

**HDE-Stellungnahme  
zum Grünbuch „Förderung gesunder Ernährung und körperlicher  
Bewegung: eine europäische Dimension zur Verhinderung von  
Übergewicht, Adipositas und chronischen Krankheiten“  
KOM(2005)637 endg.**

**Allgemeine Bemerkungen:**

Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e.V. (HDE) begrüßt die Vorlage des Grünbuchs „Förderung gesunder Ernährung und körperlicher Bewegung: eine europäische Dimension zur Verhinderung von Übergewicht, Adipositas und chronischen Krankheiten“ KOM(2005)637 endg. durch die Europäische Kommission, da dieses zu wichtigen Fragen die Möglichkeit eröffnet, ein breit angelegtes Konsultationsverfahren durchzuführen. Somit besteht für alle betroffenen Kreise die Gelegenheit, sich zu den aktuellen und gesellschaftsrelevanten Themen im Kontext von Ernährung und Bewegung – wie insbesondere der Problematik krankhafter Übergewichtigkeit bei Kindern und Jugendlichen und chronische Krankheiten aufgrund von individuellem Ernährungsfehlverhalten – einzubringen.

Der HDE ist die Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels mit 100.000 Mitgliedsunternehmen aller Branchen, Standorte und Größenklassen, die gemeinsam über 250 Milliarden € Umsatz im Jahr erwirtschaften. Der Einzelhandel ist damit nach Industrie und Handwerk der drittgrößte Wirtschaftszweig in Deutschland.

Der HDE betont insbesondere die Notwendigkeit einer ganzheitlichen Sichtweise der Thematik und fordert einen diese Ausgangslage anerkennenden Ansatz in der Politik auf europäischer und nationaler Ebene.

Die EU-Plattform für Ernährung, körperliche Bewegung und Gesundheit sowie die nationale Plattform Ernährung und Bewegung (peb) in Deutschland sind jeweils Erfolg versprechende Beispiele für eine solche interessenübergreifende Zusammenarbeit. Beide Projekte werden dadurch geprägt, dass verschiedenste Akteure – auch aus der Wirtschaft – vertreten sind, um gemeinsam tragfähige und zielgerichtete Lösungsansätze zur Förderung eines gesunden Lebensstils zu erarbeiten.

**Der HDE nimmt zu den aus der Sicht des Handels wichtigen Fragen wie folgt Stellung:**

***Welche Maßnahme auf Gemeinschafts- oder nationaler Ebene könnten dazu beitragen, dass Obst und Gemüse attraktiver, leichter zugänglich und erschwinglich sind?***

Der HDE stimmt mit der Europäischen Kommission darin überein, dass Obst und Gemüse eine sehr wichtige Rolle in einer gesunden und ausgewogenen Ernährung spielen und hierzu einen wichtigen Beitrag leisten können.

Aus unserer Sicht sind jedoch für die Verbraucher in Europa weder – wie die Fragestellung suggeriert – die Attraktivität des Angebots, die Zugänglichkeit zu den Erzeugnissen oder der Preis für einen angemessenen Obst- und Gemüseverzehr hinderlich.

Im Gegenteil, das Obst- und Gemüseangebot ist in großer Vielfalt und breiter Auswahl in Deutschland und in der EU ausreichend gesichert. Das ganze Jahr über können die Verbraucher saisonunabhängig frisches Obst und Gemüse aus einer breiten und vielfältigen Produktpalette erwerben. Ein insgesamt für die Verbraucher günstiges Preisniveau bei Obst und Gemüse ist gerade in Deutschland durch die hohe Dichte an Unternehmen aller Betriebsformen und Betriebsgrößen gewährleistet, die zueinander in starkem Wettbewerb stehen.

***Welche Nährstoffe und welche Erzeugniskategorien sind bei Nährwertangaben für die Verbraucher zu berücksichtigen und warum?***

Der HDE vertritt die Auffassung, dass die bisherigen gesetzlichen Bestimmungen der Nährwertkennzeichnung bereits eine sachgerechte Grundlage der Information der Verbraucher über Nährwertangaben darstellen. Schon jetzt haben viele Unternehmen ihre Produkte darüber hinaus freiwillig mit Nährwertangaben versehen, einzelne Unternehmen erfassen dabei sogar bis zu 80 Prozent ihres Sortiments. Der HDE hält es bei dieser Ausgangslage daher nicht vorrangig für sachgerecht, zusätzliche (gesetzlich verpflichtende) Nährwertangaben zu fordern.

Weiterhin weist der HDE darauf hin, dass zusätzliche Nährwertangaben in der Etikettierung von Erzeugnissen einerseits und eine gesündere Ernährungsweise andererseits in keinem Zusammenhang stehen bzw. stehen müssen, da zwischen der Aufnahme von Informationen, dem Wissen um die damit vermittelten Inhalte und möglichen Auswirkungen für das persönliche Ernährungsverhalten und der tatsächlichen individuellen Handlungsweise durchaus Diskrepanzen bestehen können.

Der persönliche Lebensstil – auf den es in den angesprochenen Fragen in erster Linie entscheidend ankommt – ist in der Realität außerordentlich komplex, da er von vielen Faktoren (u.a. Einflüssen physischer und psychischer sowie kultureller Art) abhängt.

Die Lebensmittelkennzeichnung stellt demnach kein Allheilmittel zur Förderung eines gesunden Lebensstils dar, sondern kann nur ein Bestandteil eines ganzheitlichen Ansatzes bei der Verbraucherinformation und -aufklärung sein. Maßgeblich ist insofern zunächst die Wahrnehmung der Eigenverantwortung durch die Verbraucher, zu der aber

Staat und Wirtschaft im Rahmen ihrer jeweiligen Möglichkeiten – auch durch Informationsvermittlung – beitragen können.

***Welche Art der Aufklärung ist erforderlich, um die Verbraucher in die Lage zu versetzen, die Angaben auf Lebensmitteletiketten ganz zu verstehen, und wer sollte Sie darüber aufklären?***

Es gibt Erkenntnisse darüber, dass die vom Gesetzgeber vorgeschriebenen Kennzeichnungselemente von Verbrauchern aufgrund mangelnder Kenntnisse häufig nicht nachvollzogen werden können. Der HDE setzt sich daher dafür ein, die Verständlichkeit der Kennzeichnungselemente auszubauen bzw. herzustellen.

Weiterhin ist es von Bedeutung, dass der Verbraucher möglichst frühzeitig bei der Wahrnehmung seiner Eigenverantwortung gestärkt wird. Die dabei vermittelten Informationen müssen möglichst umfassend, sachkundig und wissenschaftlich fundiert sein. Der damit angesprochene Aufklärungsprozess liegt aber nicht allein in der Verantwortung der Wirtschaft, sondern kann nur gesamtgesellschaftlich zum Erfolg geführt werden. Medien, Bildungs- und Sozialeinrichtungen aller Art – insbesondere Kindergärten, Kindertagesstätten und Schulen –, Krankenkassen, Ärzte sowie die Familien spielen hierbei jeweils eine mindestens ebenso wichtige Rolle.

Dabei zeigen neuere Erkenntnisse, dass möglichst frühzeitig – also noch bei Kindern – die Grundlagen für das spätere Ernährungs- und Lifestyle-Verhalten mit angelegt werden. Daher ist in der Konsequenz unverzichtbar, bereits in diesem Stadium in geeigneter pädagogischer Weise die notwendigen Grundlagen zu legen, bspw. durch die Einführung durch die Einführung des Fachs Ernährungslehre an Schulen. Die Schule ist ein geeigneter Ort, um Wissen über eine gesunde Ernährung und körperliche Bewegung von Grund auf zu vermitteln.

Die Wirtschaft nimmt bereits heute ihren Teil der Verantwortung an diesem Aufklärungsprozess wahr, indem sie beispielsweise über die gesetzliche Kennzeichnungspflicht hinausgehend viele Produkte freiwillig mit zusätzlichen Informationen versieht, in den Geschäften Kundeninformationen bereithält oder telefonisch über Hotlines bzw. im Internet entsprechende Ernährungsinformationen an Kunden vermittelt. Viele Unternehmen haben gerade in den vergangenen Monaten ihr entsprechendes Engagement nochmals ausgebaut.

Der HDE und viele führende deutsche Handelsunternehmen engagieren sich zudem stark in der nationalen Plattform für Ernährung und Bewegung (peb), in der sich seit 2004 gesellschaftsübergreifend Kräfte vor allem dem Thema der Bekämpfung der zunehmenden Problematik des krankhaften Übergewichts bei Kinder und Jugendlichen widmen.

***Sind freiwillige Verhaltensregeln wie Selbstregulierung ein angemessenes Instrument zur Begrenzung der Werbung und Vermarktung von energiereichen und mikronährstoffarmen Lebensmitteln? Welche Alternativen sollten geprüft werden, wenn Selbstregulierung versagt?***

In Deutschland besteht eine sehr effektive und funktionierende freiwillige Selbstkontrolle der werbetreibenden Wirtschaft. Bereits frühzeitig hat hierzu der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW) für einige Bereiche (z.B. Werbung mit und vor Kindern, Werbung mit alkoholischen Getränken) freiwillige Verhaltensregeln

herausgegeben. Als Kontrollinstanz gründete der ZAW 1972 den deutschen Werberat, der es jedem Bürger erlaubt, Beschwerde über Werbung einzureichen.

Zudem setzt sich der deutsche Werberat für die Einhaltung der internationalen Verhaltensregeln der International Chamber of Commerce (ICC) ein, welche die Werbetreibenden ebenfalls zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Werbe- und Marketingmaßnahmen anregt. Diese von der Wirtschaft selbst auferlegten Beschränkungen sollen das öffentliche Ansehen der Werbung erhöhen und vor allem den Verbraucher schützen.

Auf europäischer Ebene existiert die Europäische Allianz der Werbeselbstkontrolle (EASA), die 2004 die Charta der Selbstverantwortung (abrufbar unter [www.easa-alliance.org](http://www.easa-alliance.org)) verabschiedet hat. Die Erklärung wurde von der EASA in Vertretung der verschiedenen Selbstkontrolleinrichtungen in Europa, Vertretern der werbetreibenden Industrie, der Werbeagenturen sowie der Medien in Anwesenheit von Vertretern der Europäischen Kommission unterzeichnet. In den gemeinsamen Arbeitsgrundsätzen sind erstmals die Grundwerte der Unabhängigkeit, Transparenz und Effektivität festgeschrieben. Danach soll zum Beispiel eine Beschwerde für den Verbraucher kostenfrei und unbürokratisch einzulegen sein. Die nationalen Werbeselbstkontrollen werden außerdem verpflichtet, eine Beschwerde schnell, flexibel und effektiv zu behandeln. Der Deutsche Werberat erfüllt als konstituierendes Mitglied der EASA bereits heute diese Empfehlungen vollständig.

Der HDE ist der festen Überzeugung, dass die bestehenden Gesetzesvorgaben in Verbindung mit den sehr gut funktionierenden Mechanismen der freiwilligen Selbstkontrolle ausreichend sind, um das Wohl des Verbrauchers zu schützen.

***Wie kann die Wirksamkeit der Selbstregulierung definiert, durchgeführt und überwacht werden? Welche Maßnahmen sollten ergriffen werden, um zu verhindern, dass die Leichtgläubigkeit und fehlende Medienkompetenz von besonders schutzbedürftigen Verbrauchern durch Werbung, Vermarktung und Werbeaktionen ausgenutzt wird?***

Der HDE weist darauf hin, dass bereits ein äußerst dichtes und effektives Regelungsnetz auf europäischer und nationaler Ebene existiert. Europäische Rechtsgrundlagen sind u.a. die Basisverordnung zum Lebensmittelrecht (Verordnung (EG) Nr. 178/2002), die Etikettierungsrichtlinie (2000/13/EG) die Bedarfsgegenständeverordnung (Verordnung (EG) Nr. 1935/2004) sowie die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (2005/29/EG), und die Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung (97/55/EG und 84/450/EWG). Auf nationaler Ebene gewährleisten das Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB), das Jugendschutzgesetz (JuSchG), der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV), die Landespressegesetze (LPG), der Rundfunkstaatsvertrag, der Mediendienststaatsvertrag sowie der selbst auferlegte Verhaltenskodex der werbetreibenden Industrie den Schutz der Verbraucher. Die Einhaltung der Gesetze und die Beachtung des freiwilligen Verhaltenskodex überwachen neben den Unternehmen selbst, der deutsche Werberat, die Gerichte als auch die Verbraucherschützer.

Weiterhin möchte der HDE an das grundlegende Verbraucherleitbild des aufgeklärten und mündigen Verbrauchers erinnern, das vom EuGH in ständiger Rechtsprechung geprägt und fortentwickelt wird. Dieses Verbraucherleitbild ist aber allen Überlegungen – auch Maßnahmen auf der europäischen Ebene selbst – unbedingt zugrunde zu legen.

Ausgangspunkt aller Überlegungen ist daher zunächst der Verbraucher, der selbstständig, aufgeklärt und unabhängig seine Lebensmittel auswählt und konsumiert. Diese Freiheit und Unabhängigkeit des Konsumenten sollte in jedem Fall gefördert und nicht durch unverhältnismäßige gesetzliche Vorgaben eingeschränkt werden.

Der HDE versteht aber die Zielrichtung der Kommission, dass besonders schutzbedürftige Verbrauchergruppen – wie etwa Kinder oder bestimmte ältere Konsumenten – besonderen Regelungen unterliegen sollten. Allerdings bietet bereits die geltende europäische und nationale Gesetzgebung ausreichend Möglichkeiten und Steuerungsinstrumente, um diese Zielvorgaben zu berücksichtigen bzw. umzusetzen.

***Wie können die Verbraucher am besten in die Lage versetzt werden, eine sachkundige Wahl zu treffen und entsprechend zu handeln?***

Eine sachkundige Wahl setzt einen informierten und aufgeklärten Verbraucher voraus. Der HDE begrüßt – wie dargelegt – jegliche Aktivitäten, auch von Seiten der Wirtschaft bzw. der Industrie und des Handels selbst, etwa über Internetseiten, Verbrauchertelefone etc. eine umfassende Aufklärung bzw. Information des Verbrauchers zu fördern.

Der HDE und zahlreiche Unternehmen des deutschen Handels nehmen diese Aufgabe darüber hinaus durch ihr starkes Engagement bei der Plattform Ernährung und Bewegung (peb) sehr ernst.

Allerdings möchte der HDE nochmals betonen, dass Verbraucheraufklärung eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe ist, die von mehreren Gesellschaftsgruppen (also etwa Staat, Wirtschaft und Bürger) koordiniert und gemeinsam wahrgenommen werden muss, um langfristig erfolgreich zu sein.

***Welche wichtigen Botschaften sollen den Verbraucher im Bereich Ernährung und körperliche Bewegung wie und von wem übermittelt werden?***

Weil das Thema Ernährung und Bewegung so vielschichtig und komplex ist – es ist sowohl von individuellen (physiologischen, psychologischen, genetischen) als auch von kulturellen Parametern abhängig – vertritt der HDE die Ansicht, dass das Thema stets ganzheitlich betrachtet und nur in seiner Ganzheit kommuniziert werden kann.

Jegliche Überlegungen zur Einführung eines Nährstoffpunktesystems hält der HDE bereits aus diesem Grund für den falschen Weg. Zum einen unterteilen diese Maßnahmen Lebensmittel in „gute“ und in „schlechte“ – in einer ausgewogenen und gesunden Ernährung haben aber alle Lebensmittel ihren Platz – andererseits sind diese Maßnahmen in ihrer Einzelheit wirkungslos.

Der HDE bevorzugt daher eher ganzheitlich ausgerichtete Projekte und begrüßt deshalb die Gründung der Europäischen Plattform für Ernährung, körperliche Bewegung und Gesundheit, die von der Kommission angeregt und im März 2005 mit Hilfe der verschiedensten Interessengruppen – auch unter Mitwirkung des Handels – verwirklicht wurde. Auch hier ist daran zu erinnern, dass der HDE und seine Mitgliedsunternehmen ihre Verantwortung schon jetzt wahrnehmen und sich sowohl in der europäischen als auch in der nationalen Plattform Ernährung und Bewegung (peb) engagieren.

**Wie können soziale und kulturelle Unterschiede sowie regionale und nationale Ernährungsgewohnheiten im Rahmen von lebensmittelbasierten Ernährungsleitfäden auf europäischer Ebene berücksichtigt werden?**

**Wie können die Ernährungsleitlinien den Verbrauchern vermittelt werden?**

Der HDE ist der Meinung, dass Ernährung immer im kulturellen und nationalen Kontext zu sehen ist. In jedem Land der Europäischen Union existieren Vorlieben und Präferenzen für bestimmte Nahrungsmittel. Oft sind die Essgewohnheiten bereits innerhalb der Regionen eines Nationalstaates sehr unterschiedlich. Dies bedeutet, dass die Ernährung in Europa in den jeweiligen Regionen lokal äußerst vielfältig und abwechslungsreich bzw. unterschiedlich ausgerichtet ist.

Daher ist es weder möglich noch erwünscht, die nationalen und regionalen Ernährungsbesonderheiten aller 25 Mitglieder in einem europäischen Ernährungsleitfaden zusammenzuführen.

**Wie könnte ein Punktesystem für das Nährstoffprofil, wie es vor kurzem im Vereinigten Königreich entwickelt wurde, dazu beitragen?**

Jedes Punktesystem und jedes System, das bestimmte Lebensmittel durch ein Symbol besonders hervorhebt, beruht auf der Grundlage einer Kategorisierung von Lebensmitteln – somit begeht es den Grundfehler, Erzeugnisse in „gute“ und „schlechte“ Produkte einteilen zu wollen. Diese Kategorisierung widerspricht aber dem Grundsatz in der Ernährung, dass es weder gute noch schlechte Lebensmittel gibt, sondern nur gute oder schlechte Ernährungsweisen.

Der HDE vertritt die Ansicht, dass jedes Lebensmittel seinen Platz in einer ausgewogenen Ernährung hat und behalten sollte. Deshalb lehnen wir jegliche Kategorisierung von Lebensmitteln ab. Viel wichtiger erscheint es uns, dem Verbraucher ganzheitlich objektive Informationen zu vermitteln, die – begleitet durch eine frühzeitige Erziehung – es dem Verbraucher ermöglichen, seine Ernährungs- und Lebensweise dementsprechend auszurichten.

Brüssel, März 2006

Ansprechpartnerin:  
RAin Britta Gallus  
Leiterin des HDE-Büros Brüssel  
Avenue des Nerviens 9 – 31, 1040 Brüssel  
Phone: +32 2 735 4379  
E-Mail: [gallus.europa@hde.de](mailto:gallus.europa@hde.de)

This paper represents the views of its author on the subject. These views have not been adopted or in any way approved by the Commission and should not be relied upon as a statement of the Commission's or Health & Consumer Protection DG's views. The European Commission does not guarantee the accuracy of the data included in this paper, nor does it accept responsibility for any use made thereof.