



## Schluss mit dem Versteckspiel - Wo Palmöl drin ist, steht ab Samstag auch Palmöl drauf. / WWF begrüßt neue Kennzeichnungspflicht.

Schluss mit dem Versteckspiel - Wo Palmöl drin ist, steht ab Samstag auch Palmöl drauf. / WWF begrüßt neue Kennzeichnungspflicht. <br /> \* Weitere Informationen: [www.wwf.de/palmoel](http://www.wwf.de/palmoel) <br /> \* Footage und Pressebilder auf Anfrage <br /> Ab dem 13. Dezember tritt eine neue EU-Verordnung in Kraft. Ab dann müssen Pflanzenöle in Lebensmitteln namentlich aufgeführt werden. Damit darf vor allem Palmöl nicht länger hinter beschönigenden Bezeichnungen wie "Pflanzenfett" oder "pflanzliches Öl" versteckt werden. Die Umweltschutzorganisation WWF begrüßt die neue Regelung "überfälliger Schritt in Richtung Transparenz" und fordert Unternehmen auf, endlich komplett auf zertifiziertes Palmöl umzusteigen. Die Palmöl-Produktion gilt als kritisch, da für die Plantagen tropische Wälder gerodet werden. Seit 1990 hat sich die Fläche für Ölpalmen weltweit verdoppelt, in Indonesien sogar verzehnfacht. Palmölplantagen bedecken weltweit inzwischen zwölf Millionen Hektar Fläche. Das ist etwa ein Drittel der Bundesrepublik Deutschland. Die Monokulturen bedrohen die biologische Vielfalt und rauben Arten wie Orang-Utan und Tiger den Lebensraum. <br /> Nach Deutschland wurden 2013 allein über Direkt-Importe knapp 2 Millionen Tonnen Palmöl und Palmkernöl eingeführt. "Egal ob bei Fertigpizza, Schokoriegeln, Brotaufstrichen oder Margarine, das beschämende Versteckspiel bei Palmöl in Lebensmitteln ist endlich vorbei. Die neue Kennzeichnungspflicht schafft eine lange überfällige Transparenz", erklärt WWF-Expertin Ilka Petersen. "Die Verbraucher haben nun erstmals die Wahl und können sich bei der Ernährung bewusst für zertifiziertes Palmöl entscheiden oder versuchen ganz darauf zu verzichten." Im zweiten Schritt müsse der Gesetzgeber die Kennzeichnungspflicht auch auf andere Produkte wie etwa Kosmetika, Wasch- und Reinigungsmittel ausweiten, so Petersens Forderung. <br /> Derzeit sind laut WWF gerade einmal 18 Prozent der Palmölproduktion nach den Standards des Runden Tisches für Nachhaltiges Palmöl (RSPO) zertifiziert. Allerdings wird nur rund die Hälfte davon verkauft. "Zertifiziertes Palmöl hat es auch in Deutschland leider immer noch schwer. Und auch wenn die Zertifizierungssysteme nicht perfekt sind- gar nichts machen ist auch keine Lösung. Es ist erstaunlich, wie vielen Unternehmen es schlichtweg egal ist, woher ihre Rohstoffe stammen", kritisiert Petersen. <br /> Absatzprobleme für zertifiziertes Palmöl machten es zudem schwer, bessere Anbaukriterien durchzusetzen. Der WWF hofft, dass dieser fatale Teufelskreis mit der EU-weiten Kennzeichnungspflicht durchbrochen werde. Es müsste nicht nur der Anteil an nachhaltigerem Palmöl am Markt erhöht werden, sondern zugleich gelte es strengere ökologische und soziale Anbaukriterien durchsetzen lassen. Deutsche Unternehmen forderte Petersen auf, sich dem "Forum Nachhaltiges Palmöl" (FONAP) anzuschließen, um sich gemeinsam mit anderen aktiv für die Verbesserung der existierenden Systeme wie den RSPO einzusetzen. <br /> <br />

### Pressekontakt

World Wide Fund For Nature (WWF)

10117 Berlin

### Firmenkontakt

World Wide Fund For Nature (WWF)

10117 Berlin

Der WWF will die Umwelt entlasten und er braucht finanzielle Mittel für den Naturschutz. Um diese Ziele zu erreichen, können Unternehmen wichtige Partner sein. Es gibt unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit. Sie reichen von Firmenspenden und Sponsoring-Maßnahmen über Lizenzkooperationen bis hin zu strategischen Kooperationen. Unser Ziel ist es, Gelder von Unternehmen in den Naturschutz umzuleiten. Aus diesem Grund arbeitet der WWF mit kleinen, mittleren und großen Unternehmen zusammen, die die Ziele des WWF unterstützen. Jede Kooperation ist individuell. Zu unseren Grundsätzen gehört es, konstruktiv und lösungsorientiert zu agieren, aber auch ein kritischer Sparringpartner zu sein. Ein wichtiger Baustein der Zusammenarbeit ist stets die Förderung des Umweltbewusstseins bei Kunden, Mitarbeitern und anderen Interessengruppen. Auch die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage bestätigen unser Handeln: Drei Viertel der Bevölkerung befürworten eine finanzielle Unterstützung des WWF durch Unternehmen (76%). Durch strategische Kooperationen mit wichtigen Wirtschaftsträgern nimmt der WWF Einfluss auf die Förderung von ökologisch nachhaltigem wirtschaftlichem Handeln. Wir arbeiten mit Unternehmen zusammen, um sie zu verändern. Die Wirtschaft schätzt den WWF als kompetenten, verlässlichen aber unabhängigen Partner, weil er wichtige Probleme anspricht und innovative Lösungswege aufzeigt. Jahr für Jahr erfreut sich der WWF einer wachsenden Zahl von Unterstützern. Immer mehr Menschen empfinden es als selbstverständlich, wo immer nötig der bedrängten Natur und Umwelt zu helfen. Sie sehen im WWF einen sachverständigen, lösungsorientierten arbeitenden Partner. Insgesamt wurden 54,3 Millionen Euro für Projekte, satzungsgemäße Kampagnen und Aufklärungsarbeit, Fördererbetreuung und -gewinnung sowie allgemeine Verwaltung verwendet. Der Anteil der Ausgaben für die allgemeine Verwaltung lag im abgelaufenen Geschäftsjahr bei fünf Prozent. Insgesamt wurden 2,8 Millionen Euro für die Finanz- und Personalverwaltung, die Büroorganisation sowie die IT-Administration aufgewendet. Hier konnten Einsparungen in Höhe von rund 160.000 Euro realisiert werden. Über 438.000 Menschen ? mehr als je zuvor ? haben zum Ende des Jahres 2011 auf diese Weise ihre Überzeugung zum Ausdruck gebracht und zu rund 60 Prozent der Gesamteinnahmen verholfen, das zeigt der aktuelle Jahresbericht des WWF. Die Jahreseinnahmen bei Spenden und Erbschaften betragen 32,1 Millionen Euro in 2011/12. Dies bedeutet ein Wachstum von drei Prozent gegenüber 2010/11. Im Jahresdurchschnitt des Geschäftsjahres beschäftigte der WWF Deutschland an seinen drei Standorten (Berlin, Frankfurt, Hamburg) und in den vier Projektbüros (Dessau, Stralsund, Möln und Husum) 186 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon 122 Vollzeitkräfte. Im Vergleich zu 2011 (171 Mitarbeiter) entspricht das einem Zuwachs von neun Prozent. Der Anteil der Mitarbeiterinnen beträgt 68 Prozent.