand gegen diese Verordnungsvorschläge aufbrandet. Es gibt hier Produkte, die es in anderen Ländern in dem Maße nicht gibt. Das betrifft z.B. die angereicherten Bonbons. Hier haben wir tatsächlich Umsatz und Arbeitsplätze zu verlieren, was in anderen Ländern bei diesen Produkten vielleicht wegen restriktiverer Gesetze bisher nicht aufgebaut wurde.

Ein „Rachengold-Hustenbonbon würde in Zukunft, weil es Zucker enthält und damit ein ungünstiges Nährwertprofil hat, keine nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben mehr tätigen dürfen. Die gesundheitsbezogene Angabe lautet bei Hustenbonbons üblicherweise: „Wohltuend für Hals und Rachen“. Es werden Kräuter verwendet, die auf der Verpackung auch abgebildet sind und die entsprechend auch ausgelobt werden. Das alles wäre untersagt. Dieses Produkt dürfte weder die Kräuter auf der Verpackung abbilden, noch dürfte gesagt werden: „wertvolle Kräuterextrakte schützen“ oder „wohltuend für Hals und Rachen“. Jeder weiß, wenn es im Halse kratzt, dann nimmt man ein solches Bonbon und das Kratzen im Hals ist vielleicht weg – nicht mehr verspricht diese Werbung. Darüber hinaus ist bei diesem Bonbon auch die Frage, inwieweit der Markenname betroffen ist. Wir haben also ein Hustenbonbon der Firma Ragold hier, das heißt „Rachengold“. Sie kennen es alle aus der Werbung. Dieser Markenname „Rachengold“ impliziert, dass das Bonbon für den Hals und den Rachen „Gold“ ist, also gut ist. Die Frage ist, ob der Artikel 11 nicht sol-



che vagen, allgemeinen Aussagen, die das Wohlbefinden eben ansprechen, verbietet, sodass also auf der gesamten Vorderseite dieser Verpackungen nichts mehr draufstehen würde. Ein Produkt, das sich nicht mehr Hustenbonbon nennen darf, ist damit als Produkt tot. Auch die allgemeine Verkehrsbezeichnung „Hustenbonbon“ wäre weg, wenn diese Verordnung so käme, weil das Wort „Hustenbonbon“ implizit eine gesundheitsbezogene Aussage beinhaltet. Weil dieses Produkt in einem gewissen Umfang Zucker enthält, wären also alle Aussagen auf der Verpackung vorne weg – das sind Werbeverbote.

Dann haben wir den zweiten Bereich der Vitaminbonbons, in dem Deutschland einen sehr entwickelten Markt hat. Andere Länder wie z. B. Frankreich haben wegen restriktiver Vorschriften einen solchen Markt nicht.

Hier nur stellvertretend das Bonbon „Nimm 2“ eines Berliner Herstellers. Auf diesem Produkt steht „Multivitaminbonbon“, „Orangen- und Zitronenbonbon mit wertvollen Vitaminen“. Das ist alles, was auf der Vorderseite ausgelobt wird. Auf der Rückseite befindet sich die wegen der Aussage „mit wertvollen Vitaminen“ vorgeschriebene Nährwertkennzeichnung. Auf der Rückseite wird über den Kaloriengehalt, den Fettgehalt und darüber informiert, wie viel Vitamine zugesetzt werden und wie viel sie zum Tagesbedarf beitragen. Dieses Produkt wäre nach den jetzt vorgegebenen Verordnungsvorschlägen in Zukunft nicht mehr am Markt. Wir haben hier eine Verbindung zwischen der Anreicherungsverordnung, die im Vorschlag vorliegt, und der Claims-Verordnung über die Werbeaussagen. Es heißt in der Anreicherungsverordnung, dass man diesen Produkten zwar Vitamine zusetzen darf, sich die Werbung im Übrigen aber nach der Claims-Verordnung richtet. Deren Artikel 4 verbietet aber Aussagen wie „mit Vitaminen“ oder „Vitaminbonbon“, wenn das Nährwertprofil aufgrund des Zuckergehaltes – ich denke diese Bonbon besteht zu 70 % aus Zucker – nicht stimmt. Wenn Sie als Hersteller diese Angaben nicht mehr verwenden dürfen – die Vitamine sind wahrscheinlich das Teuerste an dem Produkt –, werden Sie das Produkt auch nicht mehr vermarkten, denn wenn Sie den Konsumenten nicht mehr darauf hinweisen, ist die Vermarktungsmöglichkeit tot.

Alle Angaben, die ich Ihnen genannt habe, treffen zu, sind also nicht falsch. Ich will auch noch einmal deutlich sagen, dass wir uns nicht für irgendwelche Schimären-Botschaften im gesundheitlichen Bereich einsetzen. Uns geht es um das ganz Normale an Werbeaussagen, was wir kennen, was wir auch bewahren möchten und vor

allen Dingen um zutreffende und wissenschaftlich belegte Aussagen. Das muss für alle Produkte gleichermaßen weiter gelten.

Wir haben eben kurz das taufrische Urteil gegen Frankreich vom letzten Donnerstag angesprochen. Aus dem Leitsatz der Urteilsbegründung geht sehr deutlich hervor, dass es hier um die französische Regelung geht, die sehr restriktiv ist. Es war Deutschland bisher unmöglich, diese Bonbons nach Frankreich zu exportieren, weil dort dieses Bonbon eine Ausnahmegenehmigung nach französischem Recht nicht bekam. Der Europäische Gerichtshof hat zweierlei gesagt: 1. Eine Beschränkung des Warenverkehrs darf nur aufgrund gesetzlicher Maßnahmen erfolgen, die auf eine konkrete Gesundheitsgefährdung für den Verbraucher abstellen, also nicht etwa auf Ernährungslenkung. Es genügt nicht, dass Süßigkeiten nicht angereichert werden dürfen sollen, sondern allein auf Basis des Gesundheitsschutzes dürfen Restriktionen erfolgen. 2. Der Europäische Gerichtshof hat festgestellt, dass Frankreich nicht dartun konnte, dass das Inverkehrbringen dieser Erzeugnisse eine Gefahr für die Gesundheit der Bevölkerung darstellt. Frankreich konnte nicht belegen, dass man von Vitaminbonbons krank werden kann. Dementsprechend hat der Gerichtshof gesagt, dass man sie dann auch nach Frankreich exportieren dürfen muss. Ich denke, dass das ein ganz entscheidender Passus ist, der uns am Herzen liegt: Werbung darf nur eingeschränkt werden, wenn eine konkrete Gesundheitsgefahr für die Bevölkerung vorliegt und die hat selbst die EU-Kommission nicht dargelegt.

In Deutschland stehen hinter diesen Produkten Arbeitsplätze und viel Umsatz. Allein das Produkt, das ich eben zeigte, macht bei der größten Firma, die wir haben, etwa 50 Mio. € Umsatz. Das sind etwa 200 Arbeitsplätze. Die Arbeitsplätze stehen aber nicht der Gesundheit der Bevölkerung gegenüber – denn eine Gesundheitsgefahr wird nicht dargelegt –, sondern dem Ziel einer Ernährungslenkung, also Vorstellungen, welche Produkte in Zukunft angereichert werden dürfen sollen.

Noch eine Äußerung zu Artikel 4, der die Nährwertprofile betrifft: Unserer Meinung nach müsste man es, wenn man es überhaupt macht, einheitlich machen – nach einheitlichen Kriterien. Wenn Sie aber sagen, dass Sie das nach Kategorien unterteilen wollen, dann ist in unseren Augen in diesen Dingen Willkür eröffnet. Wenn Sie sich beispielsweise anschauen, wie viel Fett in Butter enthalten ist oder in Margarine – dann geht das wohl nah an 100 %. Wenn man sich anschaut, wie dick man ein Butterbrot mit Leberwurst beschmieren kann, dann weiß man auch, wie viel Fett bei dem

Pausenbrot dabei sein kann. Dass anderen Produkten, die im Fettgehalt deutlich geringer sind als Butter, diese Aussagen untersagt werden sollen, bedeutet eine Differenzierung nach Produktgruppen. Man guckt dann letztlich ernährungsideologisch auf diese Produkte und schaut, was in Zukunft noch beworben werden dürfen soll und was nicht. Darin sehen wir keine durchgehende wissenschaftliche Überlegung. Ich kann mir auch nicht vorstellen, dass die Europäische Kommission verbieten würde, auf die wertvollen Bestandteile des Olivenöls, das fast nur Fett ist, hinzuweisen.

Sie sagten eben, das Ganze solle von der Wissenschaft nach der Verabschiedung der Verordnung noch ausgearbeitet werden. Wir sind dagegen der Meinung, die Wissenschaft müsse das vorher tun. Wenn dabei herauskommt, dass Nährwertprofile etwas Gutes sind und beispielsweise dabei helfen, Übergewicht zu vermeiden, dann ist es richtig, daran anzuknüpfen. Es ist aber nicht richtig, auf dieser Basis, die jetzt vorliegt, Nährwertprofile zu machen, weil viel Zucker, Salz und Fett schädlich sei und Übergewicht verursache, und dann hinterher zu differenzieren und sich die Produkte auszusuchen, die am Markt nicht mehr existieren sollen.

Ich habe jetzt sehr lange geredet, Frau Vorsitzende. Ich bitte um Verzeihung. Wichtig wäre uns noch, etwas zu der wissenschaftlichen Begründbarkeit der Nährwertprofile ausführen zu können. Da ich dazu nicht berufen bin, dachte ich, Herr Prof. Mattissek, der der Leiter unseres Lebensmittelchemischen Institutes ist, könnte dies tun.

**Die stv. Vorsitzende:** Vielen Dank! Wir wollen den Kollegen noch einmal die Möglichkeit geben, sich einzubringen. Bitte, Frau Hiller-Ohm und Frau Klöckner!

**Abg. Gabriele Hiller-Ohm:** Ich würde eine EU-weite Festlegung auf einheitliche Grundsätze für die Verwendung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben aus Verbrauchersicht, und um bessere Wettbewerbsbedingungen für die Wirtschaft in Europa herzustellen, sehr begrüßen. Meine Frage an Frau Bardenhewer-Rating: Es liegt uns ein ausführliches Gutachten von Prof. Dr. von Danwitz vor, das Ihnen sicher auch bekannt sein wird. Dieses Gutachten verneint die Rechtsetzungskompetenz der EU ausdrücklich. Hat Prof. Dr. von Danwitz die Rechtslage aus Ihrer Sicht richtig ausgelegt? Gibt es Gutachten, die zu einem anderen Schluss kommen? Welche Zuständigkeit hat die EU? Wurde vorher geprüft, ob die Rechtsetzungskompetenz gegeben ist? Und von wem ging die Initiative für die Verordnung aus?

Meine Frage an den Verbraucherzentrale Bundesverband: In Ihrer Stellungnahme vom September 2003 fordern Sie, die Verordnungen an einigen Stellen zu konkretisieren. An welchen Stellen sehen Sie hier noch Handlungsbedarf? Ich hatte Sie noch gefragt, welchen Nutzen Sie für die Verbraucherinnen und Verbraucher sehen, aber das haben Sie ja schon ausgeführt.

Dann eine Frage an die Süßwarenindustrie und an den Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft: Sie haben gesagt, dass der Einfluss der Werbung deutlich überschätzt werde. Warum werden aber jährlich 2,5 Mrd. € in die Werbung hineinsteckt, wenn sie den Nutzen gar nicht bringt, den man sich erwartet?

Dann eine Frage an Herrn Prof. Diehl, an die Vertreterin der EU und an die Verbraucherzentrale: Der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie hat sich in seiner Stellungnahme auf die KOPS-Studie der Universität Kiel bezogen. Diese Studie besagt, dass es keine stringenten Beziehungen zwischen der Energie- und Fettaufnahme sowie dem Konsum einzelner Lebensmittel und dem Auftreten von Übergewicht gebe, ausschlaggebend seien vielmehr mangelnde Bewegung, Genetik sowie familiäre und soziale Faktoren. Kinder aus sozial schwachen Schichten und aus Familien mit geringerem Bildungsstand seien besonders anfällig für Übergewicht. Gibt es einen Zusammenhang zwischen Bildungsstand und Verführbarkeit durch Werbung? Glauben Menschen mit geringerem Bildungsstand der Werbung eher als Menschen mit höherem Bildungsstand? Wäre es angesichts des von der KOPS-Studie ausgewiesenen Zusammenhangs von Bildungsstand und Übergewicht bei Kindern gerade wichtig, Werbeaussagen nicht mehr zuzulassen, die sich auf eine vermeintliche Aufwertung durch nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben des Lebensmittels mit insgesamt aber ungünstigem Nährwertprofil beziehen? Gibt es Untersuchungen, welche Wirkung Werbung auf das Kaufverhalten von Erwachsenen und Kindern in bezug auf Lebensmittel hat?

Dann habe ich auch noch eine Frage zu den Nährwertprofilen an Herrn Prof. Wolf-ram. Es scheint offensichtlich nicht klar zu sein, ob Nährwertprofile wissenschaftlich belegt sind oder nicht. Diesbezüglich hätte ich gerne noch einmal eine Aussage von Ihnen: Gibt es wissenschaftliche Nährwertprofile – ja oder nein? Und dann noch eine weitere Frage: Der Deutsche Weinbauverband hat sich mit einer Sorge an uns gewandt. Er hat die Sorge, dass künftig nicht mehr mit dem Satz: „Für Diabetiker ge-

eignet“ geworben werden darf. Soll das zukünftig gestrichen werden oder darf diese Aussage weiterhin auf den Produkten verbleiben? Das wär's – danke.

**Abg. Julia Klöckner:** Es sind ja schon einige Fragen gestellt worden, insofern erledigen sich einige meiner Fragen. Dennoch muss ich den Kopf schütteln, wenn wir uns hier über diese ganzen Sachen unterhalten, in welchen Details hier was geregelt werden soll. Ich sage es ganz ehrlich: Ich bin keine Freundin dieser Verordnungsentwürfe. Ich sehe sehr wohl, dass wir Dinge harmonisieren müssen, ich sehe sehr wohl, dass wir den Verbraucher nicht irreführen dürfen.

Wir müssen aber – was irreführende Werbung angeht – auch erstmal das einhalten, was wir an Instrumenten haben. Deshalb richten sich jetzt meine Einwürfe oder Fragen an Sie, Frau Bardenhewer-Rating. Sie konnten mich nicht wirklich überzeugen. Sie sagten, die Kommission sei kooperationsbereit. Davon gehen wir ja aus, weil die Kommission nicht um ihrer selbst Willen besteht. Sie sagten auch, dass es sehr unverständlich sei, dass Deutschland Kernbotschaften ablehnt. Ich meine, wenn Kernbotschaften zu bezweifeln sind, dann sind sie – generell gesehen – auch abzulehnen.

Die größten Bauchschmerzen habe ich damit, dass die Kommission entscheiden soll, was zugelassen wird und was nicht. Dazu heißt es im Entwurf: Der Antragsteller reicht seinen Antrag bei der Behörde ein. Die Behörde legt innerhalb von drei Monaten ein Gutachten vor. Die Behörde übermittelt ihr Gutachten an die Kommission, die Mitgliedstaaten und den Antragsteller und veröffentlicht es. Die Öffentlichkeit kann der Kommission Anmerkungen dazu übermitteln. Das ist ein ganz zentraler Punkt. Welche Öffentlichkeit? Wer ist das? Wann darf wer was übermitteln? Wie sieht es überhaupt mit der Übersetzung aus? Ich denke, dass gerade bei solchen Werbeslogans auch der Sprachwitz wichtig ist. Da kommt es darauf an, aus welchem Land welche Werbeslogans kommen und wie das dort verstanden wird. Dass „Guinness ist good for you“ verboten werden könnte, sehen die Iren – ich sag's Ihnen – nicht so. Deshalb sind die ziemlich entspannt und intervenieren hier nicht. Die werden nur danach ziemlich unentspannt schauen, wenn es verboten ist.

Das, was ich jetzt vorgelesen habe, ist erst die Hälfte des Vorgangs. Deshalb glaube ich nicht daran, dass Sie das in dieser gesetzten Zeit auch wirklich durchbekommen.

Irgendwann wird es einen Antragsstau geben und dann passiert genau das, was Sie eigentlich hoffen, vermeiden zu können. Und was z. B. die Gummibärchen angeht: Also einer ist von Natur aus schneller froh, der andere weniger ... .

Irgendwo muss es noch einen Spielraum geben. Mir ist die Geschichte ein bisschen zu spaßfrei, denn irgendwann kommen wir zu einem Beipackzettel für Produkte. Diesbezüglich muss ich wirklich nach der Verhältnismäßigkeit fragen, denn das hätte folgende Wirkung: Je mehr auf den Produkten drauf steht, desto weniger bin ich bereit, noch irgendetwas zu lesen. Man entscheidet dann ganz aus dem Bauch, obwohl vielleicht eine Irreführung da ist.

Weiterhin muss ich Sie fragen, was denn Ihr Verbraucherbild ist. Natürlich gibt es solche aus sozial schwachen Familien, die weniger aufgeklärt sind – wie es auch die Kollegin sagte. Und es ist richtig, dass da ganz andere Relationen und auch Konsequenzen bestehen. Aber Mütter und Väter sind verantwortlich für ihre Kinder und dafür, was sie ihnen kaufen. Das heißt ja nicht, dass es ein „Nimm 2“ zum Nachtisch gibt statt eines Apfels. Ich sehe das kumulativ und nicht alternativ. Ich habe auch meinen Spaß, wenn ich mal drei „Nimm 2“ esse, beim vierten habe ich dann ohnehin keine Lust mehr. Insofern sehe ich mich auch nicht gesundheitlich gefährdet, vielleicht übergewichtig – gut.

Zuletzt noch zum Wein: Ich hatte Herrn Byrne einen Brief geschrieben. In der Antwort hieß es ganz klar, dass alles, was über 1,2 Vol. % Alkohol besitzt, nicht mit einer gesundheitlichen Werbung in Verbindung gebracht werden darf. Aber es gibt Studien der Bierbrauer und der Winzer, wonach ein mäßiger, aber regelmäßiger Genuss – und hier geht es wirklich um das Maß – sehr förderlich sein kann. Diese Information finde ich sehr wichtig und hilfreich wie zum anderen auch die Auskunft auf dem Etikett „Für Diabetiker geeignet“. Wenn nämlich der Fructose- und der Glucose-Gehalt auseinanderfallen und die Fructose süßend ist und der Wein deshalb halbtrocken, hat diese Information durchaus einen Nutzwert für einen Diabetiker. Wer z. B. gern süß trinkt, es aber nicht darf und kann, hat dadurch einen Nutzen, dass er diesen Wein trinken kann, weil der Glucose-Gehalt eben niedriger ist. Ein Verbot solcher Informationen fände ich nicht aufklärend, sondern eher noch verwirrend und das verstehe ich nicht.

**Abg. Dr. Christel Happach-Kasan:** Wir diskutieren hier ja über zwei verschiedene Verordnungen. Ich glaube in der Diskussion ist durchaus schon deutlich worden, dass es im Bereich der Anreicherungsverordnung bestimmt einen Harmonisierungsbedarf gibt und dieser auch von der EU-Kommission meines Erachtens geleistet werden kann, damit wir solche unverhältnismäßigen Regelungen nicht haben. Die andere Frage ist, ob wir mit einer nährwertbezogenen Verordnung tatsächlich das erreichen können, was erreicht werden soll. Ich bezweifle – Herr Prof. Diehl hat in der ersten Runde ja schon darauf aufmerksam gemacht, dass das alles sehr schön sei, aber eine gewisse Skepsis bei ihm als Psychologen da ist –, dass man damit wirklich erreichen kann, was gedacht ist. Ich möchte daran erinnern, dass wir auf Tabakwaren seit Jahrzehnten – das genaue Datum weiß ich nicht – den Ausspruch haben „Rauchen gefährdet die Gesundheit“. Dieses hat bisher relativ wenig Effekt gehabt, sondern eigentlich nur die Verpackungsindustrie gefördert, die die entsprechenden Verpackungen und Hülsen produziert hat, so dass der Raucher diesen Spruch nicht mehr zu lesen braucht, wenn er raucht. Ich darf nur daran erinnern, in welche Richtung solche Verordnung gehen könnte.

Herr Isenberg, Sie hatten in Ihrem Beitrag sehr deutlich gemacht, dass man über Klageverfahren nicht hinbekommen kann, bestimmte irreführende Ausführungen zu vermeiden. Ich würde Ihnen da recht geben. Aber wäre es nicht besser für eine gesunde Ernährung der Bevölkerung mehr auf Aufklärung zu setzen als auf das, was auf einer Verpackung drauf steht. Wir haben schon jetzt die Situation, dass auf jedem Süßigkeitsriegel die genauen Zutaten drauf stehen.

Vielfach ist auch in den einfachsten Süßigkeitsriegeln vermehrt Alkohol mit drin. Dies ist relativ unbemerkt passiert, ohne dass deswegen irgend jemand einen Aufschrei gemacht und gesagt hat: „Aber Alkohol will ich eigentlich nicht meinem Kind geben, wenn ich ihm ein Stückchen Schokolade in den Mund stecke.“ Wir sehen also die geringe Wirkung, die wir schon jetzt mit solchen Aufschriften haben. Man sollte ein bisschen kritisch hinterfragen, ob das, was hier angedacht wird, auch wirklich in die Richtung geht, in die es denn gezielt hat. Man muss eine solche Verordnung ja daran messen, dass sie das Ziel, was sie sich selbst gesetzt hat, auf diesem Wege tatsächlich erreichen kann. Ich habe da schon die Frage, ob dieses Ziel wirklich auf diesem Wege erreicht werden kann. Das kann ich nicht ganz erkennen. Mich interessiert noch, Frau Bardenhewer-Rating, wie die Situation der Hustenbonbons ist. Wird es danach keine Hustenbonbons mehr geben? Das ist etwas, was mich als Politikerin

persönlich interessiert, weil ich die ab und zu mal essen muss, damit ich nicht heiser werde. Was ist mit Hustenbonbons? Wird dieser Begriff danach bei der Durchsetzung Ihrer Verordnung sozusagen total verschwinden? Wie schätzen Sie das ein?

Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung hat mit ihrer Ernährungsberatung eigentlich einen relativ guten Erfolg. „Fünf pro Tag“ ist so ziemlich in aller Munde, obwohl er noch gar nicht beworben wird und es ja um Obst geht, das vom Nährwertprofil gar nicht so positiv dasteht, wie man es sich vielleicht vorstellen kann. Daher halte ich die Zielrichtung der Verordnung durchaus für wünschenswert. Die Frage, ob auf diesem Wege tatsächlich erreicht werden kann, was erreicht werden soll, ist für mich in dieser Anhörung nicht beantwortet worden.

**Die stv. Vorsitzende:** Ich denke, es sollte versucht werden zu klären – vielleicht in der letzten Runde –, ob gewisse absurde Entwicklungen, an denen wir alle kein Interesse haben, entweder tatsächlich in dieser Verordnung angelegt sind oder wie sie vermieden werden können. Das wäre eine Frage, die mich umtreibt. Ich möchte hier doch noch einmal betonen, dass die Werbung ja nun wirklich nicht verboten ist, sondern es um gesundheitsbezogene Werbung geht. Ich bin auch überhaupt kein Anhänger von irgendwelchem Diätenwahn. Aber ich finde es problematisch, wenn Produkte mit solchen Angaben werben, die solche Reaktionen hervorrufen. Auch bei den Bonbons bin ich nicht dafür, dass sie gesundheitsbezogen beworben werden, weil das meines Erachtens wirklich etwas ist, was man vermeiden sollte. Allerdings hätte ich auch persönlich nichts dagegen, wenn darauf stehen würde: mit diesem oder jenem Heilkraut. Aber – wie gesagt – wäre das in Zukunft nicht mehr möglich, wäre das am Ziel vorbei.

Ich will noch etwas sagen. Wir sehen natürlich schon, dass es hier einen Bedarf gibt, und zwar jenseits staatlicher Bevormundung, weil wir in den USA – glaube ich – inzwischen schon einen 30 %-igen Anteil von den ganzen Nahrungsergänzungsmitteln verzeichnen könne. Das hat weder für die Gesundheit noch den Geldbeutel der Verbraucher positive Folgen. Es sind meistens teure Produkte, die mit Angaben locken, die sie erstens nicht halten und zweitens davon abhalten, gesunde Sachen zu essen. Insofern glaube ich schon, dass hinsichtlich dieses neuen Marktes Handlungsbedarf besteht.



Herr Deß bitte, und dann noch eine letzte Runde, in der jede Organisation die Gelegenheit ergreifen kann, Stellung zu nehmen.

**Abg. Albert Deß:** Vielen Dank! Nachdem die Kollegin Hiller-Ohm eine Frage wegen der Wirkung von Werbung gestellt hat, hätte ich da noch eine Zusatzfrage: Gibt es vergleichende Studien oder Ergebnisse über die Wirkung von Werbung auf der einen Seite und der Wirkung von externen Beraterverträgen auf der anderen Seite?

**Die stv. Vorsitzende:** So, ich denke, dass wir jetzt bei der Süßwarenindustrie anfangen. Dort sollte sich doch derjenige melden, der noch nicht zu Wort gekommen ist.

**Prof. Dr. Reinhard Matissek, Lebensmittelchem. Institut des BDSI:** Ich bin der Direktor des Lebensmittelchemischen Institutes des Bundesverbandes der Deutschen Süßwarenindustrie. Nebenbei bin ich auch Professor für Lebensmittelchemie an der Technischen Universität Berlin.

Ich wollte ganz gern noch einmal kurz auf die Frage eingehen, ob Nährwertprofile Sinn machen oder weniger Sinn machen. Ich denke, dass das neben den Werbege-  
schichten der Kernpunkt dieser ganzen Diskussion ist. Der Ansatz der Verordnung ist ja der, zur Verhinderung von Übergewicht die Ernährung zu lenken. Aus unserer Sicht ist das aber nicht zielführend, sondern der falsche Ansatz. Denn durch diese Hintertür wird versucht, Unterschiede zwischen günstigen und ungünstigen Lebens-  
mittel zu kreieren. Wir alle erliegen ja schnell Vorurteilen, wenn sie uns nur schlüssig erscheinen. Ursache und Wirkung werden dann selten erfragt. Es gibt aber keine guten und keine schlechten Lebensmittel. Das sagt auch die Deutsche Gesellschaft für Ernährung, das sagt die ganze Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaft. Man kann nur viel essen und sich zu wenig bewegen. Letztendlich gilt also der Satz: „Es gibt einen ungesunden oder einen gesunden Lebensstil“. Dieser Satz bezieht sich natürlich auch auf das Ernährungsverhalten, aber auch auf die Aktivität, das wirkliche Sich-Bewegen, oder die Inaktivität, d.h. das Sitzen vor dem Computer oder dem Fernseher.

In einer ausgewogenen Ernährung haben alle Lebensmittel ihren Platz. Ich denke, dass das allgemein auch anerkannt ist. Natürlich sind verschiedene Lebensmittel vollkommen unterschiedlich zusammengesetzt. Das ist auch gut so, denn sonst hätten wir ja nur ein Einheitslebensmittel; so etwas Ähnliches, wie die Muttermilch, um

auf die optimale Zusammensetzung zu kommen. Die Vielfalt ist also gut. Es kommt eben auf die Gesamternährung an. Jedes Lebensmittel hat seinen Platz. Es kommt auf das Ernährungsverhalten an. In bezug auf Süßwaren – weil ich ja hier auch für den Süßwarenverband spreche – möchte ich nur das wiederholen, was vorhin angeklungen ist. Auch hier ist natürlich Maßhalten angesagt. Die Süßwarenindustrie sagt ja nicht: „Leute esst nur Süßwaren“, sondern „Süßwaren“ – und das ist wissenschaftlich anerkannt – „haben ihren Platz in einer ausgewogenen Ernährung“.

Ich möchte noch einmal kurz auf die Kieler Studie eingehen, die kurz angesprochen wurde. Übergewicht ist ein sehr vielschichtiges, ein multikausales Problem. Herr Prof. Manfred James Müller von der Universität Kiel hat diese Kieler Obesity Prevention Study, KOPS abgekürzt, gemacht oder macht sie noch immer. Sie läuft schon seit 1996. Inzwischen sind über 7.500 Kinder im Alter zwischen 5 und 11 Jahren jährlich untersucht, eingestuft und bewertet worden. Er kommt dabei ganz klar zu dem Ergebnis, dass die genetische Veranlagung eine große Rolle spielt – das ist auch das Gewicht der Eltern. Dicke Eltern haben auch dicke Kinder. Soziale und familiäre Faktoren, die eine Rolle spielen, sind die Schulbildung und die mangelnde Bewegung. Eines ist klar: Die mangelnde Bewegung spielt eine große Rolle, denn wir haben ja eine Energiebilanz, so wie die Waage – Energieaufnahme und Energieverbrauch.

Interessant an dieser Studie ist die Aussage, dass Kinder von Eltern mit Hauptschulabschluss dreifach höher Übergewicht haben als Kinder von Eltern mit Abitur. Es scheint also wirklich auch eine Frage des Bildungsstandes zu sein, des Wissens über diese Dinge. Die Studie zeigt eben ganz klar – und das zeigen auch andere Studien, z. B. eine Studie von Herrn Kuletzko aus Bayern –, dass beim Essen und Trinken zwischen übergewichtigen und normalgewichtigen Kindern kaum Unterschiede bestehen. Das ist das, was ich vorhin mit dem Vorurteil meinte. Man überlegt ja schnell selbst, wenn man Übergewicht auf die Waage bringt, woher das kommt, und hat dann die Dinge im Auge, die einem als erstes einfallen. Dicke Kinder essen eben auch nicht mehr Süßwaren und auch nicht mehr Fastfood als ihre schlanken Altersgenossen. Anders verhält es sich mit der Bewegung. Die dicken Kinder sitzen länger vorm Fernseher. Es gibt da verschiedene Studien. Auch die DONALD-Studie des Forschungsinstituts für Kinderernährung in Dortmund hat das belegt. Sie sind auch

seltener aktiv, seltener im Sportverein. Das heißt also, dass Bewegung hier ein ganz wichtiger Punkt ist.

Ich will noch einmal kurz darauf hinweisen, dass Übergewicht ein gesamtgesellschaftliches Problem ist. Wir denken, dass man mit dem Artikel 4 dieses Problem nicht lösen kann. Zur Vermeidung von Übergewicht und Adipositas bedarf es ganzheitlicher Strategien und hier sind alle gefordert. Das sind neben der Politik, der Wissenschaft und der Lebensmittelwirtschaft Sportvereine, Schulen, Kindertagesstätten, Ärzte usw., also alle, die im Gesundheitswesen und in der Gesellschaft damit zu tun haben, und natürlich auch das Elternhaus. Die zu ergreifenden Strategien und Maßnahmen müssen auf wissenschaftlichen Erkenntnissen beruhen und sollten nicht erschweren, durch die Einteilung in günstige und ungünstige Lebensmittel durch die Hintertür die Ernährung zu lenken.

Der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie hat gerade, was die Aufklärung angeht, schon einige Arbeit geleistet. Einer der ersten Schritte ist die Broschüre zum Thema „Naschen und Knabbern – was man über eine ausgewogene Kinderernährung wissen sollte“. Diese Broschüre hat der Bundesverband nicht allein erstellt, sondern mit der Forschungsstelle für Gesundheitserziehung der Universität Köln, also mit renommiertem wissenschaftlichen Sachverstand. Ich wollte damit belegen, dass es hier um Aufklärungsarbeit geht und nicht um eine Steuerung, wer wann was isst. Vielen Dank!

**Angelika Michel-Drees, Referentin für Ernährung, Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.:** Ich möchte das unterstreichen, was Herr Prof. Matissek zum Schluss sagte, nämlich zur Frage nach der ganzheitlichen Aufklärung. Auch wir sprechen uns für eine ganzheitliche Ernährungsaufklärung aus. Deshalb sind für uns der Artikel 4 und die Nährstoffprofile so wichtig. Wir sind der Meinung, dass die Nährstoffprofile herangezogen werden müssen, und zwar sowohl bei der Health-Claims-Verordnung als auch bei der Anreicherung. Darauf haben wir damals besonders hingewiesen, weil es in Zukunft nicht mehr möglich sein wird, Produkten mit einem ungünstigen Nährstoffprofil ein gesundes Image zu verleihen. Ich werde gleich einige Beispiele von ernährungsbezogener Werbung bringen, die ganz klar ungünstige Produkte so bewerben, dass sie positiv aussehen.

Wir – und nicht nur wir, sondern 36 andere Verbraucherorganisationen in Europa, die alle in der entsprechenden Richtung auch Einfluss genommen haben auf ihre Regierung – waren sehr entsetzt, als wir letzte Woche erfuhren, wie sich Deutschland im Rat verhalten hat.

Ich möchte auch nochmals darauf hinweisen, dass sich auch die WHO letztlich in unserem Sinne, also im Sinne der Verbraucherverbände und Verbraucher ausgesprochen hat, indem sie darauf hinweist, dass die Einschränkung von Produkten mit einem geringen Nährwertgehalt praktisch nicht erlaubt werden sollte und dass diese Produkte auch nicht positiv beworben werden sollten.

Uns fehlt in beiden Verordnungen auf jeden Fall noch die Ausformulierung der Nährwertprofile, weil das dort aus unserer Sicht etwas zu vage ausgedrückt ist, aber wir wollen sie deshalb nicht streichen. Zum zweiten ist für uns auch noch wichtig, dass es hinsichtlich der Genehmigung eine „Muss“-Regelung und nicht wie im Gesetzestext eine „Kann“-Regelung sein sollte. Das waren nur Kleinigkeiten, die ich hier am Rande nochmal erwähnen wollte.

Da ist noch eine Frage, die uns sehr wichtig erscheint und die man politisch bewerten sollte: Hier findet eine Güterabwägung zwischen Arbeitsplätzen und ökonomischen Ansätzen im Hinblick auf die Gesundheit statt. Wir sind der Meinung, dass uns doch die Gesundheit – gerade der Kinder – sehr am Herzen liegen sollte. Deshalb verstehen wir nicht, warum unterschiedlichste Kreise die Verordnung verhindern oder so verwässern wollen, dass sie letztlich ihren Zweck nicht mehr erfüllen würde. Ich gehe davon aus, dass auch Sie hier Ihre Vorstellung hinsichtlich der Verordnung noch einmal überdenken werden.

Ich werde gleich ein paar Beispiele sowohl von der Arbeit unseres Dachverbandes als auch von Produkten herumgeben, denen unserer Meinung nach ein gesundes Image verliehen wird, das ihnen nicht zukommt.

**Dr. Wronka, Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft ZAW e.V.:** Frau Abgeordnete, Sie haben die Frage gestellt, was der Nutzen der Werbung ist und warum man wirbt. Warum gibt man soviel Geld aus, immerhin 30 Mrd. € im Jahr insgesamt, davon 20 Mrd. € für Werbung? Im Bereich der Lebensmittel sind es 4,5 Mrd. €, analog dazu nehmen die Medien 3 Mrd. € ein.

Werbung ist ein Mittel des Wettbewerbs. Je stärker Produkte auf dem Markt konkurrieren, um so intensiver ist die Werbung. Machen Sie das doch z. B. an den Hustenbonbons fest: 10 Hustenbonbonmarken sind auf Markt. Haben Sie nur Bedarf an einer Packung, dann werden Sie auch nur eine Packung kaufen. Es geht darum, Sie zu überzeugen, dass A besser für Sie ist als B oder als C oder D. In einem Wettbewerbsmarkt entscheidet Werbung maßgeblich – aber leider nicht allein – darüber, welche Kaufentscheidung Sie treffen und warum Sie hingehen und sich dieses Päckchen kaufen. Es ist aber eine andere Frage, wie Sie anschließend mit dem Päckchen umgehen, ob Sie, weil die Bonbons so gut schmecken, alle hinter einander aufessen und sozusagen kontraproduktiv davon Gebrauch machen.

Die Entscheidung zum Kauf wird maßgeblich von Werbung beeinflusst. Aber daneben spielen natürlich eine ganze Menge anderer Einflussfaktoren eine Rolle. Sie haben vielleicht schon einmal genau dieses Produkt gekostet und sagen: „Ja, die Produkterfahrung führt mich dazu, mich wieder dafür zu entscheiden“. Oder Sie haben die Berichterstattung im redaktionellen Teil von Zeitschriften verfolgt und können sagen, dass dieses oder jenes Produkt für Sie die sympathischere Ausstrahlung hat. Je nach Art der Information, die Sie anspricht, entscheiden Sie darüber, welches Produkt Sie kaufen. Wie Sie damit umgehen, was Sie damit machen – und ich brachte vorhin das Beispiel mit der Butter, mit diesem Kleistern auf das Brötchen – sind Fragen, die die Werbung in keinsten Weise mehr betreffen.

Untersuchungen zur Werbung gibt es in Hülle und Fülle. Kamen die Anstöße dazu von Seiten der Industrie, haben wir sogar Wert darauf gelegt, besonders brisante Produktgruppen zu untersuchen: Warum rauchen Jugendliche? Warum trinken Jugendliche? Warum greifen sie zur Flasche? Eine Reihe von Untersuchungen hat der langjährige Leiter des Psychologischen Institutes der Universität Bonn, Prof. Bergler, zur Rauchmotivation Jugendlicher angestellt. Wenn Sie sich die Liste der Einflussfaktoren einmal ansehen, dann rangiert die Werbung an Nr. 15. An erster Stelle stehen die peer groups. Was wird in der Schule gemacht? Wie verhalten sich die Freunde? Wie sieht es im Elternhaus aus? Welche psycho-sozialen Aspekte wirken auf den Betroffenen ein? Und irgendwo ganz unten in der Kette gibt vielleicht die Werbung auch noch einen Anstoß zu rauchen. Insoweit kann die Werbung nicht der Auslöser für ein Fehlverhalten sein. Ich habe das Rauchen angesprochen: Alle – auch Raucher – wissen, dass das ein Fehlverhalten ist. Denn jede Zigarette ist nicht

gesundheitsfördernd, sondern schädlich. Und je mehr sie rauchen, desto schädlicher ist es.

Frau Vorsitzende, Sie haben jetzt zum zweiten Mal die Frage gestellt, warum wir darauf beharren, von Werbeverböten zu sprechen. Wir tun dies zum einen aus rechtsdogmatischen Gründen. In Artikel 11 des Entwurfs der Verordnung heißt es: „Folgende Angaben sind nicht zulässig“. In Artikel 8 und 10 heißt es: „Gesundheitsbezogene“ bzw. „nährwertbezogene Angaben dürfen nur gemacht werden, wenn ...“. Das sind sowohl rechtsdogmatisch wie auch faktisch Verböte, und zwar Verböte mit Erlaubnisvorbehalt, so wie Sie es vorhin auch gesagt haben. Wir sprechen von Verbötvorschriften. Über die Intensität der Verböte kann man diskutieren. Wenn Sie im Rahmen der Beweisführung im Genehmigungsverfahren teuerste Gutachten vorlegen müssen, damit Sie überhaupt den Beweis überzeugend antreten können, dann können sich das die bereits angesprochenen kleinen und mittleren Unternehmen, die auf dem Markt überleben wollen, größtenteils gar nicht leisten. Sie können das Geld nicht locker machen, um solche Gutachten in Auftrag zu geben.

Wir kommen, wenn es darum geht, das völlig transparent zu machen, faktisch zu einer Abbildung von Arzneimittelbeipackzetteln in Werbeanzeigen und Plakaten. Dass das nicht gerade werbefördernd ist und dann manche davon absehen werden, ein Produkt überhaupt auf den Markt zu bringen, weil sie es nicht entsprechend bewerben können, kann sich jeder vorstellen.

**Angela Bardenhewer-Rating, Mitglied im Kabinett von Kommissar Byrne, Europäische Kommission, Brüssel:** Vielen Dank, Frau Vorsitzende! Ich werde, bevor ich auf die Gesetzgebungskompetenz komme und die mehr theoretischen Fragen angehe, erst einmal allgemein sagen, dass durch diese Vorschrift keine Werbeslogans verboten werden. „Haribo macht Kinder froh“ wird nicht verboten. Es geht um nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben.

Sinn des Artikels 4 ist, für Produkte, die einen sehr geringen oder sogar schlechten Nährwertanteil und Auswirkungen auf die Gesundheit haben, nicht mit gesundheitsfördernden Slogans werben zu dürfen. Die Produkte werden aber nicht verboten. Zu den Produkten selbst trifft die Vorschrift keine negative Aussage. Wir wollen in der Gesamternährung alles geben. Es soll jedoch nicht noch mit positiven Folgen für die Gesundheit geworben werden.

Man kann mir nicht sagen, dass die Werbung keinen Einfluss auf das Ernährungsverhalten hat. Das glaube ich einfach nicht. Werbung ist sicherlich nicht der einzige Faktor. Aber das, was auf dem Etikett steht, hat auch einen Einfluss auf das Verbraucherverhalten – ob man das Produkt kauft und seinen Kindern gibt oder selber isst. Nehmen Sie z. B. ein Produkt, das sehr, sehr viel Zucker enthält und auf dem steht, es sei gut für Ihren Magen und gut für Ihr Herz, weil es einen hohen Anteil an Ballaststoffen habe. Davon haben wir ganz viele Beispiele. Solche Sachen sollen ausgeschlossen werden. Die Produkte können weiter verkauft werden, aber sie sollen nicht als positiv für die Gesundheit dargestellt werden. Bei den Vitaminbonbons z. B. kann man den Vitamingehalt aus den zum Teil abgedruckten Nährwertkennzeichnungen entnehmen. Das ist sicher eine wichtige Informationsquelle. Nach der ganzen Diskussion zu diesem Vorschlag gehe ich mehr dazu über, wirklich nur noch diese Nährwerttabellen zu lesen – die in Europa noch nicht ganz angeglichen sind – und zu vergleichen, wie viel Zucker und wie viele Vitamine sie enthalten. Ich finde, dass das ein wichtiger Punkt ist. Deshalb gehen ja auch Überlegungen dahin, diese Nährwertangaben in Europa einheitlich zu gestalten.

Es soll nur nicht darum gehen, auch noch einen positiven Gesundheitsaspekt anzupreisen. Sie können sicher Ihre Bonbons weiter als „Nimm 2“ verkaufen. Markennamen werden durch diese Vorschrift nicht verboten, was uns Verbraucherorganisationen sehr vorwerfen. Die Nährwertprofile sind auch noch nicht festgelegt. Ihrem Anliegen kommt es aber sicher zugute, dass für bestimmte Lebensmittelkategorien Nährwertprofile ausgearbeitet werden sollen, wie sich aus den Begründungserwägungen ergibt. Es gibt dann wahrscheinlich einen Bereich Süßigkeiten und da muss man dann sehen, wie das geht. Für diesen einzelnen Bereich können auch Ausnahmen vorgesehen werden. Vielleicht fallen dann die Husenbonbons darunter, ich weiß es noch nicht. Das sind alles Sachen, die wir noch nicht geregelt haben. Der Verweis auf die Weltgesundheitsorganisation, die im Mai ihren Abschlussbericht über Gesundheit, Ernährung, Bewegung vorstellen wird, ist sehr wichtig, weil dort sehr viel im Rahmen der Ernährungspolitik vor sich geht und in deren Arbeit alle mit eingebunden sind.

Ich gehe jetzt nicht in die einzelnen Formulierungsvorschläge, weil das jetzt zu weit führen würde. Wir haben aber sowohl vom Parlament wie in den Ratsgruppen Ände-

rungsvorschläge bekommen, über die wir im Augenblick sprechen und die sich auf eine konkretere Ausgestaltung des Artikel 4 beziehen. Diesbezüglich sind wir kompromissbereit.

**Die stv. Vorsitzende:** Ich würde jetzt nicht gern eine weitere Diskussion eröffnen wollen, weil um 14. 00 Uhr noch eine weitere Anhörung stattfindet. Aber es gibt ja die Möglichkeit, gerade wenn jetzt die konkreteren Angaben einfließen, uns zu schreiben. Die Diskussion wird hier ja fortgesetzt.

**Angela Bardenhewer-Rating:** Ich komme dann zu dem Vorwurf, dass dieser Vorschlag das Problem der Überernährung oder der Krankheitsreduzierung nicht lösen könne. Wir sind uns wohl alle einig, dass das ein einzelner Vorschlag oder eine Aktion nicht lösen kann. Gesetzgebung ist nur ein Aspekt des ganzen Bildes. Das wird in der Initiative der Weltgesundheitsorganisation sehr deutlich, die alle Bereiche betrifft – also die europäische Ebene, Mitgliedstaaten, Erziehungsmaßnahmen, Schulen –, gesunde Ernährung positiv darzustellen, so wie es Frau Künast im Augenblick in Aktionen in den Schulen macht. Dieser Gesetzesvorschlag hat nicht den Anspruch, das Problem des Übergewichtes oder zunehmender Krankheiten, das nicht zu verkennen ist, zu lösen. Vor allen Dingen muss in diesem Zusammenhang aber berücksichtigt werden, dass gerade Produkte, die Kinder selbst oder Eltern für ihre Kinder kaufen, sehr oft mit positiven Wirkungen auf die Gesundheit werben, die aber tatsächlich 40 g Zucker enthalten, obwohl schon 10 g Zucker pro 100 g zuviel sind.

Die Gesetzgebungskompetenz leitet sich aus Artikel 95 her, wonach von einem hohen Gesundheitsschutzniveau auszugehen ist. Es geht in allen Bereichen, die wir hier ansprechen, immer um die Vermarktung in allen Mitgliedstaaten, also um grenzüberschreitende Probleme. Das haben wir schon geprüft. Es gibt noch eine zusätzliche spezielle Rechtsgrundlage im Artikel 2 der Etikettierungsverordnung, wonach der Rat – auf Vorschlag der Kommission – eine Liste mit irreführenden Angaben, die ganz und gar verboten werden sollen, aufstellen soll. Das ist ein ausdrücklicher Gesetzesauftrag an die Kommission.

Ganz kurz zum Alkohol. Wir haben ganz allgemein verboten, bei einem Anteil von über 1,5 % Alkohol gesundheitsbezogene Angaben zu machen. Alkohol hat schon ein spezielles Etikettierungssystem. Es gibt nämlich keine Verpflichtung, die Zutaten auf alkoholhaltigen Produkten anzugeben. Wir haben uns auf europäischer Ebene



sehr dafür eingesetzt, dass wenigstens allergische Stoffe angegeben werden. Es war sehr viel Arbeit, dies gegen ganz starke Lobbyinteressen durchzusetzen. Ansonsten gibt es keine Etikettierungsverpflichtung für Alkohol. Auch eine Regelung, die darauf abstellt, dass solche Produkte wirklich positive Gesundheitseffekte haben, sollte es nicht geben, weil sich solche Angaben gerade an junge Leute richten. Es soll nicht dazu angeregt werden, Alkohol zu trinken. Ganz wichtig ist in dem Bereich auch die spezielle Regelung, keine Angaben zu machen. Vielen Dank!

**Prof. Dr. Diehl, Justus-Liebig-Universität Giessen, Fachbereich Psychologie:**

Ich möchte zu drei Punkten Stellung nehmen. Bei der Wirkung von Süßwarenwerbung muss man unterscheiden, ob sie den Gesamtkonsum an Süßwaren erhöht oder ob sie nur Marktanteile verschiebt. Es gibt nur sehr wenige wissenschaftlichen Studien, die den Gesamtkonsum im Zusammenhang mit Werbung untersuchen. Sie zeigen aber, dass der Gesamtkonsum relativ wenig davon abhängig ist. Die Kinder essen die vielen Süßigkeiten auch ohne Werbung. Sehr stark wirken aber gewisse Werbekampagnen, die hoch bezahlt sind. Das weiß auch die Industrie. Wenn viel für Süßigkeiten geworben wird, die Vitamine enthalten, dann werden diese auch sehr oft gekauft. Würde man das unterbinden, würde wahrscheinlich der Süßigkeitenkonsum nicht sinken, nur „Nimm 2“ und ähnliche Produkte würden nicht mehr gegessen werden.

Solche Studien wie die aus Kiel gibt es schon lange. Sie zeigen, dass im Durchschnitt Übergewichtige und Normalgewichtige nicht unterschiedlich essen. Trotzdem bleibt natürlich die brutale Wahrheit: „Wer dick ist, isst für seinen Bedarf zu viel“.

Will jemand abnehmen, muss er weniger essen. Er kann nicht sagen, dass ihn die Gene oder die Schulbildung dick machen. Die Bewegungsunterschiede sind nicht so riesig und mit Bewegung kriegen Sie ein Stück Kuchen sehr schwer weg. Es ist einfacher, Sie schmeißen es gleich ins Klo. Oder Sie essen es auf, müssten dann aber einen Tag lang rennen. Die Bewegungsunterschiede zwischen den Schichten sind nicht mehr so groß. Die meisten Kinder sind inaktiv, sitzen vorm Fernseher. Letztlich ist der erhöhte Nahrungskonsum für das Übergewicht verantwortlich. Es kann natürlich hinzukommen, dass Kinder, die vor dem Fernseher sitzen, mehr Chips und ähnliche Dinge essen, die in Ernährungserhebungen aber nicht erfasst werden, weil sich die Kinder gar nicht mehr daran erinnern, was sie gegessen haben.

In der Diskussion um die Nährwertprofile ist ein bisschen untergegangen, dass der Konsument einfach nicht beurteilen kann, ob ein Joghurt tatsächlich die Abwehrkräfte stärkt, wie es auf der Verpackung angegeben ist. Er hat meines Erachtens ein Recht darauf, dass in einer wissenschaftlichen Studie nachgewiesen wird, dass der Joghurt wirklich die Abwehrkräfte stärkt. Wenn nun ein kleiner Hersteller so etwas angibt, dann muss er auch beweisen, dass es so ist. Er kann nicht einfach sagen: „Ich habe nicht das Geld, um das nachzuweisen, ich schreibe es trotzdem drauf.“

Ich glaube, dass die Konsumenten – wie in der Verordnung vorgesehen – einen Anspruch auf eine solche vorherige wissenschaftliche Prüfung haben. Der Konsument kann sich dann darauf verlassen, dass die gesundheitsbezogenen Aussagen wahr sind. Das müsste auch irgendwie gesetzlich geregelt werden. Danke schön!

**Prof. Dr. Horst, Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie:** Ich möchte zu zwei, drei Punkten Stellung nehmen. In der Diskussion sind Nährwertprofile nachdrücklich gefordert worden. Aus meiner Sicht ist aber nicht klar geworden, dass man wirklich weiß, was in solchen Nährwertprofilen wirklich geregelt werden könnte. Es wird gefordert, dass angeblich schlechte Produkte, die der Gesundheit nicht zuträglich sind, nicht mit positiven Aussagen beworben werden dürfen. Ich muss es einmal etwas polemisch umgekehrt sagen: Wenn wir die Nährwertprofile in den Gesamtzusammenhang für die Ernährung des Einzelnen stellen, dann wird genauso suggeriert, dass hier mit Nährwertprofilen tatsächlich etwas Positives bewirkt werden könnte.

Welche Bedeutung hat aber z. B. schon ein Bonbon bezüglich der Gesamternährung? Vor diesem Hintergrund darf ich nochmals herzlich darum bitten, dass man sich doch nochmal überlegt und wissenschaftlich ganz fundiert aufarbeiten lässt, wofür Nährwertprofile wirklich gut sein können. Ich habe es vorhin gesagt, dass das ein politischer Schnellschuss ist, und ich bleibe letztlich dabei. Auch Olivenöl dürfte dann eigentlich nicht mehr beworben werden, obwohl alle Welt sagt, dass Olivenöl etwas Wunderbares sei. Das zeigt doch, dass es in die falsche Richtung und nicht nur um Werbeverbote geht. Wir haben hier Werbeverbote. Das ist ganz klar. Diese Werbeverbote wirken sich letztlich auch als Vermarktungsverbote für bestimmte Produkte aus, weil es sich nicht mehr lohnt, solche Produkte noch herzustellen.

In diesem Zusammenhang muss man auch noch einmal die Gesamtdeklaration ansprechen. Wir diskutieren derzeit in Brüssel über eine Ausweitung der Nährwertkennzeichnungsvorschriften. Wenn diese Nährwertkennzeichnungsvorschriften, wie auch immer – und ich hoffe praktikabel – ausgeweitet werden, dann hat ja der Verbraucher auch bei einem Bonbon die Möglichkeit zu sehen, wie viel Zucker beispielsweise es enthält. Er kann das dann letztlich selbst beurteilen.

Ich meine, dass die Verordnung unausgegoren ist, weil sie unbestimmt und letztlich widersprüchlich ist. Nach meiner Auffassung ist es eben nicht so, Frau Bardenhewer, dass sich andere Unternehmen an einen bereits zugelassenen claim anhängen können. In Artikel 16 und 17 steht, dass ein claim nur für den eigenen Nutzen zugelassen wird, nicht aber generell. Wenn auf meinen Antrag hin z. B. der claim „Obst ist gesund“ zugelassen wird, dann müsste der Nächste das gleiche Verfahren durchlaufen. Das ist nämlich alles Blödsinn. Es sind wirklich Unklarheiten in dieser Verordnung und ich bitte darum, das auch wirklich ernstzunehmen. Deshalb regen wir uns in Deutschland auch so auf. Sie haben gesagt, wir seien aggressiv. Ich sehe das anders: Wir sind besorgt; denn derartige Regelungen werden bei uns – und das ist auch durchaus richtig – auf Punkt und Komma angewandt. Derartige Regelungen sind strafbewehrt, bußgeldbewehrt. Ich gebe Ihnen Brief und Siegel, dass Sie mit Sicherheit zwei deutsche Amtsrichter finden, die Sie wegen des Slogans „Haribo macht Kinder froh“ – und das sei zum letzten Mal erwähnt – verurteilen. Das ist unsere ganz große Besorgnis. Ich darf deshalb nochmal darum bitten, dass man prüft, ob denn wirklich Bedarf für die Verordnung besteht.

Herr Isenberg hat vorhin gesagt, dass das Vorgehen gegen Werbeaussagen mühsam sei, weil man das alles nicht beweisen könne. Ich darf darauf hinweisen, dass es bei uns ein Verbot von Werbeaussagen gibt, die wissenschaftlich nicht hinreichend gesichert sind. Wenn nur der Verdacht vor Gericht besteht, dass eine Aussage nicht hinreichend wissenschaftlich gesichert ist, dann hat der Werbende die Darlegungspflicht, der Kläger muss überhaupt nichts beweisen. Wenn der Werbende das nicht beweisen kann, dann ist er sofort mit diesem claim vom Markt.

Ich höre sehr gerne, Frau Bardenhewer, dass Markennamen nicht erfasst seien. Wo steht das eigentlich? Das darf ich einfach mal so in die Runde werfen. Es ist völlig richtig, dass sie nicht erfasst sein sollten. Ich sehe aber nicht, wo es steht. Der Begriff

der Angabe ist derart weit gezogen, dass man darunter auch Markennamen verstehen kann. Deshalb meine Bitte, die Verordnung nicht als politischen Schnellschuss zu verabschieden – das geht total schief. Jetzt wird im Vorfeld wieder etwas geregelt. Sie schaffen im Vorfeld weitere Grauzonen, weil die Vorschriften derart unbestimmt sind und schwierig auszulegen sind, dass wir außer einer überzogenen Bürokratie nichts gewonnen hätten. Danke schön!

**Prof. Dr. med. Wolfram, Technische Universität München, Department für Lebensmittel und Ernährung:** Ich bin gebeten worden, hinsichtlich des wissenschaftlichen Belegs für die Nährwertprofile noch einige Argumente zu nennen. Wir haben Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, die europaweit und auch in Amerika ziemlich vergleichbar sind. Dort wird die Zufuhrmenge an Vitamin XY, Mineralstoffen usw. geregelt und wie viel Energie jemand pro Tag aufnehmen muss. Daraus ergibt sich eine Beziehung zwischen den Nährstoffen und dem Energiegehalt. Das ist die Nährstoffdichte, die laut Referenzwerten in einer vollwertigen Ernährung vorhanden sein muss. Ich habe vorhin schon ausgeführt, dass wir diese Forderungen mit Lebensmitteln erfüllen sollen.

Jetzt kann ich ganz einfach für das einzelne Lebensmittel den Nährstoffgehalt und den Durchschnitt als Maß nehmen und fragen, ob dieses Lebensmittel in Bezug auf das Nährstoffprofil der Referenzwerte voranbringt oder nicht und ob das Lebensmittel darunter oder darüber liegt. Daraus ergibt sich eine Bewertung. Es ist gleich, wie ich diese dann bezeichne – ob als „Nährstoffprofil“ oder als „ernährungsphysiologisch günstig“. Wir haben in Deutschland z. B. Probleme mit der ausreichenden Versorgung mit Folsäure. Hier muss auf Gemüse zurückgegriffen werden. Andere Lebensmittel genügen dafür nicht, wie große Studien z. B. in den USA gezeigt haben. Dort wurde dargelegt, dass Ernährung, die viel Ballaststoffe und günstige pflanzliche Lebensmittel usw. enthält, gesünder ist als eine Westerndiät mit Pommes frites etc. Auch der chemische Index wurde beleuchtet, d. h. die Menge Kohlenhydrate oder Zucker, die rasch ins Blut gelangt und dort Stoffwechseleffekte bewirkt.

Die Studien weisen alle in die gleiche Richtung. Jedes Lebensmittel soll in der Ernährung seinen Platz haben. Ich esse auch gern Bonbons. Aber nicht jedes Lebensmittel hat den gleichen Platz. Es gibt einfach qualitative Unterschiede, das muss man akzeptieren und danach sollte man sich bitte auch richten. Ich darf noch ein Wort zu der

Kieler Studie sagen: Meiner Erinnerung nach war süße Limonade bei etwas dickeren Kindern beliebter. Ich will daraus nicht große Schlüsse ziehen. Aber alle Welt akzeptiert, dass gesättigte Fettsäuren ungesund oder ungünstig sind. Alle sagen, dass weniger als 10 % der Energie aufgenommen werden sollten. Walter Willett wollte das genau wissen. Er hat in seiner großen Nurses' Health-Studie mehr als 80.000 Krankenschwestern über vier und acht Jahre prospektiv beobachtet. Er hat nicht nur die gesättigten Fettsäuren, sondern auch untersucht, welche der vier verschiedenen gesättigten Fettsäuren – eine davon ist die Laurinsäure – was macht. Er hat diese statistisch auf den Prüfstand gelegt. Und heraus kam nichts. Aber das Ergebnis war nicht, dass die gesättigten Fettsäuren darauf keinen Einfluss und keine Wirkung haben, sondern – obwohl 80.000 Personen über vier und acht Jahre beobachtet wurden – dass die Wirkung der einzelnen Fettsäuren so gering war, dass statistisch nichts herausgekommen ist. Hätte man 200.000 oder 300.000 Personen über einen längeren Zeitraum beobachtet, hätte man es vielleicht herausgefunden.

Ich meine, dass man die Plausibilität der Wirkung, die molekularbiologischen und chemischen Zellkulturen usw. sowie Experimente, die flankierend oder als Basis für solche Aussagen mit auf dem Tisch liegen, berücksichtigen sollte. Man sollte sich aber nicht von einer großen Studie verleiten lassen zu sagen, dass es ja bewiesen sei, dass die einzelnen Fettsäuren nichts machen und deshalb auch die gesamten gesättigten Fettsäuren nichts machen. Dass eine fettreiche Ernährung dick macht, das belegen auch viele prospektive und gute Interventionsstudien. Das kann man auch ganz simpel erklären. Die Sättigung erfolgt vorwiegend über das Volumen. Wenn wir den Magen voll haben, dann sind wir satt und essen nicht weiter. Wird der Magen nur mit Obst und Gemüse gefüllt, dann habe ich das gleich Volumen, nur mit weniger Energie drin. Wenn ich ihn mit fettreichen Lebensmittel – fettreicher Käse, fettreiche Wurst – auffülle, dann habe ich den gefüllten Magen, der mir signalisiert, dass ich satt bin. Ich habe dann aber viel mehr Kalorien drin. Wenn ich das immer so treibe, werde ich auch immer dicker werden.

Zum Schluss darf ich als Präventivmediziner noch etwas zum Alkohol sagen: Alkohol ist die Einstiegsdroge Nr. 1. Das Suchtpotential von Alkohol darf nicht zu gering eingeschätzt werden. Deshalb meine ich, dass diese 1,5 % vernünftig sind. Denn wem Alkohol schmeckt, der wird ihn trinken und daran seine Freude haben. Das soll er

auch tun, wenn es in vernünftigen Mengen ist. Es wurde vorhin aber schon gesagt, dass man das Suchtpotential für die Jugend nicht unterschätzen darf.

**Die stv. Vorsitzende:** Ich danke Ihnen allen für Ihre Beiträge. Ich denke, dass es sich gelohnt hat, diese Anhörung durchzuführen und dass die Rückmeldungen an die Kommission durchaus angekommen sind und dass die Argumente der Vertreter der jeweiligen Industrie, der Werbewirtschaft oder des BLL, genauso wie die anderen Argumente auch hier abgewogen werden konnten. Wir werden weiter über diese Verordnung diskutieren – auch mit unserer Bundesregierung und auch im Europaausschuss. Wir haben nicht alle Differenzen klären können. Ich denke aber, dass es vielleicht möglich ist, zu einer Verordnung zu kommen, die auch den Befürchtungen, die hier geäußert wurden, Rechnung trägt und die positiven Harmonisierungsanforderungen, die alle geäußert haben, aufnimmt.

**Ende der Anhörung: 14.25 Uhr**