



Rückverfolgbarkeit von Fischprodukten: Iglo floppt, Frosta toppt im Greenpeace-Test

Rückverfolgbarkeit von Fischprodukten: Iglo floppt, Frosta toppt im Greenpeace-Test
Iglo liefert dem Verbraucher die wenigsten Angaben zur Rückverfolgbarkeit seiner Fischprodukte. Das ist das Ergebnis eines Tests, bei dem Greenpeace im Juni zehn Fischmarken unter die Lupe genommen hat. Verglichen wurden die Informationen, die der Verbraucher über den Tracking- bzw. QR-Code auf der Verpackung erhält (Zur Gesamtauswertung). Iglo erfüllt nur 24 Prozent der von Greenpeace geforderten Angaben für eine transparente Produktrückverfolgung. Am besten schnitt Frosta mit 65 Prozent ab. "Iglo gibt über seinen Trackingcode nicht mehr Informationen preis, als bereits auf der Verpackung angegeben sind. Das ist aus unserer Sicht eine Verbrauchertäuschung", sagt Iris Menn, Meeresexpertin von Greenpeace. Getestet wurden die Unternehmen Iglo, Frosta, Femeg, Followfish, REWE (REWE, Berida, Penny, Ja!) und Norma (Fjord Krone, Neptunes Garden). Unternehmen müssen genau wissen, wo und wie ihr Fisch gefangen wird. Nur so können sie nicht-nachhaltige Produkte ausschließen und die Fischbestände schützen. Auch im Fall einer Gesundheitsbelastung ihres Produktes ist die vollständige Rückverfolgbarkeit ein Muss, um schnell handeln zu können. "Der Käufer hat ein Recht auf sichere Lebensmittel und auf Auskunft über die gesamte Lieferkette. Es gibt keinen Grund für Produzenten, diese Informationen vorzuenthalten", so Menn. Eine vollständige Rückverfolgbarkeit von Fischprodukten umfasst aus der Sicht von Greenpeace folgende Informationen: Ort und Datum des Fangs sowie der Anlandung, die Verarbeitungsstufen bis hin zum Zentrallager. Die Testergebnisse haben ergeben, dass bei fast allen Marken Angaben zu Fangdatum, Fangschiff, Datum und Ort der Anlandung sowie zu den Verarbeitungsbetrieben fehlen. Längst nicht alle Produzenten oder Einzelhändler mit eigener Fischmarke bieten über die Kennzeichnung auf der Verpackung hinaus weitere Informationen zur Lieferkette an. "Wir bewerten grundsätzlich das Bemühen einzelner Unternehmen wie Femeg, Frosta oder REWE positiv", sagt Menn. Vor allem Followfish ist bereits vor Jahren mit gutem Beispiel vorangegangen. Femeg führt aktuell erste Produkte mit vollständiger Rückverfolgbarkeit auf der Verpackung ein. "Allerdings hat die Fischbranche ihre Hausaufgaben noch längst nicht erledigt - sie muss noch viel verbessern", so Menn. Transparente Rückverfolgbarkeit wichtig in Zeiten der Lebensmittelskandale
Als Folge der Lebensmittelskandale zu BSE und Dioxin fordert das europäische Recht bereits seit dem Jahr 2002 (Verordnung EG Nr. 178/2002) eine Stufen-Rückverfolgbarkeit ein. Erst Anfang des Jahres verunsicherten jedoch erneut Lebensmittelskandale zu Pferdefleisch, Eiern und Dioxin die Verbraucher. Im EU-Schnellwarnsystem für Lebens- und Futtermittel erzeugen Fische und Fischprodukte nach Obst und Gemüse am zweithäufigsten Warnmeldungen bezüglich eines ernsthaften Risikos für die Gesundheit. Greenpeace fordert daher nicht nur eine stufenweise, sondern vollständige Rückverfolgbarkeit über die gesamte Lieferkette.
Greenpeace e.V.
Grosse Elbstrasse 39
22767 Hamburg
Deutschland
Telefon: 040-30618-0
Telefax: 040-30618-100
Mail: presse@greenpeace.de
URL: <http://www.greenpeace.de>


Pressekontakt

Greenpeace e.V.

22767 Hamburg

greenpeace.de
presse@greenpeace.de

Firmenkontakt

Greenpeace e.V.

22767 Hamburg

greenpeace.de
presse@greenpeace.de

Greenpeace ist eine internationale Umweltorganisation, die mit gewaltfreien Aktionen für den Schutz der Lebensgrundlagen kämpft. Unser Ziel ist es, Umweltzerstörung zu verhindern, Verhaltensweisen zu ändern und Lösungen durchzusetzen. Greenpeace ist überparteilich und völlig unabhängig von Politik, Parteien und Industrie. Mehr als eine halbe Million Menschen in Deutschland spenden an Greenpeace und gewährleisten damit unsere tägliche Arbeit zum Schutz der Umwelt. Spektakuläre Aktionen haben Greenpeace weltweit bekannt gemacht. Die direkte Konfrontation mit Umweltsündern dient dazu, auf Missstände aufmerksam zu machen. Greenpeace-Aktivist*innen setzen sich persönlich für ihr Anliegen ein - dadurch erzeugen sie öffentlichen Druck auf Verantwortliche in Politik und Industrie. Doch Greenpeace agiert nicht nur im Schlauchboot, auch die Lobbyarbeit trägt entscheidend zum Erfolg von Kampagnen bei. In langwierigen und zähen Verhandlungen versucht Greenpeace, die politischen Entscheidungen von Regierungen oder Kommissionen zu beeinflussen. Greenpeace arbeitet zu den Themen Klimaveränderung, Artenvielfalt (Ökosysteme der Wälder und Meere), Atomkraft/erneuerbare Energien, Erdöl, Gentechnik, Landwirtschaft und Chemie. Eine Konzentration auf die gewählten Kampagnen ist notwendig: Nur wenn die Organisation ihre Energien bündelt, ist effektives und erfolgreiches Arbeiten möglich.