

Knack•Punkt

Aktuelles für Multiplikatoren im Bereich Ernährung



Schwerpunkt

**Frisch, frischer, am frischesten –
Werbung zwischen Anspruch und Wirklichkeit**

Foto: Peter_Pleischl/Pixelio.de

Aktuelles aus Nordrhein-Westfalen
**Weniger Müll durch „Coffee to go“
Neues Trendgetränk Birkenwasser**

Fragen aus der Beratung
Ist Zucker eigentlich vegan?

Neues aus Wissenschaft und Praxis
**Integration geht (auch) durch den Magen
Insektenburger statt vegetarisch?**

Recht und Gesetz
Gegen den Durchblick: Eine Flut an neuen Bio-Siegeln

Seite

3 Editorial

Kurzmeldungen

- 3 Nährwertangaben beeinflussen Kaufverhalten
3 BMI: Zurück auf Null?

Aktuelles aus Nordrhein-Westfalen

- 4 NRW fördert Anbau von Ökolebensmitteln
4 Regionaler Biomarkt NRW
4 Milch aus NRW: Krisenbewältigung durch Dialog
4 Klare Kennzeichnung von Fairtrade-Anteil und Mengenausgleich auf der Verpackungsvorderseite
5 Weniger Müll durch Coffee to go
6 Nachhaltig und lecker aus der Region Köln/Bonn
7 Neues Trendgetränk Birkenwasser
8 Original nachhaltig – Vom Ursprung her ganzheitlich

Aktionen und Veranstaltungen

- 9 *MOOC*: Klimawandel und seine Folgen
10 Nahrungsergänzungsmittelhersteller mit Landesehrenpreis für Lebensmittel
11 Aktion der Landwirte gegen Schleuderpreise

Fragen aus der Beratung

- 11 Was ist eigentlich Rapskernmehl?
11 Ist Zucker eigentlich vegan?

Schwerpunkt

- 12 Werbung zwischen Anspruch und Wirklichkeit

Neues aus Wissenschaft und Praxis

- 14 Integration geht (auch) durch den Magen
14 Rot fermentierter Reis ist Arzneimittel
14 WHO: Europäischer Gesundheitsbericht 2015
15 Übertragung des Hepatitis E-Virus durch rohes Schweinefleisch
15 Insektenburger statt vegetarisch?

Recht und Gesetz

- 16 Eine Flut an neuen Bio-Siegeln
17 Nahrungsergänzungsmittel und Botanical Health Claims
17 Vitamin D: Die Dosis macht das Nahrungsergänzungsmittel
17 Novel-Food-Verordnung

Bücher und Medien

- 18 Moderne Landwirtschaft zwischen Anspruch und Wirklichkeit
18 Broschüre „Snacks an weiterführenden Schulen“
18 Prosuming und Sharing – neuer sozialer Konsum
19 Kindersnacks – blitzschnell und supergesund
19 Bio-Verpflegung in Kindertagesstätten und Schulen

19 Quellenverzeichnis

20 Termine

Internet

- 20 Interessantes im Netz

Achtung!

Namen, Adressen, Telefonnummern, Mailadressen – vieles ändert sich im Laufe der Zeit. Hat sich bei Ihnen auch etwas geändert? Dann teilen Sie es uns doch bitte mit, damit Sie auch weiterhin regelmäßig den **Knack•Punkt** bekommen und die Newsletter nicht in der unendlichen Weite des Internet verloren gehen.

Kurze Mail (→ knackpunkt@verbraucherzentrale.nrw) oder Anruf (☎ 0211 / 3809 - 121) genügt, damit wir und Sie auf der Höhe der Zeit sind.
Danke!

Herausgeberin:

Verbraucherzentrale NRW e.V.
Mintropstraße 27 • 40215 Düsseldorf

Federführend für die Arbeitsgemeinschaft „Kooperation Verbraucherinformation im Ernährungsbereich in Nordrhein-Westfalen“, gefördert durch das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen.

Kooperationspartner:

- AOK Nordwest
- AOK Rheinland/Hamburg
- Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V.
- Landwirtschaftskammer NRW
- Rheinischer LandFrauenverband e.V.
- Westfälisch-Lippischer LandFrauenverband e.V.
- STADT UND LAND e.V.
- Universität Paderborn, Ernährung und Verbraucherbildung
- Verbraucherzentrale NRW e.V.

Fachliche Betreuung und Koordination:

Verbraucherzentrale NRW e.V.
Bereich Ernährung und Umwelt

Redaktion:

Verbraucherzentrale NRW e.V.
Bernhard Burdick (verantwortlich)
Angela Clausen (AC)
Telefon: 02 11 / 38 09 – 121, Fax: 02 11 / 38 09 – 238
E-Mail: knackpunkt@verbraucherzentrale.nrw

Texte:

Angela Clausen (AC)¹, Sonja Eikmeier (SE)¹, Friederike Farsen (Far)¹, Mechthild Freier (mf)², Gabriele Graf (ga)³, Philip Heldt (Hel)¹, Katrin Quinckhardt³, Dr. Sigrid Röchter (Roe)¹

¹ Verbraucherzentrale NRW e.V.

² Fachjournalistin für Ernährung, Korschensbroich

³ Landwirtschaftskammer NRW

Vertrieb und Abonnentenbetreuung:

Verbraucherzentrale NRW e.V.
Andrea Sandvoß
Telefon: 02 11 / 38 09 – 121, Fax: 02 11 / 38 09 – 238
E-Mail: knackpunkt@verbraucherzentrale.nrw

Bezugsbedingungen:

Jahresabonnement (6 Hefte) Inland 18,00 €, Ausland 26,00 € inklusive Versand, gegen Rechnung. Der Bezugszeitraum des Abonnements beträgt zwölf Monate und verlängert sich um weitere zwölf Monate, wenn der Abonnementvertrag nicht spätestens zwei Monate vor Ende des Bezugszeitraums gekündigt wird. Die Kündigung des Abonnementvertrags hat schriftlich zu erfolgen. Die vollständigen Bezugsbedingungen sind nachzulesen unter → www.verbraucherzentrale.nrw/knackpunkt oder können bei uns angefordert werden.

Nächste Ausgabe:

Juni 2016, Redaktionsschluss 15. Mai 2016

Die Verbreitung unserer Informationen liegt uns sehr am Herzen. Trotzdem müssen wir uns vor Missbrauch schützen. Kein Text darf ohne schriftliche Genehmigung der Herausgeberin abgedruckt werden.

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Herausgeberin wieder.

Gestaltung, Satz, Druck:

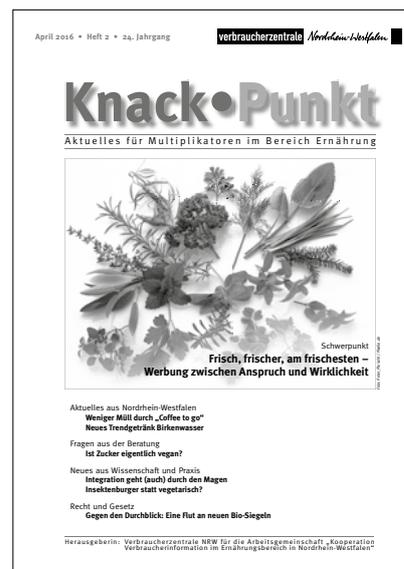
Verbraucherzentrale NRW e.V.
Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier – ausgezeichnet mit dem Blauen Engel.

ISSN 1866-6590

Liebe Leserinnen und Leser,

in diesen Tagen findet in Düsseldorf die Verbraucherschutzministerkonferenz statt, NRW hat ja dieses Jahr den Vorsitz. Einer der Schwerpunkte ist laut Minister Remmel die nachhaltige Lebensmittelproduktion. Wir tragen dem mit zwei Beiträgen Rechnung, zum einen durch einen kleinen Rückblick auf die Entwicklung von Nachhaltigkeit (S. 8), zum anderen durch das Thema „Coffee to go“. In einem Fachgespräch dazu wurde versucht, das Dilemma zwischen weniger Verpackungsmüll und Einhaltung hoher Lebensmittelhygieneanforderungen/-standards zu lösen. Mehr dazu ab Seite 5. Auch das neue Trendgetränk Birkenwasser (S. 7) betrachten wir unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit. Mal abgesehen davon, dass kein neues Modegetränk gebraucht wird – zumindest ist die Klimabilanz besser als beim früheren Trendgetränk Kokoswasser. Im Schwerpunkt (S. 12f) beschäftigen wir uns dieses Mal mit dem Thema Frische. Es ist schon erstaunlich, wie unterschiedlich man diesen Begriff

verstehen kann. So definiert eine große Supermarktkette „Absolute Frische“ damit, keine Produkte „mit abgelaufenem Haltbarkeitsdatum“ anzubieten. Andere verstehen darunter am Tag selber oder einen Tag davor geerntet. Und was erwarten Sie bei einem frisch gebrühten Tee? Einen sechs Monate haltbaren Tetrapack? Spannend fanden wir, welche Bemühungen es aktuell gibt, den Flüchtlingen aus Syrien und anderen Ländern das Einleben in Deutschland zu erleichtern – Integration geht eben auch durch den Magen. In diesen Ländern werden teilweise ganz andere Lebensmittel gegessen als bei uns. Insbesondere in Asien stehen auch Insekten hoch im Kurs. Sie sind eine kostengünstige, sehr effektive und klimaschonende Eiweißquelle, bei uns aber (noch) gewöhnungsbedürftig. Vielleicht liefert der neue Buxburger (S. 15), ein Burger aus Käferlarven, da ja einen Einstieg. In Belgien und den Niederlanden ist er schon erhältlich. Nichtzuletzt beschäftigen wir uns mit der Flut an neuen Bio-Siegeln (S. 16) vor allem aus Bayern, die eher zur



Verwirrung statt zu mehr Durchblick beitragen werden. Dabei haben wir doch schon zwei gut bekannte Label mit dem stilisiertes Blatt, gebildet aus EU-Sternen auf grünem Grund, und dem grün umrandeten Sechseck des deutschen Siegels.

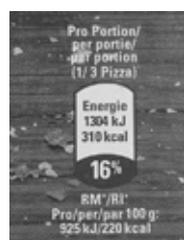
Einen sonnigen Frühling und eine spannende Lektüre wünscht Ihnen

Ihre Redaktion

Kurzmeldungen

Nährwertangaben beeinflussen Kaufverhalten

Wissenschaftler der UNIVERSITÄT GÖTTINGEN kritisieren variable Portionsgrößen auf Produkten, da diese durch scheinbar günstigere portionsbezogene Nährwerte auf der Produktvorderseite die Kaufbereitschaft erhöhen. Käufer/-innen achten bei der Wahl von Lebensmitteln zunehmend auf Nährwertangaben wie Kalorien, Zucker oder Fett. Bei den freiwilligen Angaben auf der Vorderseite des Produkts kann der Hersteller eine ihm genehme Portionsgröße als Bezugsgröße nehmen. Die vorgeschriebene Nährwerttabelle auf der Rückseite der Packung (ab Ende 2016 verpflichtend) muss sich dagegen auf 100 g beziehen. Je kleiner die Portionsgröße, desto geringer ist beispielsweise die dort angegebene Kalorienzahl, desto eher werden diese Produkte gekauft. Das zeigen Daten aus mehr als 1.500 britischen Supermärkten über zwei Jahre. Nach Ansicht der Wissenschaftler



dienen die Nährwertangaben auf der Vorderseite weniger der Aufklärung der Verbraucher/-innen als vielmehr der Vermarktung der Produkte.

Marktbeobachtungen der VERBRAUCHERZENTRALE NRW zeigen, dass illusorisch kleine Portionsgrößen wie zwei Kekse oder sieben Fruchtgummis oder – ganz neu – ein Drittel (!) Pizza recht häufig vorkommen. (AC)

Quelle: Nährwertangaben beeinflussen Kaufverhalten. Pressemeldung der Universität Göttingen vom 08.02.16

→ www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/684286%20

BMI: Zurück auf Null?

Der *Body Mass Index* (BMI) bzw. seine wirkliche Aussagekraft ist schon länger in der Diskussion. Es wird immer wieder kolportiert, dass „normalgewichtig laut BMI, aber körperlich nicht fit“ problematischer ist als übergewichtig und fit.

Nun hat die UNIVERSITY OF CALIFORNIA Daten des 2005-2012 *National Health and Nutrition Examination Survey* (NHANES) mit 40.420 Personen hinsichtlich BMI und metabolischen Parametern untersucht. Das Ergebnis: 47,4 % der laut BMI Übergewichtigen waren gesund, während 30 % der Normalgewichtigen kardiologisch relevante Stoffwechselprobleme hatten.

Das freut uns für die gesunden Dicken, allerdings sagt es nichts über das Risiko aus, was von reichlich Pfunden und umfangreichen Taillen ausgeht. Aber es zeigt, dass Übergewichtige nicht pauschal für krank erklärt werden dürfen und deswegen, wie wohl in USA üblich, höhere Versicherungsbeiträge zu zahlen haben.

Und auch sonst ist eine Stigmatisierung oder gar Diskriminierung von Übergewichtigen ein *no go* (s. *Knack•Punkt* 5/2014, S. 15f). (AC)

Quelle: Tomiyama AJ et al. (2016): *Misclassification of cardiometabolic health when using body mass index categories in NHANES 2005–2012. International Journal of Obesity, accepted article preview, 04.02., doi: 10.1038/ijo.2016.17*

NRW fördert Anbau von Ökolebensmitteln

Die Landesregierung will die ökologische Landwirtschaft in NRW ausweiten und die wachsende Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln möglichst mit heimischer Ware decken. Dazu präsentierte NRW-Landwirtschafts- und Verbraucherschutzminister JOHANNES REMMEL auf der *Grünen Woche* die „*Öko-Landwirtschafts-Strategie NRW 2020*“. Bis 2020 plant das Land für die Förderung des Öko-Anbaus rund 133 Millionen Euro ein. An der Finanzierung sind neben dem Land auch der Bund und die EU beteiligt. Damit in Zukunft mehr in NRW erzeugte Bio-Produkte bei den Verbraucher/-innen ankommen, sollen die im Biomarkt tätigen Akteure besser vernetzt werden. Besonders wichtig sei es, regionale Partnerschaften zwischen Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung zu schaffen: „*Mit dem Prinzip der Regionalität erhalten wir zudem Wertschöpfung vor Ort und können neue Marktstrukturen schaffen, von denen vor allem der ländliche Raum profitieren kann*“, erläuterte REMMEL.

Seit 2011 stagnieren Öko-Anbaufläche und Zahl der Ökobetriebe in NRW, insbesondere durch den geringen Preisabstand zwischen ökologisch und konventionell erzeugten landwirtschaftlichen Produkten, die stark gestiegenen Pachtpreise für landwirtschaftliche Flächen und die hohen Investitionskosten bei Umstellung von Tierhaltungen.

Am 31. Dezember 2014 gab es in NRW 1.798 Bio-Höfe mit einer Fläche von 70.069 Hektar. Das sind 5,4 % aller landwirtschaftlichen Betriebe in NRW bzw. 4,8 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche. Der Umsatz mit Biolebensmitteln in Deutschland betrug 2014 rund acht Milliarden Euro, davon ca. 1,5 Milliarden Euro in NRW. Der Anteil der Bio-Lebensmittel am gesamten Lebensmittelmarkt liegt bei knapp 4 %.

Quelle: *Öko-Landbau hat gute Aussichten. Pressemitteilung des MKULNV vom 15.01.16*

Regionaler Biomarkt NRW

In NRW gibt es derzeit insgesamt 3.460 Unternehmen, die Ökolebensmittel erzeugen, verarbeiten und handeln. Die vierte, vollständig überarbeitete Auflage der Broschüre „*Regionaler Biomarkt NRW*“ gibt einen umfassenden Gesamtüberblick über den hiesigen Biomarkt. Auf rund 180 Seiten werden Zahlen, Fakten und Trends des Marktes für Ökolebensmittel dargestellt. Zahlreiche Fallbeispiele zeigen, mit welchen Konzepten und Ideen sich Anbieter in dem beachtlich wachsenden Markt positioniert haben. Dabei wird die gesamte Wertschöpfungskette, von der Erzeugung, über die Verarbeitung, die Großverbraucher, den Handel und die Direktvermarktung beleuchtet. Aktuelle Marktanalysen verdeutlichen die Entwicklung des Absatzes von Getreide, Kartoffeln und Gemüse, Obst sowie von Milch, Fleisch und Eiern.

Die Broschüre kann beim MINISTERIUM FÜR KLIMASCHUTZ, UMWELT, LANDWIRTSCHAFT, NATUR- UND VERBRAUCHERSCHUTZ bestellt (poststelle@mkulnv.nrw.de) oder im Internet heruntergeladen werden.

→ www.umwelt.nrw.de/fileadmin/redaktion/Broschueren/biomarkt_2015_broschuere.pdf

Milch aus NRW: Krisenbewältigung durch Dialog

Laut STATISTISCHEM LANDESAMT ist die Anzahl der Milchkuhhalter im November 2015 gegenüber dem Vorjahr um 3,5 % auf 6.812 gesunken, während die Anzahl der Milchkuhe um 0,6 % auf 423.042 leicht gestiegen ist. Die durchschnittliche Kuhzahl je Betrieb in NRW ist damit um 3,3 % auf 62 Kühe angestiegen. Allerdings lag der für Milch zu erzielende Auszahlungspreis mit 0,28 €/kg um 0,09 €/kg bzw. 24,6 % unter dem Vorjahrespreis. Biomilch erzielte dagegen durchschnittlich fast 0,48 €/kg und bewegte sich quasi an der Krise vorbei.



Neben der wirtschaftlich sehr schwierigen Situation der Milchbauern häufen sich kritische Beiträge in den Medien, die neben vermeintlich gesundheitlichen Risiken verstärkt die ethische Komponente der Milcherzeugung in den Blick nehmen (s. **Knack•Punkt** 6/2015, S. 5). Dem müsse die Branche durch Aufklärungsarbeit und proaktive Kommunikation der bereits praktizierten Verbesserungsprozesse deutlicher und faktenbasiert begegnen, so WILHELM BRÜGGEMEIER, westfälischer Vorsitzender der LANDESVEREINIGUNG MILCH NRW. Das setzen die Landesvereinigungen der Milchwirtschaft Niedersachsen und NRW gemeinsam mit einem neuen Kommunikationsprojekt um, dem „*Dialog Milch*“. Hier werden auch neue Konzepte in die Kommunikation mit Verbrauchern, Politik, Nichtregierungsorganisationen, Medien etc. integriert. Auf der Internetseite finden sich Informationen, Hintergründe, Argumentationen und Diskussionen zu allen wichtigen Themen rund um Milch, Milchprodukte und Milchwirtschaft. Ein Element ist ein neues Rezeptportal, in dem Landfrauen aus Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen alltagserprobte Gerichte vorstellen.

Quelle: *Der NRW-Milchmarkt 2016: Unruhige Zeiten – langer Atem nötig. Presse-Info der LV Milch NRW 1/16 vom 13.01.16*

→ www.dialog-milch.de

→ www.landgemachtes.de

Klare Kennzeichnung von Fairtrade-Anteil und Mengenausgleich auf der Verpackungsvorderseite

Im Fairen Handel gibt es neue Entwicklungen und Veränderungen. So wurden u.a. die Standards für Mischprodukte (z.B. Kekse oder Schokolade) von FAIRTRADE INTERNATIONAL geändert und *Fairtrade*-Programme mit neuen Siegeln wie das *Fairtrade*-Kakao-Programm (s. **Knack•Punkt** 2/2015, S. 8) eingeführt. Diese müssen für Verbraucher/-innen transparent sein, damit sie eine bewusste Kaufentscheidung treffen können. Die VERBRAUCHERZENTRALE NRW fordert deshalb in ihrem Ende Januar 2016 veröffentlichten Positionspapier „*Kennzeichnung Fairtrade-gesiegelter Produkte*“ eine klare Kennzeichnung des *Fairtrade*-Anteils und des Mengenausgleichs auf der Vorderseite der Verpackung. Darüber hinaus bedarf es einer gesetzlichen Definition von „*Fair*“ und einem einheitlichen Fair-Siegel mit definierten Kriterien. Das Positionspapier zum Fairen Handel steht im Internet zum Download.

→ www.verbraucherzentrale.nrw/mediabig/239040A.pdf

(AC)

Einfach mehrfach?

Weniger Müll durch Coffee to go

Können Sie den Kaffee bitte in meinen mitgebrachten Becher füllen? – In der Praxis sind bereits viele Geschäfte bereit, das gewünschte Heißgetränk in einen mitgebrachten Becher zu füllen. Das zeigte ein Check der VERBRAUCHERZENTRALE NRW in über 100 Coffeeshops, Bäckereien und Co. Eine Online-Umfrage ergab aber auch: Verbraucher/-innen haben offensichtlich Hemmungen, diese Frage zu stellen, denn sie nutzen diese Möglichkeit nur selten. Bei den Anbietern bestehen Unsicherheiten im Hinblick auf die hygienische Unbedenklichkeit, wie eine Befragung der großen überregionalen Ketten und Bäckereien zeigte. Um hier für mehr Klarheit zu sorgen, lud die VERBRAUCHERZENTRALE NRW zum Auftakt der Europäischen Woche der Abfallvermeidung 2015 (21.-29. November) Vertreter aus Kommunen, Anbieter und Lebensmittelhygieniker sowie den LANDESVERBAND DER LEBENSMITTELKONTROLLEURE zu einem Fachgespräch ein.

Ein gewichtiges Abfallproblem

Einwegbecher sind nicht nur in „aller Munde“, die To go-Behältnisse für Kaffee, Tee, Erfrischungsgetränke und Co. machen auch mit rund 106.000 Tonnen (130 Stück pro Kopf /Jahr, für Heiß- und Kaltgetränke inklusive Deckel und Rührstäbchen) mehr Müll als die viel diskutierte Plastiktüten, von denen jährlich in Deutschland rund 95.000 Tonnen verbraucht werden. Die Menge der Getränkebecher und das Zubehör haben sich laut UMWELTBUNDESAMT (UBA) seit der Jahrtausendwende verdreifacht.

Das macht sich auch bei der Stadtreinigung bemerkbar: In Düsseldorf ist laut GESELLSCHAFT FÜR ABFALLENTSORGUNG UND STADTREINIGUNG MBH (AWISTA) das steigende Aufkommen an Verpackungen für den Außer-Haus-Verzehr und die zunehmende Vermüllung des öffentlichen Raumes durch diese Verpackungen deutlich spürbar.

Höhere Kosten für alle

Neben den Umweltaspekten – zusätzliches Abfallaufkommen und der Eintrag von Plastikpartikeln in Boden und Gewässer, wenn die Becher als

„wilder Müll“ in der Landschaft landen – sind die Einwegbecher auch eine finanzielle Belastung. So wurden beispielsweise für die UNIVERSITÄT TÜBINGEN zusätzliche Entsorgungskosten von rund 16.000 € pro Jahr berechnet, wie deren Umweltkoordinatorin HEDWIG ORGZEWALLA berichtete. Der Grund: Die To go-Becher, die an der Uni geleert werden, landen im Restmüll, obwohl sie als Serviceverpackungen über die gelbe Tonne kostenfrei entsorgt werden sollten. Eine gute Lösung des Problems wäre die Abfüllung in von Kunden mitgebrachte Becher. Davor schrecken Anbieter jedoch zurück, weil sie fürchten, dass hygienische Vorschriften dem entgegenstehen. Aber stimmt das auch wirklich?

Gesetzliche Grundlagen

Für die Abfüllung von Getränken – auch in mitgebrachte Mehrweg-Becher – sind folgende gesetzlichen Grundlagen durch die Anbieter zu beachten:

- Anforderungen an die Lebensmittelsicherheit (VO (EG) Nr. 178/2002)
- Verordnung (EG) Nr. 852/2004, Anhang II, Kapitel V, Vorschriften für Ausrüstungen
 1. Gegenstände, Armaturen und Ausrüstungen, mit denen Lebensmittel in Berührung kommen
- Verordnung über Anforderungen an die Hygiene beim Herstellen, Behandeln und Inverkehrbringen von Lebensmitteln (Lebensmittelhygiene-Verordnung – LMHV)
- Verordnung (EG) Nr. 1935/2004 über Materialien und Gegenstände, die dazu bestimmt sind, mit Lebensmitteln in Berührung zu kommen, Artikel 3: Allgemeine Anforderungen

Alle diese Anforderungen betreffen vor allem das Handling im Betrieb. Sie schließen die Übergabe von Kaffee im mitgebrachten Becher nicht aus bzw. verbieten diese nicht. Kommt es zu Beeinträchtigungen der Verbraucher, dann trägt der Anbieter das Haftungsrisiko.

Hygieneprobleme durch mitgebrachte Becher?

Solange es sich um Heißgetränke handelt, ist das Risiko von Kontaminationen extrem gering. Der Lebensmittelüberwachung in NRW sind keine entsprechenden Fälle bekannt. Wichtig ist, dass geeignete Becher genutzt werden: Kein für Heißgetränke ungeeigneter Kunststoff. Auch eine Kurzspülung der Becher mit geeigneten Geräten trägt dazu bei, mögliche Keimbelastungen auszuschließen.

Zudem stellt sich die generelle Frage, ob die Befüllung mitgebrachter Becher im Vergleich zu Bechern des Anbieters überhaupt ein nennenswert höheres Hygienierisiko darstellt. Hierzu stellte Prof. Dr. DIRK BOCKMÜHL, Arbeitsgebiet Hygiene und Mikrobiologie an der Fakultät *Life Sciences* an der HOCHSCHULE RHEIN-WAAL fest: „Für die Einschätzung hygienischer Risiken bei Nutzung von Mehrwegbechern im Außer-Haus-Verkauf kann davon ausgegangen werden, dass – auch bei mangelnder Reinigung nach der letzten Verwendung – in der Regel nur eine moderate Verkeimung (vor allem mit Umweltbakterien, Hefen und Schimmelpilzen) zu erwarten ist. Obwohl ein gesundheitliches Risiko durch den Konsum von Getränken aus derart kontaminierten Bechern nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden kann, ist anzunehmen, dass durch erneute Befüllung mit einem ordnungsgemäß hergestellten Heißgetränk viele dieser Keime inaktiviert werden,



so dass das hygienische Risiko bei der Mehrfachverwendung von Bechern generell als gering einzustufen ist. Im Gegensatz dazu sollte die Reinigung und Hygiene der Kaffeautomaten, mit denen das Getränk zubereitet wird (speziell bei vollautomatischen Maschinen) besondere Beachtung genießen, da das mikrobiologische Risiko bei mangelnder Pflege und Wartung hierbei deutlich höher eingeschätzt werden muss.“

Empfehlungen der Lebensmittelüberwachung

Anbietern, die eine Abfüllung in mitgebrachte Mehrwegbecher erwägen, rät HANS PETER RIEDMILLER, Vorsitzender des NRW-LANDESVERBANDS DER LEBENSMITTELKONTROLLEURE UND LEBENSMITTELKONTROLLEURINNEN IM ÖFFENTLICHEN DIENST, die folgenden Punkte möglichst zu beachten:

- Mitgebrachte Becher müssen gespült und optisch rein sein.
- Die Abfüllung ist sowohl auf dem Thekenaufsatz durch das Verkaufspersonal als auch bei Selbstbedienungstheken möglich.
- Der mitgebrachte Becher sollte nicht mit dem Zapfsystem bzw. Einlassköpfen der Kaffeemaschine in direkten Kontakt kommen.
- Bei Abfüllung hinter der Lendentheke sollte für die Gefäßübergabe und -befüllung ein gesonderter, hierfür ausschließlich vorbehalten Bereich vorhanden sein. Die Abfüllung mittels Becherhalter für mitgebrachte Becher erleichtert einen hygienischen Umgang, da kein direkter Becherkontakt erfolgt.

- Die Abgabe von Heißgetränken in mitgebrachte Gefäße erfordert eine erhöhte Sorgfalt des Verkaufspersonals, ggf. häufiger Händewaschen oder Verkaufsfäche reinigen.
- Wie und ob eine Befüllung in mitgebrachte Becher erfolgt, entscheidet der Anbieter.
- Es sollten keine schwarzen oder dunklen Becher verwendet werden, da hierbei das Verkaufspersonal eine Verschmutzung nicht erkennen kann. Dies könnte im Nachgang zu Problemen führen.

Um die Nutzung eigener Mehrwegbecher zu fördern, müssten Verbraucher/-innen und Einzelhandel stärker über Vorteile und Möglichkeiten informiert werden. Günstig wären Empfehlungen der Fachverbände an die abfüllenden Betriebe. In den abfüllenden Geschäften sollten Hinweisschilder (Beispiel siehe Abbildung) auf diesen Service hinweisen.

Angemessene hygienische Vorgaben bundesweit nötig

Allerdings hat das LANDESAMT FÜR NATUR, UMWELT UND VERBRAUCHERSCHUTZ NORDRHEIN-WESTFALEN (LANUV) aktuell Anfang Februar eine Verfügung zu diesem Thema herausgegeben, welche die Abfüllung von Getränken in mitgebrachte Becher sehr einschränkt und damit auch die Abfallvermeidung. Aus Sicht der VERBRAUCHERZENTRALE NRW sind jetzt alle Akteure dringend gefordert, bundesweit praxistaugliche hygienische Anforderungen zu formulieren, die die Vermeidung von Einweg-Bechern für Heißgetränke ermöglichen.



Foto: www.facebook.com/coffeetogagain

Abb 1: Beispielhafter Hinweis auf die Abfüllmöglichkeit in mitgebrachte Becher

Fazit der Verbraucherzentrale NRW

Das Abfüllen von Heißgetränken in von Verbrauchern mitgebrachte Becher wäre problemlos möglich, sofern auf die Hygiene geachtet wird. Allerdings muss das auch von der Lebensmittelüberwachung mitgetragen werden. Auf politischer Ebene spricht sich die VERBRAUCHERZENTRALE NRW für eine stärkere Produktverantwortung der Hersteller aus und fordert geeignete Maßnahmen zu ergreifen, die dazu führen, die wachsenden Abfallmengen – die größtenteils in den Restmüll wandern – zu vermeiden. Kann das Abfüllen in kundeneigene Becher nicht zur Selbstverständlichkeit werden, müssen Mehrweglösungen in der Branche gefunden werden. (Far/Hel)

Quellen: Umweltbundesamt (2015): *Aufkommen und Verwertung von Verpackungsabfällen in D 2012*, Texte 50/2015. www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_50_2015_verpackungsabfaelle_2012.pdf ♦ Verbraucherzentrale NRW (2015): *Auswertung der Anbieterbefragung*, Stand: November 2015, www.verbraucherzentrale.nrw/mediabig/237775A.pdf ♦ Verbraucherzentrale NRW (2015): *Auswertung der Nutzererfahrungen*, Stand: November 2015, www.verbraucherzentrale.nrw/mediabig/237661A.pdf ♦ Mitteilung des LANUV vom 03.02.16

→ www.verbraucherzentrale.nrw/mehrweg



Nachhaltig und lecker aus der Region Köln/Bonn

Regionalität und Nachhaltigkeit sind die aktuellen großen Lebensmittel-Trends – genau das bieten die zahlreichen Bauernhofläden in NRW. In der neuen Broschüre „Landerlebnisse Metropole Köln/Bonn“ der LANDWIRTSCHAFTSKAMMER NRW gibt es eine Übersicht über die Produkte der Bauernhofläden und weitere Dienstleistungsangebote. Interessanter noch: Diese Broschüre enthält erstmals eine Einstufung der Betriebe zum Thema *Nachhaltigkeit*. Dazu gehören beispielsweise die Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe, der Erhalt alter Tierrassen, die Reduzierung von Müll, die Weitergabe von Wissen über regionale Produkte, die Weiterverarbeitung der Produkte auf dem Hof nach traditionellen Rezepten, zu Käse, Wurst oder Marmelade, die Konzentration auf saisonale Produkte oder auch der Einsatz von Nützlingen oder besonders tierfreundliche Haltungsvorfahren. Die Broschüre gibt es kostenlos in den Bürgerbüros der Städte sowie bei den VERBRAUCHERZENTRALEN in Bergisch-Gladbach und Troisdorf. Sie kann außerdem im Internet heruntergeladen oder unter landservice@lwk.nrw.de bestellt werden.

→ www.landservice.de

Kein Exot aus Übersee, aber trotzdem teuer

Neues Trendgetränk Birkenwasser

Mit Birkenwasser assoziierten viele bisher das Haarwasser von Oma. Aktuell wird das Wasser aus der Birke wiederentdeckt und erlebt als vitalisierendes Getränk einen regelrechten Boom. Wie ein Marktcheck der VERBRAUCHERZENTRALE NRW gezeigt hat, erobern diese Getränke die Regale von Biomärkten und Reformhäusern, teilweise kombiniert mit anderen Säften wie beispielsweise Holunderbeersaft. Dabei wird der Saft der Birke schon lange vor allem in Nord- sowie Osteuropa gewonnen und verzehrt.

Birkenwasser wird gewonnen aus der Hängebirke (*Betula pendula*), auch Sandbirke, Weißbirke oder Warzenbirke genannt. Hierzu wird der Baum im Frühjahr „angezapft“ und die Flüssigkeit überwiegend aus dem Stamm, aber auch aus den dickeren Ästen oder den Wurzeln der Birke gewonnen. Rund 70 Liter Flüssigkeit transportiert eine ausgewachsene Birke im Frühling jeden Tag von der Wurzel in die Baumkrone, damit die Zweige Blätter und Blüten treiben können. Pro Tag können ca. 10 Liter Saft gezapft werden. Birkenwasser hat einen leicht süßlichen, nicht sehr intensiven Geschmack. Der Saft ist bei der Ernte steril, verdirbt aber schnell an der Luft. Um ihn besser haltbar zu machen wird er meist pasteurisiert (erhitzt), zu Sirup konzentriert oder mit Alkohol oder Zitronensaft versetzt. Da die Gewinnung von Birkenwasser nicht ganz einfach ist, liegen die Kosten einer Flasche des Trendgetränks bei zwei bis zwanzig Euro.

Zulassung

Während Blätter, Rinde und Knospen der Birke lediglich für den Einsatz in Nahrungs-ergänzungsmitteln zugelassen sind, ist das Inverkehrbringen des Saftes als Lebensmittel erlaubt und fällt nicht unter die Verordnung über neuartige Lebensmittel. Abzugrenzen sind hiervon die Presssäfte aus den Birkenblättern oder Birkenblättertees, die in Apotheken als pflanzliches Arzneimittel zur unterstützenden Behandlung rheumatischer Beschwerden, Durchspülungstherapie bei entzündlichen Erkrankungen der ableitenden Harnwege und bei Nierengrieß

vertrieben werden. Gesundheitsauslobungen sind bei Birkenwasser, welches als Lebensmittel in Verkehr gebracht wird, von Seiten der Europäischen Union nicht zugelassen.

Was ist dran an den vielseitigen Werbeversprechen?

Die Birke gilt als Baum der Jugend und wird in der Volksheilkunde seit vielen Jahrhunderten genutzt. Es ist beschrieben, dass der Baumsaft – hierbei wird oft nicht unterschieden, ob es sich um Saft aus den Blättern oder aus dem Stamm handelt – vor allem bei Gicht und Rheuma angewandt wurde.



Foto: Volker Clausen

Auch gegen Blasenentzündungen wurde er aufgrund seiner entzündungshemmenden und blutreinigenden Wirkung eingesetzt. Von diesen ganzen Lobpreisungen ist für das Birkenwasser, welches aus dem Stamm gewonnen wird, wissenschaftlich nichts belegt. Während für die Birkenblätter vielversprechende klinische Studien vorliegen, gibt es keine guten Studien zu Gesundheitswirkungen des Saftes.

Birkenwasser enthält ca. 1 % Zucker (vor allem Glukose und Fruktose), Freie Säuren (Zitronen-, Apfel- und Bernsteinsäure) sowie geringe Mengen an Mineralstoffen (Kalium, Magnesium- und Calciumsalze) und Aminosäuren (Alanin, Leucin, Glycin, Glutaminsäure, Citrullin). Der Kaloriengehalt ist mit ca. 20 kcal / 100 ml niedrig. Der aus der Rinde gewonnene Birkenzucker (Xylit) kommt im Birkenwasser – wenn überhaupt – nur in

geringen Mengen vor. Auch der Gehalt an Saponinen, der für die harntreibenden Eigenschaften der Blätter diskutiert wird, ist – wenn überhaupt – nur in sehr geringen Konzentrationen vorhanden.

Gründe die gegen den (regelmäßigen) Konsum von Birkenwasser sprechen könnten

Es ist bekannt, dass die Birke Schwermetalle akkumuliert, und je nach Region kann es zu gesundheitlich bedenklichen Konzentrationen bestimmter Schwermetalle kommen. Untersuchungen hierzu liegen allerdings nicht vor. Des Weiteren sollten Birkenpollen-Allergiker oder Personen, die auf die Kreuzallergene wie beispielsweise Äpfel, Birnen, Kirschen, Aprikosen, Pfirsich, Kiwi, Karotten, Walnuss, Haselnuss, Mandeln, Sellerie oder Möhren reagieren, das Getränk mit Vorsicht genießen.

Birkenwasser oder Kokoswasser – wer hat die Nase vorn?

Birkenwasser wird oft als das „neue Kokoswasser“ gehandelt. Die wässrige Konsistenz und ein leicht süßlicher Geschmack sind beiden Wässern eigen. Beide haben ein ähnliches chemisches Profil mit Nährstoffen, Proteinen und Aminosäuren. Die oft angepriesenen Gesundheitsversprechen sind allerdings für beide Trendgetränke nicht nachgewiesen. Während das exotische Kokoswasser aber erhebliche Transportwege zurücklegen muss, wird der mindestens ebenbürtige Birkensaft meist in den Wäldern Skandinaviens gezapft. Dabei wird laut Anbieter sehr auf Nachhaltigkeit geachtet. Einige auf dem Markt befindlichen Produkte sind in Bio-Qualität erhältlich. Im Hinblick auf Regionalität und Nachhaltigkeit hat Birkenwasser die Nase vorn.

Fazit

Birkenwasser ist das neue Trendgetränk. Es enthält Mineralstoffe und Aminosäuren. Allerdings ist es nicht gerade billig. Das Birkenwasser aus den Bioläden oder Reformhäusern ist nicht zu verwechseln mit den Presssäften aus den Birkenblättern, die in Apotheken als pflanzliches Arzneimittel angeboten werden. Im Gegensatz zu den Presssäften aus den Birkenblättern ist eine Gesundheitswirkung bei Birkensaft nicht nachgewiesen. (Roe)

Aus der Region für die Region

Original nachhaltig – Vom Ursprung her ganzheitlich

Die Wirtschaft hat den Begriff der Nachhaltigkeit für sich entdeckt. Damit nutzen die Unternehmen eine innovative Idee der Kommunikation. Doch neu ist der Gedanke der Nachhaltigkeit nicht. Bereits vor mehr als 300 Jahren forderte HANS CARL VON CARLOWITZ (1645-1714), dass in den Wäldern nicht mehr Holz geschlagen wird, als durch planmäßiges Aufforsten wieder nachwachsen kann. Der Gedanke an nachhaltiges Wirtschaften war geboren. Holz war damals ein wichtiger Rohstoff, ob als Heiz- oder Baumaterial. Darüber hinaus benötigte der Bergbau Holz als Ausbauwerkstoff. Der Ausbau der Gruben (Traghölzer), der Abbau des Erzes (durch Feuersetzen) sowie der Betrieb der Schmelzöfen erforderten große Mengen an Holz. Dadurch wurde der Rohstoff so knapp, dass der Silberbergbau, einer der wichtigsten Wirtschaftspfeiler in Sachsen, im Fortbestand bedroht war. Die Umgebung der Bergstädte war demnach nahezu kahl geschlagen. Der in Sachsen lebende Oberberghauptmann (zu damaliger Zeit der oberste Beamte des Bergbaus) VON CARLOWITZ sah die Lösung dieses Problems in der nachhaltigen Forstwirtschaft. Diese beinhaltete konsequentes Aufforsten.

Nachhaltigkeit ist ganzheitliches Leben

Heute wird der Nachhaltigkeitsbegriff auf nahezu alle Bereiche des Lebens übertragen. Der BRUNDTLAND-Bericht von 1987 stellt die gängigste Definition einer nachhaltigen Entwicklung. Demzufolge ist es eine Entwicklung, „die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.“ (WCED, 1987). Nachhaltigkeit bedeutet hinsichtlich sozialer, ökologischer und ökonomischer Aspekte, in Generationen zu denken.

Landwirtschaft ist das gelebte Generationenprinzip

„Wir denken in Generationen. Das ist unser ureigenes Grundverständnis

von Nachhaltigkeit. Es verpflichtet uns Maß zu halten, ohne den Blick auf die Zukunftsfähigkeit des Hofes zu verlieren“, so formuliert ein Betriebsleiter sein gelebtes Verständnis von Nachhaltigkeit. 2010 wurden 94 % der Betriebe in der nordrhein-westfälischen Landwirtschaft als klassische Familienbetriebe in Form von Einzelunternehmen geführt. Die landwirtschaftliche Tätigkeit ist hier eng mit dem Familienleben verknüpft. Demnach stammen die Hofnachfolger häufig aus der eigenen Familie. Es liegt eine hohe Motivation vor, der nachfolgenden Generation einen zukunftsfähigen und nachhaltig bewirtschafteten Betrieb zu übergeben. „Der Boden ist unser wichtigstes Gut“, so ein Kartoffelanbauer aus Troisdorf. Denn den Landwirten ist bewusst, dass die von der Landwirtschaft genutzten Ressourcen nicht austauschbar sind. Landwirtschaftliche Betriebe bestehen oftmals seit mehreren Jahrhunderten. Sie haben gezeigt, dass sie nachhaltig wirtschaften. Große (produzierende) Unternehmen blicken häufig auf eine kürzere Tätigkeit zurück. Sie leisten sich Nachhaltigkeitsmanager oder ganze CSR-(Corporate Social Responsibility)-Abteilungen, die sich mit der Kommunikation der jeweiligen Nachhaltigkeitsbemühungen befassen. Zertifizierungen und Siegel sind hier zu einem willkommenen Mittel der Kommunikation geworden.

Vertraute, besiegelte oder selbst erlangte Sicherheit?

53 Label mit Nachhaltigkeitsaspekten zählt label-online.de, eine von der VERBRAUCHER-INITIATIVE betriebene Online-Plattform zur Bewertung von Labeln, allein für den Bereich „Essen und Trinken“. Nach Angaben des Bundesumweltministeriums sowie des UMWELTBUNDESAMTS achtet fast jeder zweite Verbraucher (46 %) beim Lebensmitteleinkauf auf solch ein Siegel. Die Nachhaltigkeit ist demzufolge ein klassisches Vertrauensgut. Vertrauensgüter erlauben es dem Konsumenten nicht, unmittelbar oder ohne großen finanziellen oder zeitlichen



Aufwand die Eigenschaft des Produktes während oder nach dem Kauf zu beurteilen (HOMBURG, 2012).

Die Gesetzgebung reduziert klassischerweise dieses Informationsgefälle zwischen Produzent und Konsument. Außerdem etablieren sich Siegel. Sie geben Verbraucher/-innen ein Gefühl von Sicherheit. Notwendige Voraussetzung: Sie müssen das Siegel kennen und ihm zudem noch vertrauen. Durch die vielfältigen Kriterien, auf denen die Siegel begründet sind, wird es zusätzlich erschwert, den Überblick im Siegel-Dschungel zu behalten.

Verbraucher/-innen, die sich nicht auf Siegel verlassen wollen, kaufen daher Lebensmittel von heimischen Direktvermarktern. Der Einkauf direkt beim landwirtschaftlichen Produzenten bietet den Kunden die Möglichkeit, sich selbst von den Produktionsbedingungen zu überzeugen. Durch die „Eigenkontrolle“ der Produktion entsteht eine erhöhte Glaubwürdigkeit, die wiederum zu verstärkter Wertschätzung von Lebensmittel führt. Frei nach dem Motto „Vertrauen ist gut, (Eigen)Kontrolle ist besser“.

Quellen: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Umweltbundesamt (BMUB) (Hrsg.) (2013): Umweltbewusstsein in Deutschland 2012 – Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Berlin, Marburg ♦ Homburg, C. (2012): Marketingmanagement. 4. Auflage, Wiesbaden, S. 56 ♦ www.Label-online.de (2016): Suchabfrage. Im Internet unter: label-online.de/suche/fo/sector%253AEssen%2Bund%2BTrinken/f1/sustainability%253An/ [abgerufen 11.03.16] ♦ Landwirtschaftskammer NRW (2012): Zahlen zur Landwirtschaft in Nordrhein-Westfalen 2012, Bonn ♦ World Commission on Environment and Development (WCED) (1987): Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung. Grevon

Autorin: Katrin Quinckhardt
Landwirtschaftskammer NRW

Von Unwissenheit kann keine Rede sein



MOOC: Klimawandel und seine Folgen

Welche Aussagekraft haben Klimamodelle? Woher kommt das 2° C-Ziel? Was passiert mit unserem Klima, wenn wir nicht bereit sind unsere Klimagase zu reduzieren? Welche Strategien gibt es, um dem Klimawandel zu begegnen? Und schließlich: Wie schafft man es, Menschen und Staaten dazu zu bewegen, etwas gegen den Klimawandel zu unternehmen? Diese und noch mehr Fragen beantwortete der Ende 2015 auf der Online-Plattform *Iversity* belegbare *Massive Open Online Course* (MOOC) „Klimawandel und seine Folgen“, an dem rund 6.000 Menschen weltweit teilnahmen. Er wurde durchgeführt vom DEUTSCHEN KLIMA-KONSORTIUM (DKK), einem Zusammenschluss führender Klimaforscher Deutschlands und der UMWELTSTIFTUNG WWF, finanziell unterstützt von der ROBERT-BOSCH-STIFTUNG.

Ausschnitte aus dem MOOC

Aussagen über Klimaveränderungen lassen sich erst machen, wenn man einen Zeitraum von mindestens 50 Jahren betrachtet. Klimamodelle bilden Einflussgrößen auf das Klima basierend auf den physikalischen Grundgesetzen ab. Um ein Modell auf seine Verlässlichkeit zu prüfen, testet man es an der Vergangenheit. Wird das Klima der Vergangenheit – das ja bekannt ist – durch das Modell verlässlich wiedergegeben, so ist davon auszugehen, dass auch die Aussagen für die Zukunft im Großen und Ganzen verlässlich sind. Dennoch treffen Klimamodelle keine Prognosen, sondern geben Szenarien wieder, die aussagen, wie hoch die Temperaturen auf der Erde in Abhängigkeit vom zukünftigen Handeln der Menschheit ansteigen werden und welche Auswirkungen dies haben wird. Machen wir alle weiter wie bisher, ist mit einem Anstieg der Temperatur um durchschnittlich etwa 5°C bis 2100 zu rechnen. Das –

international anerkannte – 2°C-Ziel bedeutet, dass die durchschnittliche Erwärmung auf höchstens 2°C gegenüber 1850 (Beginn der Industrialisierung mit massivem Einsatz fossiler Energieträger) begrenzt werden soll. Bei diesem Ziel – so die übereinstimmenden Aussagen der Klimamodelle – werden die Folgen des Klimawandels noch relativ moderat sein. Darüber hinaus steigt das Risiko jedoch exponentiell an. Um das 2°C-Ziel zu erreichen, dürfen wir der Erde nur noch ein definiertes „Budget“ an Treibhausgasen zumuten. Je länger wir mit Maßnahmen zur Reduktion der Klimagase warten, desto drastischer müssen die Maßnahmen später sein.

Die Klimapolitik baut auf zwei Säulen: Maßnahmen zur Begrenzung des Klimawandels (Mitigation) und Anpassung an den Klimawandel (Adaptation). Die Staatengemeinschaft kann in allen Fragen auf den WELTKLIMARAT (IPCC = *Intergovernmental Panel on Climate Change*) zurückgreifen. Seine Hauptaufgabe ist es, die Politik verlässlich, ausgewogen und umfassend zu informieren. Der IPCC, gegründet 1988, formuliert in seinen Sachstandsberichten ein Klimawandel-Gesamtbild, über das in der Wissenschaft Einigkeit besteht. Um diese Einigkeit herzustellen, ist ein mehrstufiges Verfahren entwickelt worden. Tausende Wissenschaftler aus 195 Mitgliedstaaten werten auf ehrenamtlicher Basis das gesamte Fachwissen über den Klimawandel aus. Die veröffentlichten Sachstandsberichte werden zuvor diskutiert und von Fachleuten und den 195 Regierungen begutachtet. Die während der Be- und Überarbeitung entstandenen verschiedenen Versionen des Berichts werden der Öffentlichkeit nach Verabschiedung der Berichte ebenfalls zur Verfügung gestellt, so dass die Diskussionen nachverfolgt werden können. Die IPCC-Berichte empfehlen

keine Klimapolitik, sondern stellen technische, politische und wirtschaftliche Handlungsmöglichkeiten für Entscheidungen sowie deren Konsequenzen vor. Die Zusammenfassung wird von Regierungsvertretern der Mitgliedstaaten Satz für Satz einstimmig verabschiedet. Kein Staat kann also später behaupten, er hätte nichts gewusst!

Für Interessierte: Der MOOC wird ab dem 9. Mai 2016 noch einmal angeboten.

Im nächsten **Knack•Punkt** berichten wir aus dem englischsprachigen MOOC „*Climate Change and Health*“ über die gesundheitlichen Auswirkungen des Klimawandels. (mf)

→ www.iversity.org

Städte im 21. Jahrhundert

Während zur Zeit gut die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten lebt, werden es zukünftig zwei Drittel sein. Zusätzlich zu der allgemein zu erwartenden Temperaturerhöhung werden in den Städten die Temperaturen bis zu 10°C über denen des Umlandes liegen. Viele Küstenstädte und insbesondere die schnell wachsenden Megacities an den Küsten Indiens und Südasiens sind zusätzlich zum Anstieg von Temperaturen und Meeresspiegel auch noch Extremwetterereignissen wie Sturm, Fluten und Dauerregen ausgesetzt. Dies hat Auswirkungen auf die Versorgung mit Trinkwasser und Nahrung, die sonstige Infrastruktur, die Behausungen und natürlich direkt oder indirekt auf die Gesundheit der Menschen. Ein Großteil der Bevölkerung gehört zu den sozial Benachteiligten. Sie werden am meisten unter diesen Bedingungen leiden, vor allem die Kinder, Alten und Kranken. Sie verfügen selbst heute teilweise nicht über einen sicheren Zugang zu Trinkwasser, ganz zu schweigen von Klimaanlagen oder etwa Stelzenhäusern als Beispiele für Anpassungsmöglichkeiten.

Projektion 2030: Die zehn weltgrößten Städte nach Einwohnerzahlen in Millionen, in Klammern der Rang in 2014

1	Tokyo (Japan)	37,2 (1)
2	Delhi (Indien)	36,1 (2)
3	Shanghai (China)	30,7 (3)
4	Mumbai (Bombay)	27,8 (6)
5	Peking (China)	27,7 (8)
6	Dhaka (Bangladesh)	27,4 (11)
7	Karachi (Pakistan)	24,8 (12)
8	Kairo (Ägypten)	24,5 (10)
9	Lagos (Nigeria)	24,2 (19)
10	Mexiko City (Mexiko)	23,8 (4)

Quelle: United Nations – World Urbanization Prospects 2014

Weiterführende Infos:

- Klimawandel und Klimaschutz in NRW → www.klimaschutz.nrw.de
- Beispiel Stadt Köln: „Klimawandelgerechte Metropole Köln“
→ www.koelner-klimawandel.de
→ www.lanuv.nrw.de/uploads/tx_commercedownloads/30050.pdf

NRW is(s)t gut?

Nahrungsergänzungsmittelhersteller mit Landesehrenpreis für Lebensmittel

Im November 2015 wurden 93 Unternehmen in NRW mit dem „Landesehrenpreis für Lebensmittel NRW 2015“ ausgezeichnet. Mit diesem Preis, so die Pressemeldung dazu, stellt das MINISTERIUM FÜR KLIMASCHUTZ, UMWELT, LANDWIRTSCHAFT, NATUR- UND VERBRAUCHERSCHUTZ neben der hohen Produktqualität der Lebensmittel auch das besondere Engagement der Unternehmen in den Vordergrund. Minister REMMEL sieht den Preis als „eine Wertschätzung gegenüber den Unternehmen, die sich in besonderer Weise in Nordrhein-Westfalen im Bereich Lebensmittel engagieren, die neben hervorragenden Produkten auch jungen Menschen Perspektiven bieten und Verantwortung für die Umwelt übernehmen“.

Das sind die Kriterien

Laut Internetseite des MKULNV ist die Grundlage für die Verleihung des Landesehrenpreis für Lebensmittel zunächst einmal die Auszeichnung der DEUTSCHEN LANDWIRTSCHAFTSGESELLSCHAFT (DLG) in Gold (s. Kasten). Darüber hinaus gelten folgende Kriterien:

DLG-Prüfkriterien

Voraussetzung für eine Prämierung durch die DLG ist die schriftliche Bestätigung des Lebensmittelproduzenten, der mit seinen Produkten an den DLG-Tests teilnimmt, dass alle lebensmittelrechtlichen Vorgaben eingehalten werden. Im Zentrum der Tests steht die Analyse der sensorischen Qualität von Lebensmitteln. Bei Süßwaren zählen neben den sensorischen Qualitätskriterien Aussehen, Geruch und Geschmack oft auch der Biss und der Kaueindruck oder der so genannte Bruch zu den zu bewertenden Merkmalen. Im Rahmen ihrer jährlich durchgeführten Qualitätstests zeichnet die DLG Lebensmittel mit den DLG-Prämierungen in Gold, Silber und Bronze aus. Eine Prämierung in Gold erhalten Produkte, die alle Testkriterien fehlerfrei erfüllen.

→ www.dlg.org

- Produktionsstandort in NRW, an dem mindestens ein substantieller Verarbeitungsschritt stattfindet (nicht Verpacken oder Abfüllen)
- Bereitstellung von Ausbildungsplätzen
- Bezahlung nach den aktuellen Tarifverträgen
- Zufriedenstellende Ergebnisse bei der Lebensmittelüberwachung
- Die Anwendung von Nachhaltigkeitskonzepten ist wünschenswert

Die Unternehmen können sich für den Preis selber bewerben. Wenn die obigen Kriterien erfüllt sind, werden die Firmen dem Ministerium vorgeschlagen und dort dann der Preis verliehen. Mit dem Landesehrenpreis für Lebensmittel erhalten die Preisträger die Möglichkeit, die Landesehrenpreis-Medaille zwei Jahre lang für die eigene Kommunikation und Produktauszeichnung werblich zu nutzen.

Der Preis wird seit 2009 vergeben. Er soll das Image von Nordrhein-Westfalen als Standort für nachhaltige Lebensmittelproduktion stärken und auf die Bedeutung der Ernährungsbranche in und für Nordrhein-Westfalen hinweisen.

Zu den Preisträgern gehören NRW-Unternehmen aus allen Branchen der Lebensmittelproduktion, Hersteller von Fleisch- und Wurstwaren, Brot- und Backwaren, Milchprodukten, Bier und Spirituosen, alkoholfreien Getränken und Süßwaren.

Ausgezeichnet: Riegel für Bodybuilder

In 2015 gab es zwei besondere Preisträger – Firmen, die Nahrungsergänzungsmittel für Sportler herstellen und sich selber im Internet als Bodybuilding- und Fitness-Shops präsen-

tieren. Im Preisträgerprofil zeichnet sich die eine Firma folgendermaßen aus „xyz hat sich auf die Herstellung von Nahrungsergänzungsmitteln für Sportler spezialisiert, die guten Geschmack mit optimaler Wirkung vereinen. Die Produkte werden mit sorgfältig ausgewählten und hochwertigen Rohstoffen hergestellt und weltweit bis nach Australien exportiert. Einige Produkte tragen eine Bio-Zertifizierung.“

Im Februar 2016 gab es in diesem Webshop genau ein Bioprodukt – dafür das deutsche und das EU-Biosiegel und die Kontrollstellennummer schon auf der Homepage, direkt neben der Landesehrenpreis-Medaille. Den dafür nötigen DLG-Preis in Gold 2015 gab es für eine „im Nährwert veränderte Schokolade“ – ein

Eiweißriegel aus Milchproteinisolat und Molkenprotein-Konzentrat mit gerösteten Mandeln und Schokoladenüberzug. Dieser ist derzeit nicht lieferbar.

H i n z u kommt, dass Nahrungsergänzungsmittel für Sportler schon seit Jahren hinsichtlich ihrer Wirkung und

Bewerbung von der EU kritisch gesehen werden. In der Verordnung (EU) 609/2013 (gilt ab 20. Juli 2016) gibt es keine Sportler-Lebensmittel mehr, das SCIENTIFIC COMMITTEE ON FOOD (SCF) hat schon 2001 eine Negativbewertung zu derartigen Produkten abgegeben, welche 2015 von der EFSA bestätigt wurde. Und, was haben solche Produkte mit echten Lebensmitteln zu tun? Und warum werden Anbieter von Maca-Pulver (laut BUNDESINSTITUT FÜR RISIKOBEWERTUNG gibt es davon keine unbedenkliche Verzehrsmenge), Fatburner, Weight Gainer und „hochdosierten Energy-Produkten wie Taurin, Koffein oder Guarana“ nicht nur mit dem Landesehrenpreis für Lebensmittel ausgezeichnet, sondern auch noch in einer Broschüre mit dem Logo „NRW is(s)t gut“ vorgestellt? Bezahlung nach Tariflohn, Einhaltung der lebensmittelrechtlichen Vorgaben und zufriedenstellende Ergebnisse bei der Lebensmittelüberwachung



sollten Selbstverständlichkeiten für jeden Lebensmittelproduzenten sein. Und auch die Lieferung nicht mehr verkaufsfähiger Lebensmittel an die Tafel ist keine Heldentat – vor allem was sollen dort Nahrungsergänzungsmittel?

Auf jeden Fall dürfte die Medaille „Landesehrenpreis für Lebensmittel“ auf der Homepage von Internetshops mit Nahrungsergänzungsmitteln bei Verbraucher/-innen ziemlich Verwirrung stiften und die vielfältigen Ernährungsbildungsbemühungen des Landes unter dem Motto „NRW is(s)t gut“ konterkarieren. (AC)

Quellen: 93 Unternehmen erhalten den „Landesehrenpreis für Lebensmittel 2015“, Pressemitteilung des MKULNV vom 23.11.15 ♦ Rimmel: NRW-Lebensmittelwirtschaft präsentiert sich zukunftsorientiert und qualitätsbewusst Landesehrenpreis für Lebensmittel des Landes Nordrhein-Westfalen 2015 – Kurzprofile der ausgezeichneten Unternehmen. Broschüre der Preisträger 2015 ♦ DLG-Prüfbestimmungen, 7. Auflage 2015 ♦ EFSA (2015): Scientific and technical assistance on food intended for sportspeople. Technical Report, EFSA Supporting publication 2015:EN-871, veröffentlicht am 29.09.15 ♦ pers. Auskunft der DLG vom 22.02.16 ♦ Risikobewertung macahaltiger Nahrungsergänzungsmittel. Stellungnahme Nr. 024/2007 des BfR vom 03.04.07, abgerufen am 02.03.16

→ www.umwelt.nrw.de/verbraucherschutz-ernaehrung/ernaehrungswirtschaft/landesehrenpreis-nrw

→ www.efsa.europa.eu/de/supporting/pub/871e



Durch einen bundesweiten Aktionstag am 23. März mit Veranstaltungen in mehr als 20 NRW-Städten forderten die Bauern eine höhere Wertschätzung der Nahrungsmittel und Preise, die allen Akteuren der Lebensmittelkette eine Perspektive und eine Weiterentwicklung ermöglichen.

RLV-Präsident CONZEN: „Der Lebensmitteleinzelhandel übt großen Preisdruck aus. Vier Unternehmen teilen sich 85 % des Marktes auf. Landwirte [...] erhalten heute im Durchschnitt nur noch 22 % von dem, was Verbraucher an der Ladenkasse ausgeben. Bei Brot & Co sind es sogar nur noch 5 %“. Während die Erzeugerpreise der Landwirte gesunken seien und immer mehr landwirtschaftliche Betriebe rote Zahlen schrieben, hätten sich die Verbraucherpreise wenig verändert. Die Spannen verblieben bei den Vermarktern, Verarbeitern und dem Lebensmitteleinzelhandel. Ohne wirtschaftlichen Erfolg ließe sich die Landwirtschaft in der Region jedoch auf Dauer nicht halten. (AC)

Quellen: PM RLV vom 22.03.16 ♦ www.wlv.de/im_fokus/themen/wir-machen-ihr-fruehstueck/index.php [abgerufen am 23.03.16]

Frage

Was ist eigentlich Rapskernmehl?

Rapskernmehl ist ein Nebenprodukt der Rapsöl-Produktion. Beim Pressen der Rapssaat bleibt ein Rückstand, der sogenannte Rapskernkuchen übrig. Vermahlen wird er zum Rapskernmehl. Letzteres kann man in letzter Zeit immer häufiger in den Zutatenlisten von Wurstwaren, Fleischerzeugnissen, Saucen, Grill-Marinaden, Gewürzmischungen, pikanten Backwaren und auch in einer Würzpaste „Typ Senf“ finden. Das (glutenfreie) Rapskernmehl liefert einen senfähnlichen Geschmack ohne das allergene Potential von Senf zu haben.



Foto: Teutoburger Ölmühle / Jörg Söfinger

Da sich Rapskernmehl durch Wasserbindungsvermögen und Emulgierbarkeit gut verarbeiten lässt, keine Allergenkennzeichnung erfordert und ebenso wie Senf antioxidative Eigenschaften hat, ziehen viele Hersteller es inzwischen dem Senf als Zutat vor. Wirklich neu ist Rapskernmehl allerdings nicht mehr, es wurde bereits 2010 patentiert. (AC)

Frage

Ist Zucker eigentlich vegan?

Ja, in Deutschland produzierter Zucker ist vegan.



Foto: Angela Clausen

Zucker wird in der Regel aus Zuckerrüben oder Zuckerrohr hergestellt. Bei der Raffination von Zucker könnte jedoch sogenannte „Tierkohle“ (*carbo animalis*) eingesetzt werden. Dabei handelt es sich um Aktivkohle, die aus tierischem Blut (Blutkohle) oder aus Knochen (Knochenkohle) hergestellt wird. Tatsächlich gibt es wohl noch einige Zuckerhersteller in der Welt, die dieses Verfahren zum Bleichen und Entfärben des Rohzuckers nutzen. Da es sich bei der Tierkohle um einen Produktionshilfsstoff handelt, müsste die Verwendung nicht deklariert werden.

Die großen deutschen Zuckerhersteller wie NORDZUCKER, SÜDZUCKER oder PFEIFER & LANGEN verwenden diese Methode nicht, wie eine Herstellerbefragung durch vegpool.de Ende 2014 gezeigt hat. Stattdessen werden zur Saftreinigung Kalk und Kohlensäure eingesetzt. Wer auf Nummer sicher gehen will, insbesondere bei Zuckern aus dem Ausland, sollte jedoch beim Hersteller nachfragen, ob das Produkt tatsächlich vegan ist. (AC)

→ https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_größten_Zuckerhersteller

Aktion der Landwirte gegen Schleuderpreise

Die Landwirte haben die Schleuderpreise satt, mit denen im Lebensmitteleinzelhandel Nahrungsmittel verramscht werden. „25 Cent für einen Liter Milch, 26 Cent von 200 g Wurst, einen Cent von einem Brötchen – das, was Landwirte für Lebensmittel erhalten, ist zu wenig“, kritisieren die NRW-Landwirtschaftsverbände RLV und WLW.

Frisch, frischer, am frischesten

Werbung zwischen Anspruch und Wirklichkeit

Frisch gebacken, frisch gepresst oder frisch aufgebrüht – das klingt erst einmal appetitanregend und richtig lecker. Und es weckt hohe Erwartungen bei Verbraucher/-innen wie eine nicht repräsentative Umfrage auf www.verbraucher.de gezeigt hat. Lediglich für je 3 % sind haltbarkeitsverlängernde Maßnahmen und konservierende Zusätze bei frischen Lebensmitteln egal. Für sie zählt einzig, dass ein „frisches“ Lebensmittel frisch schmeckt und riecht oder ihnen sind beim Lebensmitteleinkauf andere Aspekte wichtig.

Die Mehrheit der 366 Teilnehmenden war sich einig: Weder Zusätze noch Verarbeitungsverfahren sollen die Haltbarkeit von „frischen“ Lebensmitteln beeinflussen. So fordern 68 % der Teilnehmenden, dass die Haltbarkeit von „frischen“ Lebensmitteln in keinsten Weise verlängert wird. 26 % akzeptieren bestimmte Lagerverfahren wie das Verpacken von Fleisch unter Schutzatmosphäre.

Tatsächlich kann man sich sehr irren, was die Frische eines „frischen“ Lebensmittels angeht, wie eine Untersuchung der VERBRAUCHERZENTRALE HESSEN gezeigt hat.

Was der Markt so bietet

Geprüft wurden zwischen November 2015 und Januar 2016 19 Produkte aus den Lebensmittelgruppen Milch und Milchprodukte, Fleisch und Fleischerzeugnisse, Backwaren und alkoholfreie Getränke. Im Fokus standen die Verpackungsangaben zur Herstellung, Haltbarkeit und Erläuterungen zur Frische-Werbung. Fehlten Angaben zum

Was sind frische Lebensmittel?

„Für die Ernährung gelten als frisch rohe Erzeugnisse mit kurzer Lagerzeit: Dabei unterscheidet man erntefrische Nahrungsmittel wie Frischobst, Gemüse, Frischfisch oder schlachtfrisches Fleisch, verarbeitete Produkte (wie ofenfrisches Brot), oder Produkte, die biologisch gereift sind (Frischkäse oder Frischbier, d.h. ‚frisch vom Fass‘).

Frische Nahrungsmittel werden in optischer, geschmacklicher wie gesundheitsfördernder Hinsicht als besonders positiv wahrgenommen. Daher ist man bestrebt, die Frische zeitlich zu verlängern.“

Quelle: Seite „Frische“. In: Wikipedia, Die freie Enzyklopädie. Stand: 22.12.15, abgerufen 11.02.16

Herstellungsprozess oder blieben sie unklar, wurde bei den Herstellern nachgefragt.

In sieben Fällen waren die als „frisch ...“ beworbenen Lebensmittel wärmebehandelt, fünfmal konservierend verpackt und in zwölf Fällen war kein Unterschied bezüglich Herstellung und Haltbarkeit gegenüber vergleichbaren Lebensmitteln ohne Frische-Werbung erkennbar.

Etwa 75 % der geprüften Lebensmittel (13 von 19) stammen zudem aus dem Kühlregal, wo die Erwartung an wirklich frische Lebensmittel besonders hoch ist. So liegt bei „kühlfrischem“ Orangensaft die Vermutung nahe, dass er unbehandelt und lediglich gekühlt ist. Weit gefehlt: Der Blick ins Kleingedruckte und Nachfragen entlarvten ihn als tiefgekühlt gelagert, pasteurisiert und dadurch länger haltbar gemacht.

Qualitätsvorteil nicht erkennbar

Häufig unterstellen die Hersteller mit dem Werbeslogan „frisch ...“ einen Qualitätsvorteil, der nicht erkennbar ist. So stammen der „frisch geschnittene“ oder „frisch verpackte“ Schnittkäse und der Wurstaufschnitt „Qualität frisch vom Stück“ eben nicht aus der Wurst- oder Käsetheke. Tatsächlich stecken sie ebenso wie die Ware der Konkurrenz ohne Werbeversprechen in einer Fertigpackung unter Schutzatmosphäre und sind dadurch länger haltbar.

Andere Produktbeispiele wie das Erfrischungsgetränk „Grüner Tee Zitrone aus frisch aufgebrühtem Tee“ zeigen, dass der inflationäre Einsatz von Werbung mit Frische diese Qualitätseigenschaft entwertet. Denn durch Hoherhitzen lange haltbar ge-



Foto: Angela Clausen

machte Tee- oder Kaffeefertiggetränke haben qualitativ nichts mehr mit den frisch aufgebrühten Getränken zu tun. Wie absurd die Werbung sein kann, verdeutlichen abgepackte, ca. zwei Wochen haltbare Bratenkasseler-Scheiben in der Kühltheke, die mit den Worten „frisch aus dem Backofen“ beworben werden (s. Abb. S. 13).

Auch das Beispiel der „frisch geschöpften“ Schokolade, die mit angegebenen mindestens neun Monaten (MHD 28.09.16, gesehen am 11.01.16) genauso lange haltbar ist wie andere Schokolade, aber – obwohl Handelsmarke – mit 1,49 € / 85 Gramm (1,75 € / 100 g) deutlich teurer verkauft wird, zeigt die Beliebigkeit des Begriffs „Frische“.

Nicht zuletzt ist interessant, was ein großer Supermarkt unter „Absolute Frische!“ versteht, nämlich keine Artikel „mit abgelaufenem Haltbarkeitsdatum“.

Auch wenn Verbraucher/-innen auf derart plumpes Marketing kaum hereinfallen dürften, zeigt es doch das typische Problem einer möglichen Täuschung durch gesetzlich nicht definierte Qualitätsaussagen.

Kaum rechtliche Regelungen

Eine allgemeingültige juristische Definition des Begriffs „frisch“ fehlt für Lebensmittel. Lediglich für einzelne Lebensmittelgruppen (Fleisch, Fisch, Milch, Eier) ist verbindlich definiert, welche Verarbeitungsverfahren für die Kennzeichnung als frisch erlaubt sind. Zum Teil werden die Bezeichnungen für die Beschreibung der Verkehrsauffassung in einigen Leitsätzen genutzt. Häufig bilden Gerichtsurteile, die nicht selten schon viele Jahre alt sind und zum Teil recht unterschiedlich

ausfallen, die Grundlage für die Beurteilung der ausgelobten Lebensmittel.

Auch die Frage wie lange Lebensmittel haltbar sein dürfen, wenn sie als „*frisch*“ bezeichnet werden, wurde bisher nur ansatzweise von Gerichten geklärt. Grundsätzlich erfüllen Lebensmittel, die bis zu zwei Wochen haltbar sind, die Vorgaben. Zwischen zwei und vier Wochen ist eine Einzel-fallbeurteilung erforderlich. Bei mehr als vier Wochen besteht ein erhebliches Risiko, dass es sich um eine unzulässige Werbung handelt, wie beispielsweise bei einem mehrere Monate haltbaren „*frisch geriebenen*“ Parmesankäse (LG München, 04.09.1991).

Einheitlich ist die Rechtsprechung allerdings in der Beurteilung von Tiefkühlware: In den bisherigen Verfahren wurde festgestellt, dass TK-Ware nicht frisch sein kann, genauso wenig wie Lebensmittel, die aus tiefgekühlten Zutaten hergestellt wurden.

Frisches Fleisch wiederum ist in der Verordnung (EG) Nr. 853/2004 (Anhang I. Ziffer 1.10) definiert: „*Fleisch, das zur Haltbarmachung ausschließlich gekühlt, gefroren oder schnellgefroren wurde, einschließlich vakuumverpacktes oder in kontrollierter Atmosphäre umhülltes Fleisch*“.

Allerdings dürften das die wenigsten Verbraucher/-innen wissen oder erwarten. Der Hinweis „*aufgetaut*“ ist nach Lebensmittelinformationsverordnung (EU) 1169/2011 (Anhang VI) nicht nötig, wenn das vorher tiefgekühlte Fleisch nach dem Auftauen weiterverarbeitet (z.B. mariniert) wurde. Das Verpacken unter Schutzatmosphäre ist zwar deklarationspflichtig, verlängert aber die Haltbarkeit und lässt das Fleisch optisch länger frisch erscheinen.

Dagegen wird Tiefkühlung als Mittel zur Frischhaltung von **Frischfischen** ausgeschlossen. Laut der Leitsätze für Fische, Krebs und Weichtiere und Erzeugnisse daraus (Deutsches Lebensmittelbuch) ist nur Eisbeigabe, aber auch Schutzgas oder Vakuumverpacken erlaubt. Frische Muscheln sind danach rohe Muscheln.

Als „**Frischmilch**“ darf auch pasteurisierte Milch – selbst die drei bis vier Wochen haltbare ESL-Milch (s. **Knack•Punkt** 4/2009, S. 4) – bezeichnet werden, obwohl sie behandelt ist. Unbehandelte Milch (Rohmilch) wird als „*Milch ab Hof*“ oder „*Vorzugsmilch*“ verkauft.

Frische Teigwaren (Nudeln) sind in den Leitsätzen für Teigwaren vom 2. Dezember 1998 definiert. Danach handelt es sich um Teigwaren, die bei der Herstellung nicht vollständig getrocknet wurden. Sie können aber mit heißem Wasser bzw. Wasserdampf behandelt worden sein und können pasteurisiert, gekühlt oder tiefgefroren angeboten werden. Handelt es sich dabei um Frisch-Ei-Teigwaren müssen Eier der Handelsklasse A bei der Herstellung im Betrieb frisch aufgeschlagen und verarbeitet worden sein.

„**Extra frische**“ Eier müssen laut Verordnung (EG) 589/2008 innerhalb von vier Tagen nach dem Legen sortiert, gekennzeichnet und verpackt werden. Der Hinweis ist spätestens am siebten Tag nach dem Verpacken zu entfernen. Ansonsten tragen Eier verpflichtend nur das Mindesthaltbarkeitsdatum, welches eine Frist von 28 Tagen nach dem Legen nicht überschreiten darf. Das früheste Legedatum kann entsprechend zurückgerechnet werden. Verkauft werden dürfen Eier bis maximal zum 21. Tag nach dem Legen. „*Nestfrische*“ oder „*legefrische*“ Eier müssen genauso wie Eier „*frisch vom Bauernhof*“ tagesfrisch sein. Eierpackungen mit besonderen Auslobungen zur Frische von Eiern müssen nach einem Urteil des Europäischen Gerichtshofs (C 203/90 vom 25.02.1992) mit dem Legedatum versehen sein, um eine Irreführung zu vermeiden.

Definiert ist auch der Begriff der „**Frischkäse**“, die laut deutscher Käseverordnung (§ 6) eine besondere Käsegruppe bilden. Es handelt sich dabei um durch Milchsäuregärung gewonnene Käse mit mindestens 73 % Wassergehalt in der fettfreien Käsemasse, beispielsweise Rahm- oder Doppelrahm-Frischkäse, Mascarpone, Ricotta, Hüttenkäse, Schichtkäse oder Quark. Der Begriff „*frisch*“ bezieht sich lediglich darauf, dass der Käse ungerieft bzw. wenig gerieft ist. Ein Rückschluss auf die eigentliche „*Frische*“ des Produktes ist nicht möglich.

Bei **frischem Brot** dagegen wird immer wieder vor Gericht gestritten, ob die Kennzeichnung bei Brot und Brötchen aus Backautomaten nicht statt „*frisch gebacken*“ eher „*aufgetaut und erhitzt*“ heißen müsste.

Nicht mehr gestritten wird bei vakuumverpacktem **Kaffee**: Dieser darf nach einem Urteil des OLG Hamburg (3 U 75/77 vom 08.12.1977) nicht als „*frisch*“ bezeichnet werden, denn „*Unter Röstfrische bei Kaffee sind die Geschmacks- und Aromaeigenschaften zu verstehen, wie sie der frisch geröstete, alsbald gemahlene und dann zubereitete Kaffee aufweist*“. Schaut man übrigens mal in Onlineforen, was Verbraucher/-innen unter „*röstfrisch*“ verstehen, sind das maximal zwei Wochen nach der Röstung. Und es gibt auch keinen frischen oder frisch zubereiteten Kaffee, wenn dieser nicht aus frisch gemahlenem Röstkaffee, sondern aus einem flüssigen Kaffee-konzentrat bereitet werde (OLG Düsseldorf, 20.04.2004).

Forderungen

- Der Gesetzgeber muss das Qualitätskriterium „*frisch*“ für Lebensmittel juristisch allgemeingültig entsprechend dem Verbraucherverständnis definieren.
- Die Anbieter müssen Herstellungs- und Verarbeitungsverfahren und Herstellungszeitpunkt klar und verständlich auf den Lebensmittelverpackungen erläutern und missverständliche Werbung unterlassen.

Tipps für Verbraucher

Verbraucher/-innen sollten bei als „*frisch*“ beworbenen Lebensmitteln vor allem auf das Mindesthaltbarkeitsdatum achten: Es kann ein Hinweis auf eine die Haltbarkeitsdauer verlängernde Bearbeitung sein. Zudem sollte man auf der Verpackung nach Verarbeitungshinweisen wie „*wärmebehandelt*“, „*pasteurisiert*“ oder „*ultraheißerhitzt*“ suchen. „*Unter Schutzatmosphäre verpackt*“ bedeutet ein haltbarkeitsverlängerndes Gasgemisch in der Verpackung. (AC)

Weiterführende Links: S. 19



Bratenkasseler
Frisch aus dem Backofen,
in Scheiben

Integration geht (auch) durch den Magen

Die Flüchtlinge, die nach Deutschland kommen, haben alles hinter sich gelassen. Nicht nur ihr ganzes Hab und Gut, sondern auch ihr gewohntes Leben – einschließlich der vertrauten Ernährung. Bei ihrer Ankunft wird darauf wenig Rücksicht genommen. Der UGB ist den Defiziten in der Versorgung von Migranten nachgegangen. Das neue *UGBforum* macht Fachkräfte in der Beratung und Gemeinschaftsverpflegung mit den besonderen Ernährungsweisen der Kulturen und Religionen vertraut. Das Heft gibt Caterern, die Flüchtlingswohn-



heime beliefern, ebenso wie Köchen in Schulen, Kitas und Kliniken Impulse, wie sie sich besser auf die aktuelle Situation einstellen können.

Auch drei Oecotrophologie-Studentinnen der FACHHOCHSCHULE MÜNSTER, Fachbereich Oecotrophologie – Facility Management, haben sich die Frage gestellt, wie man Flüchtlingen die Zeit in einem Land erleichtern kann, in dem alles fremd ist. Und so arbeiten JULIA WIENERT, FIDAN

KALACH und NADYA AWEIMER jetzt an einem Kochbuch für Catering-Unternehmen, die Flüchtlingsunterkünfte beliefern. Sie sammeln Rezepte aus dem arabischen Raum und wollen Flüchtlingen damit „eine Portion Heimat“ geben. „Das Essen in den Unterkünften ist oft ungewohnt für die Menschen“, so KALACH. Es sei gutes Essen, bei dem auch auf die muslimischen Speisevorschriften geachtet werde. Trotzdem fehle vielen das Essen aus der Heimat, wie eine Umfrage der drei Studierenden bei 80 Familien in Münsters Flüchtlingsunterkünften gezeigt hat. Sie haben nachgefragt, was diese gerne essen würden und am meisten vermissten. An dieser Grundlage orientiert sich das Kochbuch, welches voraussichtlich Anfang April fertig sein wird.

→ www.ugb.de/kultur-isst-mit

→ www.fh-muenster.de/hochschule/ueber-uns/fh-stories.php?storyId=35

Rot fermentierter Reis ist Arzneimittel

DAS BUNDESINSTITUT FÜR ARZNEIMITTEL UND MEDIZINPRODUKTE (BfArM) warnt vor dem Verzehr von Produkten mit Rot fermentiertem Reis (*Red Rice*, Rotschimmelreis (*Monascus purpureus*), Angkak) mit dem Inhaltsstoff Monakolin K. Dieser ist identisch mit dem Wirkstoff Lovastatin und in verschreibungspflichtigen Medikamenten zur Senkung des Cholesterinspiegels enthalten. Studien mit *Red Rice*-Produkten zeigten bereits bei Dosierungen ab 5 mg pro Tag eine nennenswerte pharmakologische Wirkung.

Laut Einschätzung der GEMEINSAMEN EXPERTENKOMMISSION BVL/BfArM sind *Red Rice*-Produkte daher ab einer Tagesdosis von 5 mg Monakolin K als zulassungspflichtige Arzneimittel einzustufen und dürfen in Deutschland nicht als Nahrungsergänzungsmittel vertrieben werden. Auch wenn

es für Rotschimmelreis in der Verordnung (EU) Nr. 432/2012 eine zugelassene gesundheitsbezogene Angabe (Erhalt eines normalen Cholesterinspiegels) gibt, steht dies nicht im Widerspruch zu einer Einstufung als Arzneimittel. Die Verordnung gilt nur für Lebensmittel und eine zugelassene Aussage macht aus einem Arzneimittel kein Lebensmittel. Eine ähnliche Problematik gibt es bei Melatonin, für das es ebenfalls einen zugelassenen Health Claim gibt. Monakolin K selbst kann zahlreiche unerwünschte Wirkungen hervorrufen wie Schädigungen der Skelettmuskulatur und der Leber. Rot fermentierter Reis ist nicht zu verwechseln mit rotschaligem Reis beispielsweise aus der Camargue.

Quelle: BfArM-Pressemitteilung 3/16 vom 24.02.16

→ www.bvl.bund.de/SharedDocs/Downloads/01_Lebensmittel/expertenkommission/Dritte_Stellungnahme_Rotschimmelreis.pdf?__blob=publicationFile&v=3

WHO: Europäischer Gesundheitsbericht 2015

„Der Blick über die Ziele hinaus – neue Dimensionen der Evidenz“, so lautet der Untertitel des *Europäischen Gesundheitsberichts 2015*. Er ist eine Flaggschiff-Veröffentlichung, die das WHO-Regionalbüro für Europa alle drei Jahre herausgibt. Dieser Bericht präsentiert Trends für die Indikatoren von „Gesundheit 2020“ und Erkenntnisse aus einzelnen Ländern zu wirksamen Maßnahmen im Bereich der öffentlichen Gesundheit. Er geht auch auf die neuen Herausforderungen ein, die in den letzten Jahren entstanden sind. Dazu gehören beispielsweise die Validierung subjektiven Wohlbefindens – auch in Hinblick auf (gewünschte) kulturelle Vielfalt – oder die Ermittlung von Evidenzen.

Im Bericht von 2012 wurden die Ausgangswerte von 2010 für die Fortschrittskontrolle in Bezug auf die Dachziele von „Gesundheit 2020“ beschrieben. Im Gesundheitsbericht 2015 werden nun die seitdem erzielten Fortschritte präsentiert. Die vorrangigen Ziele sind Senkung der vorzeitigen Mortalität, Erhöhung der Lebenserwartung, der Abbau von Ungleichgewichten, die Stärkung des Wohlbefindens, die Sicherung der allgemeinen Gesundheitsversorgung und die Festlegung nationaler Ziele in den Ländern.



Diese Veröffentlichung ist gedacht für Fachleute aus dem Bereich der öffentlichen Gesundheit, für wissenschaftliche Einrichtungen, nichtstaatliche Organisationen und alle, die zur Verbesserung von Gesundheit und Wohlbefinden in Europa beitragen möchten. Und sie soll eine breite internationale Zusammenarbeit fördern, um die gesundheitlichen Herausforderungen, mit denen die jeweilige Region konfrontiert ist, effizient und nachhaltig zu bewältigen. Der 20-seitige Bericht steht auf Deutsch im Internet zum Download.

→ www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0011/284753/EHR_High_DE_WEB.pdf?ua=1

(AC)

Lebensmittelsicherheit

Übertragung des Hepatitis E-Virus durch rohes Schweinefleisch

Die Zahl der gemeldeten Hepatitis-E-Erkrankungen in Deutschland steigt: 2015 wurden mit 1.246 Fällen fast doppelt so viele erfasst wie 2014 (670 Fälle). Entgegen früherer Annahmen wurden die Erkrankungen mehrheitlich nicht im Ausland, sondern innerhalb Deutschlands erworben.

Hepatitis E ist eine akute Leberentzündung, die durch Infektion mit dem Hepatitis-E-Virus (HEV) hervorgerufen wird. Die Erkrankung äußert sich nach einer langen Inkubationszeit (zwei bis sechs Wochen) oft mit Fieber, bevor Oberbauchschmerzen und Gelbsucht auftreten. Die durchschnittliche Todesrate der Erkrankung ist mit 0,5-4 % relativ niedrig. Knapp 17 % der Bevölkerung tragen allerdings HEV-Antikörper – d.h. die Infektionen verlaufen mehrheitlich unbemerkt

und ohne klinische Symptome. Insbesondere bei Risikopersonen (Schwangere, Leberkranke und Immungeschwächte) sind aber auch schwere Verläufe möglich. Bei schwangeren Frauen beträgt die Todesrate aus bisher ungeklärten Ursachen bis zu 25 %.

40-50 % der hiesigen Schweine sind (symptomfrei) mit dem Virus infiziert oder tragen HEV-Antikörper. Virus-RNA konnte in rohen Leber- und Muskelfleischproben nachgewiesen werden. Eine Virusübertragung durch rohes Fleisch, rohe Innereien und daraus gewonnene Lebensmittel ist möglich. Durch gleichmäßiges und vollständiges Erhitzen (Kochen, Braten) wird das Virus inaktiviert (zerstört) und eine Infektion für Verbraucher/-innen ist über diesen Weg unwahrscheinlich. Ein nur kurzes Aufkochen oder Erhitzen

in der Mikrowelle ist unzureichend, da HEV relativ hitzestabil ist. Auch das Tiefgefrieren der Lebensmittel hat auf die Viren keinen abtötenden Effekt.

Das BUNDESINSTITUT FÜR RISIKOBEWERTUNG (BfR) empfiehlt daher den oben genannten Risikogruppen sowie Verbraucher/-innen, die das Risiko einer HEV-Infektion minimieren wollen, auf den Verzehr roher Fleischprodukte wie Mett und kurzgareierter Rohwürste (z.B. frische Mettwurst) zu verzichten. FAQs zum Thema hat das BfR ins Internet gestellt.

Quellen: *Hepatitis E-Virus in deutschen Wildschweinen*. BfR-Information Nr. 012/2010 vom 01. 03.2010 ♦ *Tragen von Handschuhen beim Ausweiden schützt Jäger vor Hepatitis E*. BfR-Information Nr. 047/2015 vom 14.12.2015 ♦ *Fragen und Antworten zur Übertragung des Hepatitis-E-Virus durch Wild- und Hausschweine und daraus gewonnene Lebensmittel*, FAQ des BfR vom 09.02.16

→ www.bfr.bund.de/de/fragen_und_antworten_zur_uebertragung_des_hepatitis_e_virus_durch_wild_und_hausschweine_und_daraus_gewonnene_lebensmittel-196528.html

Neue Eiweißquellen

Insektenburger statt vegetarisch?

In anderen Ländern stehen Insekten regelmäßig auf dem Speiseplan. Zwei Jungunternehmer aus Osnabrück haben nun einen Burger aus gemahlener *Buffalo Worms* – der Larve des Glänzendschwarzen Getreideschimmelkäfers (*Alphitobius diaperinus*) – entwickelt, der wie Falafel schmecken soll. Sie wollen mit ihrer Firma BUG FOUNDATION in den kommenden Jahren europaweit Burger auf Insektenbasis „Bux Burger“ etablieren.

Tatsächlich soll es rund 2.000 schmackhafte Insektenarten geben. Wer auf Schalentiere allergisch reagiert, sollte allerdings auch beim Verzehr von Insekten vorsichtig sein. Verarbeitete Insekten („Erzeugnisse, die aus Insekten isoliert wurden oder aus Insekten isolierte Zutaten enthalten“) sind in der EU mit der neuen Novel-Food-Verordnung (S. S. 17) eindeutig als neuartige Lebensmittel geregelt. Daher ist der Verkauf der „Bux Burger“ in der EU eigentlich noch nicht erlaubt. Aufgrund der steigenden Nach-

frage hatten jedoch zuvor schon einzelne EU-Mitgliedstaaten (z.B. Belgien und die Niederlande) nationale Regelungen zur Aufzucht und Vermarktung bestimmter Lebensmittel-Insekten eingeführt. Und so kann man in Belgien, England oder in den Niederlanden gefriergetrocknete *Buffalo Worms* als *Muscle Food* kaufen. Aber es gibt auch schon Restaurants in Brüssel, welche die Burger anbieten und auch verkaufen.



Hinzu kommt, dass nach der oben genannten Definition juristische Zweifel bestehen, ob auch „Insekten als ganze Tiere“ als neuartig gelten. Daher

wird das Inverkehrbringen von „ganzen Lebensmittel-Insekten“ oft ohne Genehmigung toleriert, sofern die allgemeinen EU-Vorschriften für Lebensmittel beachtet werden.

Bei uns ist dieser Käfer bisher eher als Vorratsschädling, gefürchteter Isoliermaterialzerstörer in Geflügel- und Schweineställen sowie als Überträger von Salmonellen, *E. coli* und zoonopathogenen Viren bekannt. Die neue Nutzung ist zumindest bedenkenwert: Insekten enthalten ebenso viel Eiweiß wie ein Stück Fleisch, ihre Zucht ist viel billiger als die von Rindern oder Schweinen, da sie hoch effizient in der Umwandlung von Biomasse in Eiweiß sind (s. **Knack•Punkt** 5/2011, S. 16). (AC)

Quellen: www.bugfoundation.com ♦ *Nach dem Fest ist vor dem Fest: Anstatt „Weihnachtsgans mit Knödeln“ in diesem Jahr vielleicht „Heuschrecken-Chili-Spieße mit Mehlwurm-Pfannkuchen“ und „Schoko-Grillen-Häufchen“?* CVUA Freiburg, 28.01.16, www.ua-bw.de/pub/beitrag.asp?subid=3&Thema_ID=2&ID=2208&lang=DE&Pdf=No ♦ *Der Glänzendschwarze Getreideschimmelkäfer*. www.laves.niedersachsen.de [alle abgerufen am 16.02.16]

→ <https://www.youtube.com/watch?v=rDqXwUS4o2I>

Gegen den Durchblick

Eine Flut an neuen Bio-Siegeln

Eigentlich sind Bio-Produkte sehr gut zu erkennen. Seit 2010 ist das Siegel dafür ein stilisiertes Blatt, gebildet aus EU-Sternen auf grünem Grund. Zuvor gab es ein anderes EU-Bio-Siegel, welches sich nicht so gut von anderen EU-Angaben unterschied und nicht sofort auf Bioprodukte schließen ließ.



Daher gibt es schon seit 2001 zusätzlich das deutsche Biosiegel, ein grün umrandetes Sechseck, in dem mittig deutlich das Wort Bio steht, und welches rasch einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht hat.

Bayern führt eigenes Biosiegel ein

Als erstes Bundesland hat der Freistaat Bayern ein eigenes Biosiegel eingeführt, welches nicht aus einer Kombination des deutschen Biosiegels mit einer Bundeslandkennung besteht (wie z.B. in Hessen oder Baden-Württemberg). Es geht beim bayrischen Siegel nicht nur um die Kennzeichnung von Bioware aus Bayern. Es schreibt zusätzlich strengere Kriterien vor als die EU-Öko-Verordnung und beinhaltet ein eigenes dreistufiges Kontrollsystem und je nach Farbe auch einen Herkunftsnachweis. Das Siegel wird vom Freistaat an Unternehmen aus der gesamten EU verliehen. Dabei steht das grüne Siegel für geprüfte Bioqualität (das obere



der beiden in der mittleren Spalte abgebildeten Siegel), das blaue (darunter stehend) für einen lückenlosen Herkunftsnachweis. Im inneren Oval des Siegels kann bei ausschließlichen Herkunft (Erzeugung, Verarbeitung, ...) aus einer Region diese durch die jeweiligen Landesfarben und die namentliche Nennung (z.B. Italien, EU oder Bayern) dargestellt werden.

Allerdings gibt es auch schon ein gutes EU-Siegel zur Herkunft, die „geschützte Ursprungsbezeichnung“ (g. U.). Sie setzt voraus, dass entspre-



chende Lebensmittel in einem abgegrenzten geographischen Gebiet erzeugt, verarbeitet und hergestellt wurden und weist auf den Herkunfts-ort bzw. -region hin. Sie gibt es z.B. für die seit Februar 2016 geschützte „Aachener Weihnachtsleberwurst“ oder

für „Westfälisches Pumpernickel“ (s. Knack•Punkt 5/2013, S. 5).

Mit diesem dritten und vierten „staatlichen“ Bio-Siegel in Bayern, welche neben dem vorgeschriebenen EU-Biosiegel und dem freiwilligen deutschen Biosiegel stehen, ist das Chaos für Verbraucher/-innen fast perfekt. Nur gut, dass die ökologischen Anbauverbände wie Bioland oder Demeter, die ja ebenfalls über die Öko-Verordnung hinausgehende Standards haben, dieses neue Siegel vermutlich nicht auch noch auf ihre Produkte drucken werden. Übrigens: Laut EU-Beschluss dürfen auch andere Länder ein Siegel in ihren Landesfarben nutzen.

Fazit für Verbraucher: Das einzige, worauf man sich wirklich verlassen kann, ist das EU-Bio-Siegel. Bei den vielen anderen fehlt schnell die Übersicht.

Bio-Siegel für Veganer

Herkunft muss allerdings nicht zwangsläufig etwas mit Region zu tun haben. Für andere ist es viel wichtiger, dass die Lebensmittel rein pflanzlicher Herkunft sind – und zusätzlich aus ökologischem Anbau stammen.



Für solche rein pflanzlichen (veganen) Bio-Produkte gibt es ebenfalls ein neues Gütesiegel „EcoVeg“, ein stilisiertes grünes Blatt mit diesen Buchstaben in der Mitte. Dafür wurde eigens der Verein VEGORGANIC mit Sitz in Köln gegründet. Er zertifiziert die Produkte. Diese müssen der EU-Öko-Verordnung entsprechen und rein pflanzlichen Ursprungs sein.

An diesem neuen Siegel ist allerdings die EU Schuld, weigert sie sich doch beharrlich, die Begriffe „vegetarisch“ und „vegan“ lebensmittelrechtlich zu regeln (s. Knack•Punkt 2/2014, S. 12). (AC)

⇨ www.stmelf.bayern.de/bio-siegel

⇨ www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/markt/dateien/faltblatt_biosiegel.pdf

⇨ www.vegorganic.de

Nahrungsergänzungsmittel und Botanical Health Claims

Ende Januar trafen sich über 200 Vertreter vor allem aus Industrie, Handel, Wissenschaft und Behörden, dazu zahlreiche Juristen, zur 16. EU-ROFORUM-Jahrestagung „Nahrungsergänzungsmittel“ in Frankfurt. Wie schon in den Vorjahren war das alles beherrschende Thema der Umgang mit den Health Claims. Allerdings lag der Fokus in diesem Jahr auf den Botanicals und der Abgrenzung zu Arzneimitteln. Besonders interessant war dabei der Blick über den Tellerand hinweg in andere Staaten. Das begann mit einem Beitrag aus der Schweiz zu deren neuem Lebensmittelrecht, gefolgt von einem Bericht aus Österreich, einem aus Italien und einem weiteren aus Belgien. Dr. ANJA BRÖNSTRUP berichtete über den Prozess der Entwicklung von Nährstoff-Referenzwerten bei der EFSA. Prof. Dr. ALFONSO LAMPEN, BfR, von der Risikobewertung bei Botanicals. FLORIAN RIEDEL vom BVL beleuchtete Botanicals aus Sicht der Novel Food-Verordnung. Für manche Zutaten, die eigentlich unter diese Verordnung fallen würden, gilt sie bei Verwendung

in NEM nicht, z.B. für Camu Camu-Früchte oder Ginseng. Er wies auch darauf hin, dass Zubereitungen aus Nicht-Novel-Food-Pflanzen wie Glavonoid (aus Süßholz) trotzdem neuartig sein können und eine Zulassung benötigen. Vorgestellt wurde auch der kurz darauf veröffentlichte Report der ABGRENZUNGSKOMMISSION zu NEM mit Vitamin D (s. unten).

Ein weiteres wichtiges Thema stellte NORBERT PAHNE vom BUNDESVERBAND DER HERSTELLER VON LEBENSMITTELN FÜR EINE BESONDERE ERNÄHRUNG e.V. vor, nämlich die Änderungen der Diät-Verordnung, die ab 20. Juli 2016 gelten. Das neue Konzept der *Foods for Special Consumer Groups* (FSG) – branchenintern auch „KKK-Norm“ (Kinder, Kranke, Kalorienzähler) genannt – wird zu weitreichenden Änderungen beispielsweise bei Sportlernahrung, Kindermilchen oder ergänzenden bilanzierten Diäten (u.a. Mahlzeitenersatz wie Formula-Diäten) führen.

Die nächste Jahrestagung findet am 6. und 7. Februar 2017 in Frankfurt/Main statt. (AC)

Vitamin D: Die Dosis macht das Nahrungsergänzungsmittel

In einer aktuellen Stellungnahme hat sich die GEMEINSAME EXPERTENKOMMISSION BVL/BfArM mit der Bewertung von Vitamin-D-haltigen Produkten beschäftigt. Konkret ging es um die Frage, bis zu welcher Tagesdosis es sich noch um ein Nahrungsergänzungsmittel (NEM) handelt.

Für die Einstufung eines Produktes als NEM bzw. Arzneimittel ist die objektive Zweckbestimmung ausschlaggebend. Die Frage ist also, ob von dem Produkt eine ernährungsspezifische oder (ernährungs-)physiologische oder eine pharmakologische Wirkung ausgeht. Für Vitamin D liegt der Schätzwert der DGE für eine angemessene Vitamin-D-Zufuhr bei fehlender endogener Synthese bei 20 µg pro Tag. Diese Menge reicht üblicherweise aus, um eine adäquate Vitamin D-Versorgung (50 nmol 25-OH-D/l im

Serum) sicherzustellen oder aufrechtzuerhalten. Bis zu einer Tagesdosis von 20 µg Vitamin D kann im Kontext der Ernährung/Nahrungsergänzung noch von einer ernährungsspezifischen bzw. einer physiologischen Wirkung ausgegangen werden. Supplemente bis zu einer Tagesdosis von 20 µg Vitamin D können daher als NEM gemäß § 1 NEM-Verordnung eingestuft werden, sofern die lebensmittelrechtlichen Anforderungen erfüllt sind und die Auslobung nicht eine Einstufung als (Präsentations-)Arzneimittel rechtfertigt.

Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke können unter Beachtung der Bedingungen der Diät-Verordnung bzw. der Verordnung (EU) Nr. 609/2013 (gilt ab 20. Juni 2016) auch höhere Tagesmengen enthalten. „Normale“ Lebensmittel dürfen

Novel-Food-Verordnung

Am 25.11.2015 ist die neue Verordnung (EU) 2015/2283 über neuartige Lebensmittel veröffentlicht worden. Sie hebt die Verordnungen (EG) Nr. 258/97 (bisherige Novel Food-VO) und (EG) Nr. 1852/2001 (Durchführungsbestimmungen zur alten Novel Food-VO) ab dem 1. Januar 2018 auf.

Mit der neuen Verordnung wird das Bewertungs- und Zulassungsverfahren für neuartige Lebensmittel vereinfacht, d.h. also für Lebensmittel, die vor 1997 in der EU nicht in nennenswertem Umfang auf dem Markt waren. Ferner wird der Anwendungsbereich präzisiert. Unter anderem werden ganze Tiere wie Insekten nun eindeutig von der Verordnung erfasst.

Die Lebensmittelinformations-Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 wird ergänzt um den Verweis auf Begriffsbestimmung für technisch hergestellte Nanomaterialien in der neuen Verordnung (Artikel 3 (f)). Die bisher in der LMIV vorhandene Definition wird gestrichen und unverändert in die neue Novel Food-VO übernommen.

Nicht unter die Verordnung fallen genetisch veränderte Lebensmittel gemäß der VO (EG) Nr. 1829/2003 sowie Lebensmittelenzyme (nach VO (EG) Nr. 1332/2008) Lebensmittelzusatzstoffe (gemäß VO (EG) Nr. 1333/2008) sowie Lebensmittelaromen (gemäß VO (EG) Nr. 1334/2008).

Die Verordnung gilt ab dem 1. Januar 2018, einige Bestimmungen vor allem zur Umsetzung bereits seit dem 31. Dezember 2015. (AC)

in Deutschland nur mit einer Ausnahmegenehmigung oder Allgemeinverfügung mit Vitamin D angereichert werden. Produkte, die ausdrücklich zur Prophylaxe und/oder Therapie von Vitamin-D-Mangelkrankungen bestimmt sind erfüllen die Anforderungen an Arzneimittel gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 Arzneimittelgesetz. Die Empfehlung hat Gutachtencharakter, ist aber juristisch nicht verbindlich. (AC)

Quelle: Stellungnahme der Gemeinsamen Expertenkommission BVL/BfArM: Bewertung von Vitamin-D-haltigen Produkten (1/2016). BVL, BfArM, 21.01.16

→ www.bvl.bund.de/SharedDocs/Downloads/01_Lebensmittel/expertenkommission/ZweiteStellungnahme_VitaminD.pdf?__blob=publicationFile&v=8

Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (Hrsg.)

Moderne Landwirtschaft zwischen Anspruch und Wirklichkeit

Das Buch zur DLG-Wintertagung 2016 beinhaltet eine kritische Stärken-Schwächen-Analyse der modernen Landwirtschaft. Die Autoren stammen aus verschiedenen Kontexten wie der Agrarindustrie, der Wissenschaft, der Marktforschung und Kommunikationsberatung sowie der Theologie und Ethik und decken somit eine passable Bandbreite an Perspektiven auf die moderne Landwirtschaft ab. Im ersten Kapitel des Buches wird das Thema Nutztierhaltung recht umfangreich und kritisch behandelt, was angesichts der zunehmenden öffentlichen Kritik an der „Intensivtierhaltung“ sicherlich angemessen ist. Eben-



DLG e.V. (Hrsg.): Moderne Landwirtschaft zwischen Anspruch und Wirklichkeit: Eine kritische Analyse. DLG-Wintertagung 2016, Band 110, 224 Seiten, ISBN 978-3-7690-4075-3, 26,00 €

falls interessant ist die Beleuchtung der Bedeutung von Kommunikationsstrategien und sozialen Medien für landwirtschaftliche Akteure. In mehreren Beiträgen in Kapitel 3 wird dargestellt, wie Landwirte Kommunikationsmittel und -strategien nutzen können, um selber zur öffentlichen Meinungsbildung beizutragen und so Raum für einen stärkeren Dialog zu eröffnen. Des Weiteren kommen in Kapitel 5 Überlegungen zu ethischen Anforderungen an Akteure in der Wertschöpfungskette von Lebensmitteln ebenso wie an politische Akteure und Konsumenten zur Sprache. Weitere wichtige Themen wie die Umwelt- und Kli-

mawirkungen der Landwirtschaft, die Herausforderungen für eine globale Landwirtschaft, Zielkonflikte und die Förderung der Agrarforschung werden in dem Buch ausgeführt. Anspruch auf Vollständigkeit kann die Stärken-Schwächen-Analyse der modernen Landwirtschaft in diesem Buch allerdings nicht erheben, denn drängende Themen wie der Pestizid- und Herbizideinsatz in der Landwirtschaft und die Zukunftsperspektiven der ländlichen Bevölkerung werden hier nicht behandelt. (SE)

C. Bala und W. Schuldzinski (Hrsg.)

Prosuming und Sharing – neuer sozialer Konsum

Im Band 4 der Beiträge zur Verbraucherforschung werden Aspekte kollaborativer Formen von Konsumtion und Produktion betrachtet. *Sharing Economy* und *Peer Production* gelten als soziale Innovationen, die durch das *Social Web* und das mobile Internet geprägt wurden. Sie wecken Hoffnungen auf einen nachhaltigen, sozialen und partizipativen Konsum. Allerdings gibt es auch Zweifel: Neben den Vorteilen für Verbraucher/-innen wird auch die Kommerzialisierung und das Entstehen eines disruptiven Plattform-Kapitalismus beobachtet. Der Band nähert sich der *Sharing Economy* aus unterschiedlichen Blickwinkeln: Neben der ökologischen und sozial-innovativen Perspektive werden die Rolle von Informationsplattformen sowie analoge Schenkökonomien und Prosumer-Genossenschaften diskutiert. Die ökologischen und sozial-innovativen Perspektiven werden von renommierten Wissenschaftler/-innen wie dem Nachhaltigkeitsforscher REINHARD LOSKE analysiert. Abgerundet wird das Buch durch Thesen zur Rolle des Verbrauchers in der *Sharing Economy*.

Das Buch steht zum kostenlosen Download zur Verfügung. Auch die Printversion ist kostenlos (nur Versandkosten) bei der VERBRAUCHER-ZENTRALE NRW erhältlich. (AC)

Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski (Hrsg.): Prosuming und Sharing – neuer sozialer Konsum: Aspekte kollaborativer Formen von Konsumtion und Produktion. Bd. 4. Beiträge zur Verbraucherforschung. 1. Auflage 2016, 184 Seiten. Düsseldorf: Verbraucherzentrale NRW, 2016. ISBN Print 978-3-86336-908-8, ISBN E-Book (PDF) 978-3-86336-909-5 | DOI 10.15501/978-3-86336-909-5

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.

Broschüre „Snacks an weiterführenden Schulen“

Snacks sind kleine Gerichte, die den ganzen Tag über zum Beispiel im Bistro, in der Cafeteria, im Kiosk oder in der Mensa angeboten werden. Sie sind vor allem für ältere Schüler/-innen interessant, die immer seltener am regelmäßigen, klassischen Mittagsangebot in der Mensa teilnehmen. Bereits 20 % der 14- bis 15-Jährigen ersetzen fast täglich und 49 % ab und zu die Hauptmahlzeit durch Snacks. Gleichzeitig ist eine ausgewogene Ernährung wichtig für

die Lern- und Leistungsfähigkeit der Heranwachsenden. Schulen stehen damit vor der Herausforderung attraktive und auf die Bedürfnisse von Jugendlichen zugeschnittenen Snacks anzubieten. Sie sollten nicht nur leicht nebenher zu essen, appetitlich und cool, sondern ausgewogen und gesundheitsfördernd sein.

Für derartige Snack-Angebote fehlten bisher standardisierte Anforderungen, die eine gesundheitsfördernde Ernährung der Jugendlichen unterstützen. Die neue Broschüre „Snacks an weiterführenden Schulen“ ergänzt den „DGE-Qualitätsstandard für die Schulverpflegung“. Verantwortliche und Entscheidungsträger sowie Anbieter von Schulverpflegung finden Unterstützung für die Umsetzung eines Snackangebotes, der sich am Bedarf und den Bedürfnissen der jugendlichen Zielgruppe orientiert. Dazu gibt es Rezepte und Plakat-Dateien für Nudelbox, Döner, Wraps, Crepes, Quiches und vieles mehr. Alle Infos dazu stehen im Internet. (AC)

→ www.schuleplusessen.de/wissenswertes/snacking.html



T. Johnston

Kindersnacks – blitzschnell und supergesund

Der handliche Ratgeber kommt auf den ersten Blick bunt und frisch daher und bietet Rezepte für junge Familien/Mütter, allesamt zuckerfrei und vegan. Kapitel zur zuckerfreien, rein pflanzlichen Küche oder zu wichtigen Nährstoffen für die vegane Ernährung bilden die Basis für die praktische Umsetzung in rund 60 Rezepten.

TANJA JOHNSTON, Heilpraktikerin und spezialisiert auf Ernährungsberatung, nimmt bei ihren Empfehlungen besonders Eiweiß, Calcium, Omega-3-Fettsäuren, Eisen, Vitamin D und Vitamin B₁₂ in den Blick. Nicht alle Angaben zu diesen Nährstoffen entsprechen den Aussagen der wissenschaftlichen Fachgesellschaften. Zusätzlich lässt sie Nährstoffe wie



Tanja Johnston: Kindersnacks – blitzschnell und supergesund. 120 S., Trias Verlag, 2016. ISBN 978-3-432-10002-9. 14,99 €

Zink, Jod und Vitamin B₂ unerwähnt, die Experten im Bereich veganer Kinderernährung wie Dr. MARKUS KELLER, Institut für alternative und nachhaltige Ernährung, als kritisch ansehen.

Positiv: Die vielfältigen, interessanten Rezepte kommen mit nur wenigen Zutaten aus und verzichten gänzlich auf Zucker. Nachteilig: Die Zutaten sind oft sehr fetthaltig. Ohne Nährwertangaben ist es schwierig die Energiemenge abzuschätzen. Gerade beim Snacken wird diese häufig unterschätzt. Leider ist nicht zu erkennen, ob die Portionsangaben ausschließlich für Kinder gelten oder eher für eine Familie.

Die Rezepte bestehen durch schöne Ideen, die zu Hause oder in der Kita einfach zuzubereiten sind.

BÖLN (Hrsg.)

Bio-Verpflegung in Kindertagesstätten und Schulen

Seit über zehn Jahren macht sich die Kampagne „Bio kann jeder – nachhaltig essen in Kita und Schule“ stark für Bio-Lebensmittel in der Gemeinschaftsverpflegung. Die neue Broschüre „Bio-Verpflegung in Kindertagesstätten und Schulen“ richtet sich an Eltern, Lehrkräfte, Erzieher/-innen und Verpflegungsverantwortliche in Kitas und Schulen. Dazu werden wichtige Fragen aufgegriffen: Wie sieht eine kindgerechte Ernährung aus? Was gehört zu einem nachhaltigen Verpflegungskonzept? Wie lassen sich Bioprodukte ohne Mehrkosten einführen? Worauf kommt es bei Einführung von Ökolebensmitteln an? Abgerundet wird die Broschüre durch ausgewählte Praxisbeispiele, Rezeptvorschläge, Speisepläne und Hintergrundwissen.

Eine bewährte Hilfestellung sind neben den Broschüren auch die Work-

shops der Kampagne. Experten bieten hier bundesweit Basisschulungen und vertiefende Workshops rund um das Thema Kita- und Schulverpflegung mit Bio an. Um Kitas und Schulen einen größeren Praxisbezug zu bieten, liegt ein besonderer Fokus auf Kochpraxis, Ernährungs- und Ökopädagogik. Inhalt und Aufbau der Workshops sind ebenfalls in der Broschüre dargestellt. (AC)

→ www.oekolandbau.de/fileadmin/redaktion/bestellformular/pdf/053016.pdf

→ www.oekolandbau.de

→ www.biokannjeder.de

Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN): Bio-Verpflegung in Kindertagesstätten und Schulen, 44 S., 2016. Kann kostenlos angefordert werden bei publikationen@bundesregierung.de. Als pdf-Datei zum Download.

„Neues Trendgetränk ‚Birkenwasser‘“, S. 7

Phytopharmacy – An Evidence-Based Guide to Herbal Medicine Products, Wiley Blackwell, 2015 • Novel Food catalogue http://ec.europa.eu/food/safety/novel_food/catalogue/search/public/index.cfm# • European Medicines Agency, www.ema.europa.eu/ema/index.jsp?curl=pages/medicines/herbal/medicines/herbal_med_000030.jsp&mid=WC0b01ac058001fa1d [alle abgerufen am 29.02.16] • Kallio H et al. (1985): Identification of the Sugars and Acids in Birch Sap. Journal of Food Science 50 (1): 266–9 • Hahn A. et al.: Ernährung – Physiologische Grundlagen, Prävention, Therapie. S. 1075. 3. Auflage. Wiss. Verlagsgesellschaft, Stuttgart (2016)

„Werbung zwischen Anspruch und Wirklichkeit“, S. 12f

→ www.verbraucher.de/werbung-mit-frische-laesst-lebensmittelhersteller-alt-aussehen
 → www.verbraucher.de/ergebnis_umfrage_frische
 → www.verbraucher.de/mediabig/239263A.pdf

Für Snacks ist die ausschließliche Verwendung pflanzlicher Lebensmittel kein Problem. Als alleinige Kost ist vegane Ernährung laut DGE für Kinder nicht geeignet, das Risiko für Nährstoffdefizite sei zu groß.

Wichtig: Gekaufte Tiefkühlbeeren nur nach Erhitzen (72°C, 2 Minuten) verwenden und nicht wie im Buch angegeben ohne! Damit können Infektionen z.B. mit Noroviren vermieden werden. (ga)





Termine

• **Düsseldorf** • **20.-22. April 2016** – Verbraucherschutzministerkonferenz – www.vsmk2016.nrw.de • **Bonn** • **21./22. April 2016** – D-A-CH-Tagung 2016: Zukunft heute erleben: Produktion und Konsum nachhaltig gestalten – Beitrag der Hauswirtschaft zur Transformation der Gesellschaft – www.verband-mdh.de/veranstaltungen • **Wolfsburg** • **22./23. April 2016** – 58. Bundeskongress des Verbandes der Diätassistenten (VDD) e.V. – www.vdd.de/vdd-kongress-2016 • **Gießen** • **29./30. April 2016** – UGB-Tagung: Ernährung aktuell – www.ugb.de/tagung • **Berlin** • **4.-7. Mai 2016** – 51. Diabetes Kongress der Deutschen Diabetes Gesellschaft „Personalisierte Diabetologie: innovativindividuell-nachhaltig“ – www.deutsche-diabetes-gesellschaft.de • **Düsseldorf** • **23. Mai 2016** – 9. NRW-Workshop Verbraucherforschung: Verbraucher in Geschichte und Gegenwart – www.verbraucherzentrale.nrw/link1164196A.html • **Berlin** • **24. Mai 2016** – Insekten als Lebens- und Futtermittel – www.bfr.bund.de/de/veranstaltungen.html • **Kiel** • **27. Mai 2016** – Vegane Ernährung: Praktisches Know-how für die Ernährungsberatung – www.dge-sh.de/seminare-fuer-ernaehrungsfachkraefte/events/vegane-ernaehrung-praktisches-know-how-fuer-die-ernaehrungsberatung.html • **Düsseldorf** • **3. Juni 2016** – Ernährung und Bewegung in der Schwangerschaft – www.verbraucherzentrale.nrw/link1179163A.html • **Berlin / Bundesweit** • **7./8. Juni 2016** – Woche der Umwelt – www.woche-der-umwelt.de • **Dresden** • **9.-11. Juni 2016** – VDOE-Jahrestagung: „Ernährung 2016 – Ernährungsmedizin gemeinsam bewegen“ – www.vdoe.de/jahrestagung.html und www.ernaehrung2016.de • **Kiel** • **17. Juni 2016** – Laborwerte richtig einschätzen und interpretieren: Klinische Parameter aus dem kleinen Blutbild – www.dge-sh.de/seminare-fuer-ernaehrungsfachkraefte/events/laborwerte-richtig-einschaetzen-und-interpretieren-klinische-parameter-aus-dem-kleinen-blutbild.html • **Detmold** • **20./21. Juni 2016** – Lebensmittelrechtstag für Erzeugnisse aus Getreide – www.agfdt.de/de/veranstaltungsleser/events/lebensmittelrechtstag-fuer-erzeugnisse-aus-getreide.html • **Stuttgart-Hohenheim** • **30. Juni 2016** – Essen 4.0 – Wie essen wir in der Zukunft? – Autopsie Milch – www4.um.baden-wuerttemberg.de/servlet/js/123753/

Die Partner der Arbeitsgemeinschaft „Kooperation Verbraucherinformation im Ernährungsbereich in Nordrhein-Westfalen“ im Internet:

- AOK Nordwest → www.aok.de/nordwest
- AOK Rheinland/Hamburg → www.aok.de/rheinland-hamburg
- Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e.V. → www.milch-nrw.de
- Landwirtschaftskammer NRW → www.landwirtschaftskammer.de
- Rheinischer LandFrauenverband e.V. → www.rheinische-landfrauen.de
- Westfälisch-Lippischer Landfrauenverband e.V. → www.wllv.de
- STADT UND LAND e.V. → www.stadtundland-nrw.de
- Universität Paderborn, Ernährung und Verbraucherbildung → <http://dsg.uni-paderborn.de>
- Verbraucherzentrale NRW e.V. → www.verbraucherzentrale.nrw

Internet

World Wide Web

Interessantes im Netz

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
www.siegelklarheit.de



Themenschwerpunkt Kennzeichnung von Nahrungsergänzungsmitteln
www.lebensmittelklarheit.de



Hennen, Eier, Zahlendreher? Frag die Bonner Forscher
<https://youtu.be/60oyF1tufjY>



US-Kampagne: Don't wash your chicken!
www.drexel.edu/dontwashyourchicken/Videos-Photo-novellas/Overview



www.drexel.edu/dontwashyourchicken



Film: „100 Sekunden BfR – Pyrrolizidinalkaloide A in Tee und Honig“
www.bfr.bund.de/de/100_sekunden_bfr-196334.html



Ernährungsportal NRW: Fundierte Ernährungsthemen ohne Werbung für Verbraucher
www.ernaehrungsportal.nrw.de



Ab sofort steht Heft 2/2015 zum kostenlosen Download zur Verfügung. Nutzen Sie den folgenden Link oder den abgedruckten QR-Code:
→ www.verbraucherzentrale.nrw/knackpunkt_2_2015

