

# Migros und Coop geben Widerstand gegen die Lebensmittelampel auf

Die beiden Grossverteiler wollen ihre negative Einstellung zur Kennzeichnung Nutri-Score überdenken – falls diese die Schweizer dazu bewegt, gesündere Lebensmittel zu kaufen

Erich Bürgler

Welches Müesli ist wohl die richtige Wahl für ein ausgewogenes Frühstück? Das mit 35 Prozent weniger Zucker von Ovomaltine, das mit 50 Prozent weniger Fett von Farmer oder das mit extraviel Proteinen von Kellogg's? Die Auswahl an Frühstückscerealien bei den Grossverteilern ist riesig. Wer sich einen Überblick von den Zucker- und Fettanteilen der Produkte verschaffen will, braucht viel Zeit zum Lesen des Kleingedruckten.

Doch das wird bald ein Ende haben. Grosse Nahrungsmittelkonzerne wie Nestlé und Danone führen schrittweise die Lebensmittelampel Nutri-Score auf der Vorderseite ihrer Verpackungen in der Schweiz ein. Nun geben auch Schweizer Hersteller und Händler ihren Widerstand auf. Migros und Coop wollen ihre bislang ablehnende Haltung aufgrund von aktuellen Studien neu beurteilen.

Die von französischen Wissenschaftlern entwickelte Ampel kennzeichnet verarbeitete Lebensmittel auf der Grundlage von Algorithmen. Die Skala reicht vom grünen A bis zum roten E. Dabei fallen Zutaten wie Ballaststoffe, Eiweiss und Früchte positiv ins Gewicht. Salz, Zucker und gesättigte Fettsäuren werden negativ bewertet.

## Studien belegen, dass Kunden gesünder einkaufen

Konsumentenschützer und der Bund setzen sich für die Kennzeichnung ein. Kunden können damit sofort erkennen, welche Produkte innerhalb einer Kategorie gesünder sind. Das soll eine ausgewogene Ernährung fördern und dabei helfen, Kalorienbomben zu entlarven. Denn viele Schweizer essen zu viel oder ernähren sich falsch: Mehr als 40 Prozent der Erwachsenen hierzulande sind übergewichtig.

Migros und Coop haben sich bisher gegen die Ampel auf ihren Produkten gewehrt. Der Nutri-Score nehme keine Rücksicht auf die individuellen Ernährungsbedürfnisse und sei nicht nötig, hiess es einhellig. Die Grossverteiler sprechen sich in der IG Detailhandel zum Thema ab. Von dort kommt

men nun plötzlich andere Töne. Man wolle die Ergebnisse von Untersuchungen der französischen Gesundheitsbehörde abwarten. «Sollte sich zeigen, dass der Nutri-Score tatsächlich zu einem veränderten Konsumverhalten führt, werden die Mitglieder der IG Detailhandel ihre Haltung zum Label neu beurteilen», sagt Geschäftsführer Patrick Marty.

Doch solche Erhebungen lägen bereits vor, sagt Liliane Brugg-

mann, Leiterin des Fachbereichs Ernährung beim Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen. «Es gibt bereits Studien aus Frankreich, die zeigen, dass der Nutri-Score das Einkaufsverhalten positiv beeinflusst.» Es ist unwahrscheinlich, dass die französische Gesundheitsbehörde, die den Nutri-Score erfunden hat, in ihrer Beurteilung plötzlich zu einem völlig anderen Ergebnis kommt.

Die Grossverteiler lassen die Tür für eine Einführung der Kennzeichnung damit weit offen. Der definitive Entscheid soll schon in wenigen Wochen fallen. Denn der öffentliche Druck hat zugenommen. Zudem steht der Multi Nestlé in Sachen Transparenz plötzlich besser da als die auf ein nachhaltiges Image bedachten Coop und Migros.

Die Detailhändler müssen nicht gleich ihr ganzes Sortiment neu

kennzeichnen. Sie dürfen sich gemäss den Regeln zur Verwendung des Nutri-Score auf bestimmte Eigenmarken beschränken. So kann die Migros beispielsweise alle Produkte von Farmer labeln, bei Coop wäre die vegetarische Linie Karma eine Möglichkeit.

Bereits umgeschwenkt ist der Dachverband der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien Fial, dem auch Tochterfirmen von Migros und Coop angehören. «Die



Grün und gesund oder Rot und mit Vorsicht zu geniessen? Der Nutri-Score gibt Aufschluss

Foto: Imagor/Reporters

Fial anerkennt das Bedürfnis der Konsumenten nach einer vereinfachten Kennzeichnung und unterstützt die freiwillige Einführung des Nutri-Score grundsätzlich», sagt Geschäftsführer Lorenz Hirt. Vor einigen Monaten klang es noch ganz anders. Es sei problematisch, die Nährwertqualität von Lebensmitteln in einer einzigen Kennzahl zusammenzufassen, liess die Fial damals verlauten.

## Verreiter Danone erhält positive Rückmeldungen

Woher der Sinneswandel? «Befragungen zeigen, dass die Konsumenten den Nutri-Score wollen. Dem stellen wir uns nicht entgegen», sagt Hirt. Ein anderer wichtiger Grund: Die deutsche Regierung hat sich inzwischen für den Nutri-Score ausgesprochen. Damit wird die Lebensmittelampel im grössten Exportmarkt für Schweizer Produzenten bald zum Standard.

Die Schweizer Hersteller beobachten genau, wie die Kennzeichnung mit der Ampel bei den Kunden ankommt. «Das Label kann ein Wettbewerbsvorteil sein», so Hirt. Der französische Konzern Danone, der die Ampel als Erster in der Schweiz eingeführt hat, erhält jedenfalls gemäss eigenen Angaben positive Reaktionen von Kunden. «Der Nutri-Score kommt generell sehr gut an», sagt Sprecher Philippe Aeschlimann. Produkte für den Genuss kaufen die Kunden weiterhin, auch wenn sie nicht im grünen Bereich liegen. So laufe das Schokoladenmousse mit einem orangen D weiterhin gut.

Die Idee hinter dem Nutri-Score sei auch nicht, nur noch grün markierte Produkte in den Einkaufswagen zu legen, so das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen. Stattdessen sollen Konsumenten bei ähnlichen Lebensmitteln die gesünderen auf einen Blick erkennen.

Die Hersteller wiederum erhalten Anreize, ihren Produkten weniger Salz und Zucker beizumischen, damit sie sich im Regal positiv hervorheben. Den Ampelwert der Tiefkühlpizza sollte man aber besser nicht mit dem eines Joghurts vergleichen.