24.01.2013 – 10:28 Uhr

Aigners Regionalfenster: Wie die Ministerin den obersten Lebensmittel-Lobbyisten beim Schwindeln deckt

Berlin (ots) -

Mit ihrer Regional-Kennzeichnung ist Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner bereits vor der Einführung an den eigenen Maßstäben gescheitert. "Mein Ziel ist eine zuverlässige und transparente Kennzeichnung für regionale Produkte in Deutschland. Der Verbraucher soll mit einem Blick auf die Verpackung erkennen können, was an dem Produkt 'regional' ist", hatte die Ministerin versprochen - und erreicht mit ihrem freiwilligen Siegel nun das Gegenteil: Frau Aigner deckt die Etikettenschwindler.

"Thüringer Land"- oder "Sachsen Milch"-Produkte stammen aus Bayern, "Mark-Brandenburg"-Milch aus Köln und "Büsumer Feinkost Louisiana Flusskrebse" aus China. Hersteller, die auf solche Irreführung setzen, können einfach weitermachen wie bisher. An all diesen Fällen ändert Aigners vorgebliche Transparenz-Initiative nichts. "Für den Verbraucher wird die Verwirrung durch ein weiteres, unverbindliches Siegel nur noch größer statt kleiner - es spricht Bände, dass Frau Aigner den einzig klaren Weg nicht gehen will, nämlich die Initiative für eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung auf allen Produkten zu ergreifen", kritisierte Oliver Huizinga, Experte für Lebensmittelwerbung bei der Verbraucherorganisation foodwatch.

Mit einem freiwilligen Siegel anstelle einer Initiative für verpflichtende Herkunftsangaben deckt Frau Aigner die allgegenwärtigen Herkunfts-Schummler - ganz vorn den obersten Lobbyisten der Branche, den Vorstandsvorsitzenden der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), Jürgen Abraham. Der Schinkenproduzent bewirbt seinen "Schwarzwälder Schinken" wie eine regionale Spezialität, obwohl wichtige Produktionsschritte in Niedersachsen stattfinden und die Schweine überall, nur nicht im Schwarzwald, gemästet werden. Dennoch behauptet Abraham wörtlich: "Die Herstellung dieses Traditionsschinkens erfolgt ausschließlich im Schwarzwald und unterliegt strengen regionalen Bestimmungen."

Abrahams Schinken erfüllt noch nicht einmal die Bedingungen für Aigners Regionalsiegel. Doch die Ministerin sieht der Irreführung zu und lässt Abraham mit seiner Regionalitäts-Werbung gewähren, statt die Mogelei durch klare Vorgaben zu stoppen. Mit ihrer freiwilligen Kennzeichnung für andere Hersteller gaukelt Frau Aigner Transparenz nur vor - mit einer verpflichtenden Herkunftskennzeichnung dagegen könnten echte Transparenz für Verbraucher geschaffen und Mogelpackungen wie die von Abraham verhindert werden.

Anstelle schein-transparenter Siegel fordert foodwatch: Hersteller müssen verpflichtet werden, die Herkunftsländer der Hauptzutaten ihrer Produkte anzugeben. Mit regionaler Herkunft darf nur dann geworben werden, wenn dies durch die tatsächliche Herkunft der Zutaten gedeckt ist und die Ursprungsregion (für Deutschland mindestens bundeslandgenau) für alle Zutaten angegeben wird.

Link:

- 15-Punkte-Plan von foodwatch für ehrlichere Lebensmittelinformationen: www.foodwatch.de/15punkte

Redaktionelle Hinweise:

- Angesichts der heutigen Vorstellung des Regionalfensters auf der Grünen Woche in Berlin versendet foodwatch diese Pressemitteilung vom 18. Januar 2013 zur Einschätzung des Siegels erneut.
- Original-Quelle für das Zitat von Ilse Aigner: http://bit.ly/T5QLK7
- Original-Quelle für das Zitat der Fa. Abraham: http://bit.ly/WhtPe2

Pressekontakt:

foodwatch e.V.
Martin Rücker
E-Mail: presse@foodwatch.de
Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 - 2 90
Fax: +49 (0)30 / 24 04 76 - 26

Original-Content von: foodwatch e.V., übermittelt durch news aktuell
Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.de/pm/50496/2403489 abgerufen werden.