Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Gütezeichen auf dem Prüfstand

Was hinter den großen Lebensmittel-Kennzeichnungen steckt

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis 1
Überblick 2
Was sind Gütezeichen? 3
Recherche von Greenpeace 4
MSC 4
ASC 4
RSPO 5
Konsum von Palmöl in Österreich 7
Greenpeace-Tipps und Forderungen zu Gütezeichen 8

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Überblick

In den österreichischen Supermärkten gibt es über 200 Gütesiegel, Gütezeichen und Qualitätszeichen. Durch diesen Dschungel an Kennzeichnungen ist es für KonsumentInnen oft schwierig zu erkennen, ob ein Produkt tatsächlich umweltfreundlich und sozialverträglich produziert wurde. Denn einige Zertifizierungssysteme geben nur vor die Umwelt und Menschenrechte zu schützen.

So behaupten die Gütezeichen MSC und ASC das akute Problem der weltweiten Überfischung der Meere zu lösen, doch die Überfischung nimmt im Gegenteil weiter zu. Greenpeace hat recherchiert, wie viele Fischprodukte in österreichischen Supermärkten die Gütezeichen MSC und ASC tragen. Das Ergebnis zeigt: Fischprodukte werden inflationär mit diesen nicht vertrauenswürdigen Gütezeichen gekennzeichnet. Bei den großen Supermarktketten Lidl, Hofer, Billa und Spar liegt der Anteil der Tiefkühl-Fischprodukte die entweder das ASC oder MSC Zeichen tragen bei 65 bis knapp 90 Prozent[1]. Am allerhöchsten ist der Anteil jedoch bei Produkten des Fischstäbchen-Herstellers Iglo mit rund 95 Prozent.

Ebenso gibt das Palmöl-Label RSPO[2] vor, globale Probleme wie Regenwaldabholzung und Menschenrechtsverletzungen zu lösen, tatsächlich treibt sie diese weiter voran. Von 2010 bis 2019 sind RSPO-zertifizierte Anbauflächen um das Sechsfache auf 4,4 Millionen Hektar-Fläche gewachsen[3]. Derzeit stammt ein Fünftel der gesamten Palmölproduktion weltweit von RSPO-zertifizierten Palmölplantagen[4]. Greenpeace fordert ein Ende von falschen Versprechen auf Kosten der Umwelt und der Menschen. Um das Problem zu lösen, braucht es vor allem strenge staatliche und internationale Regelungen auf EU-Ebene.

[1] Recherche von Greenpeace im Juni 2021
[2] Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Factsheet zumeist nur von Palmöl gesprochen. Palmfett, Palmkernöl und Palmkernfett sind damit mitgemeint, da alle Produkte von der gleichen Ölpflanze stammen.
[3] RSPO (2019) Impact Report : https://www.rspo.org/library/lib_files/download/1324
[4] Stand der Daten vom 28. Februar 2021 abgerufen unter https://www.rspo.org/impact

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Was sind Gütezeichen?

Unterschied zwischen Gütesiegel und Gütezeichen

Gütesiegel: staatlich beziehungsweise rechtlich geregelt.
Gütezeichen: auf privater Basis, zumeist formell unabhängig von einem Unternehmen.
"Die Kennzeichnung eines Produkts mit einem Gütezeichen ist ein „Versprechen" bzw. eine Zusicherung, dass dieses Produkt die Kriterien eines Zertifizierungssystems erfüllt. Sie erfolgt meist auf Seiten der Konsumgüterhersteller. Die Kennzeichnung ist in der Regel in die Verpackung eines Produkts integriert und dient in der Theorie dazu, die KäuferInnen/VerbraucherInnen auf die Nachhaltigkeit des Produkts hinzuweisen." [5]

Im Vergleich zu Gütesiegeln, die behördlich anerkannt und rechtlich geregelt sind, basieren Gütezeichen auf Kriterien, die private Organisationen erstellen und kontrollieren. Gütezeichen sollen für KonsumentInnen eine Orientierungshilfe bieten und ihnen die Auswahl beispielsweise an umweltfreundlichen Lebensmittel erleichtern. Die Produkte mit spezifischen Zeichen sollen eine bestimmte Güte und Qualität signalisieren, die grafisch oder schriftlich gekennzeichnet ist. Diese Zertifizierungen wurden maßgeblich von der Industrie angetrieben, denn sie sind neben dem Preis ein ausschlaggebendes Verkaufsargument.

Seit der Einführung des ersten Gütezeichens (Blauer Engel) Ende der 1970er Jahre in Deutschland, ist die Anzahl sogenannter "Öko-Labels" weltweit rasant gestiegen. Mittlerweile gibt es über 460 internationale Gütezeichen, die in etwa 200 Ländern operieren[6]. Besonders die internationalen Öko-Labels sind immens gewachsen. So schätzt eine Studie aus dem Jahr 2011 der kanadischen Regierung, dass jedes fünfte global gehandelte Produkt über ein privates Programm zertifiziert wird[7]. Man kann davon ausgehen, dass die aktuelle Zahl deutlich höher liegt.

Doch die Umweltzerstörung wurde trotz dieser Gütesiegel und Gütezeichen in den letzten Jahren nicht gestoppt. Meere werden weiter ausgebeutet und Regenwälder in rauen Mengen abgeholzt. Der Grund: Viele Zertifizierungssysteme sind zu schwach und nehmen in Kauf, dass teilnehmende Unternehmen die Umwelt schädigen und Menschenrechte missachten.

[5] Greenpeace International Report "Destruction: Certified - Zertifizierte Zerstörung" https://drive.google.com/drive/folders/1z2XYmUX-NbiiByZWUUoc8XEvIoT21SM0
[6] van der Ven, H. (2019). Beyond Greenwash: Explaining Credibility in Transnational Eco-Labeling. Oxford University Press. DOI:10.1093/oso/9780190866006.001.0001
[7] van der Ven, H. (2019). Beyond Greenwash: Explaining Credibility in Transnational Eco-Labeling. Oxford University Press. DOI:10.1093/oso/9780190866006.001.0001

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Sogar der österreichische Rechnungshof hat im Jahr 2020 in einem Urteil die fehlenden gesetzlichen Regelungen hinter vielen dieser Kennzeichnungen kritisiert. Demnach habe jedes Siegel unterschiedliche Kriterien und Qualitätsansprüche. Für KonsumentInnen sei damit unklar, was mit welchem Siegel unterstützt wird.[8]

Recherche von Greenpeace

Eine aktuelle Recherche von Greenpeace zeigt, dass gerade jene Zertifizierungssysteme, die im Gütezeichen-Guide von Greenpeace als absolut nicht vertrauenswürdig eingestuft werden, sehr häufig in den Supermarkt-Regalen in Österreich zu finden sind:

MSC

Als Initiative für verantwortungsbewusste Fischerei wurde der Marine Stewardship Council (MSC) 1997 von Unilever und WWF gegründet. Greenpeace stuft das Zeichen als absolut nicht vertrauenswürdig ein, denn das Ziel, den Verbrauch von Meeresfischen zu senken, kann und wird nicht durch das MSC-Zeichen erreicht. Das MSC-Programm ermöglicht es Unternehmen vielmehr Fische aus überfischten Beständen zertifizieren zu lassen. Außerdem können Fischereien umweltschädliche Fischfangmethoden wie Grundschleppnetze einsetzen, die am Meeresboden große Schäden anrichten. 83 Prozent des heute MSC-zertifizierten Fisches stammt aus großen Fischereiflotten mit bis zu 150 Meter langen Industrie-Schiffen. Es sind gerade jene Flotten, die unsere Meere leerfischen. KonsumentInnen können am Gütezeichen nicht erkennen, ob der Fisch von großen oder kleinen Fischereien kommt.

ASC

Das Aquaculture Stewardship Council (ASC) bezieht sich auf Standards für spezifische Aquakulturen. Besonders problematisch ist, dass die Futtermittel aus wild gefangenem Fisch bestehen. Wenn für ein Kilogramm Zuchtlachs etwa fünf Kilogramm Wildfisch gebraucht werden, kann nicht behauptet werden, Aquakulturen würden zur Entlastung der Meere beitragen. Zudem kritisiert Greenpeace, dass gentechnisch veränderte Zutaten im Fischfutter erlaubt sind.

Die Fisch-Zeichen MSC und ASC sind sehr weit verbreitet und gelten als Verkaufsförderer. Demnach legen Hersteller von Fischprodukten und Supermärkte Wert darauf, dass diese Gütezeichen auf den Produkten vorhanden sind. So wird KundInnen suggeriert, die Produkte seien unbedenklich, damit diese guten Gewissens

[8] https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXVII/III/III_00098/imfname_783615.pdf

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

zugreifen können. Dies belegt auch unsere aktuelle Recherche: So tragen aktuell bei Interspar rund 90 Prozent der Produkte das ASC oder MSC Zeichen, bei Billa sind es 79 Prozent, bei Lidl rund 75 Prozent und bei Hofer rund 65 Prozent[9].

Die Rechercheergebnisse zu der auf Tiefkühlkost spezialisierten Firma Iglo sind noch eklatanter: So tragen rund 95 Prozent der tiefgekühlten Fischprodukte eines der beiden Gütezeichen - dabei ist das MSC-Zeichen mit circa 90 Prozent am häufigsten vertreten.

RSPO



Der Runde Tisch für nachhaltiges Palmöl wurde 2004 gegründet. Es handelt sich um eine Vereinigung, die zum Ziel hat, den Absatzmarkt von nachhaltigem Palmöl weiter zu steigern. Der Zutritt zur Vereinigung steht vor allem Palmölproduzenten, Händlern, Konsumgüterherstellern und Banken offen. RSPO-zertifiziertes Palmöl wird nach eigenen Angaben aus Ölpalmen gewonnen, die auf Plantagen angebaut wurden, die nach RSPO-Prinzipien bewirtschaftet werden. Greenpeace-Analysen der RSPO-Kriterien und ihrer Einhaltung belegen, dass RSPO nicht einmal annähernd hält, was das Zeichen verspricht.[10] So wurden in den letzten 15 Jahren immer wieder Menschenrechtsverletzungen bekannt, wie Kinder- und Zwangsarbeit, gegen die nicht konsequent vorgegangen wurde. Die Unternehmen müssen zudem nur sehr schwache Mindeststandards einhalten. Im Zertifizierungsprogramm ist die Abholzung von Regenwäldern nicht prinzipiell verboten. Viele Lebensmittel tragen zwar nicht das RSPO-Logo, enthalten aber eine Aufschrift wie etwa “aus zertifiziertem Palmöl” oder “aus nachhaltigem Palmöl”. Es ist davon auszugehen, dass in solchen Fällen ebenfalls fast immer RSPO-zertifiziertes Palmöl eingesetzt wird.

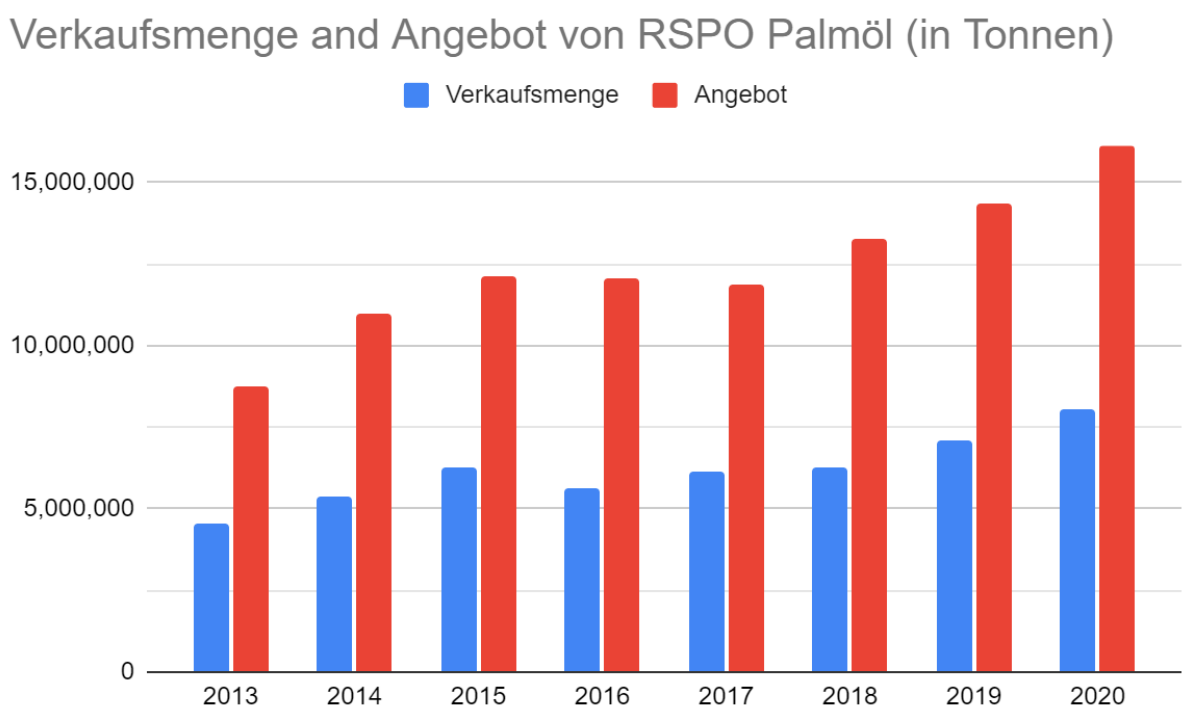
Global gesehen sind 4,36 Millionen Hektar-Fläche RSPO-zertifiziert, das entspricht ungefähr der Gesamtfläche vom Festland Dänemarks[11]. In Summe hat **RSPO-zertifiziertes Palmöl einen Anteil von einem Fünftel der gesamten Palmölproduktion weltweit[12].**

Die Zertifizierung mit RSPO eröffnet den Unternehmen somit einen immensen Absatzmarkt. Denn das RSPO-Zeichen suggeriert den KonsumentInnen, sie würden Produkte mit nachhaltigem Palmöl kaufen. Die Vereinigung selbst betont in ihren Jahresberichten, wie stark das Wachstum ihres Zertifizierungsprogramms ist. Sowohl das Angebot als auch die Verkaufsmenge von RSPO-zertifiziertem Palmöl ist zwischen 2013 und 2020 stark gewachsen [13]. Das Angebot hat sich in diesem Zeitraum fast verdoppelt und ist von 8,7 Millionen Tonnen auf 16,1 Millionen Tonnen gestiegen.

---

[9] Eigene Greenpeace Recherche in Filialen der Supermärkte und in den Online Shops im Juni 2021.
[10] Greenpeace International Report “Destruction: Certified - Zertifizierte Zerstörung” https://drive.google.com/drive/folders/1z2XYmUX-NbiiByZWUUoc8XEvIoT21SM0
[11] Stand der Daten vom 28. Februar 2021 abgerufen unter https://www.rspo.org/impact
[12] Stand der Daten vom 28. Februar 2021 abgerufen unter https://www.rspo.org/impact
[13] Stand der Daten vom 28. Februar 2021 abgerufen unter https://www.rspo.org/impact

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at



14

Gab es 2010 rund 550 RSPO-Mitglieder waren es 2019 bereits über 4500 Mitglieder. In der gleichen Zeitspanne sind RSPO-zertifizierte Anbauflächen um das 6-fache gewachsen[15]. Die meisten Mitglieder finden sich in der Kategorie “Supply Chain Associate” (über 3.000 Organisationen entlang der Lieferkette, die weniger als 500 Tonnen RSPO Palmöl pro Jahr kaufen) und “Consumer Goods Manufacturers” (ca. 900 Unternehmen, die palmölhaltige Produkte für EndkonsumentInnen herstellen)[16]. In Österreich gibt es momentan circa 70 RSPO-Mitglieder[17]. Unter den Mitgliedern sind bekannte österreichische Traditionshäuser wie Ankerbrot, Radatz, Josef Manner, Haas, Heidi und Salzburg Schokolade. Auch der Knusperriegel-Hersteller Snack & Back, der für Eigenmarken wie Hofer-Knusperone sowie auch für Nestlé produziert, bezieht RSPO-zertifiziertes Palmöl. Zudem ist auch der größte Kartoffelverarbeiter in Österreich namens “LWM Austria GmbH” (ein Joint Venture der RWA AG) RSPO-Mitglied[18].

Global gesehen ist der Verbrauch von Palmöl enorm: Der Konsum von Palmöl hat in den vergangenen Jahren weltweit stetig zugenommen[19]. Die EU verbuchte im Jahr 2020 mit 6,9 Millionen Tonnen den dritthöchsten Palmöl-Verbrauch weltweit, gleich hinter Indonesien und Indien. Auch 2021 soll laut Prognosen des US Landwirtschaftministeriums (USDA) der Konsum von Palmöl in der EU weiter steigen[20].

---

[14] Quelle: www.rspo.org/impact
[15] RSPO (2019) Impact Report : https://www.rspo.org/library/lib_files/download/1324
[16] Stand der Daten vom 28. Februar 2021 abgerufen unter https://www.rspo.org/impact
[17] https://rspo.org/members/all
[18] https://rspo.org/members/4484
[19] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/443033/umfrage/konsum-von-palmoel-weltweit/
[20] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/443052/umfrage/konsum-von-palmoel-in-den-wichtigsten-absatzmaerkten-weltweit/

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Die Produktion von Palmöl hat sich in den letzten 30 Jahren weltweit verachtfacht[21]. Damit ist Palmöl mit ca. 73 Millionen Tonnen und einem Anteil von ca. 40 Prozent das am meisten produzierte pflanzliche Öl weltweit [22].

Konsum von Palmöl in Österreich

Das meiste in Lebensmitteln verarbeitete Palmöl befindet sich in Margarine, Frittierfett und Schokoriegeln, wie ein Greenpeace-Marktcheck[23] aus dem Jahr 2017 gezeigt hat.
In Österreich wurden 2015 insgesamt 146.472 Tonnen Palmöl und 11.941 Tonnen Palmkernöl verbraucht. Der direkte österreichische Nettoimport umfasste dabei 38.994 Tonnen Palmöl und 202 Tonnen Palmkernöl. Dieses Palm(kern)öl wurde importiert, um in Österreich weiter verarbeitet zu werden. Der indirekte Nettoimport (als Bestandteil eines Konsumgutes) war um einiges höher mit 107.478 Tonnen Palmöl und 11.739 Tonnen Palmkernöl[24]. Jenes Palmöl wurde beispielsweise in Form von gebrauchsfertigen Produkten wie Frittierfett oder Schokolade aber auch als Bestandteil von Agrotreibstoffen importiert.

Ausgehend von 8,77 Millionen Menschen in Österreich entsprechen die jährlichen direkten und indirekten Palmölimporte einem Verbrauch von ca. 18 kg Palmöl pro Person und Jahr[25].

RSPO behauptet, die Zerstörung von Wäldern und Verletzung von Menschenrechten verhindern zu wollen. Um dieses Ziel zu erreichen, müsste der Konsum von palmölhältigen Produkten deutlich sinken. Ein Blick in die Geschäftsreports vermittelt jedoch ein anderes Bild. So hat RSPO sich in ihrem letzten Report folgendes Ziel gesetzt[26]: “Nachfrage nach zertifiziertem RSPO-Palmöl zu erzeugen und anzuregen, um der steigenden Produktion von RSPO-Palmöl zu entsprechen. Dazu müssen einerseits die zertifizierten Konsumgüterhersteller dazu ermutigt werden die RSPO-Gütesiegel auf ihren Endprodukten zu platzieren. Andererseits muss den KonsumentInnen klar gemacht werden, dass sie RSPO zertifizierte Produkte kaufen sollten.”

[21] https://www.publiceye.ch/fileadmin/doc/_migration/Handelspolitik/FAKTENBLATT-Palmoel.pdf
[22] (Stand 2018/19): https://de.statista.com/statistik/daten/studie/28649/umfrage/pflanzliche-oele-weltweiter-verbrauch-von-1995-bis-2009/
[23] https://public.tableau.com/profile/greenpeace.sterreich1315#!/vizhome/PalmlMarktcheck/Dashboard3 , Marktcheck: https://docplayer.org/56097639-Greenpeace-erhebung-palmoel-in-oesterreichs-supermaerkten.html

[24] https://gruenerbericht.at/cm4/jdownload/download/2-gr-bericht-terreich/1773-gb2017
[25] https://www.fibl.org/fileadmin/documents/de/news/2019/studie_palmoel_soja_1907.pdf
[26] Siehe Seite 56: RSPO (2019) Impact Report : https://www.rspo.org/library/lib_files/download/1324

Greenpeace in Zentral- und Osteuropa
Wiedner Hauptstraße 120 - 124, 1050 Wien
Telefon: +43 (0)1 545 45 80
E-Mail: service@greenpeace.at
www.greenpeace.at

Greenpeace-Tipps und Forderungen zu Gütezeichen

Im aktuellen Gütezeichen-Guide von Greenpeace finden KonsumentInnen eine Analyse der 31 wichtigsten Gütesiegeln bzw. -zeichen für den Lebensmittelbereich in Österreich. Um den Guide möglichst benutzerfreundlich zu gestalten, beruhen die einzelnen Bewertungen auf einem erweiterten Ampelsystem. Das alarmierende Ergebnis: Rund ein Drittel der 31 Gütezeichen ist nicht, nur wenig oder nur bedingt vertrauenswürdig. Greenpeace empfiehlt daher KonsumentInnen beim Kauf im Supermarkt genau hinzusehen und mit dem Greenpeace Gütezeichen-Guide “Zeichentricks” einen Blick hinter die Fassade zu werfen. Vertrauenswürdige Gütezeichen müssen sich durch durchdachte soziale und ökologische Kriterien sowie ein transparentes Kontrollsystem auszeichnen.

Um die Umwelt und Menschenrechte zu schützen, fordert Greenpeace klare gesetzliche Vorgaben für Nachhaltigkeitsversprechen auf Produkten (ähnlich der EU-health claim Verordnung, die regelt, welche nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben auf Verpackungen zulässig sind). Zudem müssen ein Lieferkettengesetz und ein EU-Gesetz für globalen Waldschutz Konzerne zur Einhaltung von hohen Umwelt- und Sozialstandards verpflichten.