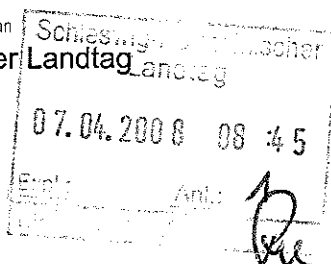


aid e. V. · Friedrich-Ebert-Str. 3 · 53177 Bonn
**Schleswig-Holsteinischer
Sozialausschuss**
Die Vorsitzende
Frau Petra Tschanter
Postfach 7121
24171 Kiel



Friedrich-Ebert-Straße 3
53177 Bonn
Telefon 0228 8499-0
Fax 0228 8499-177
www.aid.de
aid@aid.de

Öffnungszeiten:
Montag bis Donnerstag
7.30 – 16.00 Uhr
Freitag 7.30 – 14.00 Uhr

Verkehrsanbindung:
ab Bonn Hbf, U-Bahn-
linie 16 oder 63 bis
Bad Godesberg Stadthalle

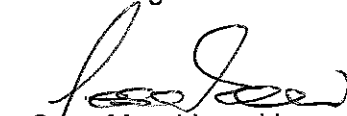
Deutsche Bundesbank
Filiale Bonn
BLZ 380 000 00
Konto 38 008 081

Datum – Zeichen: 03.04.2008 - R 7 – 20 -05/08 – ma-söndi
Bearbeiter/in – Telefon: Gesa Maschkowski, Tel. 0228-8499-136, E-Mail: g.maschkowski@aid-mail.de

Sehr geehrte Frau Tschanter,

in der Anlage schicke ich Ihnen eine Stellungnahme zur Ampelkennzeichnung. Diese Stellungnahme wird Ihnen heute ebenfalls wie gewünscht per E-Mail zugestellt.

Mit freundlichen Grüßen
Im Auftrag



Gesa Maschkowski
Wissenschaftsredakteurin

Anlagen

Hinweis: Der Stellungnahme sind zwei (urheberrechtlich geschützte) Artikel beigefügt, die im Ausschussbüro - Zi. 138 - zur Einsichtnahme bereit liegen.



Ampelkennzeichnung - gut gemeint und genial daneben?

Die Nährwertkennzeichnung, so wie sie derzeit praktiziert wird, ist weder einheitlich noch verständlich, selbst für interessierte Verbraucher. Das zeigt unter anderem eine Analyse von Fragen zur Lebensmittelkennzeichnung, die der aid infodienst im Jahr 2005 in seinen Frageforen auf www.was-wir-essen.de durchgeführt hat. Selbst interessierte Verbraucher können mit der aktuellen Nährwertkennzeichnung nicht viel anfangen, weil sie zum Beispiel nicht wissen wie viel Fett oder Zucker „viel“ bzw. „wenig“ ist. Eine systematischen Auswertung von etwa 100 Studien aus Europa und den USA (*Cowburn und Stockley 2003*) unterstützt diese Ergebnisse, denn auch diese Autoren kommen zu dem Schluss, dass die Grundkenntnisse der Verbraucher, die für die Interpretation von Nährwertangaben entscheidend sind, grundsätzlich als gering einzustufen sind. *Cowburn G, Stockley L: A systematic review of the research on consumer understanding of nutrition labelling. European Heart Network, Brüssel (2003).*

Die Nährwertkennzeichnung sollte daher nach unseren Auswertungen grundsätzlich

- verpflichtend,
- einheitlich (Bezugsmaß)
- und leicht verständlich sein.

Diese Forderungen könnte eine Ampelkennzeichnung erfüllen. Allerdings sind aus Sicht des aid noch entscheidende Fragen ungeklärt:

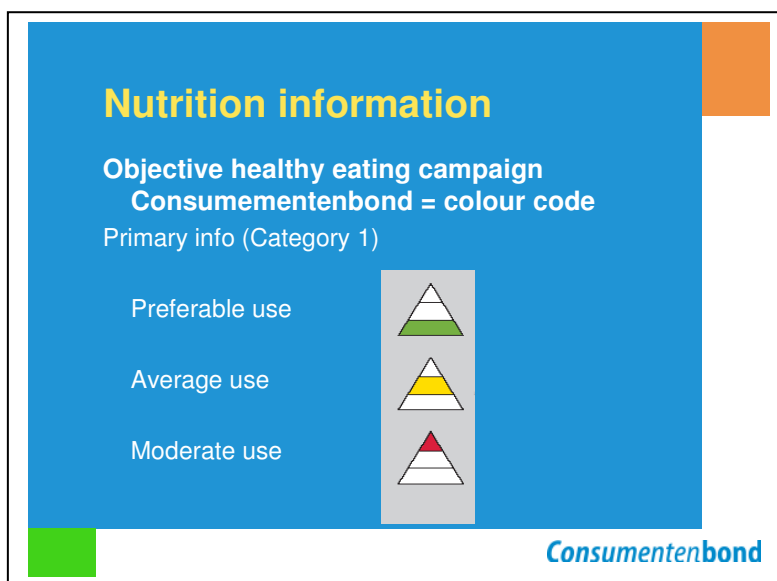
Ernährungspsychologische Fragen:

Wie gehen Fokusgruppen wie Kinder, Essgestörte und sozial benachteiligte Gruppen mit einer Ampelkennzeichnung (Modell des multiple Traffic-Light mit mehreren Farbpunkten) um?

Studien der FSA zeigen die Überlegenheit der Ampel bei interessierten Verbrauchern, dem aid liegen allerdings bisher keine Untersuchungen vor, wie das Ampelmodell

- mittelfristig auf **Kinder** wirkt – erhöht der Reiz des Verbotenen möglicherweise die Nachfrage? (*siehe Jansen et al. 2007*). Wäre vor diesem Hintergrund vielleicht das schwedische Keyholemodell, das besonders positive Produkte labelt die bessere Alternative im Sinne einer „Motivation“ zur gesunden Ernährung?
- auf **Essgestörte** wirkt: Nach den Ergebnissen der NVS sind 15 % der Jugendlichen übergewichtig, aber 22 % essgestört. Möglicherweise geht „der Schuss nach hinten los“ und die Ampel bewirkt eine zu starke Focussierung auf „Verbote“

- auf **sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen** wirkt. Diese Bevölkerungsgruppen brauchen unsere größte Aufmerksamkeit, nicht der „aufgeklärte Verbraucher“. Auch die Ampelkennzeichnung, insbesondere das Modell des multiple traffic light mit mehreren Farbpunkten erfordert ein Vergleichen und Entscheiden durch den Verbraucher. Möglicherweise müssten für diese Bevölkerungsmodelle ganz andere Kommunikationselemente entwickelt werden, zum Beispiel auf der Basis der aid-Ernährungspyramide, deren einfaches Portionenmodell vor kurzem auch erfolgreich mit Schichtarbeitern getestet wurde. Im Bereich der Kennzeichnung wurde ein ähnliches Modell schon einmal von dem niederländischen „Consumentenbond“ von dänischen Verbraucherorganisationen entwickelt (s.u.)



Ernährungswissenschaftliche Fragen: Auch aus ernährungswissenschaftlicher Sicht gibt es Fragen zur Ampel, die hier nicht erschöpfend aufgelistet werden können. Zentral wäre die Frage: Gibt es Simulationsmodelle oder Untersuchungen, aus denen hervorgeht, dass eine Ernährung, die sich an grünen Punkten orientiert, ausgewogen ist?

Fazit:

1) Übergreifendes und konsistentes Bildungs- und Kennzeichnungskonzept

Bildungsinhalte und Verpackungsinformationen sollten konsistente Botschaften enthalten, es besteht also Bedarf an einem übergreifendem Bildungs- und Kommunikationskonzept. Bemerkenswert ist, dass die entscheidenden Fachdisziplinen in der gesamten Diskussion noch überhaupt nicht gehört wurden, nämlich Wissenschaftler der Ernährungs- und Verbraucherbildung (REVIS Paderborn) und Ernährungspsychologen, sondern dass die Diskussion zwischen Stakeholdern, Lobbygruppen und Politikern ausgetragen wird.



2) Optimale Kommunikationskonzepte für sozial benachteiligte Zielgruppen fehlen

Möglicherweise kann eine Ampelkennzeichnung zu einer besseren Verbraucherinformation beitragen, allerdings scheint die Datenlage insbesondere in Bezug auf sozial benachteiligte Zielgruppen lückenhaft. Die Diskussion um eine Ampelkennzeichnung macht in diesem Zusammenhang ebenfalls den Eindruck einer vorschnellen Symptombehandlung des Problems, das eigentliche „mangelnde Ernährung- und Verbraucherbildung“ heißt.

Hintergrund

In den Frageforen des aid befinden sich über 16.000 Verbraucherfragen, die viele Millionen Mal gelesen wurden. Sie zeigen, dass die Fragesteller (die zu den interessierten Verbrauchern gehören), in vielen Fällen kein Grundlagenwissen im Bereich Ernährung, Nahrungszubereitung und Hygiene besitzen.

Gesa Maschkowski

Dipl. oec. troph.

Wissenschaftsredakteurin

Ressort Verbraucherschutz

aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e.V.

Friedrich-Ebert-Str. 3

53177 Bonn

fon: 0228-8499-136 fax: 0228-8499-177

mailto: g.maschkowski@aid-mail.de