

## *Rückblick 2009:* **Analogkäse, ESL-Milch und andere Mogelpackungen**

von Isabelle Mühleisen, Frank Waskow und Bernhard Burdick

Nicht Gammelfleisch, in diesem Jahr bewegten Analogkäse und in Geliermasse eingebettete Fleischteilchen die Verbraucher. Zu Recht. Was unter Fachleuten längst bekannt ist, empörte die Öffentlichkeit: Statt Milch und Fleisch enthalten gerade in der Gastronomie und im Imbissbereich viele Lebensmittel billige Imitate, und Frischmilch wird immer länger haltbar. Zugleich erlebten wir einen enormen Preisverfall – vorneweg für die (Milch-)Erzeuger, aber auch in den Supermärkten – und die Schattenseiten dieses Preisdrucks werden sichtbar. Um Qualität und Kulturlandschaft zu erhalten, bedarf es auch Preisen, die den Erzeugern ein Einkommen sichern.

### **Wegfall verbindlicher Nennfüllmengen: weniger drin – gleicher Preis?**

Am 11. April 2009 trat die im Jahr zuvor verkündete Änderung der Fertigpackungsverordnung in Kraft. Damit entfielen weitere verbindliche Mengenvorgaben für Lebensmittel. Mit dieser neuen Regelung wurden Vorgaben aus einer EU-Richtlinie in nationales Recht umgesetzt. Bis dahin konnten bestimmte Erzeugnisse in Fertigpackungen nur in den für sie festgelegten Füllmengen verkauft werden. Beispielsweise durfte Milch im Füllmengenbereich zwischen 0,5 und 1 Liter nur in Fertigpackungen mit 0,5 Liter, 0,75 Liter oder 1 Liter Inhalt abgegeben werden. Solche festen Einheiten fallen nun für Milch und weitere Lebensmittel wie Wasser, Limonade, Fruchtsäfte, Zucker oder Schokolade weg und auch für diese Produkte wird künftig ein Nebeneinander unterschiedlichster Packungsgrößen bzw. Füllmengen möglich sein.

Seit längerem schon freigegeben sind die Packungsgrößen bei Produkten wie Kaffee, Butter, Margarine oder Marmelade. Die Praxis „geringere Füllmenge – gleicher Preis“ ist gang und gäbe, zum Beispiel bei Joghurts, Desserts, Pralinenmischungen oder Frühstückscerealien. Der Ärger über solche regelmäßig zu beobachtenden versteckten Preiserhöhungen erklärt das enorme Interesse der Öffentlichkeit an den neuen Regelungen. Der Wegfall der jetzt betroffenen, bislang verbindlichen Mengenvorgaben eröffnet Herstellern nun auch hier die Möglichkeit, Nennfüllmengen bei gleich bleibenden Preisen zu reduzieren. Verbraucher werden das kaum bemerken, da eine geringfügige Verkleinerung der Füllmenge bei meist gleich bleibender oder minimal kleinerer Verpackung für Kunden kaum erkennbar ist. So fällt es zunächst wahrscheinlich nur

***Beschwerden  
über Grundpreis-  
angabe***

wenigen auf, wenn beispielsweise die Tafel Schokolade künftig statt der gewohnten 100 Gramm nur noch 95 Gramm wiegt.

Um festzustellen, ob das konkrete Produkt in der Vergangenheit mehr Inhalt zum gleichen Preis hatte, bleibt den Verbrauchern oft nur die Möglichkeit, Preise und Füllmengen bzw. die Grundpreise über längere Zeiträume hinweg zu beobachten. Auch für den Preisvergleich bei gleichen Produkten von unterschiedlicher Füllmenge wird es nun wichtiger, den Grundpreis zu beachten. Darauf muss sich auch der Handel einstellen: Immer wieder kommt es zu Beschwerden, dass der Grundpreis am Regal oder auf einem Schild nicht vorhanden, schlecht lesbar oder nicht eindeutig der Ware zuzuordnen ist. Unabhängig davon wäre ein deutlicher Hinweis auf geänderte Füllmengen durch die Hersteller ein Schritt zu mehr Verbraucherefreundlichkeit.

**Grundpreis  
oft nicht  
ausgezeichnet**

### Original oder Fälschung?

Analogkäse, Schinkenimitate, Vanille-Eis ohne Vanille – Imitate und Etikettenschwindel waren 2009 über Wochen in den Schlagzeilen. Einmal mehr wurde deutlich, dass Verbraucher Erwartungen an das Produkt haben, die nicht mit der Praxis übereinstimmen. Während die Werbebotschaften der Ernährungswirtschaft unverändert traditionelle Lebensmittelerzeugung suggerieren, werden in der Realität Herstellungsverfahren umgestellt und Rezepturen verändert, ohne dies jedoch Verbrauchern gegenüber transparent zu machen.

Das Problem ist nicht neu: Die amtliche Lebensmittelkontrolle befasst sich seit Jahren mit dem Thema. Was in Fachkreisen längst bekannt ist, sorgte in der Öffentlichkeit nun für Aufregung. Verbraucher fühlen sich in großem Maßstab hinters Licht geführt.

Die Konkurrenz um Marktanteile mit der Folge enormen Preisdrucks stellt die Ernährungsbranche unter Rationalisierungszwänge. Gleichzeitig erlauben es die Möglichkeiten der modernen Lebensmitteltechnologie den Produzenten, immer mehr neue Nahrungsmittel auf den Markt zu bringen, die den herkömmlichen Originalprodukten zwar zum Verwechseln ähneln, aber aufgrund ihrer anderen Zusammensetzung erheblich billiger sind.

**In Fachkreisen  
längst bekannt**

#### *Analogkäse*

„Analogkäse“ beispielsweise wird nicht oder weitgehend nicht aus Milch hergestellt. Verwendet wird vielmehr meist eine Mischung aus Pflanzenfett, Wasser, Eiweiß, Aromen und Farbstoffen. Die Vorteile: Ein langwieriger Reifungsprozess ist nicht notwendig. Zudem kann das Erzeugnis auf bis zu 400 Grad Celsius erhitzt werden, während „richtiger“ Käse bereits bei 200 Grad Celsius anbrennt. Die gewünschten technologischen Eigenschaften lassen sich nach Wunsch variieren: Je nachdem ob das Imitat geschmeidig und fließfähig sein soll oder eher nicht, kommen Caseinate bzw. billigere Pflanzenproteine wie Soja-, Erdnussprotein oder Gluten zum Einsatz.

Analogkäse wird vor allem in der Gastronomie, im Imbissbereich (z. B. Pizza und überbackene Gerichte) und im Bäckereibereich (z. B. überbackene Brötchen, Croissants, Käsestangen) sowie in Fertigprodukten im Lebensmittelhandel verwendet. Zum Teil findet man ihn auch etwa als streufähigen Backbelag für Pizza (Pizza- bzw. GastroMix, Bäcker Mischung) im Kühlregal – gleich neben Käse (1).

**Wo Käse drauf  
steht muss  
Käse drin sein**

Dabei sind die Kennzeichnungsvorschriften eindeutig: Gemäß EU-Verordnung [Verordnung (EG) Nr 1234/2007] ist der Begriff „Käse“ ausschließlich Milcherzeugnissen vorbehalten. Es dürfen zwar andere Stoffe zur Herstellung zugesetzt werden, diese dürfen aber nicht dazu verwendet werden, einen der Milchbestandteile vollständig oder teilweise zu ersetzen. Das Imitat darf also auch nicht „Analog-Käse“ oder „Käse-Imitat“ heißen, sondern muss eine zutreffende Verkehrsbezeichnung tragen wie z. B. Pizzabelag mit Pflanzenfett. Zudem darf weder durch Etikett, Werbung oder Aufmachung der Eindruck erweckt werden, dass es sich um Käse handelt.

Geschmacklich und im Aussehen sind Lebensmittel mit Käseersatz den Produkten mit dem Original zum Verwechseln ähnlich. Genau hier liegt das Problem. Aufgrund mangelnder Aufklärung und fehlender Hinweise haben Verbraucher gar nicht die Möglichkeit im Blick, dass auf dem überbackenen Käsebrötchen etwas anderes sein könnte als Käse.

Allerdings ist auch die Kennzeichnung keine zuverlässige Orientierungshilfe. Selbst wenn die Produkte korrekt gekennzeichnet sind – was viel zu häufig nicht der Fall ist – wird Kunden oft

nicht klar, was sie kaufen oder essen. Werden Mischungen aus Käse und Käseimitat verwendet, ist es besonders schwer, die Zutatenliste richtig zu interpretieren. Dann nämlich wird Käse explizit erwähnt, das Imitat versteckt sich dagegen hinter den zusätzlich aufgeführten Bestandteilen wie Pflanzenfett oder Milcheiweiß.

#### *Pizza mit Schinken oder Brühwurst?*

Was seit einigen Jahren in Deutschland als „Schinken“, „Vorderschinken“, „Formfleischvorderschinken“ oder „Pizzaschinken“ verkauft wird, verdient diesen Namen häufig nicht. Nach den Erkenntnissen der Überwachungsbehörden werden vor allem in der Gastronomie Produkte als Zutat zu Pizza und Nudelgerichten verwendet, die mit dem Original allenfalls die Farbe gemeinsam haben (2).

Während „echter“ Schinken, Vorderschinken und Formfleischerzeugnisse in Deutschland nach der allgemeinen Verkehrsauffassung einen Fleischgehalt von circa 95 Prozent haben müssen, weisen derartige Imitate oftmals einen Fleischgehalt von nur circa 50 bis 65 Prozent auf. In Bayern beispielsweise lag im Jahr 2008 der niedrigste Fleischgehalt in einem Schinkenimitat bei 42 Prozent. Der Rest war Wasser, Bindemittel wie Stärke sowie Gelier- und Verdickungsmittel oder Eiweißhydrolysate, damit aus der Mischung von Fleischstücken und Wasser eine schnittfeste Masse entsteht. In Fachkreisen spricht man dann von einem zum Teil „brühwurstartig zerkleinerten Erzeugnis mit Magerfleisch- und Speckeinlage“.

**„Brühwurstartiges Erzeugnis“**

#### *Geltendes Recht reicht nicht aus*

Zwar verbieten es die lebensmittelrechtlichen Bestimmungen nicht, Imitate auf den Markt zu bringen, sie müssen allerdings mit einer sachgerechten Verkehrsbezeichnung gekennzeichnet werden. Das gilt sowohl für Fertigpackungen im Handel wie für Angaben in Speisekarten. Ob die lebensmittelrechtlichen Bestimmungen eingehalten werden, prüft die amtliche Lebensmittelüberwachung der Bundesländer. Bundesministerin Aigner hat an die Bundesländer appelliert, Verstöße gegen die lebensmittelrechtlichen Vorschriften noch stärker zu kontrollieren. Dumm nur, dass laut Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure in Deutschland 1.200 zusätzliche Lebensmittelkontrolleure eingesetzt werden müssten, um eine effektive Überwachung zu gewährleisten. Das allerdings ist angesichts knapper öffentlicher Mittel vorerst nicht in Sicht.

Während einer der bekanntesten Lebensmittelrechtler im Fachblatt Lebensmittelzeitung polemisierte „Von den Verbraucherschützern soll man sich nicht den Appetit verderben lassen“ (7. August 2009), hatten sich Deutschland, Österreich und Luxemburg bereits an die EU-Kommission gewandt und sie aufgefordert, im Rahmen der Aktualisierung des europäischen Kennzeichnungsrechts eine verpflichtende spezifische Kennzeichnung für Imitate auf EU-Ebene einzuführen, bei der Verbraucher auf Anhieb erkennen können, um welche Art von Produkten es sich bei den verwendeten Zutaten handelt.

Am 18. September fasste der Bundesrat eine EntschlieÙung zur besseren Kennzeichnung von Lebensmitteln. Die Länderminister stellten fest, dass die abstrakten Begriffe wie „Lebensmittelzubereitung unter Verwendung von Milcheiweiß und Pflanzenfett“ oder „mit ... Geschmack“ verschleiern wirken, so dass Imitate nur von den wenigsten Verbrauchern erkannt werden können. Zudem zeigt sich in der Gastronomie und beim Verkauf unverpackter bzw. „loser“ Ware im Einzelhandel (etwa in Bäckereien), dass die Imitate von Seiten ihrer Hersteller meist korrekt gekennzeichnet werden, nach der Weiterverarbeitung allerdings oftmals nicht mehr darauf hingewiesen wird, dass hierbei Imitate eingesetzt wurden.

**Notwendig:  
Kennzeichnung  
loser Ware**

Der Bundesrat ist daher der Auffassung, dass das derzeit geltende Recht nicht ausreicht. Er spricht sich für eine klare, gut sichtbare und verständliche Kennzeichnung von Imitaten und ihre klare Abgrenzung vom Original aus. Imitate sollten zukünftig direkt in Verbindung mit der in Bezug genommenen Verkehrsbezeichnung auf der Schauseite der Verpackung kenntlich gemacht werden und nicht erst anhand des sorgfältigen Lesens der Zutatenliste identifizierbar sein. Die Kennzeichnung loser Ware in der Gastronomie oder im Handwerk sollte laut Bundesrat entsprechend geregelt werden (3).

Schützenhilfe gibt es inzwischen sogar vom Deutschen Bauernverband. Angesichts niedriger Milchpreise machte er sich für die Verbraucherbelange stark und initiierte eine Unterschriften-

aktion unter [www.danke-jetzt-reichs.de](http://www.danke-jetzt-reichs.de). Denn wo Milch und Schinken drauf stehe, müsse auch Milch und Schinken drin sein.

## Nährwertampel – weiter in der Diskussion

### **Schwer erkennbar: Nährwert von Fertiggerichten**

Die vereinfachte farbliche Nährwertkennzeichnung, vielen als „Nährwertampel“ ein Begriff, war auch im zurückliegenden Jahr in der politischen Diskussion. – Zur Erinnerung: Besonders verarbeitete und zusammengesetzte Lebensmittel wie Fertiggerichte, Sandwichs, Fertigsalate, Burger, Würstchen, Quiches, Pasteten, Pizza oder Frühstückscerealien sollten mit der Ampel gekennzeichnet werden, denn hier fällt es Verbrauchern besonders schwer, den Nährstoffgehalt richtig einzuschätzen. Da sich europäische Verbraucher im Durchschnitt nur 30 Sekunden Zeit nehmen, um die Lebensmittelverpackung zu begutachten, sind schnell verfügbare Informationen ohne kompliziertes Umrechnen notwendig. Dies ist ein unbestreitbarer Vorteil der Ampel.

### *Verbraucherschützer und Krankenkassen für die Ampel*

Unter Konsumenten ist die Zustimmung zu einer Ampelkennzeichnung weiter gewachsen: Laut einer repräsentativen Emnid-Umfrage stieg die Zahl der Befürworter von 67 Prozent im Januar noch einmal auf 69 Prozent im Juli 2009. Eine britische Studie im Auftrag der Food Standards Agency bestätigt, dass Kennzeichnungsmodelle mit Ampelfarben sich am besten für die Bewertung des Nährwerts von Lebensmitteln eignen (4). Die Verbraucherzentralen erweiterten kontinuierlich ihren Internetauftritt [www.verbraucherzentrale-ampelcheck.de](http://www.verbraucherzentrale-ampelcheck.de). Mittlerweile finden sich dort für 15 Produktkategorien von Brotaufstrichen bis Wurstwaren knapp 400 Produkte mit der jeweiligen Ampelbewertung.

Diese Hilfestellung ist nach wie vor notwendig. Denn die Lebensmittelwirtschaft mauert unverändert – mit einer Ausnahme: Die Firma Frosta machte einen großen Schritt nach vorn und kennzeichnet seit August 2009 vier ihrer absatzstärksten Fertiggerichte mit der Nährwertampel: Bami Goreng, Hähnchen Geschnetzeltes, Wok Mango-Curry sowie Wildlachs in Butter-Blätterteig. Darunter befindet sich auch ein Produkt (das Lachsgericht), das aufgrund des Gehalts an gesättigten Fettsäuren eine rote Ampelfarbe aufweist. Laut Frosta gehe es schließlich nicht darum, alles in schönen Farben darzustellen, das glaube ohnehin niemand. Der Verbraucherzentrale Bundesverband, der AOK-Bundesverband und foodwatch begrüßten die Initiative von Frosta und forderten die Politik in Berlin und Brüssel auf, die Ampelkennzeichnung verpflichtend einzuführen.

### **Koalition gibt Ampel keine Chance**

Mittlerweile ist auf Länderebene ein Meinungsumschwung in Gang. Anlässlich der Verbraucherschutzministerkonferenz vom 16. Oktober 2009 konnten sich die Minister nicht auf einen Beschluss einigen, entzogen damit der Ampel die politische Unterstützung und vollzogen eine Kehrtwende zu ihrem Beschluss von 2008 (5). Auch nach dem Koalitionsvertrag hat die Ampel keine Chance. CDU/CSU und FDP sind der Auffassung, dass ein farblich unterlegtes Ampelsystem zur Nährwert-Kennzeichnung die Verbraucher in die Irre führe. Sie befürworten stattdessen das „1 plus 4“-Modell, das der damalige Verbraucherminister Seehofer mit der Lebensmittelwirtschaft entwickelte und 2008 vorstellte (6). Dieses Modell sei EU-weit zu harmonisieren und darüber hinaus im Sinne einer übersichtlicheren, einheitlichen Darstellungsweise weiterzuentwickeln. – Nun bleibt abzuwarten, wie sich die Beratungen über den Verordnungsentwurf zur Lebensmittelinformation auf europäischer Ebene weiter entwickeln.

## ESL-Milch – oder: was ist „frisch“?

Seit einigen Jahren – und vermehrt im Jahr 2009 – können Verbraucher im Handel Frischmilch kaufen, die gekühlt nicht nur drei Tage, sondern zwei bis drei Wochen haltbar ist. So mehrten sich bei den Verbraucherzentralen die Anfragen, was es denn mit dieser Milch auf sich habe. Zudem nahm das Angebot der „herkömmlichen“ Frischmilch rapide ab.

Nach der Verordnung zur Durchführung von Vorschriften des gemeinschaftlichen Lebensmittelhygienerechts, die am 15. August 2007 in Kraft getreten war, unterscheidet man in der Kenn-

zeichnung des Wärmebehandlungsverfahrens nur noch zwischen „pasteurisiert“ und „ultra-hocherhitzt“ (H-Milch). Frischmilch im Handel ist entweder pasteurisiert (kurzzeiterhitzt) oder ESL-Milch, die in der Regel bis zu 127 Grad Celsius hochpasteurisiert wird oder bis zu 75 Grad Celsius kurzzeitpasteurisiert und mikrofiltriert wurde, um mehr Keime zu entfernen und sie damit länger haltbar zu machen. Die ESL-Milch (ESL: extended shelf life = längere Haltbarkeit im Regal) kam weiterhin unter der Bezeichnung „Frischmilch“ in den Handel, was zulässig ist, da der Begriff „frisch“ lebensmittelrechtlich nicht definiert ist. Viele Verbraucher wollen aber den Unterschied zwischen herkömmlicher Frischmilch und ESL-Milch erkennen können, da die zusätzliche Behandlung der ESL-Milch mit geschmacklichen Veränderungen der Milch verbunden sein kann.

**„Frisch“  
ist nicht definiert**

Im November 2008 gab es im Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) eine erste Diskussion mit Milchwirtschaft und Handel über eine Kennzeichnung von ESL-Milch (bzw. zur entsprechenden Änderung der Konsummilch-Kennzeichnungs-Verordnung oder freiwillige Kennzeichnung) – bislang noch ohne Ergebnis. Zeitgleich erschien eine Pressemeldung der Verbraucherzentralen und Anfang 2009 auch ein Marktcheck zum Angebot von Frischmilch bei Discountern. Damit wurde in den Medien eine Lawine zum Thema ESL-Milch losgetreten. Das BMELV reagierte und in einem Gespräch mit der Milchwirtschaft und dem Handel wurde Anfang Februar 2009 eine Selbstverpflichtung zur Verbesserung der Kennzeichnung verabredet. Die herkömmliche Frischmilch sollte als „traditionell hergestellt“ im Handel erscheinen, die ESL-Milch als „länger haltbar“, möglichst mit Nennung des Verfahrens (Hoherhitzung, Mikrofiltration).

Damit glaubte man das Problem gelöst zu haben. Wer sich aber an ähnliche Selbstverpflichtungen der Wirtschaft erinnert, ahnte bereits, dass dem nicht so war. Im Juni 2009 machten die Verbraucherzentralen deshalb die Probe aufs Exempel. Eine bundesweite Überprüfung des Angebots im Handel auf Umsetzung der vereinbarten Kennzeichnung förderte zutage, dass zwei Drittel der Milchprodukte im Handel nicht mit den vereinbarten Hinweisen gekennzeichnet war. Daraufhin lud das BMELV Ende August den genannten Kreis erneut ein und mahnte den Vollzug der Selbstverpflichtung an, andernfalls käme es zu einer Änderung der Kennzeichnungsvorschriften. Erst ein nochmaliger bundesweiter Marktcheck im September zeigte eine Verbesserung der Kennzeichnung.

**Probe  
aufs Exempel**

## Lebensmittelpreise im freien Fall

Während Ende des Jahres 2008 der Lebensmittelhandel die fallenden Rohstoffpreise noch nicht an die Verbraucher weitergab, hat sich dies im Jahr 2009 komplett verändert. Kein Monat im vergangenen Jahr, in dem nicht mindestens eine Preissenkung angekündigt wurde.

### *Discounter – Der Name ist Programm*

Discount kommt aus dem Englischen, bedeutet „Preisnachlass“, und diesem Namen haben die Discounter im vergangenen Jahr alle Ehre gemacht. Bis Anfang November 2009 gab es über zehn Preissenkungsrunden, bei denen häufig auch die Supermarktketten und Verbrauchermärkte nachzogen. Doch trotz – oder gerade wegen – massiver Preissenkungen und Werbeschlachten schrumpfen die Umsätze bei den Marktführern: Die beiden größten Discounter Aldi und Lidl spüren die Wirtschaftskrise. Die Marktforschungsorganisationen AC Nielsen und GfK gaben bekannt, dass die Billiganbieter sogar Marktanteile verloren hätten (7). Das bewährte Rezept, mit Preissenkungen Absatz und Kundenfrequenz zu erhöhen, funktionierte offensichtlich nicht mehr, obwohl ein Teil des Umsatzrückgangs den Preissenkungen anzurechnen ist, da gerade zahlreiche umsatzstarke Artikel wie Molkereiprodukte sowie Fleisch und Geflügel stark verbilligt worden waren.

**Discounter  
an der  
Gewinngrenze**

Gewinner in der Gunst der Kunden und in der Preisführerschaft sind unter anderem die Discounter Netto/Plus und Penny. Zum Jahresstart 2009 übernahm die EDEKA-Tochter Netto mehr als 2.300 Filialen von der Tengelmann-Tochter Plus. Durch diese Übernahme und die Neueröffnung weiterer 170 Märkte schließt Netto mit rund 3.800 Filialen und einem Gesamtumsatz von

rund zehn Milliarden Euro ins Spitzenfeld der Discounter in Deutschland auf. Aus dem Zweikampf zwischen Aldi und Lidl ist nun ein Dreikampf um die Preisführerschaft geworden. Damit hat sich die Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland nochmals verstärkt, denn inzwischen beherrschen acht Handelsgruppen 98 Prozent des Lebensmittelmarktes und die EDEKA-Gruppe ist mit annähernd 10.000 Märkten und insgesamt 280.000 Mitarbeitern sowie rund 43 Milliarden Euro Umsatz Marktführer im deutschen Lebensmitteleinzelhandel.

#### *EU will Lebensmittelpreise kontrollieren*

Ende Oktober 2009 kündigte die EU-Kommission eine Überwachung der Lebensmittelpreise an. Mit Hilfe von in den EU-Staaten erhobenen Daten will Brüssel künftig eine Übersicht über die Preisentwicklung bekommen. Die Kommission nimmt zum Anlass, dass die Verbraucher nicht im angemessenen Maß von den fallenden Preisen auf den Rohstoffmärkten profitierten. Teilweise seien die Erzeugerpreise in einigen Mitgliedstaaten gegen den Trend gestiegen. So gebe es gerade bei Weißbrot, Eiern, Eiscreme, Mineralwasser und anderen Lebensmitteln extreme Preisunterschiede zwischen den EU-Staaten. Da es im europäischen Binnenmarkt keine Zollbeschränkungen mehr gibt, können Nahrungsmittel ohne Einschränkung in allen EU-Staaten angeboten werden, was eigentlich zu einem einheitlichen Preisniveau mit geringen Differenzen in den Ländern führen müsste. Deutliche Preisunterschiede können aber auch auf Preisabsprachen der Hersteller hinweisen. Im Bereich der Energieerzeuger hat die EU-Kommission bereits hart durchgegriffen. Um eine Benachteiligung der Verbraucher zu vermeiden, drohte Brüssel den Konzernen eine Zerschlagung an. Sollten durch die Kontrollen Preisabsprachen aufgedeckt werden, ist mit ähnlich starken Sanktionen zu rechnen.

**Preisabsprachen  
sollen EU-weit  
geahndet werden**

#### *Niedrige Milchpreise – das Ende für kleine und mittlere Betriebe?*

Erneut zum Politikum wurde im vergangenen Jahr der stark gefallene Milchpreis und seine katastrophale Wirkung auf die Existenz eines Großteils der Milchbauern. Die Ursachen für sinkende Erzeugerpreise in Deutschland sind die politisch beschlossene Erhöhung der Milchquoten, die zu einem Überangebot von Rohmilch führt, der Rückgang des Milchkonsums (vor allem bei Qualitätsprodukten wie Käse) sowie ein verschärfter Wettbewerb der Discounter. Hinzu kommen der weltweite Exporteinbruch bei Milch und Milchprodukten und der Trend zu Milch- und Käseimitaten (8).

Unangemessen niedrige Milchpreise sind aber weder im Interesse der Verbraucher noch Erzeuger, denn Milch und Milchprodukte sind wertvolle und hochqualitative Lebensmittel, die gute Rahmenbedingungen für Umwelt, Mensch und Tier erfordern. Wenn Milch aber weniger als so manches Tafelwasser kostet, können die Erzeuger ihren Aufwand nicht mehr erlösen. Das heißt, eine hohe Qualität der Milchprodukte sowie die Versorgungssicherheit für die Verbraucher hängen von einem adäquaten Milchpreis ab.

**Verbraucher  
fordern nachhaltige  
Milchpolitik**

Aus verbraucherpolitischer Sicht sollte daher Ziel einer nachhaltigen Milchpolitik die Versorgung der Bevölkerung mit in der Region erzeugter, qualitativ hochwertiger Milch und Milchprodukte sein. Die Abschaffung der Mengenreduzierung für Milch benötigt in der Nachfolge ein System, das einen verlässlichen Rahmen schafft, um Angebot und Nachfrage so auszurichten, dass die erzielten Preise hohe Anforderungen an die Pflege der Kulturlandschaft, den Umwelt- und Tierschutz sowie die Qualität von Milch und Milchprodukten sicherstellen. An die Stelle einer reinen Mengenregulierung sollte ein System zur Förderung des Milchabsatzes und der Milchqualität etabliert werden. Eckpunkte hierfür sind:

- Eigenverantwortliche Milchmengenregelung durch die Erzeuger wie etwa durch eine Vereinbarung einzelbetrieblicher Milchreferenzmengen. Bis zum Ende der Milchquoten kann eine Untertieferung der Milchquote mit gestaffelten Preiszuschlägen bzw. die Überlieferung mit Preisabschlägen gesteuert werden.
- Forcierung der Regionalvermarktung und die Entwicklung von Regionalmarken, in denen Milch und Milchprodukte eine zentrale Stellung einnehmen. In diesem Zusammenhang ist die Kennzeichnung von Produkten regionaler Herkunft zu verbessern.
- Steigerung des Schulmilchabsatzes. Damit können Kinder und Jugendliche an den Konsum gesunder Milch und Milchprodukte herangeführt werden.

- Verbesserung des Tierschutzes in der Milchkuhhaltung. Ein Ansatz kann das Vollweidesystem sein, das als positiven Nebeneffekt eine Kostensenkung (v. a. im Futterbereich) erzielt. Die Förderung der Weidehaltung und die Grünlandprämie sind Signale für eine artgerechtere Tierhaltung und steuern der allgemeinen Entwicklung entgegen, Kühe auch im Sommer im Stall zu halten.
- Ausweitung der Biomilch-Erzeugung durch Anhebung der Förderung zur Umstellung auf ökologische Milchwirtschaft. Der Biomilchmarkt hat derzeit bundesweit nur ein Marktvolumen von 1,7 Prozent, ist aber stark im Wachstum begriffen. Positive Beispiele der Bio-Molkerei Söbbecke und der Upländer Bauernmolkerei zeigen, dass ein Bedarf zur Umstellung auf ökologische Milchwirtschaft vorhanden ist.
- Im Sinne des Verbraucherschutzes ist es notwendig, eine eindeutige Kennzeichnung für Herkunft und Inhaltsstoffe der Milch zu erlassen. Die gesetzlichen Vorschriften zur Kennzeichnung von Milchimitaten müssen eingehalten und stärker kontrolliert werden – insbesondere im gastronomischen Bereich. Aufgrund des steigenden Einsatzes von Imitaten drohen weitere Absatzverluste, vor allem aber auch eine Täuschung der Verbraucher hinsichtlich der Qualität der verwendeten Zutaten.

***Mehr Klasse statt Masse notwendig***

Die vorgeschlagenen Ansätze werden nur für einen Teil der Milchbauern eine Lösung sein können. Letztendlich führt wohl mittelfristig kaum ein Weg an der Reduzierung der Milchmenge vorbei (9).

#### *Angemessene Preise – auch eine soziale Frage*

Angemessene Lebensmittelpreise sind auch eine soziale Frage, denn in unserer Gesellschaft leben rund acht Millionen Menschen, die mit geringen oder sehr geringen Einkommen auskommen müssen. Ein Teil dieser Menschen kann bei hohen Lebensmittelpreisen seine Ernährung nicht sicherstellen, das zeigt sich auch im Zuwachs an Tafeln und Suppenküchen in Deutschland. Inzwischen gibt es mehr als 800 Tafeln mit über 2.000 Ausgabestellen und rund 35.000 ehrenamtliche Helfer versorgen fast eine Million Menschen mit Lebensmitteln.

Jedoch: der Preis muss nicht nur für die Konsumenten stimmen – auch Erzeuger müssen von diesen Preisen leben können und zugleich müssen die Preise die sozialen, ökologischen und ethischen Anforderungen vom Acker bis zum Konsum spiegeln. Lebensmittel müssen ihren Preis wert sein. Sind die Erlöse niedriger – wie aktuell im Milchbereich – ist die Vielfalt der kleinen und mittelständischen Landwirte in ihrer Existenz gefährdet und dies hat langfristig Auswirkungen auf die Struktur der Landwirtschaft, auf Arbeitsplätze im ländlichen Raum sowie auf Kulturlandschaften vor allem in Grenzstandorten wie Mittelgebirgen. Und es führt zur Konzentration in Gunstregionen mit großen Erzeugern. Landwirte müssen angemessene Erlöse erzielen können, so dass die Qualität der Produkte und Prozesse gewährleistet, ein angemessenes Einkommen gesichert und Modernisierung und Weiterentwicklung möglich ist.

***Lebensmittel müssen wieder ihren Preis wert sein***

Wenn aber Lebensmittelpreise stark steigen, kann sich das negativ auf die Nahrungsmittelversorgung in den Entwicklungsländern auswirken. Die Preissteigerungen in 2007/2008 hat die Zahl der hungernden Menschen auf über eine Milliarde steigen lassen. Aus Perspektive des Verbraucherschutzes muss daher die ethisch-moralische Frage gestellt werden, wenn Preise für Grundnahrungsmittel aufgrund von Börsenspekulationen oder massiver staatlicher Förderung von Agrokraftstoffen in die Höhe getrieben werden.

#### **CO<sub>2</sub>-Kennzeichnung auf dem Vormarsch**

In vielen europäischen Ländern wird inzwischen intensiv über die Einführung einer CO<sub>2</sub>-Kennzeichnung diskutiert. Ab 2011 soll in Frankreich eine CO<sub>2</sub>-Kennzeichnung Pflicht werden. Dieser Vorstoß resultiert aus dem Nachhaltigkeitsgipfel im Juli 2007 in Frankreich, der in der Presse vielfach als Öko-Revolution gepriesen wurde. Wird der entsprechende Gesetzentwurf genehmigt, wäre Frankreich das erste Land weltweit, das seine Unternehmen zu einem CO<sub>2</sub>-Siegel verpflichtet. In Japan gibt es eine freiwillige Kennzeichnung, die bereits von einigen Unternehmen genutzt wird. In Finnland, Schweden und Kanada gibt es Initiativen für CO<sub>2</sub>-Label.

Vorreiter bei CO<sub>2</sub>-Labeln sind in erster Linie Hersteller und Einzelhandel. So soll die Tesco-Kette in Großbritannien Ende des Jahres 2009 bereits 500 Produkte mit einem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck

gekennzeichnet haben. Gleichzeitig wird gemeinsam mit Landwirten und Molkereien an der Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen von Milch und Milchprodukten gearbeitet. Casino und Leclerc in Frankreich und Migros in der Schweiz haben bereits entsprechende Initiativen ergriffen.

### Dem CO<sub>2</sub> auf der Spur

Die US-amerikanische Einzelhandelskette Wal-Mart plant die komplette Produktpalette mit Nachhaltigkeitsinformationen zu versehen, da auch seitens der Regierung ein Gesetz zur Kennzeichnung vorbereitet wird. Und in Österreich läuft seit Herbst 2009 eine intensive mediale Kampagne des Aldi-Ablegers Hofer zu der Biolinie „Zurück zum Ursprung“. Die Bioprodukte sind nicht nur mit CO<sub>2</sub>-Fußabdrücken in Verbindung mit der prozentualen CO<sub>2</sub>-Einsparung gekennzeichnet, sondern sie weisen weiteren Zusatznutzen aus. Die Herkunft der Bioprodukte wird mit der jeweiligen Region ausgewiesen und die Bergbauern-Milch stammt aus reiner Heuwirtschaft. Mit dieser Aktion soll jährlich eine CO<sub>2</sub>-Menge von 12.350 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalenten bzw. 16 Millionen LKW-Kilometer eingespart werden – das entspricht zehn bis 30 Prozent der CO<sub>2</sub>-Belastung im Vergleich zu konventionellen Produkten. In Deutschland gab es ein Pilotprojekt von Handel und Herstellern zur CO<sub>2</sub>-Kennzeichnung, an dem sich unter anderem auch Rewe, Frosta, Tchibo und Tengelmann beteiligt haben. Es ist zu erwarten, dass im Zuge der weiteren Verbreitung von CO<sub>2</sub>-Labeln die Diskussion auch in Deutschland belebt wird.

### Anmerkungen

- (1) AgE: Markt für Analogkäse auf 20.000 Tonnen geschätzt. In: Agra-Europe 33/09, 10. August 2009.
- (2) Die Beanstandungsquoten der Lebensmittelüberwachung in der Gastronomie sind seit Jahren hoch. So lag die Quote in Baden-Württemberg 2008 bei 43 Prozent.
- (3) Entschließung des Bundesrates zur besseren Kennzeichnung von Lebensmittelimitaten, 861. Sitzung, 18. September 2009. Drucksache 676/09.
- (4) <http://www.food.gov.uk/multimedia/pdfs/pmpreport.pdf>.
- (5) Vgl. den Jahresrückblick von I. Mühleisen und F. Waskow im Kritischen Agrarbericht 2009, S. 271–279.
- (6) Das „1 plus 4“-Modell einer erweiterten Nährwertkennzeichnung sieht Angaben zu Brennwert plus Gehalte an Fett, Zucker, gesättigten Fettsäuren und Salz vor, jeweils auf Basis des Richtwertes für die Tageszufuhr von Nährstoffen.
- (7) Welt online: Preissenkungen helfen Aldi und Lidl nur wenig; Artikel vom 4. April 2009 im Internet unter: [www.welt.de/welt\\_print/article3500481/Preissenkungen-helfen-Aldi-und-Lidl-nur-wenig.html](http://www.welt.de/welt_print/article3500481/Preissenkungen-helfen-Aldi-und-Lidl-nur-wenig.html); aufgerufen am 5. November 2009.
- (8) So wurden 2008 in Portugal, Spanien, Italien, Frankreich, Großbritannien und Deutschland insgesamt rund 1,3 Millionen Tonnen Analogkäse in Gastronomie und Ernährungsindustrie verkauft (Agra-Europe 33/09, 10. August 2009).
- (9) Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen: Stellungnahme zur Anhörung des Ausschusses für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz zum Thema „Milchbauern brauchen faire Preise statt Weltmarkt mit Exportsubventionen“ (Antrag der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, Drucksache 14/9069) und zum Thema „Rasches Handeln und gemeinsame Anstrengungen für eine gute Zukunft der Milchwirtschaft in Nordrhein-Westfalen“ (Antrag der Fraktion der CDU und der Fraktion der FDP, Drucksache 14/9257) am 2. September 2009 im Landtag NRW.

### Autorin/Autoren

*Isabelle Mühleisen*

Diplom-Ökotrophologin in der Gruppe Ernährung der Verbraucherzentrale NRW, bearbeitet die Themen Lebensmittelrecht und -sicherheit sowie Neue Technologien.

E-Mail:

[isabelle.muehleisen@vz-nrw.de](mailto:isabelle.muehleisen@vz-nrw.de)



*Frank Waskow*

Diplom-Ernährungswissenschaftler in der Gruppe Ernährung der Verbraucherzentrale NRW, bearbeitet die Themen Agrarpolitik sowie Produktion und Qualität von Lebensmitteln.

E-Mail:

[frank.waskow@vz-nrw.de](mailto:frank.waskow@vz-nrw.de)



*Bernhard Burdick*

Leiter der Gruppe Ernährung der Verbraucherzentrale NRW.

Verbraucherzentrale NRW

Mintropstr. 27, 40215 Düsseldorf

E-Mail:

[bernhard.burdick@vz-nrw.de](mailto:bernhard.burdick@vz-nrw.de)

