

Bewertungsgrundlage des Ratgebers „Essen ohne Gentechnik“

Sonderausgabe zu Handelsketten, 09/2012

Eigenmarken im Fokus

Die aktuelle Sonderausgabe des Greenpeace-Ratgebers „Essen ohne Gentechnik“ konzentriert sich auf die Eigenmarken der großen Handelsketten in Deutschland. Greenpeace hat 16 Supermärkte gefragt, wie sie es mit dem Einsatz von Gentechnik halten und wie transparent sie dies gegenüber ihren Kunden und Kundinnen machen.

Für jede Antwort konnten bestimmte Punktzahlen erreicht werden. Anhand der jeweils erreichten Punktzahl wurden die Supermärkte bewertet und ein die Supermärkte miteinander vergleichendes Ranking wurde erstellt.

Im Fokus standen die im Rahmen der jeweiligen Eigenmarken angebotenen tierischen Produkte wie Milch, Eier und Fleisch. Bei seinen Eigenmarken hat der Handel den meisten Einfluss auf die Lieferanten und trägt die volle Verantwortung für die Produkte. Die Supermärkte bestimmen hier unmittelbar, ob beispielsweise die Milch für die Eigenmarken mit oder ohne Gen-Pflanzen im Tierfutter hergestellt wird.

Fragen zum Gesamtsortiment

In Bezug auf die Produktion von frischen Schaleneiern hatte Greenpeace bereits im Jahr 2011 eine Abfrage zum Einsatz von gentechnisch verändertem Tierfutter durchgeführt. Diese Abfrage war bezogen auf das gesamte Sortiment, nicht nur auf die Eigenmarken. Deshalb haben wir uns hier auch dieses Mal nicht auf die Eigenmarken beschränkt, sondern nach dem gesamten Sortiment gefragt.

Neben dem Schwerpunkt tierische Produkte haben wir zudem abgefragt, ob die Supermärkte kennzeichnungspflichtige Lebensmittel führen, in denen gentechnisch veränderte Zutaten direkt enthalten sind. Auch diese Frage bezog sich auf das gesamte Sortiment. Alle Supermärkte antworteten hier, dass sie derzeit keine gekennzeichneten Produkte anbieten und dies auch in Zukunft nicht vorhaben.

Fragestellungen im Überblick:

- Werden Lebensmittel verkauft, in denen direkt gentechnisch veränderte Zutaten verarbeitet werden und die dementsprechend gekennzeichnet werden müssten? (Eigenmarken und Sortiment). Planen Sie zukünftig solche kennzeichnungspflichtigen Produkte ins Sortiment aufzunehmen?
- Wird bei Milchprodukten, Frischmilch, frischen Schaleneiern, Geflügelfleisch, Schweinefleisch und Rindfleisch bei den Eigenmarken auf Gen-Pflanzen im Futter verzichtet?
Wie viel Prozent der Waren werden bereits gentechnikfrei produziert und wie viel Prozent sollen es zukünftig sein (z.B. Ende 2012, 2013 oder 2014)
- Zudem wurde gefragt, ob Produkte die „Ohne Gentechnik“ Kennzeichnung tragen und wie viel Milch insgesamt verarbeitet wird. Diese Fragen zielten auf den Grad der Transparenz gegenüber den Verbrauchern ab.

Spendenkonto

GLS Gemeinschaftsbank eG, KTO: 33 400, BLZ: 430 609 67

Greenpeace ist vom Finanzamt als gemeinnützig anerkannt. Spenden sind steuerabzugsfähig.

- Bei den einzelnen Rubriken: Gekennzeichnete Produkte, Milchprodukte, Trinkmilch, Eier und Fleisch haben wir immer auch nach der zukünftigen Entwicklung gefragt.
- Es konnten weitere Bemühungen angegeben werden, die über das Angegebene hinaus gehen, z.B. die regionale Entwicklung oder Ausweitung des Bio-Sortiments.

Welche Supermärkte wurden wie befragt?

Folgende 16 Supermärkte wurden befragt:

Denree, Alnatura, tegut, Aldi Nord, Aldi Süd, Lidl, Kaufland, Globus, Norma, Edeka (inkl. Marktkauf etc.), Netto (Edeka), Rewe (toom), Penny (Rewe), Kaiser's/Tengelmann, Coop und real (Metro).

Den Supermärkten wurden Fragebögen zugesandt. Die Antworten wurden auf Plausibilität geprüft und bewertet. Bei Unklarheiten haben wir nachgefragt.

Einige Handelsketten haben keinen Fragebogen ausgefüllt, sondern ihre Antworten in Textform gegeben. Dazu gehörten Edeka/Netto, Kaiser's Tengelmann, Real/Metro und Tegut. Die Antworten wurden von uns interpretiert und in den Fragebogen überführt. Die Ergebnisse haben wir den Handelsketten noch einmal zur Kontrolle vorgelegt. So hatten sie die Möglichkeit, eventuelle Fehlinterpretationen zu korrigieren

Die Angaben des regionalen Supermarkts Globus konnten bis Redaktionsschluss nicht verifiziert werden, daher fällt er aus der Bewertung raus.

Der Fragebogen im Detail:

1. Verkaufen Sie derzeit Produkte, die nach VO (EG) Nr. 1829/2003 und 1830/2003 kennzeichnungspflichtig sind (z.B. hergestellt mit gentechnisch verändertem Mais, Soja oder Zucker)? *[Punkte: 0 – 50]*

- Ja
- Nein

Wenn ja, um welche Produkte handelt es sich dabei?

2. Planen Sie, als gentechnisch verändert gekennzeichnete Produkte auszulisten?

- Ja, alle bis _____ *[Punkte: 0 – 20]*
- Nein

3. Planen Sie in Zukunft Produkte einzulisten, die als gentechnisch verändert gekennzeichnet sind? *[Punkte: 0 – 20]*

- Nein, wir verkaufen keine als gentechnisch verändert gekennzeichneten Produkte und werden auch in Zukunft keine gentechnisch veränderten Produkte in unser Sortiment aufnehmen.
- Ja

4. Ist die gentechnikfreie Fütterung¹ bei der gesamten Produktion aller Ihrer Eigenmarken bereits ein festgelegtes Qualitätskriterium? [Punkte: 0 – 50]

- Ja (weiter mit Frage 6)
- Nein (weiter mit Frage 5)

5. Bis wann soll die gentechnikfreie Fütterung¹ für die Produktion Ihrer Eigenmarken als Qualitätskriterium schriftlich verankert sein? [Punkte: 0 – 15]

- Ende 2012
- Ende 2013
- Ende 2014
- gar nicht

Eigenmarken bei Molkereiprodukten:

6. Wie viel Prozent der von Ihnen unter Ihren Eigenmarken vertriebenen Molkereiprodukte werden ohne Gen-Pflanzen im Tierfutter produziert, gemessen an der für die Produkte eingesetzten Milch? *(bitte kreuzen Sie an)* [Punkte: 0 – 60]

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Es handelt sich um folgende Produkte und Marken sowie deren Verbreitungsgebiete²:

7a. Wie viel Prozent der von Ihnen unter Ihren Eigenmarken vertriebenen Trinkmilch (Frischmilch, ESL und H-Milch) wird ohne Gen-Pflanzen im Tierfutter produziert? *(bitte kreuzen Sie an)* [Punkte: 0 – 45]

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Es handelt sich um folgende Produkte und Marken sowie deren Verbreitungsgebiete²:

Bitte geben Sie das Gesamtvolumen der verkauften Trinkmilch an (Eigenmarken):

7b. Bieten Sie - von Ihren Eigenmarken abgesehen - andere "Ohne Gentechnik" gekennzeichnete Milch-Markenartikel im Sortiment an? [Punkte: 0 – 20]

- Ja
- Nein

Wenn ja, folgende Marken:

¹ Fütterung ohne kennzeichnungspflichtige Futtermittel nach VO (EG) Nr. 1829/2003 und 1830/2003

² Produkte die zu 100% ohne kennzeichnungspflichtige Futtermittel nach VO (EG) Nr. 1829/2003 und 1830/2003 hergestellt wurden

8. Wie viel Prozent der von Ihnen unter Ihren Eigenmarken vertriebenen Trinkmilch (Frischmilch, ESL und H-Milch) wird zukünftig ohne Gen-Pflanzen im Tierfutter produziert? *(bitte kreuzen Sie an)* *[Punkte: 0 – 21]*

Bis Ende 2012:

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Bis Ende 2013:

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

9. Kennzeichnen Sie bereits Eigenmarken- Molkereiprodukte mit dem Siegel „ohne Gentechnik“? *[Punkte: 0 – 10]*

- Ja
- Nein

Folgende Produkte werden bereits gekennzeichnet:

10. Planen Sie in Zukunft zusätzliche Molkereiprodukte mit dem Siegel „ohne Gentechnik“ auszuloben? *[Punkte: 0 – 10]*

- Ja
- Nein

Folgende Produkte sollen gekennzeichnet werden, bis:

Eier im gesamten Sortiment:

11. Wie viel Prozent der in Ihren Filialen in Deutschland verkauften Schaleneier stammen heute bereits aus gentechnikfreier Fütterung? *[Punkte: 0 – 45]*
(bitte kreuzen Sie an)

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Es handelt sich um folgende Marken sowie deren Verbreitungsgebiete³:

12. Für wie viel Prozent der in Ihren Filialen in Deutschland verkauften Schaleneier können Sie bis Ende 2012 eine gentechnikfreie Fütterung zusichern? *(bitte kreuzen Sie an)* *[Punkte: 0 – 30]*

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

³ Produkte die zu 100% ohne kennzeichnungspflichtige Futtermittel nach VO (EG) Nr. 1829/2003 und 1830/2003 hergestellt wurden

13. Wie viel Prozent der in Ihren Filialen in Deutschland verkauften Schaleneier kennzeichnen Sie heute mit der „ohne Gentechnik“- Kennzeichnung?

(bitte kreuzen Sie an)

[Punkte: 0 – 9]

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

14. Wie viel Prozent der in Ihren Filialen in Deutschland verkauften Schaleneier werden Sie bis Ende 2012 mit der „ohne Gentechnik“- Kennzeichnung versehen?

(bitte kreuzen Sie an)

[Punkte: 0 – 9]

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Eigenmarken bei Fleisch:

15. Haben Sie für Ihre Eigenmarken im Frischfleischbereich schriftlich festgelegte Qualitätskriterien, die die gentechnikfreie Fütterung verlangen?

[Punkte: 0 – 40]

Hähnchenfleisch:

- Ja
- Nein

Putenfleisch:

- Ja
- Nein

Schweinefleisch:

- Ja
- Nein

Rindfleisch:

- Ja
- Nein

Wenn ja, um welche Produkte und Marken handelt es sich?

16. Werden diese Produkte bereits mit dem „ohne Gentechnik“- Label ausgelobt?

[Punkte: 0 – 80]

Hähnchen:

- Ja
- wird geplant bis: _____
- Nein

Pute:

- Ja
- wird geplant bis: _____
- Nein

Schwein:

- Ja
- wird geplant bis: _____
- Nein

Rind:

- Ja
- wird geplant bis: _____
- Nein

17. Wie viel Prozent des in Ihren Filialen in Deutschland verkauften frischen Hähnchenfleisches Ihrer Eigenmarken, stammt heute aus gentechnikfreier Fütterung?

(bitte kreuzen Sie an)

[Punkte: 0 – 45]

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Hierbei handelt es sich um die Marken:

18. Wie viel Prozent des in Ihren Filialen in Deutschland verkauften frischen Hähnchenfleisches Ihrer Eigenmarken, soll zukünftig ohne Gen-Pflanzen im Tierfutter produziert werden? *(bitte kreuzen Sie an)*

[Punkte: 0 – 21]

Bis Ende 2013:

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Bis Ende 2014:

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Hierbei handelt es sich um die Marken:

19. Wie viel Prozent des in Ihren Filialen in Deutschland verkauften frischen Putenfleisches Ihrer Eigenmarken, stammt heute aus gentechnikfreier Fütterung?

(bitte kreuzen Sie an)

[Punkte: 0 – 45]

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Hierbei handelt es sich um die Marken:

20. Wie viel Prozent des in Ihren Filialen in Deutschland verkauften frischen Putenfleisches Ihrer Eigenmarken, soll zukünftig ohne Gen-Pflanzen im Tierfutter produziert werden? *(bitte kreuzen Sie an)* *[Punkte: 0 – 21]*

Bis Ende 2013:

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Bis Ende 2014:

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Hierbei handelt es sich um die Marken:

21. Wie viel Prozent des in Ihren Filialen in Deutschland verkauften frischen Schweinefleisches Ihrer Eigenmarken, stammt heute aus gentechnikfreier Fütterung? *(bitte kreuzen Sie an)* *[Punkte: 0 – 45]*

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Hierbei handelt es sich um die Marken:

22. Wie viel Prozent des in Ihren Filialen in Deutschland verkauften frischen Schweinefleisches Ihrer Eigenmarken, soll zukünftig ohne Gen-Pflanzen im Tierfutter produziert werden? *(bitte kreuzen Sie an)* *[Punkte: 0 – 21]*

Bis Ende 2013:

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Bis Ende 2014:

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Hierbei handelt es sich um die Marken:

23. Wie viel Prozent des in Ihren Filialen in Deutschland verkauften frischen Rindfleisch Ihrer Eigenmarken, stammt heute aus gentechnikfreier Fütterung?
(bitte kreuzen Sie an) [Punkte: 0 – 45]

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Hierbei handelt es sich um die Marken:

24. Wie viel Prozent des in Ihren Filialen in Deutschland verkauften frischen Rindfleisch Ihrer Eigenmarken, soll zukünftig ohne Gen-Pflanzen im Tierfutter produziert werden? (bitte kreuzen Sie an) [Punkte: 0 – 21]

Bis Ende 2013:

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Bis Ende 2014:

- 0%
- 1-33%
- 34-66%
- 67-100%

Hierbei handelt es sich um die Marken:

25. Folgende zusätzliche Anstrengungen hat unser Unternehmen bisher unternommen in Bezug auf "Lebensmittel ohne Gentechnik": [Punkte: 0 – 20]

In der folgenden Tabelle sind die insgesamt zu erreichenden Punkte aufgelistet und die in Bezug darauf von den Handelsketten erreichten Prozente in den einzelnen Produktparten:

	Gesamt- punktzahl	Aldi Nord	Aldi Süd	Alnatura	Coop	Dennree	Edeka	Kaiser's Tengelmann	Kaufland	Lidl	Netto	Norma	Penny	Real	Rewe	Tegut
Allgemein	155	59,40%	59,40%	100%	58,10%	100%	59,40%	58,10%	59,40%	58,10%	59,40%	59,40%	59,40%	58,10%	59,40%	90,30%
Milch	166	45,80%	45,80%	97%	45,80%	97%	45,80%	45,80%	45,80%	48,80%	45,80%	48,80%	53%	45,80%	53%	97%
Eier	93	82,80%	82,80%	100%	55,90%	100%	55,90%	33,30%	87,10%	82,80%	55,90%	87,10%	60,20%	29%	60,20%	100%
Fleisch	404	51,50%	51,50%	100%	24,30%	100%	21,80%	26,70%	49%	49%	21,90%	39,10%	47,80%	21,80%	47,80%	56,40%
Gesamt	818	55,40%	55,40%	99,40%	38,60%	99,40%	37,70%	37,30%	54,60%	54,50%	37,70%	50,40%	52,40%	34,40%	52,40%	76%

Eine detailliertere Auflistung, wie viel Punkte jeder Supermarkt bei welcher Frage erzielt hat, können Sie per mail bei christiane.huxdorffgreenpeace.de anfordern.