

PRESSEMITTEILUNG

## **Lebensmittelwirtschaft macht sich für einheitliche Nährwertkennzeichnung in Europa stark**

**Berlin, 11. Juni 2010. Europa braucht eine einheitliche, praktikable Nährwertkennzeichnung. Sie ist für den europäischen Markt, die Lebensmittelwirtschaft in der EU und insbesondere für die Verbraucher ein wichtiger Schritt in die Zukunft. Mit diesem Appell richten sich der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (BLL), der Handelsverband Deutschland (HDE), die Initiative „Ausgezeichnet Informiert“ und der Markenverband kurz vor Abstimmung des Europäischen Parlamentes über die Lebensmittelinformations-Verordnung an Politik und Öffentlichkeit.**

Eine einheitliche Nährwertkennzeichnung ist Voraussetzung für den einheitlichen Binnenmarkt und ungehinderten Warenverkehr in der Europäischen Union. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten braucht die Lebensmittelwirtschaft klare Vorgaben – keine inkonsequenten Verordnungen. Daher gibt es aus Perspektive der Lebensmittelwirtschaft nur einen akzeptablen Weg nach vorn – die konsequente Harmonisierung ohne nationale Alleingänge.

### **Über 80 Prozent aller verpackten Lebensmittel tragen bereits eine Nährwertkennzeichnung**

Die Lebensmittelwirtschaft hat hier in den vergangenen Jahren bereits eine starke Basis geschaffen. Matthias Horst, Hauptgeschäftsführer des Bundes für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V. (BLL) verweist auf die neuesten Zahlen einer kürzlich vorgestellten GfK-Studie: „Mehr als 80 Prozent aller verpackten Lebensmittel tragen demnach bereits eine Nährwertkennzeichnung und die Tendenz ist weiter steigend. Damit ist schon jetzt eine nahezu flächendeckende Abdeckung erreicht.“ Außerdem habe sich das zusätzliche Informationsangebot deutlich erweitert. Auf vier von fünf Verpackungen befänden sich Angaben zu Internetseiten oder Telefon-Hotlines für weiterführende Informationen.

### **GDA auf dem Vormarsch**

Über die Hälfte (54 Prozent) aller Artikel mit einer Nährwert-Kennzeichnung geben zusätzlich auch den „Guideline Daily Amount“ (GDA) an, den „Richtwert für die Tageszufuhr“. Dieser Anteil ist in den letzten Jahren enorm angestiegen. Er informiert den Verbraucher sowohl über die Kalorien und Inhaltsstoffe eines Produktes als auch darüber, wie viel Prozent vom durchschnittlich empfohlenen Tagesbedarf mit einer Portion abgedeckt ist. In Europa ist der so genannte „GDA-Nährwertkompass“ die am weitesten verbreitete Nährwertkennzeichnung. „Der GDA-Kompass macht es unseren Kunden leicht, auf eine ausgewogene und gesunde Ernährung zu achten“, sagt Jürgen Matern, Leiter der Qualitätssicherung der METRO GROUP. „Nie zuvor waren die Angaben über Inhalte und Nährwerte auf den Verpackungen so transparent wie heute.“

### **Supermarkt darf nicht zum Ampelparcours werden**

Eine farbliche Markierung lehnt die gesamte Lebensmittelwirtschaft ab: „Farbig markierte Angaben zur Nährwertkennzeichnung verwirren die Konsumenten, statt ihnen zu nutzen“, sagt Britta Gallus, Geschäftsführerin des HDE. Und BLL-Hauptgeschäftsführer Horst betont: „Der Supermarkt darf für den Verbraucher nicht zum Ampelparcours werden.“ Schließlich sei eine ausgewogene Ernährung, die etwa 40 Nährstoffe benötigt, viel zu komplex, als dass drei Farben ihr nur annähernd gerecht werden könnten. Horst: „Der menschliche Körper ist keine Straßenverkehrskreuzung, die mit Rot,

Gelb und Grün geregelt werden kann.“ Allein die Tatsache, dass Orangensaft, Nüsse, Olivenöl, Sauerkraut oder Apfelmus rote Punkte bekämen, machten deutlich, wie absurd die Ampelkennzeichnung ist.

### **Nährwertkennzeichnung muss noch stärker genutzt werden**

Vier Jahre nach der europaweiten Einführung des GDA-Kompasses lesen bereits 46 Prozent der Verbraucher in Deutschland die Nährwertangaben auf Verpackungen regelmäßig – das ist das Ergebnis einer aktuellen TNS Infratest Umfrage aus dem März 2010. „Für eine weitere Steigerung ist jetzt Kontinuität wichtig, wie Beispiele aus anderen europäischen Ländern zeigen“, weiß Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer vom Markenverband. „Nur wenn Verbraucherinformationen nützlich, einfach und objektiv sind, werden diese sich langfristig etablieren können.“ Wenn es um die Gesundheit geht, sind die Deutschen schon heute ausgesprochen interessiert: Laut TNS Infratest sind 83 Prozent der Bürger über 14 Jahren eine gesunde und ausgewogene Ernährung wichtig. Die weitergehende Kennzeichnung mit dem GDA-Nährwertkompass hilft, dass dies nicht nur Theorie bleibt, sondern auch praktisch umzusetzen ist. Tanja Schüle von der „Initiative Ausgezeichnet Informiert: „Nachdem die Einführungsphase von GDA in Europa erfolgreich abgeschlossen ist, besteht die Aufgabe nun darin, noch mehr Verbraucher zu motivieren, auch diese Nährwertkennzeichnung aktiv bei der Auswahl und Zusammenstellung Ihrer Lebensmittel zu nutzen. Hierfür werden wir uns weiterhin mit zahlreichen Aktionen einsetzen.“

---

#### **Die Absender**

##### **Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. (BLL)**

Der BLL ist der Spitzenverband der deutschen Lebensmittelwirtschaft. Ihm gehören ca. 500 Verbände und Unternehmen der gesamten Lebensmittelkette – Industrie, Handel, Handwerk, Landwirtschaft und angrenzende Gebiete – an.

Pressekontakt: Dr. Andrea Moritz, Godesberger Allee 142-148, 53175 Bonn, Tel.: (0228) 81993-126, Fax: (0228) 81993-226  
E-Mail: [amoritz@bll.de](mailto:amoritz@bll.de), Internet: [www.bll.de](http://www.bll.de)

##### **Handelsverband Deutschland (HDE)**

Der HDE ist die Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels und das legitimierte Sprachrohr der Branche gegenüber der Politik. Im HDE haben sich rund 100.000 Mitgliedsunternehmen aller Branchen, Standorte und Größenklassen zusammengeschlossen. Gemeinsam engagieren sich die Mitglieder des HDE für die Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung sowie für ein qualitativ hochwertiges Sortiment zu günstigsten Preisen. Dabei kommt dem nachhaltigen Ressourceneinsatz und dem Angebot von Produkten aus nachhaltiger Herstellung eine immer größere Bedeutung zu.

Pressekontakt: Kai Falk, Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin, Tel.: (030) 72625060, [falk@hde.de](mailto:falk@hde.de), [www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de)

##### **Initiative „Ausgezeichnet Informiert“**

„Ausgezeichnet informiert“ ist eine Initiative von Coca-Cola GmbH, Danone GmbH, Kellogg (Deutschland) GmbH, Kraft Foods Deutschland GmbH, Mars GmbH, METRO Group, Nestlé Deutschland AG, PepsiCo Deutschland GmbH und Unilever Deutschland. Die Unternehmen engagieren sich für eine einheitliche und verbraucherfreundliche Nährwertkennzeichnung.

Pressekontakt: Ketchum Pleon GmbH, Ruth Wucherpennig, Hausvogteiplatz 2, 10117 Berlin, Telefon: (0 30) 72 61 39-845, Telefax: (0 30) 72 61 39-61 845, E-Mail: [ruth.wucherpennig@ketchumpleon.com](mailto:ruth.wucherpennig@ketchumpleon.com); [www.ausgezeichnet-informiert.de](http://www.ausgezeichnet-informiert.de)

##### **Markenverband**

Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft. Die Mitglieder stehen für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Mrd. Euro und im Dienstleistungsbereich von ca. 200 Mrd. Euro in Deutschland. Der Markenverband ist damit der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen u.a. aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Mode und Textil, pharmazeutische Produkte sowie Telekommunikation. Zu den Mitgliedern zählen Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Volkswagen und viele andere renommierte Firmen.

Pressekontakt: Markenverband e.V., Leiter Recht und Verbraucherpolitik, Dr. Alexander Dröge, Unter den Linden 42, 10117 Berlin, Telefon: (0 30) 206 168 - 40, Telefax: (0 30) 206 168 - 740, E-Mail: [a.droege@markenverband.de](mailto:a.droege@markenverband.de)