



Bericht über die
Delegiertenversammlung
des Ständigen Ausschusses Hauswirtschaft
und Verbraucherthemen
am 23. und 24. März 2017 im Erbacher Hof, Mainz

Liebe Frauen,

etwas kürzer als gewohnt hat das diesjährige Frühjahrsplenium des Ständigen Ausschusses Hauswirtschaft und Verbraucherthemen getagt. Denn direkt im Anschluss an unser Treffen fand das Symposium „Herausforderung Geschlechtergerechtigkeit“ statt, bei dem auch unser Ausschuss vertreten war – personell und inhaltlich. Doch trotz der Kürze brachte uns vor allem der Studienteil intensive Diskussionen und wichtige Erkenntnisse in Sachen „Labeldschungel“ – ein Thema, das uns auch in Zukunft weiter beschäftigen wird. Die Referentinnen des Studienteils haben uns ihre Präsentationen zur Verfügung gestellt. Sie können bei Interesse im Sekretariat angefordert werden.

Anni Rennock und Margot Klein
(Sprecherinnen)

Vertrauen ist gut, nachfragen ist besser

Studienteil der Delegiertenversammlung informierte über Qualitätssiegel bei Lebensmitteln

Ob Blauer Engel oder Naturland, ob FSC, Transfair oder Initiative Tierwohl: Siegel wollen ein Produkt als besonders ökologisch und nachhaltig, als sozial gerecht oder tierfreundlich kennzeichnen und damit Orientierungshilfe bieten. Ein grundsätzlich begrüßenswertes Unterfangen. Doch angesichts von über 1.000 Produktzeichen allein in Deutschland ist es für Verbraucherinnen und Verbraucher nahezu unmöglich geworden, den Überblick im Dickicht der Label zu behalten. Und zu unterscheiden, welche Siegel Vertrauen verdienen oder lediglich als Marketing-Instrumente benutzt werden.

Umso wichtiger ist es, das kritische Bewusstsein zu schulen und im Zweifelsfall zu wissen, wer seriös und unabhängig über die Aussagekraft eines Siegels informiert. Wie zum Beispiel die Verbraucherzentralen.

Den Weg durch den Dschungel finden

Der Ständige Ausschuss Hauswirtschaft und Verbraucherthemen hatte mit Christiane Kunzel eine Vertreterin der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen für das Thema gewinnen können. Die Expertin für den Bereich „Spezielle Verbraucherthemen“ referierte während der Delegiertenversammlung über „Siegelklarheit im Labeldschungel“ im Bereich Lebensmittel. Inhaltlich eingeführt und Begrifflichkeiten geklärt hatte zuvor Helga Klingbeil-Weber, Referentin für Hauswirtschaft und Verbraucherfragen im kfd-Bundesverband.

Bei aller Unübersichtlichkeit und Fülle auf dem Siegel-Markt gibt es eine verlässliche Orientierung. Christiane Kunzel wartete gleich zu Beginn mit der Klarstellung auf, dass „dort, wo Bio drauf steht, auch Bio drin ist“. Denn die Bezeichnung „Bio“ oder auch



Christiane Kunzel von der Verbraucherzentrale NRW referierte über „Siegelklarheit im Labeldschungel“.

„Öko“ ist ein europaweit geschützter Begriff. 2007 hat der Gesetzgeber in der seit 1990 bestehenden EU-Öko-Verordnung definiert, wie derartige Lebensmittel erzeugt und hergestellt werden müssen. Eindeutig zu erkennen sind diese Produkte am 2010 eingeführten EU-Bio-Logo, einem stilisierten Blatt aus den zwölf EU-Sternen auf grünem Hintergrund. Daneben stehen ein Kontrollcode und der Herkunftsort der verschiedenen Rohstoffe.



Öko-Produkte, die in Deutschland verkauft werden, tragen bereits seit 2001 das staatliche Bio-Siegel, ein sechseckiges, grün-schwarz-weißes Symbol. Etwa 4.880 Unternehmen nutzen das deutsche staatliche Bio-Siegel, rund 76.400 Produkte sind damit gelabelt.

Doch die Siegelpflicht bezieht sich bisher nur auf verpackte Lebensmittel, „lose Ware“ wie Obst und Gemüse sind davon ausgenommen. Der Handelskonzern Rewe experimentiert derzeit mit einer Methode, die per Lasertechnik die relevanten Informationen auf (schälbares) Gemüse aufbringen könnte. Abschließende Untersuchungsergebnisse – auch über mögliche gesundheitliche Auswirkungen – stehen jedoch noch aus.

Neben den staatlichen Siegeln gibt es im Bereich der ökologischen Landwirtschaft die Siegel der Anbauverbände, beispielsweise von Demeter, Bioland, Ecovin oder Ecoland. Diese unterliegen zum Teil noch strengeren Anforderungen als die offiziellen Logos. „Die Öko-Handelsmarken kann man hingegen vergessen“, betonte Christiane Kunzel. Konzerneigenen Siegeln wie ReweBio, Naturkind oder Alnatura lägen keine eigenen Kriterien zugrunde, sondern sie seien reine Marketing-Instrumente zur Kundenbindung. „Denn auch diese Produkte müssen sich letztlich alle an die EU-Bio-Verordnung halten.“

Gesetzlich ebenso wenig geschützt wie die Siegel des Handels sind übrigens Begriffe wie „alternativ“, „unbehandelt“ oder „aus umweltschonendem Anbau“. Dennoch werden sie von Produzenten und Handel munter verwendet. Denn Bio ist lukrativ, der Wachstumstrend der Branche ungebrochen. Mit 6,4 Prozent der bewirtschafteten Fläche ist der ökologische Landbau zwar immer noch eine Nischenbewegung. Aber eine Nischenbewegung mit Aufwärtstrend: In den letzten 20 Jahren hat sich die Zahl der Bio-Betriebe und der bewirtschafteten Flächen mehr als verdreifacht. Nach den USA ist Deutschland der größte Markt für Bio-Produkte.



Das Impulsreferat regte die Delegierten – wie hier Maria Luise Niemetz – zu einer lebhaften Diskussion an.

Am liebsten aus der Region

Aber nicht nur Bio ist „in“. Der Ernährungsreport 2017 hat herausgefunden, dass 72 Prozent der Verbraucher(innen) Wert auf regionale Lebensmittel legen. Lebensmittel, deren Rohstoffe sowohl vor Ort angebaut als auch verarbeitet werden. Nur leider ist der Begriff gesetzlich nicht definiert, und der Handel versteht darunter etwas anderes als der Verbraucher. Manchmal etwas völlig anderes. Christiane Kunzel nannte als Beispiel das „Sylter Salatfrische Toppng“, eine Salatsauce, bei der weder das Rezept, noch die Zutaten oder die Produktion etwas mit der Nordseeinsel zu tun haben. „Das grenzt an Verbrauchertäuschung“, sagte die Fachfrau der Verbraucherzentrale.

Siegel bieten auch bei regionalen Lebensmitteln eine Orientierungshilfe. Allerdings gilt es, bei den insgesamt drei EU-Qualitätslogos – rot- oder blau-gründige Kreise mit gezacktem Rand und einer Umschrift – genau hinzuschauen, um die Unterschiede zu erkennen und die Spreu vom Weizen zu trennen. Das strengste von ihnen mit der Beschriftung „Geschützte Ursprungsbezeichnung“ garantiert, dass Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung in einem bestimmten geografischen Gebiet nach einem anerkannten und festgelegten Verfahren erfolgt sind. Zu diesen Produkten gehören beispielsweise Allgäuer Emmentaler, Feta-Käse oder Parmaschinken. In Deutschland sind lediglich zwölf Produkte damit gesiegelt.



Siegel-Wirrwarr auf Länderebene

Unüberschaubar ist inzwischen die Fülle an regionalen Qualitätszeichen der Bundesländer und regionalen Initiativen – 60 davon allein in Nordrhein-Westfalen. Sie alle unterscheiden sich in ihren Kriterien und Qualitätsansprüchen zum Teil deutlich voneinander.

Mehr Transparenz und Klarheit verspricht hingegen die Kennzeichnung „Regionalfenster“. Die Beschriftung innerhalb des Logos verrät, woher die Zutaten stammen, wo sie verarbeitet wurden und wie hoch der regionale Anteil ist. „Ein guter Schritt in die richtige Richtung“, kommentierte Christiane Kunzel das Siegel. „Jetzt wünschen wir uns nur noch, dass das alles gesetzlich geregelt wird“. Als Fazit bleibt, dass das kritische Bewusstsein der Verbraucherin auch bei den regionalen Anbietern gefordert ist. „Schauen Sie genau hin“, empfahl Christiane Kunzel. Und Margot Klein, stellvertretende Sprecherin des Ständigen Ausschusses, ergänzte im Hinblick auf die feinen Unterschiede im Kleingedruckten: „Wir müssen alle noch einmal neu lesen lernen“.



Tierwohl? Tierwohl!

Ein eigenes Segment im Siegelmarkt stellen die Labels dar, die auf Fleisch zu finden sind. Laut Christiane Kunzel stellen sich die Verbraucherinnen und Verbraucher erst seit kurzem die Frage, wie Nutztiere leben und wie sie geschlachtet werden.

Bisher von Produzenten und Handel gerne in der Anonymität belassen, seien es vor allem die Medien gewesen, die die Tierhaltung in der Landwirtschaft zunehmend ins Bewusstsein geholt hätten. „Generell lässt sich sagen, dass die Tierhaltung in Deutschland schlecht ist“, stellte Kunzel fest.

Um Abhilfe zu schaffen, gründeten Unternehmen und Verbände aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Lebensmitteleinzelhandel 2015 die „Initiative Tierwohl“. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, die Haltung von Schweinen und Geflügel zu verbessern. Wenn ein Landwirt die Kriterien der Initiative erfüllt, erhält er Geld aus einem Fonds, den der Verbraucher mit vier Cent pro gekauftem Kilogramm Fleisch finanziert. Dieses Fleisch ist mit dem Logo der Initiative gekennzeichnet. „Was aber nicht bedeutet, dass dieses Tier auch artgerecht gelebt hat“, erläutert Christiane Kunzel. Überhaupt: Die Verbraucherzentralen kritisieren die Initiative, besonders wegen ihrer fehlenden Transparenz. Denn für den Verbraucher ist nicht ersichtlich, dass das mit dem Initiative-Label versehene Stück Fleisch nicht unbedingt von einem artgerecht gehaltenen Tier stammt. Ob sich durch die Vorgaben der Initiative das Tierwohl wirklich entscheidend verbessern lässt, ist ebenfalls fragwürdig: Schreibt der Gesetzgeber vor, dass auf einem Quadratmeter höchstens 20 Hähnchen gehalten werden dürfen, sind es bei der Initiative 18.

Empfehlenswerter sind laut Christiane Kunzel die Gütesiegel „Für mehr Tierschutz“ vom Deutschen Tierschutzbund und „Tierschutz-kontrolliert“ der Organisation Vier Pfoten. Im Rahmen eines zweistufigen Systems wollen sie eine deutliche Verbesserung

bei der Haltung von Tieren erreichen. „Die Premium-Stufe dieser Labels ist mit Bio-Haltung vergleichbar“, sagt Christiane Kunzel. Produkte mit den Gütesiegeln sind unter anderem bei Kaufland, Aldi, Lidl und Galeria Kaufhof erhältlich; der Vertrieb soll weiter ausgebaut werden.

Und auch der Staat plant, ein Tierwohllabel einzuführen, das mehrere Stufen umfasst. Der Kriterienkatalog wird zur Zeit erarbeitet, 2018 soll es auf den Markt kommen – auf freiwilliger Basis. Eine Umfrage des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft hat ergeben, dass 88 Prozent der deutschen Verbraucher für Fleisch aus artgerechter Tierhaltung mehr bezahlen würden. „Wir müssen bereit sein, tiefer in die Tasche zu greifen“, bekräftigte Christiane Kunzel. „Produkte von Tieren, die gut gelebt haben, gibt es nicht zum Nulltarif.“ Grundsätzlich begrüßte sie das mehrstufige System, das den Landwirten den niederschweligen Einstieg ermöglicht und zunächst den konventionellen Bereich so weit wie möglich verbessert: „Wir müssen die breite Masse erreichen“.

Zusammenfassend machte die Expertin von der Verbraucherzentrale nochmals darauf aufmerksam, dass der Begriff „Bio“/„Öko“ gesetzlich geschützt ist – im Gegensatz zu „Region“/„Regional“. Und sie appellierte an ihre Zuhörerinnen: „Bleiben Sie kritisch und fragen Sie im Zweifelsfall immer nach“.

In der anschließenden Diskussion wurde ergänzend darauf hingewiesen, dass im Bereich der Schlachthöfe nicht nur für Tiere häufig katastrophale Bedingungen herrschen, sondern auch für Arbeiterinnen und Arbeiter – vor allem aus Osteuropa. Auch diese soziale Komponente gälte es im Auge zu behalten.

Das kfd-Siegel: klimafreundlich-frauengerecht-demokratisch

Um das eigene Verbraucherinnenverhalten zu reflektieren, beantworteten die Delegierten vor dem Studienteil zu zweit einen Fragebogen: Wie bist du nach Mainz gekommen? Hast du für deine Rente gesorgt? Gehst du wählen? Diese und andere Fragen sollten sich die Frauen gegenseitig stellen und die Antworten mit Punkten bewerten.

Nach intensiver Diskussion wurde jede anschließend gelabelt und bekam das kfd-Siegel verliehen.



Helga Klingbeil-Weber und Petra Fjüßer prüfen gegenseitig ihre Labeltauglichkeit.



Silvana Bertolini-Knapp freut sich über ihr klimafreundlich-frauengerecht-demokratisch-Siegel.

Nachgefragt

„Verbraucherschutz ist ein wichtiges Thema für mich. Für uns als Multiplikatorinnen war der Studienteil eine sehr gute Weiterbildung. Ich habe Impulse bekommen, wie wir vor Ort weitermachen können.“ *Irene Burkert, DV Mainz*

„Als neue Delegierte war ich positiv überrascht von dieser Versammlung und vor allem vom Studienteil. Ich bin richtig gestärkt durch diesen Kreis und werde einige der Inhalte bei unserem nächsten Gruppentreffen vorstellen.“

Rita Schierhorn, DV Mainz

„Aus dem Vortrag von Christiane Kunzel habe ich viel mitgenommen. Und der Fragebogen und das kfd-Siegel waren ganz besondere Höhepunkte!“

Anni Rennock, Sprecherin Ständiger Ausschuss

„Sehr gefreut habe ich mich, dass die bisher vakanten Diözesanverbände Mainz und Speyer wieder besetzt sind. Gut gefallen hat mir auch das vertiefte Kennenlernen durch den Fragebogen.“

H. Klingbeil-Weber, Referentin, kfd-Bundesverband

„Unsere Arbeit ist wieder deutlich sichtbar geworden, und die Form des Studienteils war gut dafür geeignet, um dieses wichtige Thema zu transportieren.“ *Margot Klein, stv. Sprecherin Ständiger Ausschuss*

„Bei der Fragebogen-Aktion war die Stimmung gelöst und trotzdem waren unsere Gespräche inhaltlich gehaltvoll. Ich bin richtig motiviert, mich noch stärker politisch einzumischen.“

Monika Weber, DV Hamburg

Tipps & Empfehlungen

www.code-check.de

www.siegelklarheit.de

www.label-online.de

www.lebensmittelklarheit.de

Portal der Verbraucherzentrale, auf dem Konsumenten auf mögliche Verbrauchertäuschungen hinweisen können.

<https://secured.greenpeace.org/austria/de/aktivwerden/proteste/konsum/mikroplastik/>

Seite von Greenpeace, auf der sich ein Mikroplastik-Ratgeber bestellen oder herunterladen lässt.

www.bruderhahn.de

www.utopia.de

Herausgeberin

Katholische Frauengemeinschaft Deutschlands, Bundesverband e.V.

Prinz-Georg-Str. 44, 40477 Düsseldorf

www.kfd.de

Ständiger Ausschuss Hauswirtschaft und Verbraucherthemen

Telefon (0211) 44992-47

Sekretariat: Monika Pfeil

E-Mail: monika.pfeil@kfd.de

Internet: www.kfd-bundesverband.de/die-kfd/staendiger-ausschuss-hauswirtschaft-und-verbraucherthemen.html

www.kfd-bundesverband.de/die-kfd/staendiger-ausschuss-hauswirtschaft-und-verbraucherthemen.html

Text, Fotos & Satz: Stephanie Meyer-Steidl



26 Delegierte aus 18 Diözesanverbänden sowie die Sprecherinnen des Ausschusses und die Referentin des kfd-Bundesverbandes waren in Mainz vertreten.

Anhang

Elisabeth Glauner vom Diözesanverband Köln hatte der Delegiertenversammlung einen Text mitgebracht. Er kursiert in verschiedenen Versionen im Internet und kann hier noch einmal nachgelesen werden:

Umweltschutz kannten wir nicht

Beim Bezahlen an der Kasse im Supermarkt schlägt die Kassiererin einer alten Dame vor, sie möge doch beim nächsten Einkauf ihre Einkaufstasche mitbringen, denn Plastiktüten seien schlecht für die Umwelt. „Da haben Sie Recht“, entschuldigt sich die Kundin, „doch leider war ich in Eile und habe meine Einkaufstasche entgegen meiner Gewohnheit zu Hause vergessen“.

Die junge Frau erwidert: „Ja wissen Sie, unser Problem ist nämlich, dass Ihre Generation sich keine Gedanken darüber gemacht hat, in welchem schlechtem Zustand sie die Umwelt uns und den zukünftigen Generationen hinterlässt. Umweltschutz ist sicherlich ein Fremdwort für Sie“.

„Das stimmt. Unsere Generation kannte keinen Umweltschutz. Das war auch gar nicht nötig, denn Sprudel- und Bierflaschen gaben wir an den Laden zurück, in dem wir sie gekauft hatten. Von dort gingen sie an den Hersteller, der die Flaschen wusch, sterilisierte und auffüllte, so dass jede Flasche unzählige Male benutzt wurde. Die Milch holten wir beim Milchhändler in unserer eigenen Milchkanne ab. Ja, stimmt, Umweltschutz kannten wir nicht.“

Für unsere Gemüseinkäufe benutzten wir Einkaufsnetze, für den Resteinkauf unsere Einkaufstaschen. Vergaßen wir sie, so packte uns der Händler den Einkauf in braune Papiertüten, die wir zu Hause für viele Zwecke weiter verwendeten, zum Beispiel zum Einpacken der Schulbücher, die uns von der Schule unter der Auflage, dass wir sie gut behandeln, kostenlos zur Verfügung gestellt wurden. Nach Beendigung des Schuljahres wurden sie wieder eingesammelt und in gutem Zustand an den nachfolgenden Jahrgang weitergereicht. Aber Umweltschutz kannten wir nicht.

Wir stiegen Treppen hoch, denn Aufzüge oder Rolltreppen gab es nicht – so wie heute in jedem Kaufhaus oder Bürogebäude. Wir gingen zu Fuß die paar Schritte zum nächsten Lebensmittelgeschäft und benutzten dazu keinen 300 PS starken Geländewagen. Sie haben Recht, Umweltschutz kannten wir nicht.

Damals wuschen wir die Babywindeln, weil es keine Einwegwindeln gab. Wir trockneten die Wäsche nicht in einem Stromfressenden Trockner, sondern mit Wind- und Solarenergie auf der Wäscheleine aus Hanf. Die Kleidung der Kinder ging stets an die jüngeren Geschwister, denn immer neue Kinderkleidung konnten wir uns nicht leisten. Aber Umweltschutz kannten wir nicht.

Im Haus hatten wir ein einziges Radio und später einen kleinen Fernseher mit einem Bildschirm in Taschentuchgröße. In der Küche gab es keine elektrischen Maschinen. Alles wurde von Hand geschnitten, geraspelt, geschält. Als Polstermaterial für Päckchen oder Pakete benutzten wir alte Zeitungen, kein Styropor oder Plastikblasen. Der Rasenmäher wurde mit der Hand geschoben, machte keinen Krach und keinen Gestank. Das war unser Fitnesstraining, weshalb wir keine Fitnessstudios mit elektrischen Laufbändern und anderem Energiefressenden Unsinn benötigten. Aber Umweltschutz kannten wir nicht.

Das Wasser tranken wir aus der Leitung und benötigten dazu keine Plastiktasse oder Plastikflasche. Unsere leeren Schreibfüller wurden wieder mit Tinte gefüllt, anstatt neue zu kaufen. Papier wurde beidseitig beschrieben. Stumpfe Rasierklingen wurden ersetzt und nicht gleich ein neuer Rasierapparat gekauft. Aber Umweltschutz kannten wir nicht.

Damals fuhren unsere Kinder mit dem Bus, der Straßenbahn, dem Fahrrad oder gingen zu Fuß zur Schule. Einen 24-stündigen Taxiservice der Mutter mit dem 50.000 Euro teurem Auto gab es nicht. In jedem Zimmer gab es eine Steckdose und keine Steckdosenleisten für unzählige Stromfresser, und wir benötigten auch kein von einem 35.000 Kilometer entfernten Satelliten gesteuertes System, um die nächste Imbissbude zu finden. Aber Umweltschutz kannten wir nicht.

Seltsam, dass sich die junge Generation darüber beklagt, wir hätten verschwenderisch gelebt. Glaubt ihr wirklich, wir Alten benötigen eine Belehrung von euch Grünschnäbeln? Und dann auch noch von einem Mädchen, das mir noch nicht einmal das Wechselgeld herausgeben kann, ohne die elektronische Kasse zu befragen. Schönen Tag noch – und vergiss den Umweltschutz nicht!

Verfasser(in) unbekannt