

# Ministerium hilft nicht beim Deklarationsdilemma

Brief des Bundesernährungsministeriums (BMEI) an Lebensmittelverband – Absage an QR-Codes und Aufkleber

Das BMEI will die Schweizer Lösung zum „Deklarationsnotstand“ nicht übertragen. Aus Sicht eines Lebensmittelrechtsjuristen ist das auch gar nicht nötig. Von Sticker-Lösungen rät er zudem generell ab.

Im BMEI sieht man die eidgenössische Antwort auf den „Deklarationsnotstand“ skeptisch. Der Schweizer Bundesrat hat am Mittwoch dieser Woche eine Regelung beschlossen, die Herstellern helfen soll, die Sonnenblumenöl als Zutat verwenden (LZ 22-22). Wie berichtet, laufen sie bisher Gefahr, Kennzeichnungsverstöße zu begehen: Die Produzenten müssen das knappe Sonnenblumenöl – es kommt vor allem aus Russland und der Ukraine – durch andere pflanzliche Öle ersetzen. Aber oft sind die Etiketten schon Monate vorher gedruckt, sodass die aufgeführten Zutaten falsch sind. Ab dem 15. Juli darf die Branche in der Schweiz die neue, abweichende Zutat per Aufkleber oder QR-Code auslösen, befristet bis Ende 2023. Oder in einer Zutatenangabe wie folgt: „Zutaten: Wasser, Weizenmehl, Pflanzenöle (Sonnenblume, Raps, abhängig von der Versorgungslage)“.

Im Ministerium von Cem Özdemir sieht man nicht nur den Grundsatz der „Wahrheit und Klarheit der Kennzeichnung“ in Gefahr, sondern bringt auch praktische Bedenken vor: „Wie soll die Überwachung die Herkunft des ausgetauschten Sonnenblumenöls oder -lecithins und dessen Nichtver-

fügbare kontrollieren?“, schreibt das BMEI dem Lebensmittelverband Deutschland, der die Schweizer Lösung auch hierzulande umgesetzt sehen will. Zudem bürde das QR-Code-Modell den Kunden teils „eine Holschuld für Pflichtinformationen“ auf und stelle nicht internetaffine Verbraucher vor Herausforderungen. Auch befürchtet das Ministerium Trittbrettfahrerei: Nur mit erheblichem Aufwand ließen sich „Mitnahmeeffekte eines allein kosteninduzierten und nicht kriegsbedingten Austauschs von Zutaten vermeiden“.

Man werde die Versorgungslage in Deutschland, die aktuell „weiter generell gewährleistet ist“, aber weiter beobachten. Nach wie vor sieht das Ministerium das Schreiben der Staatssekretärin Silvia Bender als ausreichend an. Sie hatte im März gegenüber den obersten Landesbehörden „ihre Überzeugung ausgedrückt, dass die zuständigen Behörden, wie in der Pandemie, die bestehenden rechtlichen Spielräume verantwortungsvoll nutzen und auf Augenmaß Lösungen finden werden“. Sprich: Keine Sanktionen für unverschuldete Kennzeichnungsfehler.

„Unserer Meinung nach ist jede Kennzeichnung erlaubt, solange die Verbraucher nicht getäuscht werden“, sagt Maik Maschke, Bundesvorsitzender des Bundesverbands Lebensmittelkontrolleure (BVLK), auf Anfrage der Lebensmittel Zeitung.

**ZUTATEN:  
WASSER, WEIZENMEHL,  
PFLANZENÖLE (SONNENBLUME,  
RAPS, ABHÄNGIG VON DER  
VERSORGLINGS-LAGE)**

**Ungewohnt:** Eine solche Angabe ist nun in der Schweiz möglich.

**Laut dem Ernährungsministerium ist die Versorgungslage noch gewährleistet**

Aus Sicht von Lebensmittelrechtswissenschaftler Alfred Meyer erfordert das Ersetzen von Sonnenblumen-Lecithin durch Soja-Lecithin keine Rechtsänderung. „Vorausgesetzt, die unter einer Sojaallergie Leidenden werden durch einen deutlich sichtbaren Spurenhinweis über das mögliche Vorhandensein von Soja informiert, ist dieser Kennzeichnungsmangel in der aktuellen Sondersituation hinnehmbar.“ Sei der Lieferengpass individuell hinreichend belegt – nicht nur behauptet –, so hätten alle Verständnis für den Kennzeichnungsmangel, auch die Behörden. Von Aufklebern rät Meyer ab. Das sehe nicht nur unglücklich aus, nicht selten würden dabei essenzielle Kennzeichnungselemente überklebt. Der Sticker erwecke zudem den Eindruck, als hätte das Unternehmen etwas nicht im Griff und wolle diesen Fehler ungeschickt richtigstellen. *gml/lz 26-22*

## Agecore-Studie sorgt für Diskussion

Als einen „Versuch, negative Auswirkungen der Anzapfallianzen auf den Wettbewerb zu rechtfertigen“, kritisiert Markenverbands-Geschäftsführer Andreas Gayk die von Edeka-Chef Markus Mosa auf der Jahrestagung vorgestellte Insead-Studie (siehe auch Interview Seite 3).

Darin hat der emeritierte Marketingprofessor Marcel Corstjens die Auswirkungen der Edeka-Mitgliedschaft im Einkaufsbündnis Agecore unter die Lupe genommen. Corstjens' Ergebnis: Bei international verhandelten Markenartikeln profitierten Edeka-Kunden von Preisvorteilen von durchschnittlich 12 Prozent gegenüber ähnlichen, rein national verhandelten Marken. Verglichen wurden beispielsweise Agecore-Produkte der Marken Milka und M&Ms mit in Deutschland gesourceten Artikeln von Lindt und Kinder. Promotionen waren ausgenommen.

Mit der Studie lägen erstmals konkrete und belastbare Zahlen zu Deutschland vor, betont Edeka. Die Grundlage bilden 6,1 Millionen Scanner-Datensätze des Händlers. „Würde man auch die anderen Partner auswerten, würde sichtbar, dass die Verbraucherwohlfahrt quer durch Europa gestiegen ist“, so der Händler zur LZ. Edeka hat Agecore 2021 verlassen und unterdessen mit Epic ein eigenes Bündnis gegründet.

Den Markenverband überzeugt das Studienergebnis nicht. Die Zusammensetzung der Kontrollgruppe dürfte das Ergebnis vorgeprägt haben, meint Gayk. *maq/lz 26-22*

Lebensmittel  
Zeitung

LZ SCHWERPUNKT

# NONFOOD

**NONFOOD-MÄRKTE IM STRESSTEST!**

Wie geht die Branche mit gestörten Lieferketten um?  
Vor welchen Herausforderungen steht die europäische Produktion?  
Wie wirken sich Inflation und steigende Rohstoffkosten aus und wird Liefersicherheit wichtiger als der Preis?

**SCHWERPUNKT NONFOOD II**

LZ 33/2022  
Anzeigenschluss: 26.07.2022  
Erscheinungstermin: 19.08.2022

**NONFOOD SONDERNEWSLETTER**

Anzeigenschluss: 09.08.2022  
Erscheinungstermin: 19.08.2022

**PROFITIEREN SIE VON UNSEREM EXKLUSIVEM MARKTFORSCHUNGS-SERVICE:**  
Ein kostenfreier Copytest Ihrer Anzeige mit wertvollen Erkenntnissen zur Werbewirkung.  
Die Testplätze sind begrenzt, entscheiden Sie schnell!

**JETZT BUCHEN!**

[lzmedien.net/nonfood](http://lzmedien.net/nonfood)

Lebensmittel  
Zeitung

**IHRE LZ MEDIENBERATERIN**  
Janina Zessin +49 69 7595-2544  
zessin@lebensmittelzeitung.net

**LZ**  
MEDIEN