

# Studienauswertung: Mindestens jedes vierte Tierprodukt stammt von einem kranken Nutztier

geschrieben von Andreas | 22. September 2016  
Pressemitteilung

Berlin, 22. September 2016. Lebensmittel mit tierischen Zutaten stammen zu einem großen Teil von kranken Nutztieren. Das ist das Ergebnis einer Auswertung wissenschaftlicher Studien durch die Verbraucherorganisation foodwatch. Die Untersuchungen hat Matthias Wolfschmidt, stellvertretender foodwatch-Geschäftsführer, in seinem heute veröffentlichten Buch "Das Schweinesystem – Wie Tiere gequält, Bauern in den Ruin getrieben und Verbraucher getäuscht werden" (erschienen im Verlag S. Fischer, 235 Seiten, 18 Euro) zusammengefasst.

Demnach macht mindestens jede zweite Milchkuh einmal im Jahr haltungsbedingte Krankheiten durch, die größtenteils vermeidbar sind. Etwa jeder zehnte Liter Milch stammt von einer Kuh mit entzündetem Euter. Schlachthofbefunden zufolge litt etwa jedes zweite Schwein an haltungsbedingten Krankheiten. Statistisch gesehen war zudem mindestens jedes vierte Hähnchen vorher ein kranker Hahn, wurden 4 von 10 Eiern von einer Henne mit Knochenbrüchen gelegt. Angesichts der uneinheitlichen Datenlage lassen sich die Studien nur näherungsweise zusammenfassen. Als Faustregel müssen Verbraucherinnen und Verbraucher jedoch davon ausgehen, dass mindestens jedes vierte Tierprodukt von einem kranken Tier stammt. Beim Einkauf ist dies nicht zu erkennen, die Produkte kranker Tiere werden regelmäßig als "gesunde" Lebensmittel angeboten.

“Wenn es um Tierhaltung geht, wird fast nur über formale Kriterien wie Platzbedarf oder Ausgestaltung der Ställe gesprochen – das ist viel zu kurz gegriffen”, erklärte der Autor von “Das Schweinesystem”, Matthias Wolfschmidt. “Verschwiegen wird meist, dass ein Großteil der Nutztiere unter massiven Krankheitssymptomen leidet. Der allergrößte Teil könnte vermieden werden, aus Kostengründen passiert das aber nicht. Das Problem der Tiere besteht darin, dass sie auch mit teils massiven Erkrankungen noch ‘funktionieren’, also Lebensmittel liefern.”

Während Milchkühe regelmäßig unter Lahmheit, Fruchtbarkeits- und Stoffwechselstörungen sowie Euterentzündungen leiden, sind bei Schweinen laut Studienlage chronische Gelenkerkrankungen und Organveränderungen die häufigsten Krankheitsbilder. Bei Hühnern werden zahlreiche Symptome wie Gelenkerkrankungen, Brustbeinschäden, Knochenbrüche, Eileiterentzündungen, Wurmbefall und Fußballenveränderungen festgestellt. Dabei gibt es keine signifikanten Unterschiede zwischen konventioneller und Bio-Haltung, zwischen kleinen Höfen und Großbetrieben. Entscheidend für die Gesundheit der Tiere ist vor allem die Qualität des Betriebsmanagements.

“Wer in den Bauern einfach Tierquäler sieht, liegt falsch. Die Tierhalter sind, wie die Tiere selbst und die Verbraucher, die über die Herkunft ihrer Produkte getäuscht werden, Opfer eines Systems, das falsche Anreize setzt”, so Matthias Wolfschmidt. “Vor allem der Handel ist verantwortlich für einen Wettbewerb, der sich nicht um Qualität, sondern nur um den Preis dreht – das kann nur zu Lasten von Tieren, Bauern und letztlich auch Kunden gehen.”

In seinem Buch “Das Schweinesystem” zeigt Matthias Wolfschmidt einen Weg auf, der – anders als Scheinlösungen wie die “Tierwohl“-Initiativen des Handels und der Bundesregierung – zu einer wirklich tiergerechten Haltung führen kann. Nicht nur in kleinen Nischen, sondern flächendeckend. Damit eine echte “Tierhaltungswende” gelingt, müssten Tiere vor dem

krankmachenden Preis-Wettbewerb geschützt sein. Matthias Wolfschmidt fordert:

- Eine tiergerechte Haltung muss für alle Nutztiere gesetzlich vorgeschrieben sein.
- Wie viele Tiere an haltungsbedingten Krankheiten leiden, muss für jeden Betrieb erfasst werden – daraus werden verbindliche Zielvorgaben abgeleitet, orientiert an den besten Betrieben der Branche.
- Die formalen Haltungskriterien (Stallgröße, Auslauf, Beschäftigungsmöglichkeiten etc.) müssen es allen Tieren ermöglichen, art eigene Verhaltensweisen so gut wie möglich auszuüben, ohne Verhaltensstörungen zu entwickeln.
- Auf den Markt kommen dürfen nur noch solche Produkte mit tierischen Bestandteilen, die die Tierschutzvorgaben nachweislich einhalten. Die Mehrkosten müssen am Ende wir Verbraucher bezahlen, denn wir schulden den Tieren eine bessere Behandlung.
- Das Konzept muss EU-weit umgesetzt werden, verbunden mit einem Vermarktungsverbot für nicht-tiergerecht erzeugte Lebensmittel aus Drittstaaten. Andernfalls würden europäische Tierhalter verdrängt durch nicht-europäische Konkurrenten, die weiterhin zu schlechteren Standards produzieren – ohne, dass für die Tiere etwas erreicht wäre.

“Wenn wir schon Tiere zur Produktion von Lebensmitteln halten, dann schulden wir allen von ihnen die bestmöglichen Umstände. Weder Nischenproduktionen noch Tierschutzlabel oder 0-1-2-3-Kennzeichnungen sind daher die Lösung, sondern einzig und allein klare gesetzliche Vorgaben und entsprechende Vergütungen von Tierschutzleistungen der Landwirte“, so Autor Matthias Wolfschmidt. “Tiergerechtigkeit muss verbindlicher Mindeststandard für Landwirte, Handel und Verbraucher werden!”

Um einen solchen Standard zu etablieren, müssten der Handel

und die Lebensmittelindustrie Tierhalter besser entlohnen. Dies würde letztlich auch zu höheren Preisen für Verbraucherinnen und Verbraucher führen. Matthias Wolfschmidt: "Wenn wir das Leben hunderttausender krankgemachter Tiere wirklich verbessern wollen, dann müssen wir diesen Preis bezahlen."

– Matthias Wolfschmidt: "Das Schweinesystem – Wie Tiere gequält, Bauern in den Ruin getrieben und Verbraucher getäuscht werden". Erschienen am 22. September 2016 im S. Fischer Verlag. 235 Seiten, 18 Euro.

**Link:**

- Mehr Informationen zu "Das Schweinesystem": [www.fischerverlage.de/buch/das\\_schweinesystem/9783100025463](http://www.fischerverlage.de/buch/das_schweinesystem/9783100025463)
- Gutachten des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik beim Bundeslandwirtschaftsministerium zum Thema Nutztierhaltung (März 2015): [www.tinyurl.com/ztc8hwn](http://www.tinyurl.com/ztc8hwn)

**Redaktioneller Hinweis:**

- Fotos, Grafiken und 0-Töne zum Download: [www.tierhaltung-downloads.foodwatch.de](http://www.tierhaltung-downloads.foodwatch.de)
- Ausgewählte Studien zur Tiergesundheit: [www.studien-tiergesundheit.foodwatch.de](http://www.studien-tiergesundheit.foodwatch.de)

**Pressekontakt:**

foodwatch e.V.

Martin Rücker

E-Mail: [presse@foodwatch.de](mailto:presse@foodwatch.de)

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

---

# **Faire Woche 2016: Vertreterinnen peruanischer Naturland Kooperative auf Rundreise – Öko-faire Kartoffelchips aus den Anden**

geschrieben von Andreas | 22. September 2016

**Gräfelting – Öko-Landbau und Fairer Handel verbinden Bäuerinnen und Bauern in aller Welt. Die Naturland Fair Zertifizierung vereint beides – Öko und Fair – in einem Zeichen. Während der diesjährigen Fairen Woche (16. bis 30. September), der bundesweiten Aktionswoche zum Fairen Handel, werden zwei Naturland Bäuerinnen aus Peru im Rahmen einer Rundreise durch ganz Deutschland davon berichten, wie Öko-Landbau und Fairer Handel zur Verbesserung ihrer Lebenssituation beitragen.**

Auf dem Besuchsprogramm steht dabei auch die Begegnung mit einem bayerischen Naturland Bauern, der wie die peruanische Kleinbauern-Kooperative Agropia Kartoffeln erzeugt. Und so unterschiedlich die Voraussetzung natürlich sind – in manchem steht unser heimischer Öko-Bauer dann doch auch vor durchaus ähnlichen Herausforderungen wie seine Berufskolleginnen aus Peru.

Ziel der seit 2015 Naturland Fair zertifizierten Kleinbauern-Kooperative Agropia ist es, die Lebensqualität ihrer Mitglieder und deren Familien durch den Anbau traditioneller Kartoffelsorten – den sogenannten „papas nativas“ – dauerhaft zu verbessern. In den peruanischen Anden, bekannt als „Wiege der Ur-Kartoffeln“, bauen die 75 Kleinbauern von Agropia in 4.000 Metern Höhe fast ausgestorbene Sorten mit klingenden Namen wie Pumapamaquin („Puma-Pfote“) oder Sumac Soncco

(„schönes Herz“) an. Sie tragen so auch zur Bewahrung der einzigartigen Sortenvielfalt bei, die zum kulturellen Erbe Perus zählt.

### **Naturland verbindet: Peruanische Kartoffelbäuerin begegnet bayerischem Kartoffelbauern**

Dank der Mittel aus der Fair-Prämie können die Kartoffeln seit diesem Jahr zudem in einer eigenen Fabrik zu Chips verarbeitet werden. So bleibt ein größerer Teil der Wertschöpfung bei den Erzeugern. Die Fairhandelsgenossenschaft dwp, auf deren Einladung Agropia-Geschäftsführerin Yanet Giovana Garay Flores und Kleinbäuerin Espirita Guerrero Romero in Deutschland zu Gast sind, vertreibt die Naturland Fair zertifizierten Chips aus roten und blauen Kartoffeln in den deutschen Weltläden.

Eigene Vermarktung ist auch ein Thema für Arthur Stein, Naturland Bauer im oberbayerischen Röhrmoos, den die beiden Peruanerinnen im Rahmen ihrer Deutschland-Rundreise besuchen werden (26. September). Stein vermarktet seine Kartoffeln teils direkt an Endverbraucher, zum Teil aber auch an den Lebensmitteleinzelhandel. Letzteres geht dank einer Kooperation mit anderen Öko-Bauern in der Region, um so die notwendigen Mengen vorhalten und die nötige Infrastruktur finanzieren zu können.

### **Eröffnung der Fairen Woche in Berlin: Naturland Fair im Norden mit Projekt „ei care“**

Offiziell eröffnet wird die Faire Woche am 16. September in Berlin in der Kreuzberger Markthalle IX durch den Staatssekretär im Bundesentwicklungsministerium, Thomas Silberhorn. Dort wird unter anderem ein Vertreter der ebenfalls Naturland zertifizierten Kleinbauern-Kooperative Green Net aus Thailand zu Gast sein. Als Vertreterin von Fair im Norden wird Naturland Bäuerin Anne Reinsberg aus Brandenburg das Naturland Fair zertifizierte Projekt „ei care“ vorstellen.

Fair zu Mensch und Tier – das ist der zentrale Gedanke von „ei care“. Das Projekt der Naturland Marktgesellschaft und des Berliner Bio-Großhändlers Terra Naturkost bietet eine Alternative zur heutigen Hühnerhaltung, die sich entweder auf Ei- oder auf Fleischhochleistung spezialisiert hat. Der Aufbau einer fairen, regionalen Wertschöpfungskette durch die „ei care“-Projektpartner hingegen ermöglicht den teilnehmenden Naturland Familienbetrieben rund um Berlin, Hühner und Hähne der Zweinutzungsrasse „Les Bleues“ aufzuziehen, die dann Eier und Fleisch liefern.

### **Regionale Fair-Akteure vernetzen: Faires Frühstück bei Naturland in Gräfelfing**

Global denken, lokal handeln – das ist eines der Grundprinzipien des Fairen Handels, der auch von der engen Verflechtung von Produzentinnen, Handel, Konsumenten sowie Politik und Zivilgesellschaft lebt. In diesem Sinne wird Naturland als international tätiger Verband, der am Stadtrand von München beheimatet ist, die Faire Woche auch zum Anlass nehmen, interessierte Akteure in der Region München miteinander ins Gespräch zu bringen und zu vernetzen.

Den Rahmen hierfür bildet die Einladung zu einem Fairen Frühstück am 27. September in der Geschäftsstelle des Naturland e.V. in Gräfelfing. Mit dabei sind auch die beiden Vertreterinnen der peruanischen Naturland Kooperative Agropia, die aus ihrer Sicht als Produzentinnen berichten werden, wie der Faire Handel wirkt.

Veranstalter der Fairen Woche, die in diesem Jahr unter dem Motto „Fairer Handel wirkt“ steht, ist das Forum Fairer Handel in Kooperation mit TransFair und dem Weltladen-Dachverband. Die Planung und Umsetzung der rund 2.000 bis 2.500 Aktionen übernehmen lokale Gruppen und Organisationen. Naturland ist Mitglied im Forum Fairer Handel, das sich als die politische Stimme der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland versteht.

## **Erfahren Sie mehr über Naturland Fair auf den folgenden Veranstaltungen:**

16. September: Zentrale Auftaktveranstaltung zur Fairen Woche, u.a. mit Thomas Silberhorn, STS im BMZ, und Naturland Bäuerin Anne Reinsberg vom Projekt „ei Care“. Markthalle Neun, Eisenbahnstraße 42/43, Berlin-Kreuzberg (11.30 Uhr)

26. September: Naturland Kartoffelanbau in Peru und Oberbayern: Vertreterinnen der Kooperative Agropia begegnen deutschem Kollegen. Scharlhof, 85244 Röhrmoos (10.00 Uhr)

27. September: Faires Frühstück unter dem Motto „Öko & Fair, da geht noch mehr – auch regional!“ Naturland Geschäftsstelle, Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing (Teilnahme nur auf Einladung)

Dass nur die Verbindung von Öko und Fair wirklich nachhaltig ist, hat unlängst auch die Stiftung Warentest (05/2016) bestätigt. In einem Vergleich von sechs verschiedenen Zertifizierungen kamen die Prüfer zu dem klaren Urteil: „Den höchsten Standard setzt das Siegel Naturland Fair.“

### **Pressekontakt**

**Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V.**

**Markus Fadl (Pressesprecher)**

Kleinhaderner Weg 1

82166 Gräfelfing

Tel. +49 (0) 89 – 89 80 82 31

Mobil: +49 (0) 172 – 65 98 389

[www.naturland.de](http://www.naturland.de)

[www.oekobauer-gesucht.de](http://www.oekobauer-gesucht.de)

---



# foodwatch fordert verbindliche Qualitätsvorgaben für Schul- und Kita-Essen

geschrieben von Andreas | 22. September 2016  
Pressemitteilung

- Verpflegung von Kindern orientiert sich viel zu selten an gesundheitlichen Maßstäben
- Kultusminister müssen DGE-Standards zur Pflicht für Kantinen und Caterer machen
- Länder sollen Ergebnisse von Hygienekontrollen veröffentlichen

Berlin, 9. September 2016. Die Verbraucherorganisation foodwatch hat sich für verpflichtende Mindeststandards für Schul- und Kita-Essen ausgesprochen. Damit unterstützt sie eine Forderung der Deutschen Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK), die der Zusammenschluss wissenschaftlich-medizinischer Fachgesellschaften bei einer Pressekonferenz am Freitag vorgestellt hat.

Im Auftrag der Bundesregierung hatte die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) Standards für das Essen in Schulen und Kitas erarbeitet. Eine Befragung von DANK ergab jedoch, dass nur zwei von 16 Bundesländern (Berlin und Saarland) diese Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung für verbindlich erklärt haben. Zahlreiche Kantinen und Caterer halten diese Standards nicht ein. "In Deutschland gilt zwar die Schulpflicht – leider aber keine Pflicht, Kindern und Jugendlichen in Schule oder Hort durchweg gesundes Essen anzubieten", erklärte Oliver Huizinga von foodwatch. "Von einem gesunden Start ins Leben sind wir meilenweit entfernt:

In den Kantinen gibt es zu viel Süßes und zu viel Fleisch, aber zu wenig Obst und Gemüse.“

In Deutschland sind Übergewicht und Fettleibigkeit (Adipositas) ein Problem, das bereits Heranwachsende betrifft. 15 Prozent der 3- bis 17-Jährigen gelten als übergewichtig. Die Allianz aus wissenschaftlich-medizinischen Fachgesellschaften, Verbänden und Forschungseinrichtungen verweist deshalb auf die DGE-Qualitätsstandards für Schul- und Kita-Essen. “Es ist absurd: Es gibt zwar offizielle Mindeststandards für Schulessen, doch die für Schulen verantwortlichen Bundesländer interessieren sich nicht ernsthaft dafür“, kritisierte Oliver Huizinga von foodwatch. “Die Kultusminister der Länder dürfen die Verantwortung für gesundes Essen nicht länger abschieben. Sie müssen die unverbindlichen Empfehlungen zu verbindlichen Mindeststandards erklären und deren Einhaltung sicherstellen.“

foodwatch forderte zudem, dass alle Ergebnisse der amtlichen Hygiene- und Lebensmittelkontrollen für Kantinen und Caterer veröffentlicht werden. Nur so könnten Schulleiter oder Eltern den vertrauenswürdigsten Lieferanten für das Essen der Kinder ermitteln. 2012 erkrankten beispielsweise mehr als 11.000 Kinder in Ostdeutschland an Brechdurchfall. Ursache war offenbar das Essen in den Schulkantinen. “Die Kontrollbehörden wissen genau, wie es um die Hygiene in Schulkantinen und bei Zulieferern steht – aber Schulleiter und Eltern tapen im Dunkeln“, so Oliver Huizinga.

#### **Quellen und weiterführende Informationen:**

- DANK zu Schulessen: [www.dank-allianz.de/nachricht/185.html](http://www.dank-allianz.de/nachricht/185.html)
- Nachricht zu Brechdurchfallerkrankungen von Schülern: [www.foodwatch.org/de/informieren/smiley-system/aktuelle-nachrichten/kontrollergebnisse-fuer-schulkantinen-veroeffentlichen/](http://www.foodwatch.org/de/informieren/smiley-system/aktuelle-nachrichten/kontrollergebnisse-fuer-schulkantinen-veroeffentlichen/)

#### **Pressekontakt:**

Andreas Winkler

E-Mail: [presse@foodwatch.de](mailto:presse@foodwatch.de)

# Ernährungsminister Schmidt täuscht Öffentlichkeit mit Falschaussage zur Zuckerabgabe

geschrieben von Andreas | 22. September 2016  
Pressemitteilung

- Erfahrungen aus anderen Ländern belegen Lenkungsfunktion einer Zuckerabgabe
- WHO für Steuern, um Zuckerkonsum zu senken und Rezepturänderungen zu erreichen
- Ernährungsbildung alleine ist keine geeignete Maßnahme gegen Übergewicht

Berlin, 29. August 2016. Bundesernährungsminister Christian Schmidt hat Forderungen nach einer Herstellerabgabe für besonders zuckerhaltige Getränke zurückgewiesen – seine Absage allerdings mit einer Falschaussage begründet. Anders als von Herrn Schmidt dargestellt, haben Lebensmittelsteuern in anderen Ländern nachweisbare Lenkungswirkungen entfaltet. “Der Zusammenhang zwischen dem Konsum zuckergesüßter Getränke und Adipositas, Diabetes und anderen Krankheiten ist klar belegt. Der Minister muss offenbar schon die Öffentlichkeit täuschen um zu rechtfertigen, warum er ein entschlossenes Handeln ablehnt”, kritisierte Oliver Huizinga von foodwatch. “Ein Kuschelkurs mit der Lebensmittelwirtschaft ist hier fehl am Platz, denn von allein wird sie ihr überzuckertes Getränke-Angebot sicher nicht wesentlich verbessern.”

Christian Schmidt: "Steuern" erzielen nicht die erwünschte Wirkung

"Die Einführung von Strafsteuern auf Lebensmittel ist der falsche Weg. Erfahrungen in anderen EU-Ländern zeigen, dass dies in aller Regel nicht die gewünschte Lenkungswirkung hat", hatte Ernährungsminister Schmidt am vergangenen Mittwoch gegenüber der Deutschen Presseagentur (dpa) gesagt. Anlass war die Veröffentlichung einer foodwatch-Marktstudie, der zufolge 274 (59 Prozent) von 463 untersuchten "Erfrischungsgetränken" überzuckert sind. Neben foodwatch fordern u.a. der Bundesverband der Kinder- und Jugendärzte, die Deutsche Diabetesgesellschaft sowie Gesundheitspolitiker von CDU und SPD eine Hersteller-Abgabe für besonders zuckerhaltige Getränke, wie sie ab 2018 in Großbritannien vorgesehen ist.

Richtig ist: Erfahrungen aus anderen Ländern, die solche Maßnahmen bereits ergriffen haben, belegen den Einfluss auf das Einkaufsverhalten. In Mexiko, aber auch in Finnland und Frankreich, ging der Zuckergetränke-Konsum nach Einführung einer Steuer zurück. In Dänemark führte eine Steuer auf gesättigte Fette zu einem Verkaufsrückgang der betroffenen Lebensmittel um bis zu 15 Prozent. In Ungarn änderten zudem 40 Prozent der Hersteller nach Einführung einer Zuckersteuer ihre Rezepturen: 30 Prozent von ihnen entfernten die besteuerte Zutat komplett, 70 Prozent verringerten den Anteil. Folgerichtig empfiehlt die Weltgesundheitsorganisation in dem aktuellen Maßnahmenplan der Kommission "Ending Childhood Obesity" (ECHO) explizit Steuern auf Zuckergetränke.

"Anders als von Bundesminister Schmidt unterstellt, geht es bei der britischen Hersteller-Abgabe in erster Linie nicht um eine ‚Lenkungswirkung‘ für die Verbraucher, sondern eine ‚Lenkungswirkung‘ für die Industrie. Sie hat das Ziel, die Hersteller zu Zuckersenkungen zu bewegen. Daher hat die britische Regierung zwischen Ankündigung und Einführung einen Zwei-Jahres-Zeitraum gelassen", so Oliver Huizinga von foodwatch. "Ernährungsminister Schmidt hat das Thema

verfehlt.“

Minister Christian Schmidt hatte seinen Ansatz laut dpa so erklärt: “Mein Ziel ist es, die Menschen von einem gesunden Lebensstil zu überzeugen. (...) Deshalb setze ich auf Transparenz, Information und Ernährungsbildung, am besten als eigenes Schulfach.” Bereits im September 2015 hatte Herr Schmidt zudem in einem Gastbeitrag für den Tagesspiegel geschrieben: “...wir können diese Probleme nicht mit Gesetzen und Verboten lösen. Stattdessen ist Bildung und ein hohes Maß an Transparenz für einen gesunden Lebensstil und eine gesunde Ernährungsweise wichtig. Für beides Sorge ich.”

Richtig ist jedoch, dass die Bundesregierung bereits seit vielen Jahren auf Ernährungsbildung setzt – und es damit nicht geschafft hat, den Konsum stark gezuckerter Lebensmittel einzudämmen. “Herr Schmidt ist auf dem Holzweg. Solange Süßigkeiten mit Comicfiguren und Fußballprofis beworben werden und das Angebot an Erfrischungsgetränken hauptsächlich aus Zuckerbomben besteht, kann ein Unterrichtsfach Ernährung allein die Fettleibigkeits- und Diabetes-Epidemie unmöglich bekämpfen. Das zeigen die Erfahrungen aus den vergangenen Jahrzehnten”, so Oliver Huizinga von foodwatch.

Mit gutem Grund formuliere die WHO in ihrem aktuellen Maßnahmenplan drei Kernforderungen: Steuern oder Abgaben auf Zuckergetränke, Beschränkungen der an Kinder gerichteten Werbung, verbraucherfreundliche Kennzeichnung der Nährwerte. Forderungen, die nicht nur von foodwatch unterstützt werden.

#### **Link:**

– foodwatch-Marktstudie zum Download: [tinyurl.com/getraenke-studie](http://tinyurl.com/getraenke-studie)

#### **Quellen und weiterführende Informationen:**

– Zitate von Bundesernährungsminister Christian Schmidt: dpa am 24.8.2016 “Zusammenfassung 1600 (...) Sehr süße Getränke –

Foodwatch will Zucker-Abgabe für Hersteller

– Gastbeitrag von Bundesminister Christian Schmidt auf [tagesspiegel.de](http://tagesspiegel.de) vom

14.9.2015: [tagesspiegel.de/wirtschaft/bundesernaehrungsminister-zu-werbeverboten-totalverbote-sind-verfassungsrechtlich-bedenklich/12312050.html](http://tagesspiegel.de/wirtschaft/bundesernaehrungsminister-zu-werbeverboten-totalverbote-sind-verfassungsrechtlich-bedenklich/12312050.html)

– Statements der WHO-Kommission “ECHO” zur Zuckersteuer (S. 18): [apps.who.int/iris/bitstream/10665/204176/1/9789241510066\\_eng.pdf](http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/204176/1/9789241510066_eng.pdf)

– Studie zur Wirkung der Zuckersteuer in Mexiko: [bmj.com/content/352/bmj.h6704](http://bmj.com/content/352/bmj.h6704)

– Bewertung der Zuckersteuer durch das mexikanische Gesundheitsministerium: [insp.mx/eppo/blog/4063-tax-sugar-sweetened-beverages.html](http://insp.mx/eppo/blog/4063-tax-sugar-sweetened-beverages.html)

– Analyse der WHO (Europa) zur Lenkungswirkung von Lebensmittelsteuern in Dänemark, Finnland, Ungarn und Frankreich:

[euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0008/273662/Using-price-policies-to-promote-healthier-diets.pdf](http://euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0008/273662/Using-price-policies-to-promote-healthier-diets.pdf)

– Bewertung der Lebensmittelsteuer in Ungarn durch die WHO: [euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0004/287095/Good-practice-brief-public-health-product-tax-in-hungary.pdf?ua=1](http://euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0004/287095/Good-practice-brief-public-health-product-tax-in-hungary.pdf?ua=1)

– Infos zur britischen Hersteller-Abgabe für Zuckergetränke: [tinyurl.com/jutpbh8](http://tinyurl.com/jutpbh8)

– Strategiepapier der Deutschen Allianz Nichtübertragbare Krankheiten:

[dkfz.de/de/krebspraevention/Downloads/150612\\_DANK-Strategiepapier.pdf](http://dkfz.de/de/krebspraevention/Downloads/150612_DANK-Strategiepapier.pdf)

– Ärzte fordern gesetzliche Maßnahmen gegen überzuckerte Lebensmittel: [aerzteblatt.de/nachrichten/70180](http://aerzteblatt.de/nachrichten/70180)

## **Pressekontakt:**

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

E-Mail: [presse@foodwatch.de](mailto:presse@foodwatch.de)

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

---

# **Rückwärtsgewandte Lobbyarbeit Auslobung als „natürliche Zutat“ für Verbraucher irreführend**

geschrieben von Andreas | 22. September 2016  
Pressemitteilung

Bad Brückenau, 26.07.2016

**Was ist ein „natürliches“ Lebensmittel? Das ist ein Mittel zum Leben, ökologisch erzeugt und so ursprünglich wie möglich. Ein Bild, das sich bei vielen Verbrauchern etabliert hat und heute gesellschaftliches Allgemeingut ist. Eine Prämisse, die sich die ökologische Lebensmittelbranche auf die Fahne schreibt. Mit dem neuen Entwurf zur ISO-Norm ändert sich das. Das Vertrauen der Verbraucher wird erneut auf eine Probe gestellt.**

„Wenn extrem hochverarbeitete Produkte noch als ‚natürliche Zutat‘ bezeichnet werden sollen, grenzt das an Absurdität“, so Dr. Alexander Beck, Geschäftsführer der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL e.V.).

Nach dem aktuellen ISO-Norm-Entwurf ISO/DIS 19657 („Definitions and technical criteria for food ingredients to be considered as natural“) können jedoch nahezu alle Produkte als „natürliche Zutat“ bezeichnet werden. Auch wenn diese umfanglichsten Verarbeitungsverfahren unterzogen wurden oder aus einer hoch industrialisierten Landwirtschaft stammen. So können nach der vorgeschlagenen Definition zum Beispiel auch hoch gereinigte und in Fettsäuren zerlegte Ölderivate noch als natürliche Zutat bezeichnet werden.

Bisher soll die in Vorbereitung befindliche ISO-Norm nur für die Kommunikation der Hersteller (sogenannte „Business to Business“) gelten. Sie wird aber sicherlich die Grundlage für die künftige Verbraucherkommunikation darstellen.

„Das werden die Verbraucher nicht verstehen. Dieser Vorschlag ist nicht dazu geeignet unser höchstes Gut, das Vertrauen unserer Kunden, zu stärken“, so Beck. „Im Gegenteil: dieser Vorschlag hat das Zeug, das Misstrauen der Bürger gegen die Lebensmittelverarbeitung weiter zu nähren. Das ist das Letzte, was die Hersteller heute brauchen. Dieser Normenvorschlag ist ein Produkt schlechter und rückwärtsgewandter Lobbyarbeit.“

Die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller ist ein Zusammenschluss von 97 Unternehmen (Juli 2017) der Lebensmittelwirtschaft. Ihre Mitglieder aus Deutschland, Österreich, Schweiz und den Niederlanden erwirtschaften einen Bio-Umsatz von über 3 Milliarden Euro. Im Zentrum der Arbeit stehen die politische Interessenvertretung sowie die Förderung des Austauschs und der Kooperation der Mitglieder untereinander.

**Pressekontakt:**

Anne Baumann

Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e.V.

Untere Badersgasse 8 | 97769 Bad Brückenau | Tel: 09741- 938 733 – 0 [anne.baumann@aoel.org](mailto:anne.baumann@aoel.org) | [www.aoel.org](http://www.aoel.org)

---

# Gefährliche Mineralöle: Lidl



# und Kaufland verlangen von Lieferanten saubere Lebensmittel

geschrieben von Andreas | 22. September 2016  
Pressemitteilung

- Lidl und Kaufland akzeptieren bei ihren Eigenmarken keine bestimmaren Verunreinigungen mit aromatischen Mineralölen
- Bereits Aldi Süd verlangt Lebensmittel ohne die krebserregenden und erbgutschädigenden Substanzen, Eigenmarken-Hersteller stehen hinter dem Vorstoß
- foodwatch fordert: Rewe, Edeka und Co müssen nachziehen

Berlin, 19. Juli 2016. Alle Lebensmittel, die als Eigenmarken von Lidl und Kaufland verkauft werden, dürfen in Zukunft keine bestimmaren Mengen aromatischer Mineralöle enthalten. Das erklärten Sprecherinnen beider Discounter gegenüber der Verbraucherorganisation foodwatch. Aromatische Mineralöle (MOAH) können laut Europäischer Lebensmittelsicherheitsbehörde (EFSA) Krebs auslösen und das menschliche Erbgut schädigen. Lidl und Kaufland sind nach Aldi Süd bislang die einzigen Handelskonzerne, die ihren Eigenmarken-Lieferanten strikte Vorgaben zu Mineralölverunreinigungen machen.

“Erst Aldi Süd, jetzt auch Lidl und Kaufland: Langsam aber sicher dämmert es der Branche, dass gefährliche Mineralöle nicht in unser Essen gehören. Jetzt müssen auch Edeka, Rewe und Co ihren Herstellern den Ölhahn zudrehen“, forderte Johannes Heeg von foodwatch.

Die Schwarz-Gruppe, zu der Lidl und Kaufland gehören, ist Europas größter Handelskonzern. Bereits im Februar hatte Konkurrent Aldi Süd angekündigt, keine Mineralölverunreinigungen mehr in seinen Eigenmarken zu dulden. Der Discounter erntete daraufhin harsche Kritik vom

führenden Lobbyverband der deutschen Lebensmittelindustrie (BLL): Die Anforderungen von Aldi Süd seien technisch nicht umsetzbar. Auf Nachfrage von foodwatch bestätigte Aldi Süd jedoch jetzt, dass "zahlreiche" Lieferanten die Initiative "unterstützen".

"Dass Aldi und seine Hersteller beim Thema Mineralöle an einem Strang ziehen, ist eine schallende Ohrfeige für die Cheflobbyisten der Branche. Seit Jahren behaupten sie, das Problem nicht lösen zu können. Doch durch unseren Druck wird immer klarer: Mineralöle in Lebensmitteln sind nicht nur inakzeptabel, sondern auch technisch vermeidbar", sagte Johannes Heeg.

foodwatch fand in einer Reihe von Tests aromatische Mineralöle (MOAH) in Lebensmitteln – zuletzt im Kinder-Schokoriegel von Ferrero und in Schokolade von Lindt und Rübzahl. Die Verbraucherorganisation fordert eine Null-Toleranz für MOAH in Lebensmitteln. Zudem müssten die Produkte durch schützende Barrieren vor dem Übergang von Mineralölen aus Altpapierverpackungen geschützt werden. Solange es keine europäische Regelung gibt, sei die Bundesregierung in der Pflicht, ein nationales Gesetz zu beschließen.

**Link:**

E-Mail-Aktion "Gefährliches Mineralöl raus aus Lebensmitteln!": [www.mineraloel-aktion.foodwatch.de](http://www.mineraloel-aktion.foodwatch.de)

**Redaktionelle Hinweise:**

- Schreiben von Lidl an foodwatch: [tinyurl.com/gveqh38](http://tinyurl.com/gveqh38)
- Schreiben von Kaufland an foodwatch: [tinyurl.com/zv2ddmg](http://tinyurl.com/zv2ddmg)
- Schreiben von Aldi Süd an foodwatch: [tinyurl.com/jxqddcx](http://tinyurl.com/jxqddcx)
- foodwatch-Test: Erneut krebserregende Mineralöle in Schokolade: [tinyurl.com/jbreoaa](http://tinyurl.com/jbreoaa)
- Hintergrundinformationen zu Mineralölen in Lebensmitteln: [tinyurl.com/ztcfl2z](http://tinyurl.com/ztcfl2z)

## **Pressekontakt:**

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

E-Mail: [presse@foodwatch.de](mailto:presse@foodwatch.de)

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

---

# **Naturata AG blickt auf erfolgreiches Geschäftsjahr 2015 zurück**

geschrieben von Andreas | 22. September 2016

**PRESSEMITTEILUNG**

**Marbach, 08. Juli 2016. Die Naturata AG präsentiert ihre Unternehmensergebnisse für das Geschäftsjahr 2015 und kann erneut auf ein gelungenes Geschäftsjahr zurückschauen. Trotz stellenweiser Rohstoffengpässe konnte das Unternehmen auch im vergangenen Jahr sein Wachstum fortführen. Unter anderem trugen diverse Verkaufsaktionen und der (Re-)Launch von Produkten, wie der veganen Remoulade oder vier neuer Tomatenprodukte, dazu bei.**

Wie schon in den vergangenen Jahren boomt der Mega-Trend „Bio“. Die Endverbraucher setzen sich verstärkt mit ihrer Ernährung auseinander und entscheiden sich immer häufiger für ökologisch produzierte Lebensmittel. Diese Entwicklung verschafft dem Naturkost- Fachhandel weiterhin ein adäquates Wachstum. Laut dem Bundesverband Naturwaren (BNN) verzeichnete der deutsche Bio – Fachhandel 2015 ein Umsatzplus von über 10 Prozent.

An ihr überdurchschnittlich hohes Umsatzwachstum von 11,6% im Jahr 2014 konnte die Naturata AG nicht ganz anknüpfen. Mit dem Umsatzwachstum in Deutschland ist das Unternehmen dennoch zufrieden und freut sich vorallem über die gute Umsatzsteigerung im Ausland. Dazu trugen zahlreiche Verkaufsaktionen mit dem Handel, der Besuch der Weltleitmesse Biofach und Regionalmessen und zwei Reportagen in den Magazinen Schrot & Korn und eve mit begleitenden Verkaufsaktionen bei.

Das Sortiment aus rund 300 Artikeln konnte 2015 wieder erfolgreich erweitert werden. So wurde im ersten Halbjahr die Produktgruppe „Tuben“ nicht nur in ein neues Design gehüllt, sondern auch durch eine neue vegane Remoulade ergänzt, die aufgrund des aktuellen Vegan-Trends hohen Anklang fand. In der zweiten Jahreshälfte wurde außerdem die Produktgruppe Öle & Essige relaunchiert und es kamen neue Rot- und Weißweinessige – jeweils in demeter oder Bio-Qualität – hinzu. Mit dem Ziel die bereits starke Marktstellung im Bereich der Tomatenprodukte auszubauen, wurden vier Neuprodukte im Tomatensegment eingeführt: Zwei Tomatensugos, eine Tomatenpolpa sowie die Geschälten Tomaten. Die beiden letzteren sind auch in kleineren Einheiten erhältlich – perfekt auf kleinere Haushalte abgestimmt.

Die Naturata AG ist bereit, neue Weichen für die Zukunft zu stellen: 2015 hat das Unternehmen begonnen, sein Motto „Naturata im Wandel“ in die Tat umzusetzen – nicht nur mit dem Start einer Re-positionierung der Markenidentität, sondern auch durch Zuwachs im Vorstand, eine umfassende Optimierung der IT-Infrastruktur sowie eine vielversprechende Nominierung für den LEA-Preis („Mittelstandspreis für soziale Verantwortung in Baden- Württemberg“).

Die NATURATA AG zählt zu den führenden Anbietern von Lebensmitteln biologischer und bio- dynamischer Herkunft. Das umfangreiche Naturkost-Sortiment umfasst rund 300 Premium-Produkte, von denen ein Großteil nach Demeter\* zertifiziert

ist und das Fairtrade-Label trägt. 1976 zunächst als Großhandelsunternehmen ins Leben gerufen, hatte sich NATURATA der Idee verschrieben, Naturkost Einzelhändler auf dem noch jungen Biomarkt zuverlässig mit hochwertigen Produkten in Demeter- und Bio-Qualität zu versorgen. Diesem Leitmotiv folgt die NATURATA AG bis heute und entwickelt konsequent Produkte, die dank natürlicher Inhaltsstoffe bester Qualität und schonender Verarbeitungsverfahren Bio-Genuss auf höchstem Niveau garantieren.

NATURATA Produkte sind im deutschen Naturkostfachhandel erhältlich und werden darüber hinaus in 30 Länder weltweit exportiert. Jeder Schritt und jedes Produkt steht im Einklang mit dem Unternehmensziel, ein gesundes Miteinander von Mensch und Umwelt zu fördern. Faire, langfristige und vertrauensvolle Partnerschaften, nachhaltiges Wirtschaften und die Förderung sozialer und umweltorientierter Themen sind wesentlicher Bestandteil der Unternehmensphilosophie.

Nähere Informationen zur NATURATA AG und zu NATURATA Produkten finden Sie unter:

[www.naturata.de](http://www.naturata.de)

\* Demeter steht für bio-dynamisches Wirtschaften und geht über die Ansprüche der EG-Öko-Verordnung weit hinaus. Nach dem Prinzip, dem Boden mehr zurückzugeben, als ihm entzogen wird, werden Qualität und Fruchtbarkeit der Böden durch nachhaltige Bewirtschaftung langfristig verbessert. Demeter-Produkte sind frei von künstlichen Aromen, jeglichen Hilfsstoffen, Jod und Nitritpökelsalz und enthalten nur wenige erlaubte Zusatzstoffe. Demeter-Höfe setzen vollständig auf bio-dynamische Anbauweise, eigene Tierhaltung und Futtererzeugung und verzichten auf das schmerzhaft Enthornen ihrer Rinder – für Lebensmittel mit Charakter und gesundem Genuss.

## **Pressekontakt**

Liane Maxion

NATURATA AG

Fon: +49 7144 8961-40  
Fax: +49 7144 8961-41  
E-Mail: l.maxion@naturata.de

---

# Neues Low-Carb Brot – Martha Powerfood entwickelt 100% natürliche Bio-Backmischung, vegan, ohne Soja, ohne Mandel und ohne Gluten

geschrieben von Martha Powerfood | 22. September 2016



Kohlenhydratarme (Low-Carb) Diäten sind im Trend. Kein Wunder: Durch den Verzicht auf Kohlenhydrate lassen sich schnell ein paar Pfund abnehmen. Mit der neuen Bio-Brotbackmischung „Low-Carb Brot hell“ von [Martha Powerfood](#) muss man auch bei einer Low-Carb-Diät nicht auf Brot verzichten. Die Backmischung ergibt ein kohlenhydratarmes Brot, frei von Zusätzen und häufigen Allergenen. Eine Scheibe (40g) hat nur 3,5g

Kohlenhydrate.

Vegetarier, Veganer und vor allem auch Allergiker, z.B. auf Gluten oder Soja, tun sich oft schwer passende Low-Carb-Produkte zu finden. Deshalb wurde das Low-Carb Brot hell bewusst für Vegetarier, Veganer und Allergiker entwickelt. Diese erhalten eine Bio-Brotbackmischung, die frei von Soja, Gluten, Mandeln und tierischem Eiweiß ist. Das junge Unternehmen aus dem Münchner Umland verwendet ausschließlich natürliche Zutaten mit hochwertigen Inhaltsstoffen. So sind die darin enthaltenen Leinsamen nicht nur gut für die Verdauung, sondern enthalten viele Nährstoffe und Vitamine sowie einen hohen Anteil der essentiellen Omega-Fettsäuren. Kichererbsenmehl liefert weitere Ballaststoffe. Darüber hinaus werden der Kichererbse auch Blutzucker regulierende Eigenschaften zugeschrieben.

„Mit unserem Low-Carb Brot hell haben wir eine Backmischung kreiert, die einfach zu backen ist, lecker schmeckt und sättigende Wirkung hat“, so Sabine Kellner, Mitgründerin und verantwortlich für die Produktentwicklung. Die Bio-Backmischung enthält keine Hefe, kein Soja, keine Mandeln und kein Gluten.

Die 300g Packung ergibt ca. 600g fertiges Brot und kostet ca. 5,99 Euro. Es ist erhältlich im Handel sowie über verschiedene Online-Shops.

---

**Erneut krebsverdächtige Mineralöle in Schokolade –**

# “Kinder Riegel” schneidet bei foodwatch-Test am schlechtesten ab

geschrieben von Andreas | 22. September 2016

Pressemitteilung

- Süßwaren von Ferrero, Lindt und Rüberzahl laut Labortest mit gefährlichen Mineralölen verunreinigt
- foodwatch fordert öffentlichen Rückruf der betroffenen Produkte
- Herstellerverband hält Verzehr von krebserregenden Lebensmitteln für “unbedenklich”

Berlin, 4. Juli 2016. Schokolade von Ferrero, Lindt und Rüberzahl enthält gesundheitsgefährdende Mineralöle. Das ist das Ergebnis eines Labortests der Verbraucherorganisation foodwatch. Demnach sind Ferreros “Kinder Riegel”, Lindts “Fioretto Nougat Minis” und die “Sun Rice Classic Schoko Happen” der Firma Rüberzahl mit sogenannten aromatischen Mineralölen (MOAH) verunreinigt. Diese können Krebs auslösen und das menschliche Erbgut schädigen. foodwatch hatte die betroffenen Hersteller im Vorfeld über die Testergebnisse informiert und einen öffentlichen Rückruf gefordert. Diese weigerten sich jedoch, die Produkte aus dem Verkauf zu nehmen.

“Die Hersteller handeln grob fahrlässig. Statt die gefährlichen Süßigkeiten aus den Regalen zu räumen und die Verbraucher zu warnen, reden sie sich damit raus, es sei alles ganz legal – dabei verhindern sie selbst seit Jahren überfällige Grenzwerte”, sagte Johannes Heeg von foodwatch.

Dem Bundesverband der Süßwarenindustrie (BDSI), zu dem auch Ferrero, Lindt und Rüberzahl gehören, ist das Problem um die gesundheitsgefährdenden Mineralöle seit mehreren Jahren bekannt. Der Verband verweist in einer öffentlichen



Stellungnahme zum wiederholten Mal auf angeblich erfolgreiche "Forschungsinitiativen und Qualitätsmanagementmaßnahmen", um die gefährlichen Substanzen in Lebensmitteln zu verringern. Der Verzehr von Schokolade, die mit aromatischen Mineralölen verunreinigt ist, sei "unbedenklich", heißt es von dem Verband. Laut der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) wirken aromatische Mineralöle in Lebensmitteln jedoch erbgutschädigend, unabhängig von der Menge. Auch das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) ist der Ansicht, dass aufgrund des krebserzeugenden Potenzials kein nachweisbarer Übergang dieser Mineralöle auf Lebensmittel stattfinden sollte.

foodwatch testete insgesamt 20 Schokoladen-Produkte und Chips auf schädliche Mineralöle. Neben den drei krebverdächtigen Schokoladen enthielten zahlreiche Produkte gesättigte Mineralöle (MOSH). MOSH können sich im menschlichen Körper anreichern und langfristig die Organe schädigen. Besonders Kinder sind gefährdet: Laut EFSA sind diese stärker mit Mineralölen belastet als Erwachsene.

Am schlechtesten hat der "Kinder-Riegel" von Ferrero im foodwatch-Test abgeschnitten. Sowohl bei gesättigten Mineralölen (MOSH) als auch bei den krebverdächtigen, erbgutschädigenden aromatischen Mineralölen (MOAH) waren die Werte am höchsten. Der "Kinder-Riegel" ist in Deutschland einer der meist verkauften Schoko-Riegel.

"Wieder und wieder werden bei Labortests gefährliche Mineralöle in Lebensmitteln nachgewiesen. Wieder und wieder reagieren die Hersteller mit Ausreden. Doch bisher gibt Bundesernährungsminister Christian Schmidt lediglich zu, dass es ein Problem gibt. Die Lösung, nämlich sichere Grenzwerte für Mineralölverunreinigungen, bleibt er den Verbraucherinnen und Verbrauchern immer noch schuldig", kritisierte Johannes Heeg.

foodwatch fordert daher strikte Höchstwerte für gesättigte

Mineralöle (MOSH) in Lebensmitteln und eine Null-Toleranz für die besonders kritischen aromatischen Mineralöle (MOAH). Zudem müssen Lebensmittel durch schützende Barrieren vor dem Übergang von Mineralölen aus Altpapierverpackungen geschützt werden. Solange es keine europäische Regelung gibt, sei die Bundesregierung in der Pflicht ein nationales Gesetz zu beschließen.

Bereits vor Ostern fand foodwatch in einem Labortest aromatische Mineralöle in 8 von 20 Schokoladen-Osterhasen. Betroffen waren preisgünstige Osterhasen von Lidl, Penny und Aldi Nord, aber auch teure Markenprodukte, etwa von Lindt, Feodora und Niederegger. In Bayern fanden die Behörden Ende des vergangenen Jahres in der Schokolade mehrerer Adventskalender gefährliche Mineralöl-Verunreinigungen.

Mineralöle können auf verschiedenen Wegen in Schokolade gelangen. Zum Beispiel über für den Transport der Kakaobohnen verwendete Jutesäcke, die mit Mineralölen behandelt werden; über in der Produktion verwendete Maschinenöle oder über Abgase aus Industrie und Verkehr. Eine häufige Quelle sind zudem Altpapier-Verpackungen. Altpapier enthält neben mineralölhaltigen Druckfarben bis zu 250 weitere Chemikalien, die auf das Lebensmittel übergehen können, falls Recycling-Kartons als Lebensmittel-Verpackung, beim Transport oder bei der Lagerung der Rohwaren zum Einsatz kommen.

**Link:**

– E-Protestaktion von foodwatch gegen Mineralöle in Lebensmitteln: [www.mineraloel-aktion.foodwatch.de](http://www.mineraloel-aktion.foodwatch.de)

**Quellen und weiterführende Informationen:**

– Testergebnisse im Detail und Produktfotos zum Download unter: [www.mineraloel-material.foodwatch.de](http://www.mineraloel-material.foodwatch.de)

– Hintergrundinformationen zu Mineralölen in Lebensmitteln: [tinyurl.com/h573v5v](http://tinyurl.com/h573v5v)

– foodwatch-Test: Krebsverdächtige Mineralöle in Schoko-Osterhasen: [tinyurl.com/hw6yp5n](http://tinyurl.com/hw6yp5n)

**Pressekontakt:**

Andreas Winkler

E-Mail: [presse@foodwatch.de](mailto:presse@foodwatch.de)

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

---

# „Luther Kaffee“ – der neue Bio-Kaffee aus Fairem Handel Der Kaffee zum 500. Reformationsjubiläum

geschrieben von Andreas | 22. September 2016



## **PRESSE- INFORMATION**

30. Juni 2016

Ravensburg. Martin Luther veröffentlichte im Oktober 1517 seine 95 Thesen. Die Reformation beeinflusste nicht nur die Kirche, sondern auch die gesamte Bildungswelt und setzte gesellschaftliche Veränderungen in Gang.

Zum 500. Reformationsjubiläum im Jahr 2017 bringt die Ravensburger dwp eG Fairhandelsgenossenschaft nun den „Luther Kaffee“ heraus.

Der Fair Trade Kaffee aus biologischem Anbau stammt von

Kleinbauernfamilien in Nicaragua und Äthiopien, die durch den Fairen Handel ein deutlich höheres Einkommen erzielen als im konventionellen Handel. Neben fairen Produzentenpreisen bietet die dwp eG ihren PartnerInnen langfristige und direkte Handelskontakte, Zuschläge für Bio-Anbau, einen Aufpreis für Sozialprojekte wie z.B. dem Aufbau von Schulen und Vorfinanzierungen von mindestens 50% des Auftragswertes bei Bestellung.

Der „Luther Kaffee“ der Marke WeltPartner ist ein Kooperationsprodukt der dwp eG Fairhandelsgenossenschaft und der Evangelischen Landeskirche Baden (EKIBA). Pro Kilogramm verkauften „Luther Kaffee“ überweist die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft 1 Euro an EKIBA, die wiederum diesen Spendenanteil ohne Abzüge an soziale Projekte weiterleitet, welche von der Evangelischen Landeskirche Baden unterstützt werden, beispielsweise für die medizinische Versorgung der Mayangna-Indianer im UNESCOBiosphärenreservat BOSAWAS sowie dessen Schutz in Nicaragua.

Die Mayangna-Indianer leben seit Jahrhunderten vom Regenwald. Doch Goldsucher und Holzhändler besetzen Teile des Reservates und roden den Urwald. Auch Bauern dringen durch extensive Landnutzung in die Schutzzone ein. Naturkatastrophen bedrohen ebenfalls die Kultur und die Lebensgrundlage der Mayangnas, die Armut ist groß. Mit den Spenden soll unter anderem eine Apotheke aufgebaut und die medizinische Versorgung der Mayangnas gewährleistet werden. Auch der Schutz des Biosphärenreservates soll mit den Spenden sichergestellt werden.

Die Evangelische Landeskirche Baden unterstützt dieses Projekt in Nicaragua seit fünf Jahren mit Projektmitteln.

Als Fairhandelspionier sieht die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft – gegründet 1988 – eine enge Verbindung zwischen Fairem Handel, Nachhaltigkeit, langfristiger Armutsbekämpfung in benachteiligten Ländern und sozialem Engagement. Die Kooperation mit der Evangelischen

Kirche Baden und die Idee eines Spendenanteils waren daher naheliegend.

Der „Luther Kaffee“ ist eine Bio-Mischung von nicaraguanischen Hochland-Arabica-Bohnen (SHG\* = strictly high grown), abgerundet und verfeinert durch Beimischung eines edlen Sidamo-Arabica aus Äthiopien. Durch die schonende Langzeitröstung entfaltet dieser Kaffee sein besonderes Aroma und macht ihn besonders verträglich. Der Kaffee ist geeignet für alle Kaffeefullautomaten und gängigen Zubereitungsarten.

Der Fair Trade Kaffee aus biologischem Anbau ist als 250g gemahlen und 500g Bohne ab Ende Juli 2016 bei der dwp eG erhältlich.

Der Spendenanteil von 1 Euro pro verkauftem Kilogramm Kaffee fließt zu 100% in soziale Projekte, die von der Evangelischen Landeskirche Baden unterstützt werden.

\*SHG ist die Abkürzung für „Strictly High Grown“ und gibt einen wichtigen Hinweis auf die Höhenlage des Anbauggebietes des Kaffees. Die Höhe des Kaffeestandortes ist eines der entscheidenden Qualitätsmerkmale. SHG bezeichnet die Höhenlage, in der die besten Kaffeequalitäten erzielt werden.

Download druckfähiger Bilder des Kaffees unter [www.dwpeg.de/Bilder\\_Luther\\_Kaffee.zip](http://www.dwpeg.de/Bilder_Luther_Kaffee.zip)

**Bei Presserückfragen:**

Martin Lang, Infoperson: [info@dwpeg.de](mailto:info@dwpeg.de)

**Bezug:**

dwp eG Fairhandelsgenossenschaft, Hinzistobler Straße 10,  
D-88212 Ravensburg,

Tel.: 0751-36155-0, [bestellung@dwpeg.de](mailto:bestellung@dwpeg.de)

**dwp eG Fairhandelsgenossenschaft**

dwp wurde 1988 von Weltläden aus der Region Oberschwaben als GmbH gegründet und 2005 in die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft umgewandelt. Dadurch bringen wir alle Beteiligten der Fairhandelskette enger zusammen:

ProduzentInnen, Weltläden, MitarbeiterInnen und EndkundInnen sind Mitglieder bei der dwp eG Fairhandelsgenossenschaft.

Uns verbindet eine partnerschaftliche Handelsbeziehung mit mehr als 60 ProduzentInnengruppen und den darin zusammengeschlossenen zehntausenden von ProduzentInnen und Kleinbauernfamilien weltweit. Neben fairen Produzentenpreisen bieten wir unseren PartnerInnen langfristige und direkte Handelskontakte, Zuschläge für Bio-Anbau, einen Aufpreis für Sozialprojekte wie z.B. dem Aufbau von Schulen und Vorfinanzierungen von mindestens 50% des Auftragswertes bei Bestellung.

Das Sortiment umfasst etwa 1.500 Produkte – Lebensmittel der Eigenmarke WeltPartner, Kunsthandwerk und Textilien. Darüber hinaus importiert und verkauft dwp fair gehandelte Rohstoffe wie beispielsweise Zucker und Mangopüree. Großen Wert legt dwp auf die Förderung von kleinbäuerlichen Strukturen und den Bio-Anbau. So sind bereits 90% der Lebensmittel bio-zertifiziert.

dwp liefert direkt an Weltläden in Deutschland, Österreich und der Schweiz, Bio- und Naturkostläden, regionale Lebensmittel-Einzelhändler, Lebensmittelverarbeiter, Großverbraucher, Firmen, Kommunen und Endkunden über den Onlineshop.

Die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft ist anerkannter Importeur und Lieferant der Weltläden in Deutschland und Österreich und unter anderem Mitglied beim Forum Fairer Handel und bei der WFTO, dem weltweiten Dachverband des Fairen Handels.

Eine beispielhafte Kooperation besteht seit den 90er Jahren mit der BruderhausDiakonie, einer Werkstatt für psychisch erkrankte Menschen. Die Beschäftigten erledigen direkt am dwp-Firmensitz in Ravensburg wichtige Aufgaben im Bereich Abfüllung, Verpackung und Etikettierung und erhalten vielfältige Chancen für einen Wiedereinstieg in den ersten Arbeitsmarkt.

In Kooperation mit dem Berufsbildungswerk Adolf Aich bietet

dwp seit Jahren regelmäßig mehreren Jugendlichen mit Lernschwächen oder Autismus Ausbildungsplätze an und konnte bisher fast alle zu einem erfolgreichen Abschluss führen.

Für unseren langjährigen Partner, dem philippinischen Kinderschutzzentrum Preda, leistet die dwp eG Fairhandelsgenossenschaft seit vielen Jahren aktive Unterstützung zum Thema Kampagnenarbeit gegen Sextourismus und Kinderprostitution.

Als erste Fairhandelsorganisation in Deutschland hat dwp eine Gemeinwohlbilanz über die eigene Arbeit erstellt.

[www.dwpeg.de](http://www.dwpeg.de)