

Ansprache

Ilse Aigner

Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

18. April 2012

Haus der Deutschen Wirtschaft

Berlin

Sehr geehrter Herr Bischof,
 sehr geehrter Herr Prof. Horst,
 meine sehr geehrten Damen und Herren,

haben Sie vielen Dank für die Einladung zur Ihrer Jahrestagung.
 Sie rücken die Bedeutung der täglichen Ernährung heute in den Mittelpunkt.
 Das begrüße ich sehr.

Denn tatsächlich ist es doch so:

Beim Auto, der Deutschen liebstes Kind, erweisen wir uns als extrem fachkundig:
 Wir scheuen kaum Kosten und Mühen, damit der beste Sprit und das beste Öl
 den Weg in den Bauch des Wagens finden – so dass der Motor ohne Mucken und
 möglichst lange läuft: „Longlife“ eben.

Was wir aber für unseren eigenen Antrieb und für unser eigenes Wohlbefinden
 unserem eigenen Körper zuführen – nämlich an Nahrungsmitteln – das ist für viele
 noch immer keine allzu bewusste Entscheidung.

Dabei soll unser persönlicher Motor auch ohne Mucken und möglichst lange lau-
 fen. „Longlife“ – wer wünscht sich das nicht?

Sie, meine Damen und Herren, die in der Lebensmittelwirtschaft aktiv sind, ma-
 chen den Treibstoff für unser Leben.

Das ist eine große Verantwortung.

Das ist aber auch eine große Leistung, die Anerkennung verdient.

Denn tatsächlich sind wir bei unseren Lebensmitteln reich an Auswahlmöglichkei-
 ten – wesentlich reicher als bei den Mineralölkonzernen, wenn Sie mir den
 Schlenker erlauben und ich im Bild bleiben darf.

Wir haben eine Auswahl an Lebensmitteln, von der unsere Großeltern nicht zu
 träumen gewagt hätten.

Wir können heute so unsere Ernährung über die Vielfalt, die Qualität und den Ge-
 schmack unserer Lebensmittel in Deutschland zielgenau gestalten.

Das breite Angebot macht heute eine Ernährung möglich, die tatsächlich ihren Beitrag für ein längeres Leben und eine entsprechende Lebensqualität leisten kann.

Aber erhalten Lebensmittel tatsächlich diese Anerkennung?
Werden sie entsprechend wertgeschätzt?

Ich meine: nein.

Deshalb stellt sich mir die Frage:

Wie können wir den wirklichen Wert von Lebensmitteln künftig gemeinsam noch besser deutlich machen?

Vier Botschaften will ich in diesem Zusammenhang setzen:

1. Unsere Lebensmittel sind zu gut für die Tonne
2. Lebensmittel können mit einer Regionalkennzeichnung weiter aufgewertet werden.
3. Klarheit und Wahrheit müssen gelten für ehrliches Essen und
4. Gesunde Ernährung muss über Bildung und Aufklärung gefördert werden.

Natürlich könnte ich auch über das Bild von Landwirtschaft in der Werbewirtschaft und in der Realität sprechen.

Aber das habe ich ja bereits im vergangenen Jahr getan, und das ist vielleicht auch noch in Erinnerung.

Außerdem habe ich gesehen, dass Sie mit Herrn Prof. Hirschfelder heute einen ausgewiesene Experten und zudem Landsmann von mir (Uni Regensburg) für das Thema gewonnen haben.

I. Wegwerfen von Lebensmitteln

Meine Damen und Herren,

was prägt unseren Umgang mit Lebensmitteln?

Hier in Berlin gibt es Supermärkte, die haben 24 Stunden am Tag geöffnet.

Das Angebot, das uns Verbraucher dort erwartet, ist rund um die Uhr verfügbar und es ist riesig groß:

Wir sprechen von rund 170.000 Lebensmitteln und Getränken, die in den Regalen der Supermärkte stehen.

Und was geben wir Verbraucher dafür aus?

Es sind rund 11 Prozent unserer Konsumausgaben.

Das ist im Vergleich wenig.

Lebensmittel sind bei uns im Vergleich mit der Vergangenheit und im Vergleich mit unseren Nachbarländern günstig.

Und so gehen wir leider häufig auch mit ihnen um.

Das Ergebnis einer von uns unterstützten wissenschaftlichen Studie war:

11 Millionen Tonnen Lebensmittel landen bei uns in Deutschland im Jahr auf dem Müll, der Großteil bei uns Verbrauchern im Haushalt.

11 Millionen Tonnen Lebensmittel sind 275.000 Lastwagen.

Das muss man sich mal vor Augen halten.

Auf jeden von uns kommen 82 Kilogramm Lebensmittelabfälle.

Das ist im Monat ein voller Einkaufskorb – pro Person!

Meine Damen und Herren, das ist schlicht zu viel.

Wir verschwenden wertvolle Ressourcen.

Das ist in wirtschaftlicher, in ökologischer und in moralischer Hinsicht nicht tragfähig.

Denn in unseren Lebensmitteln stecken

- viel Wasser und Energie
- die Arbeit vieler Menschen,
- und Rohstoffe, die die Ernährungswirtschaft zu hochwertigen Produkten verarbeitet.

Es ist eine Frage der Wertschätzung, nicht nur des Preises.

Denn wo Lebensmittel weggeworfen werden, werden sie wertlos gemacht.

Und das in einer Welt, die längst in ihren Handelsstrukturen nationale Grenzen überwunden hat.

Deshalb ist unser Umgang mit Lebensmitteln durchaus auch für Menschen von Bedeutung, die in anderen Erdteilen vom Hunger bedroht sind.

Denn viele Produktionsschritte auch für unsere Lebensmittel finden heute auf anderen Erdteilen statt.

Für uns mag das zu vernachlässigen sein: Wir geben ja nur 11 Prozent unserer Konsumausgaben für Nahrung aus.

Aber in armen Ländern sind es bis zu 75 Prozent.

Die Problematik hat also auch eine internationale Dimension:

Die Präsidentin der Welthungerhilfe, Bärbel Dieckmann, hat das jüngst bei einer von mir ausgerichteten Konferenz eindrucksvoll bestätigt.

Deshalb kann unsere Antwort nur lauten, die Lebensmittelverschwendung einzudämmen:

- Weil es um die Achtung vor der Arbeit anderer Menschen geht.
- Weil es der Umwelt gut tut.
- Und weil es unseren Geldbeutel schont.

Ich habe deshalb vor rund drei Wochen die Kampagne „Unsere Lebensmittel – Zu gut für die Tonne“ gestartet.

Wir brauchen einen Schulterschluss aller verfügbaren Kräfte:

Landwirtschaft, Industrie und Handwerk, Verbraucher und Großverbraucher sollten sich einreihen.

Der Startschuss ist gefallen: und der Lebensmittelhandel war von Anfang an ganz vorne mit dabei.

Die Aufklärung über das Mindesthaltbarkeitsdatum, das manche Verbraucherinnen und Verbraucher immer noch zum Anlass nehmen, Lebensmittel wegzuwerfen, ist ein wichtiger Beitrag zum Erfolg.

Vier Millionen Flyer – jeder zweite Supermarkt in Deutschland macht mit.
Essen gehört auf den Teller, nicht in die Tonne.
Das hat der Lebensmittelhandel deutlich gemacht.
Jedem, der für dieses Ziel arbeitet, möchte ich dafür an dieser Stelle danken.

Und hier werden wir nicht stehen bleiben.
Alle sind aufgefordert, weiter Vorschläge zu machen.
Mit dem Handel bin ich dazu schon im Gespräch, auf den BLL werde ich zukommen.
Ich denke: Es lohnt sich – auch für jedes einzelne Unternehmen, das Nachhaltigkeit groß schreibt und so sein Profil bei den Kunden schärft.
Lassen Sie uns so gemeinsam den wirklichen Wert von Lebensmitteln deutlich machen!

II. Regionalität

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich auf einen Absatztrend zu sprechen kommen, der nicht zu übersehen ist.

Regional ist angesagt.

Um das mit Zahlen unterfüttern zu können, habe ich eine Umfrage in Auftrag gegeben:

Fünf Ergebnisse will ich herausgreifen.

Erstens: Rund die Hälfte der Verbraucherinnen und Verbraucher achtet beim Einkauf darauf, dass Lebensmittel aus einer bestimmten Region kommen. Die Nachfrage ist also da.

Zweitens: Fast die Hälfte der Befragten kauft regionale Produkte auch auf dem Wochenmarkt, aber die Supermärkte sind mit Abstand die häufigste Bezugsquelle. Regionale Lebensmittel werden also bei Produzenten direkt und im Handel nachgefragt. Die Angebotspalette ist recht breit.

Drittens: Die große Mehrheit von 80 Prozent der Befragten ist bereit, für Lebensmittel aus der Region mehr Geld auszugeben – auch wenn uns die Erfahrung an den Supermarktkassen Skepsis empfiehlt. Die Befragten sagen: Der Preis ist nicht ausschlaggebend.

Warum sind die Verbraucher bereit, mehr Geld auszugeben? Damit sind wir bei viertens: Weil sie vor allem Vertrauen zu den Landwirten aus der Region haben und auch weil sie kurze Transportwege und Arbeitsplätze in der Heimat unterstützen wollen. Nicht zuletzt sind regionale Lebensmittel Ausdruck eines bestimmten Lebensgefühls.

Ich kann bis hierhin also festhalten:

Die Nachfrage ist da.

Das Angebot scheint es zu geben.

Die Wertschätzung ist greifbar.
Und die Motivation ist sinnvoll.

Doch ein Punkt muss uns zu denken geben – und damit bin ich beim fünften und letzten Punkt.

Nicht mal jeder Fünfte fühlt sich über die regionale Herkunft von Lebensmitteln verlässlich informiert.

Ich möchte deshalb gerne Orientierung bieten und mehr Verlässlichkeit schaffen.

Das fängt bei den Fragen an:

- Was ist die Region?
- Was ist der Bezug zur Region?
- Und wer kontrolliert dies?

Ich nenne als Beispiel den Fruchtjoghurt:

- Wurde nur die Milch für den Joghurt in der Region erzeugt oder auch alle Früchte?
- Und ist die Milch in der Region zu Joghurt verarbeitet worden?

Solche Informationen brauchen die Verbraucher klar verständlich und auf einen Blick, wenn sie ein Produkt in der Hand halten!

Im Interesse der Verbraucher und der vielen bestehenden Vermarktungsinitiativen wollen wir deshalb bei regionalen Produkten

- Transparenz und Klarheit schaffen und
- so auch regionale Wirtschaftsstrukturen stärken!

Wir haben ein Gutachten in Auftrag gegeben, um die verschiedenen Möglichkeiten für verlässliche Regionalkennzeichnungen einander gegenüberzustellen und die Vor- und Nachteile abzuwägen.

Kern meines Vorschlags, den ich aus diesem Gutachten entnehme, ist nun das Konzept eines „Regionalfensters“.

Das Fenster soll den Anwendern einen Rahmen bieten, um verschiedene Informationen darzustellen.

Ich nehme als Beispiel die Erdbeermarmelade.

Dort sieht das Fenster dann so aus:

Produkt aus Schleswig-Holstein.

- Erdbeeren: Schleswig-Holstein 100%,
- Zucker: Deutschland 100%,
- Pektin: Deutschland,
- Herstellung: Schleswig-Holstein.

So könnte es aussehen.

Die Kriterien für die Benennung der Region lauten

- Kleiner als Deutschland
- Größer als eine Kommune, aber exakt an Verwaltungsgrenzen definiert.

Zudem soll gelten:

- Die Hauptzutat muss aus der Region kommen.
- Und insgesamt müssen über 50 Prozent der Zutaten aus der Region kommen.

Bei zusammengesetzten Produkten kann für jede Zutat einzeln dargestellt werden, aus welcher Region sie zu welchem Anteil stammt.

Und neben der Rohstoffherkunft sind auch Aussagen zum Ort der Verarbeitung möglich.

Ein wichtiger Punkt wird dabei für mich auch die Schaffung und das künftige Transparentmachen von Zertifizierungs- und Kontrollstrukturen sein.

Das gehört zur Verlässlichkeit dazu.

Die Umsetzung in die Praxis ist der Schlüssel zum Erfolg.

Ein solches Regionalfenster verankert man nicht im Alleingang.

Das geht nur mit vielen Akteuren zusammen:

Mit Bund und Ländern, aber vor allem mit der Lebensmittelwirtschaft: mit der Industrie und dem Handel – bis runter zu den Produzenten.

Ich werde nichts von oben aufpfropfen.

Das, was ich vorhabe, wird ein Angebot sein an die Akteure: die Teilnahme ist also freiwillig.

Hier würde ich mich auch über Ihre Unterstützung freuen.

Ich bin der festen Überzeugung:

Niemand ist verpflichtet mit der Region zu werben.

Aber wenn mit der Region geworben wird, dann sollen die Verbraucher auch erkennen können warum!

Das verstehe ich unter ehrlichem Essen.

Ich möchte die Transparenz erhöhen, und so auch den fairen Wettbewerb stärken.

Unternehmen, die auf langfristige Kundenbindung setzen, werden davon profitieren.

Lassen Sie uns auch so gemeinsam den wirklichen Wert von Lebensmitteln deutlich machen!

III. Klarheit und Wahrheit

Meine Damen und Herren,
 eine bewusste und ausgewogene Ernährung ist auch ein politisches Ziel.
 Dieses Ziel werden wir nicht erreichen, indem wir den Menschen vorschreiben,
 was sie zu essen oder zu trinken haben.
 Das ist nicht meine Linie.
 Und wir werden dieses Ziel auch nicht erreichen, indem wir den Menschen mit
 Extrasteuern auf bestimmte Lebensmittel eine Kaufentscheidung nahelegen.
 Es würde Geld in die öffentlichen Kassen spülen – ja.
 Aber eine steuernde Wirkung? Da habe ich doch enorme Zweifel.
 Deshalb ist auch das nicht meine Linie.

Meine Linie kennen Sie: sie setzt auf Transparenz, auf Klarheit und Wahrheit.

Mit dem Portal Lebensmittelklarheit.de unterstützen wir den Dialog zwischen Wirtschaft und Verbrauchern im Bereich Lebensmittel.
 Jeder Verbraucher kann seine Fragen oder Zweifel an einer Kennzeichnung äußern und erhält eine Antwort.
 Damit erfüllt die Plattform ihren Zweck – nach wie vor gibt es einen regen Austausch.
 Für die Einstellung der Produktmeldungen in das Portal hat der vzbv Kriterien aufgestellt, die einen fairen Dialog gewährleisten.
 Gleichwohl hätte ich es begrüßt, wenn die Problematik der Bezeichnung „alkoholfrei“ bei Bier anhand eines Dummies diskutiert worden wäre!

Meine Damen und Herren,
 die Begleitforschung zu dem von uns unterstützten Portal „lebensmittelklarheit.de“ bestätigt es:
 Die Verbraucher brauchen mehr Transparenz – und sie sollten mit der Wahrheit bedient werden.
 Sie wollen ehrliche Lebensmittel.

Wir werden nun intensiv auswerten, auf welche Kennzeichnungen und Produktarten sich die meisten Beschwerden und Nachfragen bei lebensmittelklarheit.de konzentrieren.

Die Ergebnisse der Begleitforschung und die Auswertung der Diskussionen im Internetportal werden Ende 2012 vollständig vorliegen.

Auf dieser Grundlage prüft das BMELV dann, ob und wenn ja inwieweit Änderungen beim Deutschen Lebensmittelbuch oder einzelner Rechtsvorschriften notwendig sind.

Wer ehrliches Essen befördern will, kann nur sagen:

Was drauf steht, muss auch drin sein. Oder:

Was drauf steht, muss auch stimmen.

Darauf müssen die Verbraucherinnen und Verbraucher vertrauen können – auch im Hinblick auf gesundheitsbezogene Werbung für Lebensmittel.

Die Meldungen zum Stichwort Health Claim nehme ich sehr ernst.

Wir kennen die Slogans:

- „Gut fürs Immunsystem“,
- „Stärkt die Abwehrkräfte“,
- „Gut für die Verdauung.“

Wir hören sie Tag für Tag.

Dass nun Zeitschriften wie Öko-Test Produkte mit Health Claims getestet haben und kein einziges weiterempfehlen können, ist ein Punkt.

Dass aber nun die Kommission in Abstimmung mit den zuständigen Gremien zu dem Schluss kommt, 1.600 gesundheitsbezogene Werbeslogans nicht zuzulassen, das ist ein anderer und wesentlich wichtigerer Punkt.

Denn dahinter steht die Bewertung der EFSA mit ihrem wissenschaftlichen Sachverstand, auf den wir auch bei den noch ausstehenden Bewertungen, etwa zu den pflanzlichen Stoffen, bauen.

Ich unterstütze die Ziele der Health Claims-Verordnung –

damit Verbraucherinnen und Verbraucher tatsächlich über ihre Ernährung einen verlässlichen Beitrag für ein gesundes und hoffentlich langes Leben leisten können.

Und damit in der Lebensmittelwirtschaft ein fairer Wettbewerb herrscht, in dem keine schwarzen Schafe mit falschen Versprechungen locken.

Das verstehe ich auch unter ehrlichem Essen.

Und ich werbe dafür:

Lassen Sie uns auch so gemeinsam den wirklichen Wert von Lebensmitteln deutlich machen!

IV. Gesunde Ernährung: über Bildung und Aufklärung

Meine Damen und Herren,

mit verlässlichen Angaben auf Lebensmitteln allein werden wir im Hinblick auf Gesundheitsförderung nicht zum Ziel kommen.

Was wir vielmehr zusätzlich brauchen, ist eine breit angelegte Bildungs- und Aufklärungsinitiative – ist ein Dach über die vielfältigen Aktivitäten zur Förderung von gesunder Ernährung und viel Bewegung.

Ich weiß, sehr geehrter Herr Bischof, dass eine ganze Reihe von Mitgliedern des BLL sich hier aktiv einbringen.

„Regionen mit peb“ – das ist Ihr Beitrag, um über ein Projekt dem gesellschaftlich relevanten Problem des Übergewichts entgegenzusteuern.

Sie vernetzen Akteure in den Regionen und stehen mit Rat und Tat zur Seite.

Auch das kann ich nur unterstützen.

Sie befinden sich damit unter dem Dach von IN FORM „Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung.“

Dahinter stehen das Bundesgesundheitsministerium und mein Haus.

Ich meine: Wir können in der Ernährungsbildung gar nicht früh genug anfangen.

Wer schon in der Schule lernt, sich gesund und ausgewogen zu ernähren, der wird ein ganzes Leben lang davon profitieren.

Das werde ich auch bei meinen Länderkollegen anbringen.

Zugleich weiß ich es zu schätzen, wenn das eben nicht nur eine Debatte ist, die sich auf den politischen Raum beschränkt, sondern die auch in Wirtschaft und Gesellschaft geführt wird.

Und deshalb sage ich auch in diesem Zusammenhang:

Lassen Sie uns so gemeinsam den wirklichen Wert von Lebensmitteln deutlich machen!

V. Ein Jahr EHEC

Meine Damen und Herren,
lieber Herr Bischof,

Sie haben es gerade schon angesprochen:

In wenigen Tagen jährt sich der Ausbruch von EHEC in Deutschland.

Als Konsequenz aus der EHEC-Epidemie haben wir ein umfangreiches Maßnahmenpaket geschnürt, um Verbraucherinnen und Verbraucher besser vor Krankheiten zu schützen, die durch Sprossen übertragen werden könnten. Strengere Hygienevorschriften bei der Herstellung, engmaschigere amtliche Kontrollen und neue Strukturen des Krisenmanagements werden die Lebensmittel in Deutschland künftig noch sicherer machen.

Ich habe den Präsidenten des Bundesrechnungshofes gebeten, die komplexen Strukturen des gesundheitlichen Verbraucherschutzes in Deutschland zu überprüfen.

Das Gutachten des Bundesrechnungshofes bestätigt uns darin, dass in einigen Bereichen Handlungsbedarf besteht – sowohl bei den Überwachungsstrukturen in den Ländern als auch beim Bund.

Wir befinden uns zur Zeit in einem intensiven Dialog mit den Ländern und diskutieren auf allen Hierarchieebenen welche Empfehlungen des Bundesrechnungshofes auf welche Art umgesetzt werden können.

Erst gestern haben sich die Abteilungsleiter der Länder und des Bundes in Hamburg getroffen, um über das Gutachten des Rechnungshofes zu beraten und konkrete Umsetzungsmaßnahmen auf den Weg zu bringen.

Bei den weiteren Konsequenzen aus dem EHEC-Geschehen werden wir nicht nur die Zusammenarbeit der Behörden effizienter gestalten, sondern auch die Wirtschaft eng einbinden!

Dies gilt etwa beim Thema der betrieblichen Eigenkontrollen!

Meine Damen und Herren,

aus Sicht des Bundesrechnungshofes und auch aus unserer Sicht war die Einrichtung einer Task Force mit Experten aus den Ländern, von Bund und der EU erfolgreich.

Sie hat sich in der EHEC-Krise bewährt und soll künftig ein fester Bestandteil des Krisenmanagements werden.

Wir wollen nun am Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit in Berlin die notwendigen Strukturen einrichten, damit die Task Force jederzeit einsatzbereit ist.

Ein Jahr nach der EHEC-Epidemie sind Verbraucher in Deutschland damit besser vor Lebensmittelinfektionen geschützt!

Bund, Länder und die Lebensmittelwirtschaft ziehen hier an einem Strang!

VI. Schluss

Meine Damen und Herren,
Lebensmittel sind Mittel zum Leben.
Das ist schon in der Einladung richtig herausgestellt worden.
Als Reaktionen auf diesen Satz habe ich schon vieles gehört.
Den einen ist das zu pathetisch, den anderen zu banal.
Für mich bleibt er schlicht richtig.
Denn er beschreibt die Bedeutung unserer Lebensmittel treffend:
Ihr Wert ist höher als viele sich bewusst machen.

Um die Wertschätzung zu erhöhen, habe ich heute vier Maßnahmen herausgegriffen.

Wir können es gemeinsam angehen.

Und die ersten Schritte sind wir ja auch bereits gegangen – zielstrebig und in dieselbe Richtung.

Ich weiß, die Lebensmittelwirtschaft als wichtigen Partner an meiner Seite zu schätzen.

Denn wem könnte die Wertschätzung von Lebensmitteln mehr am Herzen liegen als den Produzenten und Anbietern von Lebensmitteln?

Vielen Dank.