

## Lebensmittelkennzeichnungen: in ihrer Wirkung überschätzt

Ludwig Theuvsen

Georg-August-Universität Göttingen

Lebensmittelkennzeichnungen haben eine lange Tradition. Dies ist nicht überraschend. So hat jeder Hersteller ein Interesse daran, seine Erzeugnisse zu markieren, um sie von konkurrierenden Produkten abzuheben. Die Markierung gilt dementsprechend insbesondere bei homogenen Produkten, wie dies Lebensmittel überwiegend sind, als zentrales Element einer abnehmergerichteten Differenzierungsstrategie (MEFFERT, BURMANN und KIRCHGEORG, 2008). Ferner sind Lebensmittel vielfach Erfahrungs- oder sogar Vertrauensgüter und daher durch Informationsasymmetrien gekennzeichnet, die opportunistisch handelnde Produzenten und Händler zu ihren Gunsten ausnutzen können. Die Folgen von Informationsasymmetrien können Marktversagen (AKERLOF, 1970) oder – da es sich bei Lebensmitteln um sog. „notwendige Güter“ mit sehr unelastischer Nachfrage handelt (HARDES und UHLY, 2007) – die (gesundheitliche) Schädigung der Verbraucher sein. Es ist daher kein Zufall, dass schon immer erhebliche Anstrengungen zum Schutze des Verbrauchers vor Täuschungen durch falsche Produktkennzeichnungen unternommen wurden. Während diese Aufgabe zunächst lange Zeit den Zünften oblag (GRÜNE, 2002), wurde sie in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts der neu etablierten staatlichen Lebensmittelüberwachung übertragen. Eine zentrale Rolle kam dabei dem Gesetz über den Verkehr mit Nahrungsmitteln, Genussmitteln und Gebrauchsgegenständen vom 15. Mai 1879 zu (GRÜNE, 1994), dessen Regelungslücken durch die Bundesratsverordnung vom 26. Juni 1916 gegen die irreführende Bezeichnung der Nahrungs- und Genussmittel geschlossen wurden (BÖMER, 1917).

In Deutschland ist die Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung (LMKV) die zentrale Vorschrift für die Kennzeichnung von Lebensmitteln, die in Fertigpackungen an Endverbraucher abgegeben werden. Sie ist mittlerweile stark durch europäisches Recht geprägt; grundlegend war insoweit Richtlinie 79/112/EWG vom 18. Dezember 1978 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln. Gesetzlich vorgeschriebene Mindestangaben auf verpackten Lebensmitteln sind – vereinfachend gesagt – die Verkehrsbezeichnung, der Name und die Anschrift des Herstellers, Verpackers oder Verkäufers, ein Verzeichnis der Zutaten, das Mindesthaltbarkeitsdatum, die Füllmenge, die Losnummer und der Preis, wobei letzterer auch in Produktnähe am Regal angebracht sein kann.

Seit einigen Jahren werden Produktkennzeichnungen verstärkt zur Erreichung politischer Ziele eingesetzt. DG SANCO (2006) etwa verfolgt das Ziel eines „labelling which will provide consumers with necessary information

to enable them to make safe, healthy and sustainable choices.“ Als zentrale Handlungsfelder wurden u. a. *nutrition, origin, welfare* und *GMO labelling* identifiziert. Dementsprechend wurden u. a. die Allergen- (vgl. zuletzt Richtlinie 2007/68/EG) und die GVO-Kennzeichnung (vgl. etwa den Hinweis „ohne Gentechnik“ gemäß § 3a des EG-Gentechnik-Durchführungsgesetzes) sowie die Gesetzgebung zu nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben über Lebensmittel (Verordnung (EG) 1924/2006) weiterentwickelt. Die Überlegungen zur Tierschutzkennzeichnung befinden sich noch in der Diskussion, genießen aber so viel politischen Rückenwind, dass mit der Kreierung entsprechender Label gerechnet werden muss (BMELV, 2007).

Weitere Möglichkeiten zur Produktkennzeichnung sind in den vergangenen Jahren – mit teilweise beträchtlicher politischer Unterstützung (THEUVSEN, 2007) – in Form von Zertifizierungs-Labeln geschaffen worden. „Certification is the (voluntary) assessment and approval by an (accredited) party on an (accredited) standard“ (MEUWISSEN et al., 2003: 172). Hat ein Unternehmen das neutrale Dritt-Parteien-Audit erfolgreich absolviert, wird ihm ein Zertifikat verliehen, das als Qualitätssignal verwendet werden kann, z.T. auch gegenüber Endverbrauchern durch Abdruck auf der Produktverpackung. Dies geschieht regelmäßig bei Zertifizierungssystemen, die der Produktdifferenzierung dienen (z.B. Öko-Label), teilweise aber auch bei Systemen, die lediglich Mindeststandards absichern wollen, wie dies etwa beim System Qualität und Sicherheit und seinem QS-Zeichen der Fall ist (THEUVSEN, PLUMEYER und GAWRON, 2007). Dass insoweit noch nicht „das Ende der Fahnenstange“ erreicht ist, zeigen erste Ansätze des „CO<sub>2</sub>-Labelling“ von Lebensmitteln (HÖFINGHOFF, 2007).

Auch in Deutschland werden unvermindert große Hoffnungen in weitere, bestimmte Produkt- oder Prozessqualitäten hervorhebende Lebensmittelkennzeichnungen gesetzt. Deutlich geworden ist dies erneut im Zuge der Vorstellung der Nationalen Verzehrsstudie II. Die Erkenntnis, dass 66 % der Männer und 51 % der Frauen übergewichtig sind, wurde von der Bundesregierung mit dem Aktionsplan Ernährung und Bewegung beantwortet, der Produktinformationen als eine wichtige Informationsquelle für gesundheitsbewusste Verbraucher nennt. Neben Aufklärungskampagnen, Zeitschriften, Herstellerangaben im Internet usw. wird insbesondere einer klaren und verständlichen Produktkennzeichnung eine wichtige Rolle beigemessen (BMELV und BMG, 2007). Inzwischen wurden Darstellungsvorschläge für erweiterte Nährwertinformationen auf Verpackungen unterbreitet, die – ähnlich wie die jüngsten Vorschläge der EU-Kommission – für Kalorien, Zucker, Fett, gesättigte Fett-

säuren und Kochsalz Angaben in absoluten Zahlen sowie in Prozent der Richtwerte für die Tageszufuhr vorsehen (BMELV, 2008).

Der Trend zu immer umfangreicheren Produktkennzeichnungen führt zu der Frage, welcher Stellenwert dem Labeling für Kaufentscheidungen bei Lebensmitteln zukommt. Folgt man den Ernährungspsychologen ELLROTT und PUDEL (1998: 23), so ist das „Essverhalten eines Menschen ... ein extrem stabiles und zeitlich überdauerndes Verhalten, das in einem viele Jahrzehnte andauernden Erfahrungs- und Lernprozess etabliert und fortwährend stabilisiert wurde.“ Es wird beeinflusst durch individuelle genetische Vorgaben, kollektive sozio-kulturelle Lernprozesse, emotionale Komponenten (Stress u.ä.) sowie eine kognitive Dimension (Wissen, Information usw.). Den in allen westlichen Industrieländern nach dem Zweiten Weltkrieg zu beobachtenden zunehmenden Fettverzehr, der eine wesentliche Ursache des verbreiteten Übergewichts darstellt, führen ELLROTT und PUDEL (1998) überwiegend auf sozio-kulturelle Faktoren zurück. Oder anders formuliert: Die kognitive Dimension ist an diesem Vorgang kaum beteiligt und die Strategie, den Menschen im Wege umfangreichere Produktkennzeichnungen mehr Informationen zur Verfügung zu stellen, daher kaum zielführend.

In eine ähnliche Richtung weisen die Ergebnisse der Käuferverhaltensforschung. Danach treffen Verbraucher bei Gütern des täglichen Bedarfs überwiegend habituelle Kaufentscheidungen. Lebensmittel sind für weite Teile der Bevölkerung – von Ausnahmen (Besuch, Festtage, Geschenke usw.) abgesehen – Low-Involvement-Produkte, bei deren Beschaffung der Grad der „Ich-Beteiligung“ gering ist und keine aufwändigen Akte der Informationsgewinnung und -verarbeitung durchlaufen werden (MEFFERT, BURMANN und KIRCHGEORG, 2008).

Ohne an dieser Stelle auf weitere Details zum Kaufverhalten bei Lebensmitteln einzugehen, kann festgehalten werden, dass mit Produktkennzeichnungen in der Regel nicht Durchschnittskäufer, sondern nur besonders involvierte, gezielt einkaufende und daher ohnehin besser informierte Verbraucher erreicht werden. So werden Allergiker sicherlich verbesserte Informationen über Allergene und Gentechnikgegner eine transparentere GVO-Kennzeichnung zur Kenntnis nehmen. Nährwertinformationen wiederum werden am ehesten von sich sehr bewusst ernährenden Konsumenten verarbeitet, jedoch kaum von jenen Nachfragern, die bislang bereits ein geringes Involvement bei Lebensmittelkäufen an den Tag legten und mithin mit größerer Wahrscheinlichkeit zur übergewichtigen Mehrheit der Bevölkerung gehören dürften. Kurzum: Verbesserte Nährwertinformationen auf Lebensmittelverpackungen werden hinsichtlich ihrer Wirkungen allgemein überschätzt und kaum zur Änderung des Ernährungsverhaltens breiter Bevölkerungsschichten beitragen. Dass in den USA bereits seit 1994 standardisierte Nährwertinformationen auf verpackten Lebensmitteln Pflicht sind (KESSNER und MASCHKOWSKI, 2005), darf durchaus als erster Beleg für diese These gewertet werden. Der Schlüssel zu gesünderer Ernährung liegt eher im sozio-kulturellen Bereich. Für die Verbraucher- und Gesundheitspolitik ist dies eine durchaus betrübliche

Einsicht, sind doch kulturelle Phänomene allenfalls mittel- und langfristig, nur bedingt zielgerichtet und am wenigsten durch Informationen zu beeinflussen (SCHEIN, 1992).

## Literatur

- AKERLOF, G. A. (1970): The Market for ‚Lemons‘: Quality Uncertainty and the Market Mechanisms. In: Quarterly Journal of Economics 84 (3): 488-500.
- BMELV (Hrsg.) (2007): Tierschutz – Verbesserung durch Kennzeichnung? Bonn.
- (2008): Eckpunkte für einen Leitfaden für erweiterte Nährwertinformationen auf Lebensmittelverpackungen bzw. -etiketten. o.O.
- BMELV und BMG (Hrsg.) (2007): Gesunde Ernährung und Bewegung – Schlüssel für mehr Lebensqualität. o.O.
- BÖMER, A. (1917): Die Bundesratsverordnung vom 26. Juni 1916 gegen die irreführende Bezeichnung der Nahrungs- und Genussmittel. In: Zeitschrift für Untersuchung der Nahrungs- und Genussmittel 34 (1): 10-18.
- DG SANCO (2006): Labelling: Competitiveness, Consumer Information and Better Regulation for the EU. Consultative Document. Februar 2006.
- ELLROTT, T. und V. PUDEL (1998): Adipositas: Aktuelle Perspektiven. 2. Auflage. Thieme, Stuttgart und New York.
- GRÜNE, J. (1994): Anfänge staatlicher Lebensmittelüberwachung in Deutschland. Franz Steiner, Stuttgart.
- (2002): Staatliche Lebensmittelüberwachung in Deutschland. In: Der Bürger im Staat 52 (4): Nahrungskultur: Essen und Trinken im Wandel: 188-192.
- HARDES, H.-D. und A. UHLY (2007): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. 9. Auflage. Oldenbourg, München und Wien.
- HÖFINGHOFF, T. (2007): Der Mensch als CO<sub>2</sub>-Emitent. In: <http://www.faz.net>; Zugriffsdatum 9. April 2008.
- KESSNER, L. und G. MASCHKOWSKI (2005): Lebensmittelkennzeichnung: Was wollen Verbraucherinnen und Verbraucher wissen? In: Ernährung im Fokus (8): 231-235.
- MEFFERT, H., C. BURMANN und M. KIRCHGEORG (2008): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. 10. Auflage. Gabler, Wiesbaden.
- MEUWISSEN, M.P.M. et al. (2003): Traceability and Certification in Meat Supply Chains. In: Journal of Agribusiness 21 (2): 167-181.
- SCHEIN, E.H. (1992): Organizational Culture and Leadership. 2. Auflage. Jossey-Bass, San Francisco.
- THEUVSEN, L. (2007): Von der Gewährleistungs- zur Initiativefunktion: Neue Handlungsstrategien des Staates am Beispiel des gesundheitlichen Verbraucherschutzes. In: Gesellschaft für öffentliche Wirtschaft (Hrsg.): Die Zukunft der öffentlichen Dienstleistungen. Berlin: 40-68.
- THEUVSEN, L., C.-H. PLUMEYER und J.-C. GAWRON (2007): Certification Systems in the Meat Industry: Overview and Consequences for Chain-wide Communication. In: Polish Journal of Food and Nutrition Sciences 57 (4(C)): 563-569.

Autor:

**PROF. DR. LUDWIG THEUVSEN**  
 Georg-August-Universität Göttingen  
 Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung  
 Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen  
 Tel.: 05 51-39 48 51, Fax: 05 51-39 46 21  
 E-Mail: Theuvsen@uni-goettingen.de