

Bericht zur Konsultation betreffend der möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung und deren Label-Kriterien

im Auftrag der



SGE Schweizerische Gesellschaft für Ernährung
SSN Société Suisse de Nutrition
SSN Società Svizzera di Nutrizione

**Erstellt am 17. Mai 2010
Veröffentlicht am 14. September 2010**

Inhaltsverzeichnis

Impressum	4
Zusammenfassung	5
Synthèse	6
Sintesi	7
Summary	8
1. Ausgangslage	9
2. Gegenstand der Konsultation	9
3. Ergebnisse der Konsultation	10
3.1 Anzahl eingereicherter Stellungnahmen	10
3.2 Allgemeine Stellungnahmen und Kommentare	12
3.2.1 Allgemeine Stellungnahmen und Kommentare seitens der Wirtschaft	16
3.2.2 Allgemeine Stellungnahmen und Kommentare weiterer Akteure	19
3.3 Stellungnahmen zur Kooperation mit der Choices-Stiftung	22
3.3.1 Stellungnahmen seitens der Wirtschaft	24
3.3.2 Stellungnahmen weiterer Akteure	26
3.4 Stellungnahmen zu den nährstoffbasierten Kriterien von Choices	28
3.4.1 Stellungnahmen seitens der Wirtschaft	28
3.4.2 Stellungnahmen weiterer Akteure	30
3.4.3 Stellungnahmen zu den einzelnen Kriterien	30
3.5 Stellungnahmen zu den allgemeinen Anpassungsvorschlägen der Expertengruppe „Kriterien“ bezüglich der Choices-Kriterien	31
3.6 Stellungnahmen zu den Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“	33
4. Schlussfolgerungen und Fazit	35
5. Anhang	37
5.1 Institutionen und Organisationen	37
5.2 Allgemeine Stellungnahmen und Kommentare	42
5.3 Stellungnahmen zur Kooperation mit der Choices-Stiftung	72
5.4 Stellungnahmen zu den nährstoffbasierten Kriterien von Choices	88

5.5	Stellungnahmen zu den allgemeinen Anpassungsvorschlägen der Expertengruppe „Kriterien“ bezüglich der Choices-Kriterien.....	114
5.6	Stellungnahmen zu den Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“ ...	127
5.7	Gegenstand der Konsultation (Details)	134
5.8	Konsultationsdokumente (umfassende Unterlagen).....	145

Impressum

Autorin

Mühlemann Nutrition GmbH
Pascale Mühlemann
www.muehlemann-nutrition.ch

Auftraggeberin

Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE
Esther Infanger
www.sge-ssn.ch

Dank

Die Erstellung des Konsultationsberichtes wurde dank finanzieller Unterstützung durch das Bundesamt für Gesundheit BAG ermöglicht.
www.bag.admin.ch

Hinweis

Aus Gründen der Vereinfachung werden Personenbezeichnungen in der männlichen Form verwendet, gelten jedoch immer für beide Geschlechter.

17. Mai 2010

Zusammenfassung

Am 13. Januar 2010 wurden wichtige Akteure, potenzielle Lizenznehmer¹ sowie weitere interessierte Kreise von der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE eingeladen, bis zum 31. März 2010 Stellung zu beziehen zur möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung² sowie zu deren Kriterien.

Insgesamt wurden 62 Stellungnahmen eingereicht: 53% von Wirtschaftsakteuren und 47% von weiteren Akteuren. Drei zusätzliche Stellungnahmen wurden von ausländischen und internationalen Organisationen eingereicht – diese wurden gesondert ausgewertet, weil sich die Konsultation auf den Schweizer Markt bezieht.

Insgesamt stehen 70% (40 Akteure) der möglichen Einführung eines „Healthy Choice Labels“³ in den Schweizer Lebensmittelmarkt negativ oder eher negativ gegenüber. Dieses Ergebnis wurde stark durch die Stellungnahmen der Wirtschaftsakteure geprägt, unter denen sich 84% (26 Akteure) negativ oder eher negativ äusserten.⁴ Unter den weiteren Akteuren äusserten sich 54% (14 Akteure) negativ oder eher negativ. Positiv oder eher positiv äusserten sich 4 von insgesamt 6 Präventions- und Gesundheitsorganisationen; 3 von insgesamt 4 Universitäten, Fachhochschulen und Forschungsinstitutionen sowie 2 von insgesamt 3 Einzelpersonen. Unter den Konsumentenorganisationen äusserte sich 1 Akteur negativ; 3 Akteure nahmen keine Stellung.

19% der potenziellen Lizenznehmer eines „Healthy Choice Labels“ (3 Akteure) können sich generell vorstellen, geeignete Lebensmittel und/oder Getränke aus ihrem Sortiment mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen. Die Mehrheit (75% bzw. 12 Akteure) kann sich das jedoch nicht vorstellen.

Insgesamt stehen 67% (37 Akteure) der möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung negativ oder eher negativ gegenüber. Wiederum fallen die Stellungnahmen der Wirtschaftsakteure stark ins Gewicht, die sich zu 87% (26 Akteure) negativ oder eher negativ äusserten. Unter den weiteren Akteuren äusserten sich 44% (11 Akteure) negativ oder eher negativ. Positiv oder eher positiv äusserten sich 5 von insgesamt 6 Präventions- und Gesundheitsorganisationen sowie 2 von insgesamt 3 Einzelpersonen.

Die Weltgesundheitsorganisation WHO postuliert in der „Global strategy on diet, physical activity and health“, dass genaue, standardisierte und verständliche Informationen über den Inhalt von Lebensmitteln nötig sind, um eine gesündere Wahl zu treffen. Das grundsätzliche Ziel, diesem Postulat gerecht zu werden und die Nährwertkennzeichnung als Mittel zu nutzen, um die Wahl und den Zugang zu ausgewogen zusammengesetzten Lebensmitteln zu vereinfachen, ist deshalb weiterzuverfolgen. Die Ergebnisse der vorliegenden Konsultation weisen allerdings darauf hin, dass ein „Healthy Choice Label“ zum momentanen Zeitpunkt kaum erfolgreich in den Schweizer Lebensmittelmarkt eingeführt werden könnte, da vor allem die Unterstützung der Lebensmittelproduzenten fehlt. Die Strategie des Bundesamtes für Gesundheit betreffend Konsumenteninformation sollte daher überprüft werden.

¹ Unter dem Begriff „Lizenznehmer“ werden Benutzer eines „Healthy Choice Labels“ verstanden. Der Begriff ist im allgemeinen Sinn zu verstehen und macht keine Aussage über ein allfälliges Finanzierungsmodell.

² Die Bezeichnung „Choices-Stiftung“ entspricht der „Choices International Foundation“.

³ Unter einem „Healthy Choice Label“ wird ein Label verstanden, welches gesündere Alternativen innerhalb definierter Lebensmittelkategorien kennzeichnet und welches auf der Vorderseite der Verpackung („front-of-pack“) platziert wird.

⁴ Zu bemerken ist, dass die Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial) sowie sieben Unternehmen betonen, dass sich ihre ablehnende Haltung nur gegen die offizielle Einführung eines „Healthy Choice Labels“ durch den Staat richtet und nicht gegen die Verwendung eines „Healthy Choice Labels“ an sich.

Synthèse

Le 13 janvier 2010, des acteurs importants du domaine alimentaire, des détenteurs potentiels de licence⁵ ainsi que divers cercles intéressés ont été invités par la Société suisse de nutrition (SSN) à prendre position avant le 31 mars 2010 sur une possible coopération avec la Fondation *Choices*⁶ ainsi que sur les critères de cette collaboration.

62 prises de position ont été recensées au total: 53% proviennent d'acteurs économiques et 47% d'autres types d'acteurs. Trois organisations étrangères et internationales se sont également prononcées - leurs avis ont été évalués séparément, car la consultation concerne le marché suisse.

Concernant l'introduction potentielle d'un *Healthy Choice Label* (label « choix santé »)⁷ sur le marché suisse des produits alimentaires, 70% des réponses (40 acteurs) expriment une opinion négative ou plutôt négative. Ce résultat a été fortement influencé par les prises de position des acteurs économiques, 84% d'entre eux (26 acteurs) s'étant exprimés défavorablement ou plutôt défavorablement.⁸ Parmi les autres acteurs, 54% (14 acteurs) ont une position similaire. Quatre des six organismes de prévention et de santé, trois des quatre universités, écoles supérieures et instituts de recherche ainsi que deux des trois particuliers qui ont participé à la consultation ont émis un avis positif ou plutôt positif. Parmi les organisations de consommateurs, un seul acteur a rejeté cette idée ; trois autres n'ont pas pris position.

19% des détenteurs potentiels d'une licence *Healthy Choice Label* (3 acteurs) peuvent s'imaginer caractériser certains produits alimentaires et/ou boissons de leur assortiment par un tel label. La majorité (75%, soit 12 acteurs) ne se voit cependant pas mettre en place une telle procédure.

Pour ce qui concerne une coopération avec la Fondation *Choices*, 67% (37 acteurs) expriment un avis négatif ou plutôt négatif. Là aussi, les prises de position des acteurs économiques pèsent lourd dans la balance, puisque 87% d'entre elles (26 acteurs) se révèlent négatives ou plutôt négatives. Parmi les autres acteurs, 44% (11 acteurs) ont émis une opinion similaire. Cinq des six organismes de prévention et de santé ainsi que deux des trois particuliers ayant participé à la consultation ont émis un avis positif ou plutôt positif.

Dans son rapport intitulé « Stratégie mondiale pour l'alimentation, l'exercice physique et la santé », l'Organisation mondiale de la santé (OMS) postule que des informations précises, standardisées et compréhensibles relatives au contenu des produits alimentaires sont nécessaires pour que le consommateur puisse repérer les aliments sains. Il s'agit donc de poursuivre cette idée de base et de recourir à des indications sur l'étiquetage des produits pour que la population puisse accéder facilement à des aliments équilibrés. Les résultats de la présente consultation montrent cependant qu'il n'est actuellement pas possible d'introduire un *Healthy Choice Label* sur le marché des produits alimentaires en Suisse, avant tout en raison du manque de soutien des producteurs de produits alimentaires. Il conviendrait par conséquent de reconsidérer la stratégie de l'Office fédéral de la santé publique en matière d'information des consommateurs.

⁵ Par le terme « détenteur de licence », on entend les utilisateurs d'un *Healthy Choice Label*. Le terme doit être pris dans son acception générale sans référence à un quelconque modèle de financement.

⁶ La désignation « Fondation *Choices* » correspond à « *Choices International Foundation* ».

⁷ Par *Healthy Choice Label* on entend un label qui caractérise des produits plus sains au sein de catégories pré-définies d'articles alimentaires et qui est apposé sur le recto de l'emballage (*front-of-pack*).

⁸ Il convient de relever que la Fédération des industries alimentaires suisses (fial) ainsi que sept entreprises soulignent que leurs réticences concernent uniquement l'introduction par l'Etat d'un *Healthy Choice Label* et non pas l'utilisation d'un tel label en soi.

Sintesi

Il 13 gennaio 2010 importanti attori, potenziali titolari di licenze⁹ nonché altre cerchie interessate sono stati invitati dalla Società Svizzera di Nutrizione (SSN) a esprimere, entro il 31 marzo 2010, il loro parere su una possibile cooperazione con la fondazione Choices Stiftung¹⁰ e sulle condizioni per una tale collaborazione.

In totale sono rientrati 62 pareri, il 53 per cento dei quali da parte di attori dell'economia e il 47 per cento da parte di altri attori. Tre altri pareri, inviati da organizzazioni estere e internazionali, sono stati valutati separatamente, dato che la consultazione si riferisce solo al mercato interno.

Globalmente, il 70 per cento (40 attori) si è espresso negativamente o piuttosto negativamente riguardo all'introduzione sul mercato alimentare svizzero di un «Healthy Choice Label»¹¹.

Questo risultato è stato determinato dai pareri degli attori economici, di cui l'84 per cento (ossia 26) si è dichiarato contrario o piuttosto contrario¹². Tra gli altri attori, il 54 per cento (ossia 14) ha reputato negativa o piuttosto negativa tale misura. Hanno accolto la misura positivamente o piuttosto positivamente 4 organizzazioni attive nel campo della prevenzione e della sanità su 6, 3 su 4 tra università, scuole universitarie professionali e istituzioni di ricerca, nonché 2 persone singole su 3. Tra le organizzazioni di consumatori consultate, una ha dissentito e 3 non si sono espresse.

Il 19 per cento dei potenziali titolari di una licenza di un «Healthy Choice Label» (ossia 3) fondamentalmente non hanno niente in contrario a caratterizzare con un «Healthy Choice Label» gli alimenti e/o le bevande del loro assortimento che si prestano a una tale specificazione. Tuttavia la maggioranza (75 %, ossia 12 attori) non condivide questa posizione.

Globalmente, il 67 per cento (37 attori) è sfavorevole o piuttosto sfavorevole a una possibile cooperazione con la Choices-Stiftung. Ancora una volta determinanti sono i pareri negativi o piuttosto negativi (87 % ossia 26) degli attori economici. Tra gli altri attori, il 44 per cento (ossia 11) si è espresso negativamente o piuttosto negativamente contro tale cooperazione. Di parere positivo o piuttosto positivo sono stati 5 organizzazioni di prevenzione o sanitarie su 6, nonché 2 singole persone su 3.

Nella sua «Global strategy on diet, physical activity and health», l'Organizzazione mondiale della sanità (OMS) postula la necessità di disporre di informazioni precise, standardizzate e comprensibili sul contenuto degli alimenti come condizione per poter scegliere i prodotti più sani. Tenendo quindi conto del postulato dell'OMS, va perseguito l'obiettivo fondamentale di utilizzare l'indicazione del valore nutritivo come mezzo atto ad agevolare la scelta e l'accesso ad alimenti equilibrati nella loro composizione. I risultati della presente consultazione indicano tuttavia che un «Healthy Choice Label» al momento non potrebbe essere introdotto con successo sul mercato alimentare svizzero poiché manca soprattutto il sostegno dei produttori del settore alimentare. Pertanto, l'Ufficio federale della sanità pubblica dovrebbe rivedere la sua strategia in materia di informazione dei consumatori.

⁹ Per «titolari di una licenza» si intendono gli utilizzatori di un «Healthy Choice Labels». Il termine va inteso in senso generale e non si riferisce a un eventuale modello di finanziamento.

¹⁰ La denominazione «Choices-Stiftung» corrisponde a quella di «Choices International Foundation».

¹¹ Per «Healthy Choice Label» si intende un marchio che caratterizza prodotti alternativi più sani tra categorie di derrate alimentari definite e che è apposto sulla parte frontale dell'imballaggio (front-of-pack).

¹² Da notare che la Federazione delle industrie svizzere di prodotti alimentari (fial) nonché sette aziende sottolineano che non si oppongono al principio di un «Healthy Choice Label» ma contestano soltanto una sua introduzione ufficiale da parte dello Stato.

Summary

On 13 January 2010, the Swiss Society for Nutrition (SGE) invited important stakeholders, potential licensees¹³ and other interested parties to comment, by 31 March 2010, on a possible cooperation agreement with the Choices International Foundation and its criteria.

A total of 62 comments were submitted, 53 percent of which came from economic actors, and 47 percent from others. Three additional statements were submitted from foreign and international organisations – those were analysed separately, since the consultation refers to the Swiss market.

Overall, 70 percent of respondents (40 actors) view the possible introduction of a “Healthy Choice Label”¹⁴ into the Swiss food market negatively or rather negatively. This finding was heavily influenced by the statements from the economic actors, 84 percent of which (26 actors) responded unfavourably or rather unfavourably.¹⁵ From amongst the remaining actors, 54 percent (14 actors) responded unfavourably or rather unfavourably. Four out of six prevention and health organisations responded favourably or rather favourably, as did three out of four universities, polytechnics and research institutions, and two out of three individuals. One consumer association responded unfavourably, three others did not respond at all.

Of the potential „Healthy Choice Label“ licensees, 19 percent (three actors) could envisage identifying suitable foods and/or beverages from their product lines with a “Healthy Choice Label”, whereas the majority (75 percent, or 12 actors) could not.

Overall, 67 percent of respondents (37 actors) view a possible cooperation agreement with the Choices International Foundation negatively or rather negatively. Again the statements from the economic actors, 87 percent of which (26 actors) responded unfavourably or rather unfavourably, carried significant weight. From amongst the remaining actors, 44 percent (11 actors) responded unfavourably or rather unfavourably. Five out of six prevention and health organisations responded favourably or rather favourably, as did two out of three individuals.

The World Health Organization (WHO) postulates in its “Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health” that accurate, standardised and comprehensible information on the contents of food items is necessary in order to make healthy choices. The fundamental goal to satisfy this postulate and use nutrition labelling as a means to simplify the choice of – and access to – a balanced diet should, therefore, be pursued further. The findings of this consultation, however, indicate that the introduction of a “Healthy Choice Label” into the Swiss food market is unlikely to be successful at the present time, especially given the lack of support from food producers. Thus, the consumer information strategy of the Federal Office of Public Health needs to be reassessed.

¹³ The term “licensees” refers to users of a “Healthy Choice Label”. The term is intended in the general sense and makes no claims regarding any financing models.

¹⁴ A “Healthy Choice Label” is a label that identifies healthier alternatives within defined product categories and which is placed “front-of-pack”.

¹⁵ It should be noted that the Federation of Swiss Food Industries (fia) as well as seven companies emphasise that they oppose only the state-controlled introduction of a “Healthy Choice Label”, not the use of a “Healthy Choice Label” per se.

1. Ausgangslage

Die Lebensmittelkennzeichnung ist eine bedeutende Orientierungshilfe für Konsumenten bei der Lebensmittelwahl bzw. beim Lebensmitteleinkauf. Die Weltgesundheitsorganisation WHO hat bereits 2003 erklärt, dass die Nährwertkennzeichnung ein wichtiges Mittel ist, um die Wahl und den Zugang zu ausgewogen zusammengesetzten Lebensmitteln zu vereinfachen. In der „Global strategy on diet, physical activity and health“ postuliert sie, dass genaue, standardisierte und verständliche Informationen über den Inhalt von Lebensmitteln nötig sind, um eine gesündere Wahl zu treffen.

Das Bundesamt für Gesundheit BAG hat der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE deshalb im Rahmen des Nationalen Programms Ernährung und Bewegung NPEB 2008-2012 im Oktober 2008 den Auftrag erteilt, die Entscheidungsgrundlagen bezüglich der Einführung eines einheitlichen und einfach verständlichen „Healthy Choice Labels“¹⁶ in den Schweizer Lebensmittelmarkt zu erarbeiten. Dies allerdings im Wissen, dass kein Nährwertkennzeichnungssystem dem Konsumenten die Eigenverantwortung für eine ausgewogene Ernährung abzunehmen vermag. Ein „Healthy Choice Label“ ist als informierende Empfehlung zu verstehen, die dem Konsumenten helfen soll, sich beim Einkauf gesundheitsbewusst(er) zu entscheiden.

Die SGE ist nach einer ersten Projektphase zum Schluss gekommen, dass die Entwicklung eines neuen und rein schweizerischen Labels aus verschiedenen Gründen wenig Sinn machen würde. Sie befürwortet bzw. empfiehlt stattdessen die Kooperation mit einer bestehenden europäischen Label-Organisation – konkret mit der Choices-Stiftung¹⁷. Zu diesem Zweck hat eine von der SGE geleitete Expertengruppe – bestehend aus vier Experten aus den Bereichen Ernährungswissenschaft, Ernährungsberatung, Lebensmitteltechnologie und Lebensmittelrecht sowie zwei SGE-Vertretern aus den Bereichen Lebensmitteltechnologie und Ernährungsberatung/-wissenschaft – die Kriterien des Labels „Choices“ geprüft. Dabei hat sie v.a. die Eignung des Labels „Choices“ für den Schweizer Lebensmittelmarkt, dessen Vereinbarkeit mit dem Schweizer Lebensmittelrecht sowie dessen Übereinstimmung mit den Schweizer Ernährungsempfehlungen und -gewohnheiten überprüft.

Abschliessend sei zu bemerken, dass die Nährwertkennzeichnung eine der Massnahmen im Rahmen des Nationalen Programms Ernährung und Bewegung NPEB 2008-2012 darstellt, um die gesunde Ernährung in der Schweiz zu fördern. Daneben sind weitere Massnahmen geplant bzw. bereits angelaufen (z.B. Salzstrategie, actionsanté, Projekt Gesundheitsfördernde Gemeinschaftsgastronomie usw.).

2. Gegenstand der Konsultation

Im Auftrag des BAG lud die SGE wichtige Akteure, potenzielle Lizenznehmer sowie weitere interessierte Kreise am 13. Januar 2010 ein, bis zum 31. März 2010 Stellung zu beziehen zur möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung sowie zu deren Kriterien. Die Konsultationsdokumente wurden einerseits direkt per E-Mail verschickt und andererseits auf der Website der SGE zum freien Download aufgeschaltet. Auf die Website der SGE wurde zusätzlich auch die Adressatenliste hochgeladen.

Die detaillierten Inhalte der Konsultation sowie die umfassenden Konsultationsdokumente können dem Anhang entnommen werden (siehe Anhang 5.7 und Anhang 5.8).

¹⁶ Unter einem „Healthy Choice Label“ wird ein Label verstanden, welches gesündere Alternativen innerhalb definierter Lebensmittelkategorien kennzeichnet und welches auf der Vorderseite der Verpackung („front-of-pack“) platziert wird.

¹⁷ Die Bezeichnung „Choices-Stiftung“ entspricht der „Choices International Foundation“.

3. Ergebnisse der Konsultation

Dieses Kapitel fasst die Ergebnisse der Konsultation zusammen.

Die einzelnen Voten wurden ihrem Absender und Inhalt entsprechend den Unterkapiteln 3.2 bis 3.6 zugeordnet, so dass im Kapitel 3 nicht immer die ursprüngliche Zuordnung aus dem Konsultationsdokument widerspiegelt ist. Mehrfach genannte Antworten sind entsprechend der Häufigkeit ihrer Nennung aufgeführt, wurden jedoch nicht weiter gewichtet.

Der Übersicht halber wurden die Stellungnahmen und Kommentare in den Unterkapiteln von Kapitel 3 gruppiert, wobei zu beachten ist, dass die Gruppeneinteilung nicht immer ganz eindeutig gemacht werden konnte. Die Stellungnahmen und Kommentare sind in unkommentierter Form wiedergegeben. Es wurde bewusst darauf verzichtet, sie zu interpretieren oder weiter zu erläutern. Auch sachlich und fachlich fehlerhafte Aussagen sind unkorrigiert in ihrer Originalform wiedergegeben.

Die Originalfassungen der einzelnen Stellungnahmen können bei der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung zur Einsicht angefordert werden.

3.1 Anzahl eingereicherter Stellungnahmen

Insgesamt sind 62 Stellungnahmen eingereicht worden und in den vorliegenden Auswertungsbericht eingeflossen. Drei zusätzliche Stellungnahmen wurden von ausländischen und internationalen Organisationen eingereicht.

Die Ergebnisse der Konsultation werden in den nachfolgenden Kapiteln in drei Gruppen aufgeschlüsselt dargelegt:

- Stellungnahmen von Wirtschaftsakteuren: Die Stellungnahmen dieser Gruppe wurden gesondert ausgewertet, weil 33 Stellungnahmen (entspricht 53% aller Stellungnahmen) aus diesem Kreise stammen.
- Stellungnahmen von weiteren Akteuren (inkl. Private und Einzelpersonen): 29 Stellungnahmen (47% aller Stellungnahmen) wurden von dieser Gruppe eingereicht. Diese Gruppe ist sehr heterogen zusammengesetzt (siehe Tabelle 1). Aufgrund der geringen Anzahl Stellungnahmen pro Kategorie (z.B. seitens der Präventions- und Gesundheitsorganisationen wurden insgesamt nur 6 Stellungnahmen eingereicht) macht eine weitere Aufschlüsselung der Stellungnahmen aber keinen Sinn, da sie für die entsprechende Kategorie nicht repräsentativ ausgefallen wäre.
- Stellungnahmen von ausländischen und internationalen Organisationen: Deren Stellungnahmen (insgesamt 3) wurden gesondert ausgewertet, weil sich die Konsultation auf den Schweizer Markt bezieht.

Die Rücklaufquote betrug rund 46% (insgesamt waren 136 Institutionen bzw. Personen angeschrieben worden). Diese Rücklaufquote ist allerdings aus verschiedenen Gründen nicht sehr aussagekräftig:

- Von den 62 eingereichten Stellungnahmen stammten 16 Stellungnahmen von Institutionen bzw. Personen, die nicht persönlich angeschrieben worden waren.
- Gewisse Unternehmen und Institutionen wurden indirekt mehrfach angeschrieben, weil sie gleichzeitig verschiedenen Verbänden, Netzwerken oder Organisationen angehören.
- Einzelne Verbände bzw. Netzwerke nahmen nicht als Verbände bzw. Netzwerke Stellung, treten im vorliegenden Auswertungsbericht aber über einzelne ihrer Mitglieder in Erscheinung.

Zu bemerken ist ferner, dass verschiedene Verbände, Netzwerke und andere Organisationen Stellung bezogen, die eine mehr oder weniger grosse Zahl von Unternehmen und Institutionen vertreten (im Gegensatz zu Unternehmen oder Institutionen, die „nur“ sich selber vertreten). Die einzelnen Stellungnahmen wurden diesbezüglich nicht gewichtet und sind insofern nicht gleichwertig. Beispiele:

- Der Schweizerische Gewerbeverband SGV vertritt als Dachorganisation der Schweizer KMU rund 300'000 Unternehmen und 280 Verbände.
- Der Schweizerische Verband der Lebensmittel-Detaillisten VELEDES vertritt rund 3000 private, selbstständige Lebensmitteldetaillisten.
- Der Schweizerische Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE) vertritt seine rund 1055 Mitglieder.
- Der Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie SVG vertritt rund 320 Betriebe.
- Die Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien FIAL vertritt rund 200 Unternehmen und 16 Branchenverbände.
- Die Fédération Fourchette verte Suisse vertritt 7 kantonale Sektionen.

Tabelle 1: Übersicht über eingereichte Stellungnahmen

Kategorie	Anzahl Stellungnahmen
Wirtschaftsakteure	33 (53%)
Allgemeine	3
Produzenten industrieller Produkte	19
Produzenten landwirtschaftlicher Produkte	6
Handel	4
Gastronomie	1
Weitere Akteure	29 (47%)
Präventions- und Gesundheitsorganisationen	6
Berufsverbände	1
Universitäten, Fachhochschulen, Forschungsinstitutionen	4
Label-Organisationen	4
Behörden und Kommissionen	7
Konsumentenorganisationen	4
Private / Einzelpersonen	3
TOTAL	62

Die detaillierte Liste der Unternehmen und Organisationen, die eine Stellungnahme eingereicht haben, kann im Anhang 5.1 konsultiert werden.

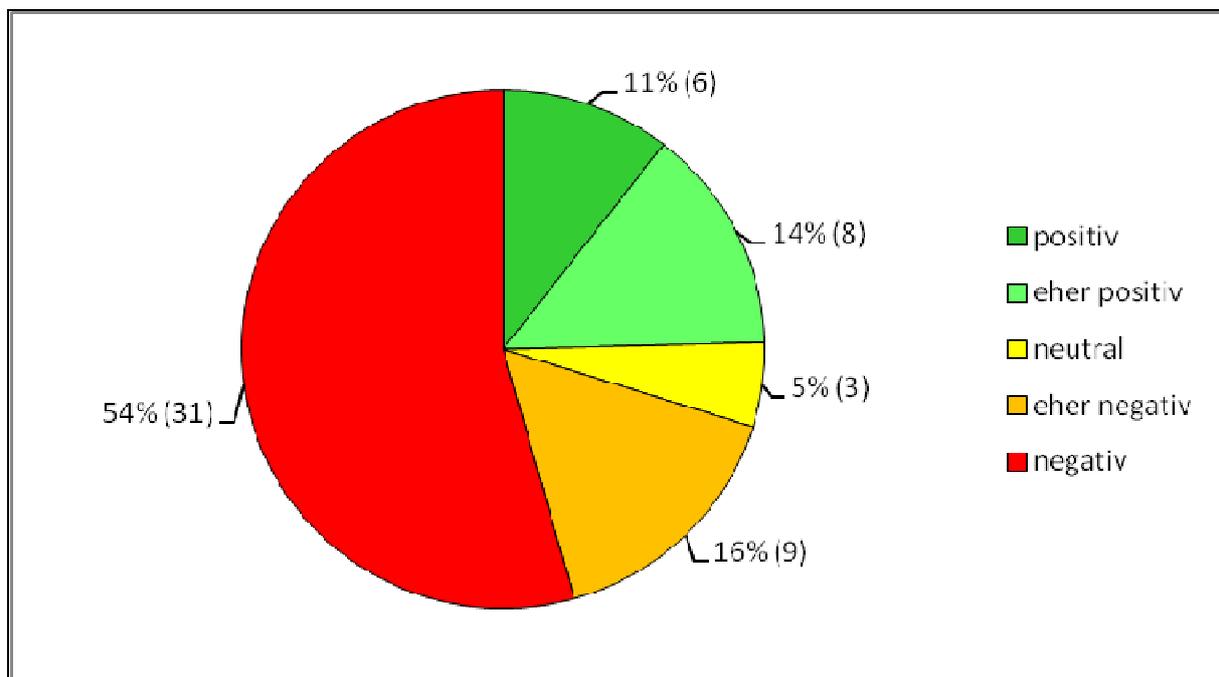
3.2 Allgemeine Stellungnahmen und Kommentare

Auswertung der Frage 1: *Wie stehen Sie der möglichen Einführung eines „Healthy Choice Labels“ in den Schweizer Lebensmittelmarkt gegenüber (unabhängig von einer möglichen Kooperation)?*

Frage 1 wurde von 57 Akteuren (92% der total 62 eingereichten Stellungnahmen) beantwortet. Die nachfolgenden %-Angaben beziehen sich auf diese 57 Akteure. Zusätzlich wurden 3 Antworten von ausländischen und internationalen Organisationen eingereicht.

Insgesamt stehen 70% (40 Akteure) der möglichen Einführung eines „Healthy Choice Labels“ in den Schweizer Lebensmittelmarkt negativ oder eher negativ gegenüber (siehe Abbildung 1). Die negativen Stellungnahmen stammen hauptsächlich aus Wirtschaftskreisen: Unter den Wirtschaftsakteuren äusserten sich 84% (26 Akteure¹⁸) negativ oder eher negativ, unter den weiteren Akteuren 54% (14 Akteure). Mehrheitlich unterstützend antworteten folgende Akteure: Positiv oder eher positiv äusserten sich 4 von insgesamt 6 Präventions- und Gesundheitsorganisationen (67%); 3 von insgesamt 4 Universitäten, Fachhochschulen und Forschungsinstitutionen (75%) sowie 2 von insgesamt 3 Einzelpersonen (67%). Unter den Konsumentenorganisationen äusserte sich 1 Akteur negativ; 3 Akteure nahmen keine Stellung. Für Details siehe Tabelle 2.

Abbildung 1: Übersicht über Antworten auf Frage 1



¹⁸ Zu bemerken ist, dass die Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fiel) sowie sieben Unternehmen betonen, dass sich ihre ablehnende Haltung nur gegen die offizielle Einführung eines „Healthy Choice Labels“ durch den Staat richtet und nicht gegen die Verwendung eines „Healthy Choice Labels“ an sich.

Tabelle 2: Detaillierte Übersicht über Antworten auf Frage 1 nach Kategorien

Frage 1: Wie stehen Sie der möglichen Einführung eines „Healthy Choice Labels“ in den Schweizer Lebensmittelmarkt gegenüber (unabhängig von einer möglichen Kooperation)?	positiv	eher positiv	neutral	eher negativ	negativ	Total
Wirtschaftsakteure						
Allgemeine		1			1	2
Produzenten industrieller Produkte	2		1		15	18
Produzenten landwirtschaftlicher Produkte				2	4	6
Handel				1	3	4
Gastronomie		1				1
Weitere Akteure						
Präventions- und Gesundheitsorganisationen	2	2		1	1	6
Berufsverbände			1			1
Universitäten, Fachhochschulen, Forschungsinstitutionen		3		1		4
Label-Organisationen				4		4
Behörden und Kommissionen	1		1		5	7
Konsumentenorganisationen					1	1
Private / Einzelpersonen	1	1			1	3
Total	6	8	3	9	31	57
%*	11%	14%	5%	16%	54%	-

* Die %-Angaben beziehen sich auf die Anzahl Antworten, die zu Frage 1 eingereicht wurden (57).

Auswertung der Frage 3: Falls Sie ein Produzent oder Inverkehrbringer eines Lebensmittels und/oder Getränkes sind: Können Sie sich generell vorstellen, geeignete Lebensmittel und/oder Getränke aus Ihrem Sortiment mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen?

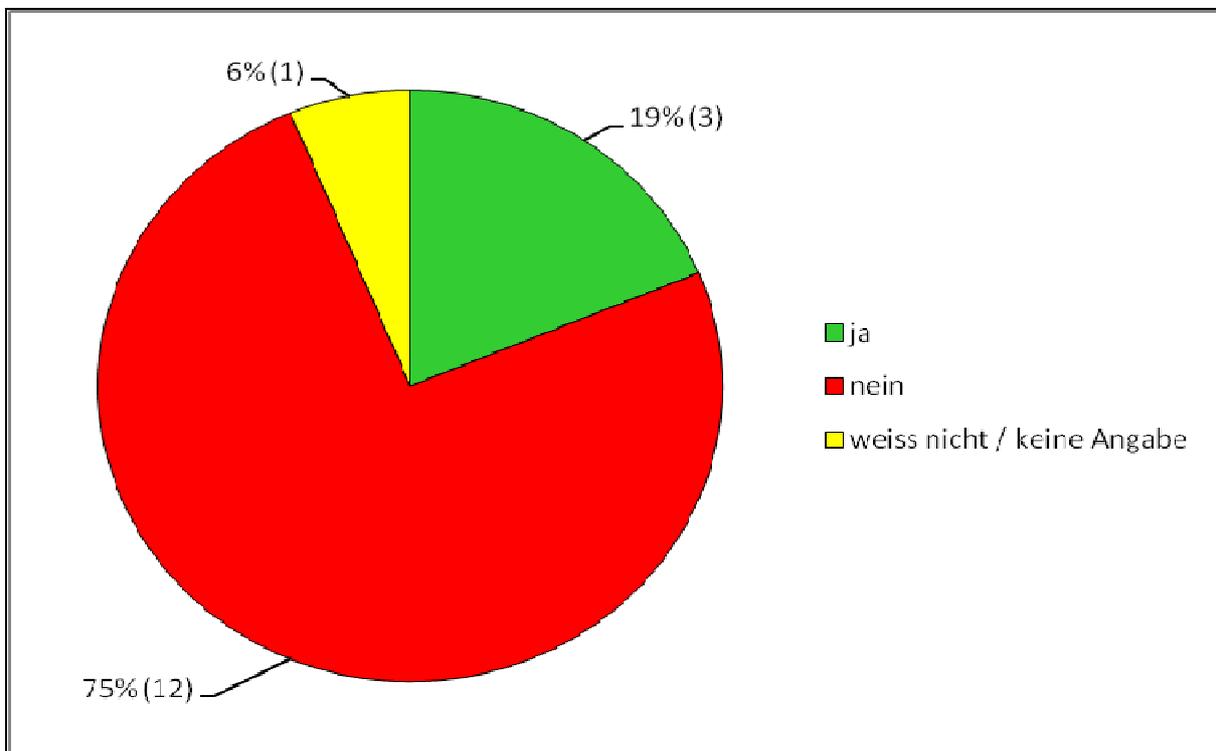
Von den insgesamt 62 Akteuren, die eine Stellungnahme einreichten, zählten 16 Akteure zu potenziellen Lizenznehmern¹⁹ eines „Healthy Choice-Labels“, d.h. zu Produzenten und Inverkehrbringern eines Lebensmittels und/oder Getränkes. Die nachfolgenden %-Angaben beziehen sich auf diese 16 Akteure.

Frage 3 wurde von insgesamt 24 Akteuren beantwortet, wobei nur 15 dieser Akteure als potenzielle Lizenznehmer eines „Healthy Choice-Labels“ qualifizierten und bei der Auswertung insofern berücksichtigt wurden. 1 der 16 potenziellen Lizenznehmer beantwortete die Frage 3 nicht.

In der Auswertung nicht berücksichtigt wurden 3 Produzentenverbände landwirtschaftlicher Produkte, 3 Produzentenverbände industrieller Produkte sowie 2 ausländische und internationale Organisationen und 1 Label-Organisation. Keiner dieser 9 Akteure qualifizierte als potenzieller Lizenznehmer.

19% der potenziellen Lizenznehmer eines „Healthy Choice Labels“ (3 Akteure) können sich generell vorstellen, geeignete Lebensmittel und/oder Getränke aus ihrem Sortiment mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen. Die Mehrheit (75% bzw. 12 Akteure) kann sich das jedoch nicht vorstellen (siehe Abbildung 2). Details siehe Tabelle 3.

Abbildung 2: Übersicht über Antworten auf Frage 3



¹⁹ Unter dem Begriff „Lizenznehmer“ werden Benutzer eines „Healthy Choice Labels“ verstanden. Der Begriff ist im allgemeinen Sinn zu verstehen und macht keine Aussage über ein allfälliges Finanzierungsmodell.

Tabelle 3: Detaillierte Übersicht über Antworten auf Frage 3 nach Kategorien

Frage 3: Falls Sie ein Produzent oder Inverkehrbringer eines Lebensmittels und/oder Getränkes sind: Können Sie sich generell vorstellen, geeignete Lebensmittel und/oder Getränke aus Ihrem Sortiment mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen?	ja	nein	weiss nicht / keine Angabe	Total
Wirtschaftsakteure				
Allgemeine				-
Produzenten industrieller Produkte	2	10	1	13
Handel	1	2		3
Gastronomie				-
Total	3	12	1	16
%*	19%	75%	6%	-

* Die %-Angaben beziehen sich auf die Anzahl Antworten von potenziellen Lizenznehmern eines „Healthy Choice-Labels“ (16).

Die eingereichten allgemeinen Stellungnahmen und Kommentare können in ungekürzter Form Anhang 5.2 entnommen werden. Nachfolgend werden sie in zusammengefasster Form dargelegt.

3.2.1 Allgemeine Stellungnahmen und Kommentare seitens der Wirtschaft

Gründe für die ablehnende Haltung gegenüber des „Healthy Choice Labels“ seitens der Wirtschaft

Die nachfolgend aufgeführten Aspekte wurden von den Wirtschaftsakteuren als Gründe ihrer Ablehnung gegenüber dem „Healthy Choice Label“ genannt (Mehrfachnennungen in der Reihenfolge der Häufigkeit ihrer Nennung):

- Risiko für Fehlinterpretation und Fehlverhalten:
 - Der Ansatz des „Healthy Choice Labels“ ist für Konsumenten verwirrend, da Produktkategorien geschaffen werden und Produkte verschiedener Kategorien deshalb nicht miteinander verglichen werden können. Dadurch kann ein „ungesundes“ Produkt das Label erhalten, wenn es innerhalb seiner Kategorie das „gesündeste“ ist. Der Konsument wird die Produktkategorisierung nicht verstehen und könnte z.B. frisches Gemüse als „gleich gesund“ betrachten wie ein verarbeitetes Produkt mit dem „Healthy Choice Label“.
 - Es besteht die Gefahr, dass der Konsument das „Healthy Choice Label“ so versteht, dass er von den entsprechend gekennzeichneten Produkten unbegrenzte Mengen konsumieren darf. Umgekehrt kann der Eindruck entstehen, dass Lebensmittel ohne „Healthy Choice Label“ ungesund oder sogar krank machend sind. Ein „Healthy Choice Label“ führt nicht zu einer gesünderen Ernährung, sondern eher zu einer pauschalen Ablehnung von Lebensmitteln, die das „Healthy Choice Label“ nicht tragen.
 - Es gibt keine gesunden und ungesunden Lebensmittel, sondern nur gesunde und ungesunde Ernährungsweisen. Die Verzehrsmenge ist relevant, nicht das Lebensmittel an sich.
- Wirkung nicht nachgewiesen:
 - Eine positive Wirkung des „Healthy Choice Labels“ auf das Einkaufs- und Essverhalten des Konsumenten ist wissenschaftlich nicht nachgewiesen. Konsumenten, die sich heute nicht gesund ernähren, werden sich auch mit dem „Healthy Choice Label“ nicht gesund ernähren – ganz einfach darum, weil sie sich nicht für Ernährung interessieren.
 - Das „Healthy Choice Label“ wird die momentan vorhandenen Gesundheitsprobleme nicht lösen, da Krankheiten nicht aus dem Verzehr einzelner Lebensmittel resultieren, sondern von der Gesamternährung, vom Lebensstil und von anderen Faktoren abhängen.
 - Es ist keine Studie bekannt, die zeigt, dass das „Healthy Choice Label“ von den Konsumenten besser oder schlechter verstanden wird als die GDA-Kennzeichnung.
- Ernährung ist Privatsache:
 - Das „Healthy Choice Label“ hat einen falschen Ansatz, da es vom unmündigen Konsumenten ohne Eigenverantwortung ausgeht und ihn bevormundet.
 - Es stellt sich grundsätzlich die Frage, inwieweit der Staat über ein freiwilliges Label in die Ernährung der einzelnen Konsumenten Einfluss nehmen soll und kann.
- Beitrag zum „Labelsalat“:
 - Das „Healthy Choice Label“ schafft nicht mehr, sondern weniger Transparenz, weil damit die Anzahl Labels auf dem Markt weiter ansteigt.
 - Der Konsument wird aufgrund der verschiedenen Kennzeichnungssysteme (z.B. GDA) verwirrt und verunsichert.
 - Falls ein neues Label eingeführt wird, sollte ein anderes abgeschafft werden.
- Fehlende Kompatibilität zur EU:
 - In der EU ist derzeit die „Verordnung betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel“ in Ausarbeitung, die u.a. verbindliche Front-of-Pack-Regelungen vorsieht. Für die Schweizer Nahrungsmittelindustrie ist die Kompatibilität neuer Kennzeichnungsvorgaben mit dem EU-Recht im Hinblick auf den internationalen Warenverkehr und die Wettbewerbsfähigkeit zwingend. Obwohl freiwillig, weicht die geplante Einführung des „Healthy Choice Labels“ davon ab.

- Die Schweiz sollte den Entscheid der EU abwarten, bevor sie ein eigenes Kennzeichnungssystem einführt. Das „Healthy Choice Label“ wird von verschiedenen Wirtschaftsakteuren deshalb auch dann abgelehnt, wenn es auf dem Prinzip der Freiwilligkeit beruht.
- Andere Massnahmen wären wirkungsvoller:
 - Massnahmen im Bereich der Ernährungserziehung und -aufklärung – insbesondere bei Kindern und Jugendlichen – wären wirkungsvoller und vor allem nachhaltiger als das „Healthy Choice Label“. Mit der Kommunikation der Lebensmittelpyramide kann mehr erreicht werden als mit dem „Healthy Choice Label“.
 - Konsumenten sollten mittels Broschüren über gesunde Ernährung und Lebensmittelkennzeichnung informiert und so befähigt werden, eine gesunde Wahl zu treffen.
- Hohe Kosten zu Lasten Staat und Nahrungsmittelhersteller:
 - Einerseits fallen hohe Kosten an, die der Staat zu tragen hat: Kosten zur Einführung des „Healthy Choice Labels“ (Schätzung der Begleitgruppe des „Healthy Choice Labels“: CHF 4-5 Mio), Kosten für die weitere Bekanntmachung des „Healthy Choice Labels“ in den nachfolgenden Jahren, Finanzierung der Label-Organisation und der Zertifizierungsstelle usw. Ohne die Mitarbeit der Nahrungsmittelindustrie ist dieses Geld fehlinvestiert.
 - Andererseits fallen hohe Kosten an, die die Nahrungsmittelhersteller zu tragen haben: Überprüfung der Produkte auf Erfüllung der Kriterien, Analysen für Nachweis der Erfüllung der Kriterien, Zertifizierung der Produkte, Management des bestehenden Verpackungslagers, Entwicklung neuer Verpackungen, administrativer Aufwand usw.
- Bestehende Nährwertkennzeichnung reicht:
 - Die Schweizer Nahrungsmittelindustrie engagiert sich seit dem Jahr 2006 für eine informativere Produktkennzeichnung durch das GDA-Kennzeichnungssystem (GDA = Guidance Daily Amount). Sechs Wirtschaftsakteure fordern das BAG auf, diese Initiative der Nahrungsmittelindustrie in der Öffentlichkeit kommunikativ zu unterstützen.
 - Die Bemühungen, das immer noch relativ neue GDA-Kennzeichnungssystem gut und verständlich zu kommunizieren, könnten durch das „Healthy Choice Label“ konkurriert und die Konsumenten dadurch verunsichert werden.
 - Der mündige Konsument hat mit einer klaren Deklaration der Lebensmittelzusammensetzung genügend Informationen für den Kaufentscheid. Das bestehende GDA-Kennzeichnungssystem macht das „Healthy Choice Label“ überflüssig.
 - Das „Healthy Choice Label“ allein gibt dem Konsumenten keine umfassende, transparente Information zum entsprechend gekennzeichneten Produkt, die zur Beurteilung nötig ist. Die Informationen über das Produkt werden zu stark vereinfacht. Das „Healthy Choice Label“ vermittelt z.B. keine Informationen zur Portionengrösse und zum Anteil, den ein Produkt zur täglichen Energie- und Nährstoffzufuhr beiträgt.
- Verteuerung der Produkte:
 - Wichtige Marktteilnehmer und vor allem auch kleinere Produzenten werden auf das „Healthy Choice Label“ voraussichtlich verzichten. Die fehlende Marktdurchdringung des „Healthy Choice Labels“ wird tendenziell dazu führen, dass Produkte mit dem „Healthy Choice Label“ teurer und ernährungsbewusste Konsumenten somit bestraft werden.

Die Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial) sowie sieben Unternehmen betonen, dass sich ihre ablehnende Haltung nur gegen die offizielle Einführung eines „Healthy Choice Labels“ durch den Staat richtet. Es ist den Firmen ohne staatliche Aktivität schon heute möglich, ein „Healthy Choice Label“ zu verwenden (was auch bereits gemacht wird). Die Nutzung des Labels „Choices“ steht bereits heute allen Lebensmittelherstellern, Handelsunternehmen und der Gastronomie offen.

Positive Aspekte des „Healthy Choice Labels“ aus Sicht der Wirtschaft

Folgende Aspekte des „Healthy Choice Labels“ wurden von den Wirtschaftsakteuren positiv gewertet:

- Der Einsatz des „Healthy Choice Labels“ beruht auf Freiwilligkeit (2-mal genannt).
- Weitere Einzelnennungen:
 - Produkte werden positiv angepriesen und nicht wie beim Ampelsystem teils abgestraft.
 - Konsumenten treffen Kaufentscheidungen am Verkaufspunkt innerhalb weniger Sekunden.
 - Visuelle Anreize (wie es das „Healthy Choice Label“ wäre) werden bewusster wahrgenommen als komplexere Informationen wie z.B. das GDA-Kennzeichnungssystem.

Weitere Kommentare seitens der Wirtschaft

(Einzelnennungen falls nicht anders vermerkt)

- Folgende Forderungen wurden von einzelnen Akteuren gestellt:
 - Das neue „Healthy Choice Label“ – falls es eines braucht – muss einen direkten Link zum bestehenden BAG-Projekt „Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie“ haben.
 - Die Kriterien des „Healthy Choice Labels“ dürfen der schweizerischen Lebensmittelgesetzgebung nicht widersprechen.
 - Das neue „Healthy Choice Label“ muss glaubwürdig sein, damit der Konsument ihm vertraut (analog Label Knospe).
 - Die Gestaltung des „Healthy Choice Labels“ sollte grundsätzlich auf der ganzen Welt gleich sein, damit die bewusste Wahl länderübergreifend erleichtert wird.
- Ein Akteur schlägt vor, die Nährwerte bei der GDA-Kennzeichnung gemäss Ampelsystem farblich zu hinterlegen. Dazu müssten allerdings die Kriterien für die farbliche Hinterlegung gut geprüft und die Farbdeklaration überprüft werden.
- Ein Akteur schlägt aus zwei Gründen vor, das „Healthy Choice Label“ nur für Grundnahrungsmittel anzuwenden und Speziallebensmittel generell auszuschliessen:
 - Die Vergabe des „Healthy Choice Labels“ bei Speziallebensmitteln würde zu Widersprüchen führen.
 - Speziallebensmittel sollen nicht den Eindruck erwecken, einen zusätzlichen gesundheitlichen Vorteil gegenüber einer ausgewogenen Ernährung bieten zu können.
- Die Resultate der laufenden Konsumentenstudie zur Wahrnehmung des „Healthy Choice Labels“ müssen mit Vorsicht interpretiert werden. Ein Label oder Kennzeichnungssystem kann gut geheissen werden, ohne dass sich dies auf das langfristige Essverhalten entsprechend auswirkt (2-mal genannt).
- Es ist unklar, inwieweit der Begriff des „Healthy Choice Labels“ mit einer Gesundheitsanpreisung im Zusammenhang steht, deren Verwendung gemäss Heilmittelgesetz nur Heilmitteln vorbehalten ist.
- Ein Akteur verweist auf das im November 2009 von der Schweizerischen Akkreditierungsstelle SAS veröffentlichte Dokument „Regeln für die Beurteilung von normativen Grundlagen zur Konformitätsbewertung von Produkten inkl. Dienstleistungen durch akkreditierte Zertifizierungsstellen“:
<http://www.seco.admin.ch/sas/00032/00073/index.html?lang=de>

3.2.2 Allgemeine Stellungnahmen und Kommentare weiterer Akteure

Gründe für die ablehnende Haltung und negative Aspekte des „Healthy Choice Labels“ aus Sicht der weiteren Akteure

Wie bei den Stellungnahmen der Wirtschaftsakteure kam es auch bei den weiteren Akteuren zu vielen Mehrfachnennungen (nachfolgend in der Reihenfolge der Häufigkeit ihrer Nennung aufgeführt):

- Gefahr der Fehlinterpretation:
 - Das „Healthy Choice Label“ ist täuschend, irreführend und intransparent, weil mit einem einfachen Label versucht wird, ein komplexes System (die Ernährung) zu erklären und weil die dem „Healthy Choice Label“ zugrunde liegenden Kriterien für die Konsumenten nicht nachvollziehbar sind. Es besteht die Gefahr, dass der Konsument den Gesundheitsaspekt nicht auf die Produktkategorie bezieht, sondern dass er alle gelabelten Produkte gleich setzt. Der Konsument wird nicht verstehen, dass das „Healthy Choice Label“ die gesündesten Produkte pro Kategorie auszeichnet, sondern glauben, dass es generell gesunde Produkte auszeichnet.
 - Der Konsument könnte das „Healthy Choice Label“ so verstehen, dass er damit gekennzeichnete Produkte in unbegrenzten Mengen essen darf und dass Produkte ohne „Healthy Choice Label“ pauschal ungesund sind.
 - Der Nutzen für den Konsumenten fehlt: Uninteressierte und somit schlecht informierte Konsumenten könnten durch das „Healthy Choice Label“ zu Fehlverhalten verleitet werden.
 - Das Ampelsystem würde es erlauben, Lebensmittel nuancierter zu bewerten und die Konsumenten somit besser zu informieren.
- Falscher Ansatz:
 - Das „Healthy Choice Label“ beurteilt einseitig Lebensmittel statt ganzheitlich die Gesamternährung.
 - Die Einteilung in gesunde und ungesunde Lebensmittel ist falsch; es gibt nur gesunde und ungesunde Ernährungsweisen.
- Kein Beitrag zur Verbesserung der Ernährungssituation:
 - Das „Healthy Choice Label“ ist primär ein Marketinginstrument. Industriell hergestellte Lebensmittel können sich mit dem „Healthy Choice Label“ im Gesundheitsbereich positionieren.
 - Das „Healthy Choice Label“ gibt dem Konsumenten nicht die nötigen Informationen, um sich entsprechend seiner individuellen Bedürfnisse gesund ernähren zu können – auch nicht in Kombination mit der Nährwertkennzeichnung. Dies widerspricht dem WHO-Postulat nach „genauen, standardisierten und verständlichen Informationen“.
 - Die gesunde Ernährung kann weder auf ein Ampelsystem noch auf einige spezifische Nährstoffe reduziert werden. Die wichtigen Fragen der Ernährung (zu viel, zu fett, zu salzig) werden nicht gelöst.
 - Der genaue Zweck und die Ziele des Labels sind unklar.
 - Ein Vergleich verschiedener Ernährungsbewertungssysteme in Europa hat ergeben, dass die Konsumenten ein System mit einer dreistufigen Bewertung einem einstufigen System gegenüber bevorzugen.
- Beitrag zum „Labelsalat“:
 - Der bereits bestehende „Labelsalat“ sollte nicht durch ein weiteres Label vergrößert werden.
 - Störend und für die Konsumenten extrem verwirrend ist die Tatsache, dass inzwischen verschiedene Anbieter eigene Labels nach dem optischen Vorbild des „Healthy Choice Labels“ auf ihre Produkte drucken, die mit den Kriterien des „Healthy Choice Labels“ nichts zu tun haben (z.B. Anpreisung „ohne Konservierungsstoffe“).
- Freiwilligkeit widerspricht Transparenz:
 - Das „Healthy Choice Label“ ist nur dann gerechtfertigt, wenn es flächendeckend eingeführt wird (Gewährleistung von Vergleichbarkeit und Transparenz). Dies ist durch die geplante Freiwilligkeit nicht gewährleistet: Da das Label freiwillig ist, weiss der Konsument nicht, ob ein Lebensmittel das „Healthy Choice Label“ nicht erhalten hat oder ob es nie beantragt wurde.

- Unklarer Bezug zur Schweizer und EU-Lebensmittelgesetzgebung:
 - Ein Akteur beurteilt das „Healthy Choice Label“ als gesundheitsbezogene Anpreisung. Das heisst, dass die Anpreisung für jedes Produkt bewilligungspflichtig ist, was einen unverhältnismässigen Aufwand nach sich zieht und eine Anpassung der entsprechenden Verordnung somit unumgänglich macht. Die Schaffung einer weiteren gesundheitlichen Anpreisung steht zudem im Widerspruch zum laufenden gesetzgeberischen Prozess in der EU, der voraussichtlich auch in der Schweiz zu Anpassungen der rechtlichen Grundlagen führen wird. Die Entwicklung in der EU ist zwingend abzuwarten.
 - Nachdem es in der EU nicht gelungen ist, Nährwertprofile zu definieren und nachdem die Ampelkennzeichnung vom Europäischen Parlament abgelehnt wurde, scheint fragwürdig, solche undifferenzierten Auslobungen dennoch einzuführen. Gemäss der EU Health Claims Regulation bedürfen Empfehlungen nationaler Organisationen, die einem Werbezweck dienen, der einzelstaatlichen Zustimmung.
 - Das „Healthy Choice Label“ geht vom unmündigen Konsumenten aus, der unfähig ist, seinen Kaufentscheid auf Basis der Lebensmittelkennzeichnung zu fällen. Dies steht im Widerspruch zu den Grundsätzen der Schweizer Lebensmittelgesetzgebung.
 - Das „Healthy Choice Label“ konkurriert die bestehende Nährwertdeklaration.
- Andere Massnahmen wären wirkungsvoller:
 - Sinnvoller als das „Healthy Choice Label“ wären Massnahmen im Bereich der Ernährungsinformation und -aufklärung (z.B. über die Lebensmittelpyramide).
- Allfällige Verteuerung der Produkte:
 - Die Einführungs- und Nutzungskosten des „Healthy Choice Labels“ werden auf die Konsumenten abgewälzt werden und sich in einem höheren Verkaufspreis niederschlagen.

Positive Aspekte des „Healthy Choice Labels“ aus Sicht der weiteren Akteure

Folgende Aspekte des „Healthy Choice Labels“ wurden von den weiteren Akteuren positiv gewertet:

- Das „Healthy Choice Label“ ist leicht verständlich, bietet eine gute Orientierungshilfe, kann das Kaufverhalten der Konsumenten positiv beeinflussen und hilft, die Empfehlungen für eine gesunde Ernährung umzusetzen (mehrfach genannt).
- Die Initiative des Bundesamtes für Gesundheit wird begrüsst, weil Ernährungsinformationen auf Produktverpackungen gegenwärtig komplex, schwer verständlich und teilweise täuschend sind. Zudem sind sie weder unabhängig noch in jedem Fall aussagekräftig oder relevant (mehrfach genannt).
- Weitere Einzelnennung:
Es wird in allen Verkaufskanälen ein gemeinsames Label verwendet.

Weitere Kommentare seitens der weiteren Akteure

(Einzelnennungen falls nicht anders vermerkt)

- Um die Gefahr der Fehlinterpretation zu vermindern, sind begleitende Kommunikationsmassnahmen wichtig: Das „Healthy Choice Label erlaubt eine gesündere Wahl, nicht per se eine gesunde Ernährung (mehrfach genannt).
- Folgende Forderungen wurden von einzelnen Akteuren gestellt
 - Das Ziel, genaue, verständliche und standardisierte Informationen über den Inhalt von Lebensmitteln auf Produktverpackungen zu vermitteln, darf nicht aus den Augen gelassen werden. Das Bundesamt für Gesundheit soll zusammen mit der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung daran festhalten, in absehbarer Zeit eine solche Kennzeichnung einzuführen (mehrfach genannt).
 - Das „Healthy Choice Label“ muss kohärent zu anderen Zielen des Bundesrates sein (nachhaltiger Konsum, Swissness, Social Responsibility usw.).

- Vor der Einführung des „Healthy Choice Labels“ muss ein Finanzierungs- und Kommunikationskonzept stehen. Damit das Label verstanden wird, ist eine umfassende Kommunikation mit entsprechendem Budget nötig.
- Es wird bedauert, dass beim laufenden Entwicklungsprozess zu rasch und einseitig auf das „Healthy Choice Label“ gesetzt wurde, statt zuerst eine Studie über Verständlichkeit und Aussagekraft der verschiedenen Kennzeichnungssysteme („Healthy Choice Label“, Ampelsystem, GDA) durchzuführen (mehrfach genannt). Im gleichen Sinne bemängelt ein weiterer Akteur, dass das Konsultationsdokument keine Gegenüberstellung des „Healthy Choice Labels“ mit dem Ampelsystem umfasst.
- Die Schaffung einer gesetzlichen Grundlage für die Errichtung eines „Healthy Choice Labels“ muss ernsthaft geprüft werden (mehrfach genannt).
- Grundsätzlich stellt sich die Frage, ob der Konsument noch mehr Informationen auf den Lebensmittelverpackungen braucht. Das „Healthy Choice Label“ wäre dann besonders sinnvoll, wenn auf andere Informationen verzichtet werden könnte. Wenn das „Healthy Choice Label“ eingeführt wird, müsste ein anderes Lebensmittellabel zurückgezogen werden können.
- Das neue „Healthy Choice Label“ muss sich auf der Verpackung abheben und deutlich erkennbar sein.
- Ein Akteur ist der Meinung, dass das „Healthy Choice Label“ analog der Regelung in anderen Ländern nicht als gesundheitsbezogene Anpreisung eingestuft werden sollte.
- Krebsliga Schweiz bietet einen Austausch an, falls das „Healthy Choice Label“ lanciert wird, um von den Erfahrungen der Krebsliga Schweiz mit dem Label „5 am Tag“ profitieren zu können. Es wäre wünschenswert, dass durch die Einführung des „Healthy Choice Labels“ keine Konkurrenzsituation zum Label „5 am Tag“ geschaffen wird.
- Ein Akteur setzt sich für ein einfaches Kennzeichnungssystem im Sinne der Ampel ein. Weil dafür die Zeit noch nicht reif zu sein scheint und auf EU-Ebene eine entsprechende Vorlage abgelehnt wurde, scheint das gewählte „Healthy Choice Label“ gegenwärtig der grösste gemeinsame Nenner im EU-Raum zu sein.
- Ein Akteur stellt zur Diskussion, ob das Projekt Codecheck allenfalls eine Konkurrenz zum „Healthy Choice Label“ darstellt.²⁰
- Die Zertifizierung von Produkten durch eine akkreditierte Zertifizierungsstelle (ZS) hat gemäss der EN 45011:1998 bzw. dem identischen ISO Guide 65:1996 zu erfolgen. In der Schweiz sind mehrere ZS nach dieser Norm akkreditiert, weisen allerdings die zur Diskussion stehenden Labelanforderungen nicht im Geltungsbereich ihrer Akkreditierung auf. Die Akkreditierung wie auch die so genannte Erweiterung des Geltungsbereiches der ZS wird durch die Schweizerische Akkreditierungsstelle SAS in Bern-Wabern durchgeführt (www.sas.ch). Das neue „Healthy Choice Label“ sollte sich nicht auf eine einzige ZS abstützen (Monopol-Situation, welche auch internationalen Akkreditierungsgrundsätzen widerspricht). Weiter ist zu empfehlen, rechtzeitig mit der SAS Kontakt aufzunehmen.

²⁰ Codecheck hat keine eigentliche Stellungnahme eingereicht, per E-Mail aber Kooperationsbereitschaft signalisiert: Das „Healthy Choice Label“ würde ins Projekt Codecheck aufgenommen, sobald es lanciert würde (Aufnahme in Labelsammlung, Auflistung von Produkten mit Label, Beschreibung/Beurteilung des Labels durch eine unabhängige Organisation).

3.3 Stellungnahmen zur Kooperation mit der Choices-Stiftung

Auswertung der Frage 2: *Wie stehen Sie einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung gegenüber?*

Frage 2 wurde von 55 Akteuren (89% der total 62 eingereichten Stellungnahmen) beantwortet. Die nachfolgenden %-Angaben beziehen sich auf diese 55 Akteure. Zusätzlich wurden 3 Antworten von ausländischen und internationalen Organisationen eingereicht.

Insgesamt stehen 67% (37 Akteure) der möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung negativ oder eher negativ gegenüber (siehe Abbildung 3). Die negativen Stellungnahmen stammen hauptsächlich aus Wirtschaftskreisen: Unter den Wirtschaftsakteuren äusserten sich 87% (26 Akteure) negativ oder eher negativ, unter den weiteren Akteuren 44% (11 Akteure). Mehrheitlich unterstützend antworteten folgende Akteure: Positiv oder eher positiv äusserten sich 5 von insgesamt 6 Präventions- und Gesundheitsorganisationen (83%) sowie 2 von insgesamt 3 Einzelpersonen (67%). Für Details siehe Tabelle 4.

Abbildung 3: Übersicht über Antworten auf Frage 2

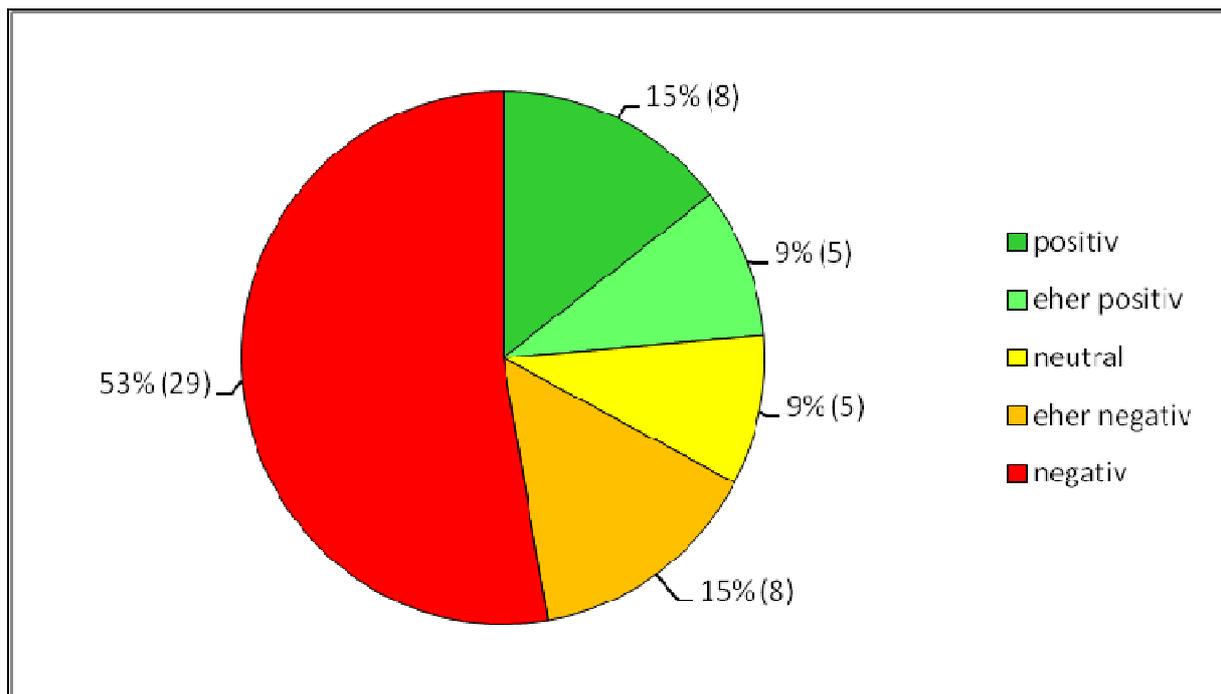


Tabelle 4: Detaillierte Übersicht über Antworten auf Frage 2 nach Kategorien

Frage 2: Wie stehen Sie einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung gegenüber?	positiv	eher positiv	neutral	eher negativ	negativ	Total
Wirtschaftsakteure						
Allgemeine					1	1
Produzenten industrieller Produkte	2			1	15	18
Produzenten landwirtschaftlicher Produkte			1	1	4	6
Handel			1	1	2	4
Gastronomie				1		1
Weitere Akteure						
Präventions- und Gesundheitsorganisationen	4	1			1	6
Berufsverbände		1				1
Universitäten, Fachhochschulen, Forschungsinstitutionen		1	2	1		4
Label-Organisationen				2	2	4
Behörden und Kommissionen	2		1		3	6
Konsumentenorganisationen					1	1
Private / Einzelpersonen		2		1		3
Total	8	5	5	8	29	55
%*	15%	9%	9%	15%	53%	-

* Die %-Angaben beziehen sich auf die Anzahl Antworten, die zu Frage 2 eingereicht wurden (55).

Die Stellungnahmen zur Kooperation mit der Choices-Stiftung können in ungekürzter Form Anhang 5.3 entnommen werden. Nachfolgend werden sie in zusammengefasster Form dargestellt.

3.3.1 Stellungnahmen seitens der Wirtschaft

Gründe für die ablehnende Haltung und negative Aspekte der Kooperation mit der Choices-Stiftung aus Sicht der Wirtschaft

Die nachfolgend aufgeführten Aspekte wurden von den Wirtschaftsakteuren als Gründe ihrer Ablehnung gegenüber einer Kooperation mit der Choices-Stiftung genannt (Mehrfachnennungen in der Reihenfolge der Häufigkeit ihrer Nennung; die einzige Einzelnennung ist entsprechend vermerkt):

- Wettbewerbsverzerrung und Diskriminierung einzelner Produkte:
 - Grundnahrungsmittel (insbesondere diejenigen tierischer Herkunft: z.B. Butter, Milch, Fleisch) und unverarbeitete bzw. naturbelassene Lebensmittel (z.B. Früchte, Gemüse, Kartoffeln, Reis) werden gegenüber industriell hergestellten Lebensmitteln (z.B. Margarine) diskriminiert, deren Zusammensetzung sich über die Herstellungsprozesse steuern lässt.
 - In bestimmten Produktkategorien sind die Grenzwerte zur Erlangung des Labels „Choices“ unrealistisch (z.B. Gehalt an gesättigten Fettsäuren in Butter), so dass bei diesen die Motivation für Produktinnovationen vermindert statt gefördert wird. Bsp. Hersteller von Fleischerzeugnissen könnten dazu animiert werden, neuartige Produkte mit erhöhtem Wassergehalt herzustellen, so dass traditionelle Schweizer Fleischwaren verdrängt würden. Das Label „Choices“ würde sich deshalb negativ auf die Entwicklung des Fleisch- und Fleischwarensortiments auswirken.
 - Kleine Betriebe werden diskriminiert: Falls sie mitmachen, werden sie administrativ unverhältnismässig stark belastet; falls sie nicht mitmachen, sind sie benachteiligt.
- Rahmenbedingungen zu Kooperation und Kosten noch unbekannt:
 - Die Rahmenbedingungen zur Kooperation mit der Choices-Stiftung (z.B. Lizenzvergabesystem, Fristen für Verpackungsänderungen, Fristen für Umsetzung verschärfter Kriterien, organisatorische Aspekte usw.) und die Kosten zur Einführung und Aufrechterhaltung des Labels „Choices“ müssen bekannt sein, um das Verhältnis zwischen Nutzen und Aufwand beurteilen zu können.
- Wettbewerbsnachteil aufgrund der Verbindung der Choices-Stiftung zu Unilever:
 - Das Label „Choices“ wurde von Unilever über mehrere Jahre Forschungsarbeit entwickelt, um den wirtschaftlichen Interessen von Unilever am besten zu entsprechen. Unilever konnte seine Rezepturen in den letzten Jahren an das Label „Choices“ anpassen, so dass gegenüber seinen Mitbewerbern ein Wettbewerbsvorteil besteht.
 - Die Choices-Stiftung und das Label „Choices“ stehen nach wie vor stark mit Unilever in Verbindung. Der Stiftungsratspräsident ist ein Unilever-Angestellter, der Stiftungsratsvizepräsident ein Friesland Campina-Angestellter. Die Choices-Stiftung ist insofern keine wissenschaftlich unabhängige Organisation, sondern ein Marketinginstrument von Unilever und Friesland Campina.
 - Das International Scientific Committee der Choices-Stiftung wird von Prof. Jaap Seidell geleitet, der seit Jahrzehnten eng mit Unilever kooperiert. Im International Scientific Committee haben weitere Experten Einsitz, die seit vielen Jahren mit der Lebensmittelindustrie kooperieren und somit kaum unabhängige Empfehlungen abgeben. Das Kontrollorgan des International Scientific Committee ist unklar.
 - Bis heute hat noch keine andere staatliche Instanz ein von einem individuellen Lebensmittelunternehmen entwickeltes Label übernommen.
 - Alle Wirkungsstudien zum Label „Choices“ wurden von Unilever durchgeführt (in Kooperation mit der Universität von Amsterdam).

- Beschränkte Verbreitung des Labels „Choices“:
 - Die Verbreitung des Labels „Choices“ in Europa resultiert aus den Vertriebskanälen von Unilever und kann nicht mit der Verbreitung des Labels „Heart Symbol“ (Verbreitung in nur einem Land) und des Labels „Keyhole“ (Verbreitung in drei Ländern) verglichen werden.
 - Die Verbreitung des Labels „Choices“ bezieht sich effektiv nur auf einzelne Produkte, einzelne Unternehmen und spezifische Lebensmittelkategorien.
- Willkürliche Produktkategorisierung und Kriterien:
 - Das Label „Choices“ stützt sich nicht auf wissenschaftlich erhärtete Kriterien.
 - Das Label „Choices“ nimmt keine Rücksicht auf Alter, Gesundheitszustand, Energieverbrauch und individuell entsprechend unterschiedliche Bedürfnisse.
 - Die Produktkategorisierung ist willkürlich und entspricht weder der SGE-Lebensmittelpyramide noch der Schweizer Gesetzgebung. Bsp. Die Zuteilung von „Substituten“ in die Produktgruppe von Grundnahrungsmitteln ist verwirrend (z.B. Einteilung der Sojamilch in die Gruppe der Milch und Milchprodukte).
 - Der Konsument wird die Produktkategorisierung nicht verstehen, Lebensmittel unterschiedlicher Kategorien miteinander vergleichen und teils die falsche Wahl treffen: z.B. Wahl eines Süssgetränkes mit reduziertem Zuckergehalt (welches das Label „Choices“ trägt) gegenüber eines Fruchtsaftes (welches das Label „Choices“ nicht trägt).
- Weitere Einzelnennung:
 - Die Verwendung des Labels „Choices“ macht in der Kategorie „Chips und Snacks“ wenig Sinn.

Positive Aspekte der Kooperation mit der Choices-Stiftung aus Sicht der Wirtschaft

Folgende Aspekte der Kooperation mit der Choices-Stiftung wurden von den Wirtschaftsakteuren positiv gewertet:

- Verzicht auf Schweizer Alleingang (Mehrfachnennung):
 - Die Kooperation mit einer bestehenden Label-Organisation statt der Entwicklung eines neuen, rein Schweizerischen Labels wird positiv beurteilt.
- Weitere Einzelnennung:
 - Unabhängige Labels mit wissenschaftlichem Hintergrund wie z.B. das Label „Choices“ werden von Ernährungsexperten mehrheitlich positiv aufgenommen.

Weiterer Kommentar seitens der Wirtschaft

- Unilever ist bereits Mitglied im Verein „Bewusst wählen“, der für die Schweiz, Österreich und Deutschland zuständig und Teil des internationalen „Bewusst wählen“-Programms ist, welches bereits in 50 Ländern vertreten ist. Unilever bietet deshalb in der Schweiz bereits Produkte mit dem Label „Choices“ an.
- Folgende zwei zusätzlichen Produktkategorien werden vorgeschlagen: „Kaugummiprodukte“, „Apfelwein ohne Alkohol“.

3.3.2 Stellungnahmen weiterer Akteure

Gründe für die ablehnende Haltung und negative Aspekte der Kooperation mit der Choices-Stiftung aus Sicht der weiteren Akteure

Wie bei den Stellungnahmen der Wirtschaftsakteure kam es auch bei den weiteren Akteuren zu vielen Mehrfachnennungen (nachfolgend in der Reihenfolge der Häufigkeit ihrer Nennung aufgeführt; Einzelnennungen sind entsprechend vermerkt):

- Wettbewerbsverzerrung und Diskriminierung einzelner Produkte:
 - Die Kriterien des Labels „Choices“ benachteiligen unverarbeitete Grundnahrungsmittel (z.B. Brot, Fleischprodukte, Früchte, Gemüse) gegenüber verarbeiteten Industrieprodukten, weil die Zusammensetzung von Grundnahrungsmitteln nicht an die Kriterien angepasst werden kann. Dadurch diskriminiert das Label „Choices“ viele Lebensmittel.
 - Das Label „Choices“ wäre nur für vorverpackte Lebensmittel mit detaillierten Inhaltsangaben möglich.
- Rahmenbedingungen zu Kooperation und Kosten noch unbekannt:
 - Informationen zur Kooperation oder Vereinbarung mit der Choices-Stiftung sowie zu den Kosten fehlen: z.B. Lizenzierungsverfahren, Zuständigkeiten, Beurteilungsmodus der nationalen Anpassungen usw.
- Vorbehalte gegenüber System und Kriterien:
 - Das Label „Choices“ betrachtet Produkte nicht ganzheitlich: Die Kette vom Anbau und der Herkunft von Rohstoffen über die Verarbeitung und Lagerung wird nicht einbezogen.
 - Die Anpreisung „Bewusst wählen“ ist kritisch, weil eine staatliche Autorität darüber entscheidet, ob ein Produkt gesund oder ungesund ist.
 - Das Label „Choices“ darf nicht zu Marketingzwecken missbraucht werden und zu Konsumententäuschung führen wie es beim 5 am Tag-Logo teils der Fall ist.
- Label „Choices“ hat keinen Bezug zur Ernährung:
 - Das Design des Labels „Choices“ ist weder überzeugend (Farbe, Darstellung) noch aussagekräftig, weil es nicht mit Ernährung in Verbindung gebracht wird.
- Weitere Einzelnennungen:
 - Die Choices-Stiftung ist eine Vereinigung der Nahrungsmittelindustrie; sie setzt sich ausschliesslich aus Wirtschaftsvertretern zusammen. Sie ist somit nicht geeignet, um das Vertrauen der Konsumenten zu gewinnen.
 - Für bereits zertifizierte Produkte (z.B. Bioprodukte) entstehen durch das Label „Choices“ Zusatzkosten ohne Mehrwert.

Positive Aspekte der Kooperation mit der Choices-Stiftung aus Sicht der weiteren Akteure

Folgende Aspekte der Kooperation mit der Choices-Stiftung wurden von den weiteren Akteuren positiv gewertet (Mehrfachnennungen in der Reihenfolge der Häufigkeit ihrer Nennung):

- Verzicht auf Schweizer Alleingang:
 - Die Übernahme eines bestehenden, internationalen Labels wird positiv beurteilt.
 - Der Konsument profitiert vom Wiedererkennungseffekt im Ausland.
 - Die Vorteile einer Kooperation mit der Choices-Stiftung sind sehr überzeugend (Nutzung von Synergien und Erfahrungen, Kosteneinsparungen).

- Seriöse und vertrauenswürdige Organisation:
 - Die Choices-Stiftung ist eine seriöse Vereinigung.
 - Positiv bewertet wird auch das von der Lebensmittelindustrie unabhängige wissenschaftliche Gremium in der Schweiz, welches die Kriterien regelmässig prüfen und die zu lizenzierenden Produkte beurteilen soll.
 - Die Kooperation mit einer unabhängigen, akkreditierten Stelle wird positiv beurteilt.
- Weitere Einzelnennung:
 - Das Label „Choices“ ist klar, deutlich und einfach zu verstehen und entspricht einem Konsumentenbedürfnis.

Weitere Kommentare seitens der weiteren Akteure (Einzelnennungen)

- Folgende Forderungen wurden von einzelnen Akteuren gestellt:
 - Die Kriterien des Labels „Choices“ sollen weiterhin unabhängig und wissenschaftlich fundiert beurteilt werden.
 - Die personelle Zusammensetzung und allfälligen industriellen Abhängigkeiten des unabhängigen wissenschaftlichen Gremiums sind offen zu legen.
 - Das Gremium, welches für die Vergabe des Labels „Choices“ verantwortlich ist, muss auch Vertreter aus dem Präventionsbereich umfassen.
 - Die Konsumentenorganisationen müssten das Label „Choices“ bedingungslos unterstützen.
 - Das Label „Choices“ sollte in den nationalen Sprachen auftreten (nicht auf Englisch); der genaue Wortlaut ist noch zu klären.
- Ergänzend zum nationalen „Choices-Komitee“ könnten Treffen mit Konsumentenorganisationen, Herstellern und Fachleuten innovative Ideen zu ausgewogenen Produkten ermöglichen.
- Ein Akteur schlägt vor, Produkte mit dem „Glutenfrei-Label“ zusätzlich mit dem Label „Choices“ auszuzeichnen (wenn sie die entsprechenden Kriterien erfüllen).
- Kategorien ungesunder Lebensmittel (z.B. fettreiche Snacks, gezuckerte Getränke) sollten ausgeschlossen werden (auch wenn der Fett- bzw. Zuckergehalt den Grenzwert nicht überschreitet), da sie nicht zu den Grundnahrungsmitteln gemäss Lebensmittelpyramide gehören.

3.4 Stellungnahmen zu den nährstoffbasierten Kriterien von Choices

Die Stellungnahmen zu den nährstoffbasierten Kriterien von Choices können in ungekürzter Form Anhang 5.4 entnommen werden. Nachfolgend werden sie in zusammengefasster Form dargelegt.

3.4.1 Stellungnahmen seitens der Wirtschaft

Gründe für die ablehnende Haltung und negative Aspekte der nährstoffbasierten Kriterien des Labels „Choices“ aus Sicht der Wirtschaft

Die von den Wirtschaftsakteuren kritisierten Aspekte der Choices-Kriterien wurden mehrfach genannt (nachfolgend in der Reihenfolge der Häufigkeit ihrer Nennung aufgeführt; Einzelnennungen sind entsprechend vermerkt):

- Fehlende wissenschaftliche Evidenz und Kohärenz:
 - Die wissenschaftlichen Grundlagen der Choices-Kriterien sind ungenügend und teils überholt (z.B. gesättigte Fettsäuren).
 - Die Kriterien stimmen weder mit den nationalen Ernährungsempfehlungen noch mit den Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation WHO oder der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit EFSA überein. Der Aspekt des Gesamtfettgehaltes fehlt beispielsweise.
- Restriktive und negative Betrachtungsweise:
 - Das Label „Choices“ wird aufgrund einiger weniger, willkürlich gewählter und aktuell als negativ beurteilter Nährstoffe vergeben (z.B. Transfettsäuren, Natrium usw.) statt die Gesamtheit der Nährstoffe zu beurteilen. Gesundheitsfördernde Nährstoffe (z.B. Vitamine, sekundäre Pflanzenstoffe, Nahrungsfasern, Calcium usw.) oder positive Aspekte (z.B. hohe Nährstoffdichte, gutes n-3/n-6-Verhältnis, hohe Bioverfügbarkeit usw.) werden nicht berücksichtigt.
 - Die individuellen Unterschiede zwischen einzelnen Menschen (Alter, Gesundheitszustand, Energieverbrauch, Bedürfnisse, Konstitution, Veranlagung usw.) sowie die konsumierte Menge werden nicht berücksichtigt.
 - Nicht berücksichtigt wird zudem, dass für die Erhaltung der Gesundheit nebst einer ausgewogenen Ernährung auch ausreichende körperliche Aktivität sowie weitere Faktoren (z.B. Genetik, Krankheiten) von Bedeutung sind.
- Unterschiedliche Normen aufgrund der Anpassung der Kriterien:
 - Die schrittweise Anhebung der Kriterien wird abgelehnt, weil dadurch der einheitliche Label-Standard beeinträchtigt wird. Grund und Entscheidungsgrundlage für die Verschärfung sind zudem unklar.
 - Im gleichen Sinne führt die länderspezifische Anpassung der Kriterien zu unterschiedlichen Normen, zur Verwirrung des Konsumenten und zu einer Wettbewerbsverzerrung, weil Schweizer Produkte andere Kriterien zu erfüllen haben als importierte Produkte (keine international einheitliche Regelung).
- Weitere Einzelnennungen:
 - Ein auf 100 g- bzw. 100 kcal-basiertes System wird abgelehnt.
 - Es ist unverständlich, warum die Anzahl Produkte pro Kategorie, welche das Label „Choices“ erhalten, gegen oben begrenzt werden muss, um glaubwürdig zu bleiben.
 - Transfettsäuren sind gesetzlich geregelt und als Kriterium deshalb untauglich.
 - Die Forderung, dass Nahrungsfasern nur als natürlich vorkommende Bestandteile von Hauptkomponenten des Lebensmittels zählen, ist widersinnig. Ein gezielter Zusatz von Nahrungsfasern zur ernährungsphysiologischen Aufwertung eines Produktes sollte erlaubt sein.

Positive Aspekte der nährstoffbasierten Kriterien des Labels „Choices“ aus Sicht der Wirtschaft

Folgende Aspekte der Choices-Kriterien wurden von den Wirtschaftsakteuren positiv gewertet (Einzelnennungen):

- wissenschaftliche Kriterien
- regelmässige Überprüfung der Kriterien durch unabhängige Wissenschaftler
- Kontrollsystem zur Einhaltung der Kriterien

Weiterer Kommentar seitens der Wirtschaft (Einzelnennung)

Die Choices-Kriterien müssen auch die gesetzlichen Mindestanforderungen von Speziallebensmitteln berücksichtigen: z.B. Produkte zur Gewichtskontrolle (sind per Gesetz nährstoffbilanziert) oder Produkte für die Sporternährung.

3.4.2 Stellungnahmen weiterer Akteure

Gründe für die ablehnende Haltung und negative Aspekte der nährstoffbasierten Kriterien des Labels „Choices“ aus Sicht der weiteren Akteure

Die von den weiteren Akteuren kritisierten Aspekte der Choices-Kriterien wurden mehrfach genannt (Einzelnennungen sind entsprechend vermerkt):

- willkürliche Kriterien ohne wissenschaftliche Evidenz:
 - Die Kriterien scheinen zufällig gewählt; einige wichtige Kriterien wurden nicht berücksichtigt (z.B. biologische Wertigkeit der Proteine, sekundäre Pflanzenstoffe, Vitamine, Fettanteil, Energiedichte).
 - Mengenangaben bzw. empfohlene Portionengrößen müssten zwingend ergänzt werden.
 - Die Kriterien sind nicht für alle Konsumenten sinnvoll, da die Bedürfnisse bevölkerungsspezifisch und individuell unterschiedlich sind.
 - Die Kriterien sollen kritisch und anhand der geltenden Ernährungsrichtlinien überarbeitet werden. Auf keinen Fall sollten sie gelockert werden, um mehr Lebensmittel auszeichnen zu können.
 - Das Kriterium „gesättigte Fettsäuren“ sollte weggelassen und das Kriterium „Gesamtfettgehalt“ durch „Gesamtenergiegehalt“ ersetzt werden, da weder gesättigte Fettsäuren noch der Gesamtfettgehalt einen negativen gesundheitlichen Effekt haben.
 - Analog dem Kriterium „Zucker“ sollte sich das Kriterium „Natrium“ nur auf zugesetztes „Natrium“ beziehen (vs. Gesamtnatriumgehalt).
- Weitere Einzelnennungen:
 - EFSA hat in der kürzlich publizierten Scientific Opinion on Dietary Reference Values for fats (EFSA Journal 2010 (8): 1461) dargelegt, dass Ernährungsempfehlungen immer den ernährungs- und gesundheitsspezifischen Hintergrund eines Landes mitberücksichtigen sollen. Es darf damit bezweifelt werden, dass die Kriterien einer Organisation generell anwendbar sind.
 - Das „Healthy Choice Label“ sollte sich auf gesundheitsschädigende Nährstoffe konzentrieren, weil Konsumenten heute den Begriff „gesund“ mit „kalorienarm“ gleichsetzen – was sowohl aus ernährungstechnischer als auch aus ernährungspsychologischer Sicht falsch ist. Der Begriff „gesund“ ist irreführend.

Positive Aspekte der nährstoffbasierten Kriterien des Labels „Choices“ aus Sicht der weiteren Akteure

Positiv gewertet wurde von den weiteren Akteuren, dass die Kriterien auf wissenschaftlichen Grundlagen basieren und vertrauenswürdig sind (Mehrfachnennung).

Weitere Kommentare seitens der weiteren Akteure (Einzelnennungen)

- Die Verschärfung der Kriterien darf die Lebensmittelsicherheit nicht gefährden.
- Drei Akteure schlagen vor, zusätzliche Kriterien aufzunehmen:
 - glykämischer Index / glykämische Last
 - Allergene und Auslöser von Intoleranzen
 - Konservierungsmittel, Geschmacksverstärker usw.
- Ein Akteur fragt, ob Waschwasserzusätze oder das Abpacken ohne Schutzgas im Kriterium „without additives comply“ enthalten ist.

3.4.3 Stellungnahmen zu den einzelnen Kriterien

Für die detaillierten Stellungnahmen zu den einzelnen Kriterien pro Lebensmittelkategorie sei auf Anhang 5.4 verwiesen.

3.5 Stellungnahmen zu den allgemeinen Anpassungsvorschlägen der Expertengruppe „Kriterien“ bezüglich der Choices-Kriterien

Die Stellungnahmen zu den allgemeinen Anpassungsvorschlägen der Expertengruppe „Kriterien“ bezüglich der Choices-Kriterien können in ungekürzter Form Anhang 5.5 entnommen werden. Nachfolgend werden sie in zusammengefasster Form dargelegt.

Allgemeines

- 14 Akteure unterstützen die Anpassungsvorschläge der Expertengruppe „Kriterien“ vollumfänglich.
- Einzelnennung: Die von der Expertengruppe „Kriterien“ vorgeschlagenen Anpassungen scheinen subjektiv und auf Anliegen spezifischer Interessensgruppen zurück zu führen zu sein (z.B. der Milchindustrie): Bsp. Grenzwert für Zuckergehalt bei Jogurt auf 7 g statt 5 g erhöhen und erst in drei Jahren auf 5 g reduzieren.

Vorschlag 1.1: Die Kriterien des Labels „Choices“ sollen nicht zu Widersprüchen mit der Lebensmittelpyramide führen.

- 8 von 11 Akteuren (73%), die sich zum Vorschlag 1.1 äussern, unterstützen den Vorschlag bzw. erachten ihn als zwingend.
- Das Label „Choices“ macht nur Sinn, wenn es in einem klaren und verständlichen Bezug zur Lebensmittelpyramide steht. Den Käufern des Produktes muss aufgezeigt werden, dass das Produkt in der jeweiligen Kategorie zu den besten gehört, mengenmässig (Portionengrösse, Frequenz) aber dennoch gemäss den Empfehlungen der Lebensmittelpyramide konsumiert werden soll.
- Die Kriterien des Labels „Choices“ haben allerdings zur Folge, dass gewisse Lebensmittel ausgeschlossen werden (z.B. Butter) – was den Botschaften der Lebensmittelpyramide widerspricht, dass jedes Lebensmittel Teil einer gesunden Ernährung ist, wenn es in den empfohlenen Mengen konsumiert wird.
- Der Vorschlag führt bei manchen Produkten ausserdem zu einem nationalen Label-Standard, der wiederum im Widerspruch steht zur Internationalität des Labels (Exportprodukte!).

Vorschlag 1.2: Für verarbeitete, verpackte Produkte mit einem Label soll eine umfassende Nährwertkennzeichnung (Big 8) vorgeschrieben werden.

- 4 von 7 Akteuren (57%), die sich zum Vorschlag 1.2 äussern, lehnen den Vorschlag ab. Die umfassende Nährwertkennzeichnung (Big 8) soll freiwillig bleiben, auch wenn ein verarbeitetes Produkt das Label „Choices“ trägt.
- Ein Akteur bezweifelt, dass die umfassende Nährwertkennzeichnung (Big 8) den Konsumenten befähigt, die gesunde Wahl zu treffen. Im gleichen Sinne hinterfragt ein weiterer Akteur den Vorschlag 1.2 im Hinblick darauf, dass das Label „Choices“ eine Vereinfachung für den Konsumenten bringen soll, die umfassende Nährwertkennzeichnung (Big 8) die Komplexität aber wiederum erhöht.

Vorschlag 1.3: Produkte mit Süssungsmitteln sollen das Label „Choices“ generell nicht erhalten.

- 13 von 14 Akteuren (93%), die sich zum Vorschlag 1.3 äussern, lehnen den Vorschlag ab, Produkten mit Süssungsmitteln generell kein Label „Choices“ zu vergeben – unabhängig davon, ob es sich um Wirtschaftsakteure handelt (6) oder um weitere Akteure (7, einschliesslich 3 Präventions- und Gesundheitsorganisationen). Als Gründe werden der Nutzen von Süssungsmitteln (zahnschonend, für Diabetiker geeignet, energiereduziert), ihre gesundheitliche Unbedenklichkeit sowie der berechnete Platz von mit Süssungsmitteln gesüssten Produkten in einer ausgewogenen Ernährung vorgebracht. Ein Akteur weist darauf hin, dass die Choices-Stiftung das vorgeschlagene Verbot nicht kennt.
- Ein Akteur verlangt, dass der Begriff „Süssungsmittel“ genauer definiert wird. Natürliche Süssungsmittel wie z.B. Birnel oder Ahornrindensaft sollten nicht grundsätzlich als Ausschlusskriterien gelten.
- Zusätzlich zu den oben genannten 14 Akteuren äusserten sich auch die drei ausländischen und internationalen Organisationen negativ zum Vorschlag 1.3.

Vorschlag 1.4: Die aufgeführten Beispiele bei den Kategorien müssen CH-spezifisch angepasst/ergänzt werden können.

- Verschiedene Akteure nahmen bezugnehmend auf Vorschlag 1.4 *generell* Stellung zum Thema, ob die Kriterien des Labels „Choices“ an Schweizer Verhältnisse angepasst werden sollen oder nicht.
- Die Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial) äusserte sich diesbezüglich neutral, da die wenigen Firmen, die sich die Verwendung des Labels „Choices“ allenfalls vorstellen können, gegensätzliche Vorstellungen zu den anzuwendenden Kriterien haben. Während exportorientierte Firmen keine Anpassung der von der Choices-Stiftung vorgegebenen Kriterien und somit kein nationales Label wollen, sind insbesondere für den heimischen Markt produzierende Unternehmen der Auffassung, man solle auf schweizerische Verhältnisse abstellen und die Kriterien entsprechend anpassen.
- Von den Akteuren, die diesbezüglich Stellung nahmen (insgesamt 19), sprachen sich 6 Akteure (32%) dafür und 11 Akteure (58%) dagegen aus, die Kriterien des Labels „Choices“ an Schweizer Verhältnisse anzupassen – die Stimmen stammten sowohl von Wirtschaftsakteuren als auch von weiteren Akteuren, wobei sich die Wirtschaftsakteure tendenziell gegen Anpassungen aussprachen und die weiteren Akteure tendenziell für Anpassungen.

Vorschlag 1.5: Die Portionenliste (Annex II der Choices-Kriterien) muss durch eine aktuelle CH-Liste ersetzt werden.

- Die Stellungnahmen zum Vorschlag 1.5 (insgesamt 8) fielen gleich unterschiedlich wie die Stellungnahmen zum Vorschlag 1.4 aus. 4 Akteure (50%) sprachen sich dafür und 3 Akteure (38%) dagegen aus, die Portionengrössen schweizspezifisch anzupassen – auch hier stammten die Stimmen sowohl von Wirtschaftsakteuren als auch von weiteren Akteuren.
- Ein Akteur weist darauf hin, dass vorgegebene Portionengrössen bei Konsumenten, die gefährdet sind, eine Essstörung oder Adipositas zu entwickeln, Widerstand auslösen und nicht zur gewünschten Verhaltensänderung motivieren.

3.6 Stellungnahmen zu den Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“

Die Stellungnahmen zu den Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“ können in ungekürzter Form Anhang 5.6 entnommen werden. Nachfolgend werden sie in zusammengefasster Form dargelegt.

Allgemeines

- 13 Akteure unterstützen die Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“ vollumfänglich.
- 4 Wirtschaftsakteure und 2 weitere Akteure weisen darauf hin, dass die Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“ grösstenteils berechtigt sind und damit die Problematik des Labels „Choices“ aufzeigen.

Frage / Anregung 4.1: Tolerierte Abweichungen zwischen Analysen und Deklarationen

- 3 von 5 Akteuren (60%) unterstützen die geäusserten Fragen bzw. Anregungen.
- Unilever Schweiz GmbH erläutert, dass als Grundlage für die Kriterien des Labels „Choices“ die WHO-Richtlinien herangezogen wurden. Das Wissenschaftskomitee hat 3% Toleranzspielraum festgelegt, da die WHO-Richtlinien nicht den täglichen Ernährungsbedürfnissen aller Menschen entsprechen.

Frage / Anregung 4.2: Ablehnung von Produkten

- Die Kommentare der 7 Akteure, die zur Frage / Anregung 4.2 Stellung beziehen, fallen unterschiedlich aus.
- Ein Akteur unterstützt die geäusserte Frage bzw. Anregung vollumfänglich.
- 3 Akteure vertreten die Meinung, dass prinzipiell alle Produkte, welche die Kriterien des Labels „Choices“ erfüllen, das Label auch erhalten sollen.
- Ein Akteur regt an, Produkte, die bei der Zubereitung in ihrer Zusammensetzung massgeblich verändert werden, mit einer Zubereitungsanleitung zu versehen, bei deren Einhaltung das Label „Choices“ vergeben würde.

Frage / Anregung 4.3: Panierte Produkte

- Frage / Anregung 4.3 wird von 3 der 4 Akteure (75%) unterstützt, die sich dazu äussern.
- Einem Akteuren scheint es fragwürdig, panierte Produkte als gesunde Nahrung zu taxieren.

Frage / Anregung 4.4: „As sold“

- Die Kommentare der 9 Akteure, die zur Frage / Anregung 4.4 Stellung beziehen, fallen sehr unterschiedlich aus.
- 3 Akteure unterstützen die geäußerte Frage bzw. Anregung.
- Ein Akteur weist darauf hin, dass gesetzlich geregelt ist, dass sich die Deklaration von Lebensmitteln auf den Zustand beziehen muss, in dem das Lebensmittel verkauft wird (Zubereitungsempfehlungen können freiwillig ergänzt werden). Die Kriterien des Labels „Choices“ müssen sich deshalb auf denselben Produktzustand beziehen.
- Ein Akteur regt an, Produkte, die bei der Zubereitung in ihrer Zusammensetzung massgeblich verändert werden, mit einer Zubereitungsanleitung zu versehen, bei deren Einhaltung das Label „Choices“ vergeben würde.

Frage / Anregung 4.5: Nahrungsfasern > 1.3 g / 100 kcal

Frage / Anregung 4.5 wird von allen 3 Akteuren unterstützt, die sich dazu äussern.

Frage / Anregung 4.6: Main courses / filled sandwiches

Frage / Anregung 4.6 wird von allen 5 Akteuren unterstützt, die sich dazu äussern.

Frage / Anregung 4.7: Soups

Die einzigen beiden geäußerten Kommentare betreffend Frage / Anregung 4.7 gehen in die gleiche Richtung: Wenn der Nahrungsfasergehalt von Suppen als Kriterium aufgenommen wird, werden Bouillons ausgeschlossen.

Frage / Anregung 4.8: Sauces

Zu Frage / Anregung 4.8 äussern sich 2 Akteure unterstützend und 2 Akteure ablehnend.

4. Schlussfolgerungen und Fazit

Aufgrund des nationalen Charakters der zur Diskussion stehenden Einführung eines „Healthy Choice Labels“ in den Schweizer Lebensmittelmarkt konzentriert sich das Kapitel 4 wie schon das Kapitel 3 auf Stellungnahmen von Schweizer Akteuren (insgesamt 62) und schliesst Stellungnahmen ausländischer oder internationaler Akteure (insgesamt 3) aus.

Stellungnahmen zur Einführung eines „Healthy Choice Labels“

Insgesamt stehen 70% (40 Akteure) der möglichen Einführung eines „Healthy Choice Labels“ in den Schweizer Lebensmittelmarkt negativ oder eher negativ gegenüber. Unter den Wirtschaftsakteuren äusserten sich 84% (26 Akteure) negativ oder eher negativ²¹, unter den weiteren Akteuren 54% (14 Akteure). Die genannten Gründe für die ablehnende Haltung seitens der Wirtschaftsakteure und der weiteren Akteure waren ähnlich:

- Risiko für Fehlinterpretation und Fehlverhalten
- Wirkung nicht nachgewiesen * bzw. falscher Ansatz **
- Ernährung ist Privatsache *
- Kein Beitrag zur Verbesserung der Ernährungssituation **
- Beitrag zum „Labelsalat“
- Fehlende Kompatibilität zur EU * bzw. unklarer Bezug zur Schweizer und EU-Lebensmittelgesetzgebung **
- Andere Massnahmen wären wirkungsvoller
- Hohe Kosten zu Lasten Staat und Nahrungsmittelhersteller *
- Bestehende Nährwertkennzeichnung reicht *
- Freiwilligkeit widerspricht Transparenz **
- Verteuerung der Produkte

* nur seitens der Wirtschaftsakteure genannt

** nur seitens der weiteren Akteure genannt

19% der potenziellen Lizenznehmer eines „Healthy Choice Labels“ (3 Akteure) können sich generell vorstellen, geeignete Lebensmittel und/oder Getränke aus ihrem Sortiment mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen. Die Mehrheit (75% bzw. 12 Akteure) kann sich das jedoch nicht vorstellen.

Stellungnahmen zur möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung

Insgesamt stehen 67% (37 Akteure) der möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung negativ oder eher negativ gegenüber. Unter den Wirtschaftsakteuren äusserten sich 87% (26 Akteure) negativ oder eher negativ, unter den weiteren Akteuren 44% (11 Akteure). Die genannten Gründe für die ablehnende Haltung seitens der Wirtschaftsakteure und der weiteren Akteure waren ähnlich:

- Wettbewerbsverzerrung und Diskriminierung einzelner Produkte
- Rahmenbedingungen zu Kooperation und Kosten noch unbekannt
- Wettbewerbsnachteil aufgrund der Verbindung der Choices-Stiftung zu Unilever *
- Beschränkte Verbreitung des Labels „Choices“ *
- Willkürliche Produktkategorisierung und Kriterien *
- Vorbehalte gegenüber System und Kriterien **
- Label „Choices“ hat keinen Bezug zur Ernährung **

* nur seitens der Wirtschaftsakteure genannt

** nur seitens der weiteren Akteure genannt

²¹ Zu bemerken ist, dass die Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial) sowie sieben Unternehmen betonen, dass sich ihre ablehnende Haltung nur gegen die offizielle Einführung eines „Healthy Choice Labels“ durch den Staat richtet und nicht gegen die Verwendung eines „Healthy Choice Labels“ an sich.

Erfolgschancen

Der Erfolg einer möglichen Einführung eines „Healthy Choice Labels“ hängt davon ab, ob sich das Label im Schweizer Lebensmittelmarkt durchsetzen kann. Aufgrund der Ergebnisse der vorliegenden Konsultation muss dies aus Sicht der Wirtschaftsakteure ganz klar verneint werden. Die Stellungnahmen der weiteren Akteure zeigen hingegen kein einheitliches Bild, was sicher auch darauf zurück zu führen ist, dass diese Gruppe sehr heterogen zusammengesetzt ist (Präventions- und Gesundheitsorganisationen, Behörden und Kommissionen, Konsumentenorganisationen usw.) und somit entsprechend unterschiedliche Interessen vertritt. Umgekehrt ist die Anzahl eingereicherter Stellungnahmen pro Kategorie zu klein, als dass sich daraus eine repräsentative Stellungnahme ableiten liesse.

Argumente der Akteure

Die Argumentationen der verschiedenen Akteure fielen mit wenigen Ausnahmen sehr ausführlich aus. Dies kann einerseits als Zeichen bestehenden Interesses an der Thematik und andererseits als Hinweis auf die politische Dimension der Thematik gewertet werden und überrascht vor dem Hintergrund der gegenwärtig laufenden Diskussionen in der EU nicht. Generell fällt aber auf, dass die Akteure ihre Position teils auch mit Argumenten begründen, die ausserhalb ihres Kernkompetenzbereiches liegen: So bemängeln diverse Wirtschaftsakteure die Wissenschaftlichkeit, während dem sich Präventions- und Gesundheitsorganisationen beispielsweise zu ökonomischen Aspekten äussern. Ferner wurden verschiedene sachlich und fachlich fehlerhafte Aussagen gemacht, die teils vermutlich auf unbegründete Ängste oder teils allenfalls auch darauf zurück zu führen sind, dass das Konsultationsdokument nicht umfassend gesichtet worden war.

Fazit

Die Weltgesundheitsorganisation WHO postuliert in der „Global strategy on diet, physical activity and health“, dass genaue, standardisierte und verständliche Informationen über den Inhalt von Lebensmitteln nötig sind, um eine gesündere Wahl zu treffen. Das grundsätzliche Ziel, diesem Postulat gerecht zu werden und die Nährwertkennzeichnung als Mittel zu nutzen, um die Wahl und den Zugang zu ausgewogen zusammengesetzten Lebensmitteln zu vereinfachen, ist deshalb weiterzuverfolgen. Die Ergebnisse der vorliegenden Konsultation weisen allerdings darauf hin, dass ein „Healthy Choice Label“ zum momentanen Zeitpunkt kaum erfolgreich in den Schweizer Lebensmittelmarkt eingeführt werden könnte, da vor allem die Unterstützung der Lebensmittelproduzenten fehlt. Die Strategie des Bundesamtes für Gesundheit betreffend Konsumenteninformation sollte daher überprüft werden.

Generell empfehlen die Akteure, die in Ausarbeitung stehende „Verordnung betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel“ der EU abzuwarten. Darüber hinaus besteht betreffend der möglichen weiteren Strategie jedoch kein Konsens:

- Einige Wirtschaftsakteure fordern das BAG auf, das von der Schweizer Nahrungsmittelindustrie im Jahr 2006 eingeführte GDA-Kennzeichnungssystem in der Öffentlichkeit kommunikativ zu unterstützen.
- Unter den weiteren Akteuren äussern sich einige dahingehend, dass eine Kennzeichnung mittels Ampelsystem nochmals geprüft werden soll. Diesbezüglich sei allerdings zu bemerken, dass die Ampelkennzeichnung vom Europäischen Parlament vor Kurzem abgelehnt wurde.

5. Anhang

Der Anhang umfasst alle Rohdaten, welche in Kapitel 3 in zusammengefasster Form dargelegt wurden. Die einzelnen Stellungnahmen sind nachfolgend in ungekürzter Form wieder gegeben (nicht wieder gegeben sind lediglich einleitende oder Abschlussbemerkungen ohne Relevanz in Bezug auf die Stellungnahme sowie Beschriebe des Aufgabenfeldes des Absenders der Stellungnahme). Die Originalfassungen der einzelnen Stellungnahmen können bei der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung zur Einsicht angefordert werden.

5.1 Institutionen und Organisationen

Kategorie	angeschriebene Institutionen	Stellungnahme
Wirtschaftsakteure allgemein	3	3
Bionetz.ch (Bioplattform für Verarbeitungs- und Handelsunternehmen)	-	1
Economiesuisse	1	-
Schweizerischer Gewerbeverband SGV (Dachorganisation der Schweizer KMU)	1	1
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO	1	1
Wirtschaftsakteure: Produzenten industrieller Produkte	16	19
Bongrain Suisse	-	1
Danone	1	-
Emmi Schweiz AG	1	1
Ernst Sutter AG	-	1
Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien FIAL	1	1
Haco	1	-
Hero	1	-
Hilcona AG	-	1
Kellogg (Schweiz) GmbH	1	1
Kraft Foods	1	-
Mars Schweiz AG	-	1
Migros Industries	1	*
Nestlé Suisse S.A.	1	1
PanGas AG	-	1
PepsiCo	-	1
Schweizer Fleisch-Fachverband SFF	1	1
Schweizerischer Bäcker-Konditorenmeister-Verband SBKV	1	1
Sponser Sport Food	-	1
Swiss Convenience Food Association	1	-
Unilever Schweiz GmbH	1	1
Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten	1	1
Vereinigung der Schweizerischen Milchindustrie vmi	1	1
Wander AG	1	1
Wrigley GmbH	-	1
Zweifel Pomy-Chips AG	-	1

* Stellungnahmen wurden von einzelnen Mitgliedern bzw. Partnerorganisationen eingereicht.

Kategorie	angeschriebene Institutionen	Stellungnahme
Wirtschaftsakteure: Produzenten landwirtschaftlicher Produkte	8	6
Branchenorganisation Butter GmbH	1	1
Proviande	1	1
Schweizerischer Bauernverband SBV	1	1
Schweizer Milchproduzenten SMP	1	1
Schweizerischer Obstverband SOV	1	1
Swisspatat	1	-
Verband Schweizerischer Gemüseproduzenten VSGP	1	1
Vereinigung der Schweizer Eierproduzenten	1	-
Wirtschaftsakteure: Handel	10	4
Aldi Schweiz	1	-
Coop	1	1
Denner AG	1	1
IG Detailhandel Schweiz	1	-
Lidl Schweiz	1	-
Migros Genossenschafts Bund	1	1
Schweizerischer Verband der Lebensmittel-Detaillisten VELEDES	1	1
Spar	1	-
Verband des Schweizerischen Früchte-, Gemüse- und Kartoffelhandels	1	-
Volg/Fenaco/Landi	1	-
Wirtschaftsakteure: Gastronomie	8	1
Compass Group	1	-
DSR Le restaurateur	1	-
Gastro Suisse	1	-
Novae Restauration	1	-
Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie SVG	1	1
Swiss Catering Association	1	-
SV Service	1	-
ZFV Gastronomiegruppe	1	-

Kategorie	angeschriebene Institutionen	Stellungnahme
Präventions- und Gesundheitsorganisationen	11	6
Gesundheitsförderung Schweiz	1	-
Interessengemeinschaft Zöliakie der Deutschen Schweiz	1	1
KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas	-	1
Krebsliga Schweiz	-	1
NGO-Allianz Ernährung, Bewegung, Körpergewicht	1	*
Netzwerk Nutrinet	1	*
Projekt "Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie"	1	-
Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung	1	1
Radix	1	-
Schweizerische Adipositas-Stiftung SAPS	1	1
Schweizerische Gesellschaft für Gesundheitspolitik SGGP	1	-
Schweizerische Konferenz der kantonalen Gesundheitsdirektorinnen und -direktoren GDK	1	-
Suissebalance	1	-
Zahnfreundlich Schweiz	-	1
Berufsverbände	3	1
Dachverband Schweizer Lehrerinnen und Lehrer, Fachkommission Hauswirtschaft	1	-
Schweizerischer Verband der Ingenieur-AgronomInnen und LebensmittelingenieurInnen SVIAL	1	-
Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH SVDE	1	1
Parteien	6	0
Bürgerlich-Demokratische Parteien BDP	1	-
Christlich-Demokratische Volkspartei CVP	1	-
FDP. Die Liberalen	1	-
Grüne Partei der Schweiz	1	-
Schweizerische Volkspartei SVP	1	-
Sozial-Demokratische Partei SP	1	-

* Stellungnahmen wurden von einzelnen Mitgliedern bzw. Partnerorganisationen eingereicht.

Kategorie	angeschriebene Institutionen	Stellungnahme
Universitäten, Fachhochschulen, Forschungsinstitutionen	16	4
Agroscope Changins-Wädenswil ACW	1	-
Agroscope Liebefeld-Posieux ALP	1	1
Agroscope Reckenholz-Tänikon ART	1	-
Berner Fachhochschule Gesundheit, Bereich "Ernährung und Diätetik"	1	-
Eidgenössische Technische Hochschule Zürich, Abteilung Consumer Behavior	1	-
Eidgenössische Technische Hochschule Zürich, Institut für Lebensmittel- und Ernährungswissenschaften	1	-
Eidgenössische Technische Hochschule Zürich, Institut für Nutztierwissenschaften	1	-
Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL	-	1
Haute école de santé Genève, HES-SO Genève, filière nutrition et diététique	1	1
Institut für Sozial- und Präventivmedizin Basel	1	-
Institut für Sozial- und Präventivmedizin Bern	1	-
Institut für Sozial- und Präventivmedizin Genf	1	-
Institut für Sozial- und Präventivmedizin Lausanne	1	-
Institut für Sozial- und Präventivmedizin Zürich	1	1
SwissFIR - Schweizer Lebensmittel-Informationsressource	1	-
Universität St. Gallen, Institut für Handelsmanagement	1	-
Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften, Departement Life Sciences und Facility Management	1	-
Label-Organisationen	12	4
5 am Tag	1	-
Agri Natura	1	-
Agro-Marketing Suisse (Suisse Garantie)	1	-
aha! - Service Allergie Suisse	1	-
BIO SUISSE	1	1
D-li vert	1	-
Fédération Fourchette verte Suisse	1	1
Fourchette verte Vaud	-	1
IP-Suisse	1	-
Max Havelaar Stiftung Schweiz	1	-
Schweizerische Vereinigung der AOC und IGP	1	-
Schweizerische Vereinigung für Vegetarismus SVV	1	1
Stiftung Praktischer Umweltschutz Schweiz - Labelinfo	1	-

Kategorie	angeschriebene Institutionen	Stellungnahme
Behörden und Kommissionen	23	7
Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen (Liechtenstein)	-	1
Amt für Lebensmittelsicherheit und Tiergesundheit Graubünden	-	1
Eidgenössisches Büro für Konsumentenfragen BFK	1	1
Eidgenössische Ernährungskommission EEK	1	-
Eidgenössische Kommission für Konsumentenfragen EKK	1	-
Kantonales Laboratorium Thurgau	-	1
Kantonales Labor Zürich	-	1
Lebensmittelkontrolle Solothurn	-	1
Service de la consommation et des affaires vétérinaires SCAV (Neuchâtel)	-	1
Schweizer Kantonschemiker	20	*
Konsumentenorganisationen	4	4
Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana ACSI	1	1**
Fédération romande des consommateurs FRC	1	1**
Konsumentenforum kf	1	1
Stiftung für Konsumentenschutz SKS	1	1
Private / Einzelpersonen	16	3
Label-Begleitgruppe (Mitglieder)	9	-
Label-Expertengruppe (Mitglieder)	5	-
Battaglia Evelyne (Mitglied der Eidgenössischen Ernährungskommission EEK)	-	1
Raunhardt Otto (Konsulent)	1	1
Scheffeldt Peter (pensionierter leitender Begutachter der Schweizer. Akkreditierungsstelle SAS)	1	1
Total (ohne ausländische und internationale Organisationen)	136	62
Ausländische und internationale Organisationen	0	3
Association de la Transformation Laitière Française ATLA	-	1
International Chewing Gum Association ICGA	-	1
Yoghurt and Live fermented milks association YLFA	-	1

* Stellungnahmen wurden von einzelnen Mitgliedern bzw. Partnerorganisationen eingereicht.

** ACSI und FRC schliessen sich der Stellungnahme von SKS an.

5.2 Allgemeine Stellungnahmen und Kommentare

Wirtschaftsakteure allgemein

Bionetz.ch

- Die Anliegen des „Healthy Choice Labels“ werden grundsätzlich positiv gewertet, die Kommunikation mit einem weiteren Label eher skeptisch, da es von den Zielgruppen wohl kaum wahrgenommen werden wird.
- Dringlicher wären Massnahmen im Bereich Ernährungsbewusstsein und -schulung, die gerade bei Kindern und Jugendlichen die Grundlage für eine ausgewogene Ernährung legen könnten.

Schweizerischer Gewerbeverband (sgv)

Wir lehnen das vorgeschlagene „Healthy Choice Label“ mit aller Entschiedenheit ab, und zwar auch dann, wenn es auf dem Prinzip der Freiwilligkeit beruht. Wir begründen unsere Haltung wie folgt:

- Der Staat ist kein Ernährungsberater: Die Ernährung ist Privatsache, es ist nicht Aufgabe des Staates (und von eifrigen Beamten des BAG), den Speisezettel der mündigen Bürgerinnen und Bürger zu beeinflussen und damit einzelne Branchen der Ernährungswirtschaft zu diskriminieren beziehungsweise gegeneinander auszuspielen.
- Gruppenzwang: Selbst wenn die Anwendung des Labels freiwillig ist, führt es zu einer Wettbewerbsverzerrung zulasten jener Unternehmen, die nicht mitmachen können oder wollen. Dies sind vielfach kleinste und kleine Betriebe, die entweder administrativ unverhältnismässig stark belastet würden (bei einer Teilnahme) oder dann benachteiligt wären (beim Abseitsstehen).
- Wissenschaftlich falscher Ansatz: Ein solches Label nimmt überhaupt keine Rücksicht auf die unterschiedliche individuelle Konstitution und Veranlagung der einzelnen Personen sowie die konsumierte Menge. Wie Paracelsus schon sehr früh erkannte, macht nämlich nicht das Produkt, sondern die Menge das Gift. Der Konsum von zwei Gläsern Rotwein eines erwachsenen Mannes zum Nachtessen sind sehr gesund, fünf Gläser Weisswein einer schwangeren Frau vor dem Mittagessen wohl weniger!

Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO)

- Wir gehen mit Ihnen einig, dass die Entwicklung eines neuen und rein schweizerischen Labels wenig Sinn machen würde und dass die Kooperation mit einer bestehenden Label-Organisation zu bevorzugen ist.
- Wir erlauben uns, auf ein im November 2009 von der Schweizerischen Akkreditierungsstelle SAS veröffentlichtes Dokument zu verweisen, das internationale "Regeln für die Beurteilung von normativen Grundlagen zur Konformitätsbewertung von Produkten inkl. Dienstleistungen durch akkreditierte Zertifizierungsstellen" beinhaltet. Das Dokument dient der SAS zur Beurteilung der Mindestanforderungen an das System innerhalb eines Produktkennzeichnungsprogramms. Sie finden das Dokument unter: <http://www.seco.admin.ch/sas/00032/00073/index.html?lang=de>

Wirtschaftsakteure: Produzenten industrieller Produkte

Bongrain Suisse

- Bongrain Suisse n'est pas du tout favorable au projet du logo SSN « Choices », pour plusieurs raisons, telles que les risques :
 - d'entraîner une situation de distorsion de concurrence entre les acteurs économiques : Le logo « Choices » a été initialement développé par une entreprise propre, qui a pu bénéficier de travaux de recherche et développement afin d'optimiser les compositions nutritionnelles de ses produits, en avance sur les autres opérateurs économiques. De plus, cette entreprise n'aura donc pas besoin d'adapter les packagings de ces produits en vue d'une circulation des denrées alimentaires entre les pays. En revanche, la très grande majorité des autres entreprises agroalimentaires auront des coûts de développement supplémentaires (gestion des stocks de packaging, développement de nouveaux packs spécifiques pour la Suisse pour les multinationales, ou à l'inverse des produits sans logo pour les pays hors Suisse pour les entreprises Suisse).
 - d'entraver la libre commercialisation des produits entre la Suisse et l'UE : L'Union Européenne travaille sur un projet de règlement visant à imposer un étiquetage nutritionnel sur toutes les denrées alimentaires en Europe. Les discussions sont toujours en cours (adoption du texte prévu pour fin 2011). Toutefois, il semble que le choix opéré par les institutions européennes soit d'écarter tout système d'étiquetage visant à établir un jugement de valeur sur les aliments (traffic lights, GDAs colorés, logos de toute sorte...). Il serait dommage que la Suisse mette en place dès maintenant un système d'étiquetage, même facultatif, très différent de celui retenu en Europe, pouvant entraver la libre circulation des marchandises. D'ailleurs, la volonté de l'Union Européenne est d'empêcher au maximum, par une réglementation harmonisée, la multiplication des systèmes nationaux d'étiquetage nutritionnel. Ainsi, le projet de règlement laissait initialement aux Etats membres la possibilité d'adopter des régimes nationaux d'étiquetage nutritionnel s'ajoutant aux règles imposées au niveau européen. Au dernier état des discussions, cette possibilité a été supprimée. Restera probablement dans le texte une disposition laissant la voie ouverte à un étiquetage facultatif pouvant s'ajouter à l'étiquetage obligatoire, à l'initiative des opérateurs économiques. Mais cet étiquetage facultatif additionnel sera strictement encadré pour éviter la confusion du consommateur.
 - de potentiellement interdire l'innovation sur certaines catégories de produits alimentaires. Par exemple, les seuils pour les AGS de la catégorie des matières grasses tartinables excluent de façon systématique TOUS les beurres d'un logo de santé, même un beurre très allégé en matière grasse. Etablir des cut-off irréalistes et non adaptés à certaines catégories de produits alimentaires ne vont pas engager les acteurs de l'industrie agro-alimentaire à promouvoir l'innovation et l'optimisation des compositions nutritionnelles de leurs produits.
 - de stigmatiser en Suisse les aliments en « bons » et « mauvais » aliments. Contrairement aux populations d'influence anglo-saxonne, les Suisses considèrent l'alimentation comme traditionnelle, naturelle, basée sur des associations d'aliments plutôt que des nutriments. Certains produits sont à consommer de façon plus occasionnelle que d'autres, dans des portions raisonnables pour éviter les excès, mais ne doivent pas se retrouver en situation d'interdits alimentaires. Les situations d'interdits alimentaires stigmatisent des aliments, pouvant entraîner chez certaines personnes des dérives de comportement alimentaire. Cette stigmatisation de certains aliments contredit le principe de base soutenu jusqu'à présent par les autorités publiques Suisse, principe selon lequel il faut considérer le problème en termes de régime alimentaire global. Une alimentation équilibrée ne se construit ni sur une association d'aliments, ni sur un repas, ni sur une journée, mais sur des périodes de temps plus

longues, en consommant des produits variés, de toutes les catégories de produits, en quantité raisonnable.

- de conduire à des incohérences et des confusions chez le consommateur si en parallèle du logo la Suisse adopte le système des profils nutritionnels tel qu'il va être mis en place dans l'Union européenne. En effet, on voit mal comment le logo pourra coexister avec les profils, puisque les seuils retenus pour ces derniers et ceux retenus pour le logo « Choice » ne seront pas du tout les mêmes. Il est à attendre, dans certaines situations, que certains produits aient le droit, en application des profils, de porter des allégations nutritionnelles et de santé, alors qu'en application des critères « choice », elles n'auront pas le droit au logo. Inversement certains produits auront droit au logo, car entrant dans les critères définis pour pouvoir le porter, alors qu'ils n'auront pas droit aux allégations, du fait du non respect des profils nutritionnels.
- Compréhension des consommateurs: Les résultats d'une enquête consommateur sur la perception du logo « Healthy Choice » sont à prendre avec précaution. En effet, les consommateurs peuvent approuver la lisibilité d'un logo ou d'un label mais sans que cela soit relié avec des effets sur leurs comportements alimentaires long-terme.
- En conclusion, Bongrain Suisse est opposé à l'adoption du logo « Healthy Choice » et préconise plutôt d'attendre l'évolution des discussions européennes, aussi bien sur l'étiquetage que sur les profils nutritionnels.

Emmi Schweiz AG

- Das «Choices» Label/Logo kann keinen Beitrag zu einer ausgewogenen Ernährung leisten. Diese Art der Kennzeichnung bevormundet und verwirrt die Konsumenten. Sie hilft den Konsumenten in keiner Weise, sich ausgewogen zu ernähren. Dieses Ziel des Nationalen Programms Ernährung und Bewegung, «eine ausgewogene Ernährung fördern», kann deshalb mit dem «Choices» Label/Logo nicht erreicht werden.
- Im internationalen Umfeld wird die EU Lebensmittelkennzeichnung für die Schweiz massgebend sein. Alle Bemühungen um eine ausgewogene Ernährungsweise sollten sich an dieser EU Regelung orientieren.

Ernst Sutter AG

- Als Hersteller von Fleisch und Fleischerzeugnissen haben wir in unserer Stellungnahme ausschliesslich den Einfluss des Labels auf unsere Erzeugnisse beurteilt.
- Allgemein gesehen gibt es keine guten oder schlechten Lebensmittel. Ein Konsument kann sich falsch verhalten, indem er die falsche Kombination von Lebensmitteln wählt, sich einseitig ernährt, zu wenig oder zu viel Kalorien aufnimmt oder sich durch mangelnde Bewegung Schaden zufügt.
- Durch die Einführung des Healthy Choices Label kann der Konsument, wenn er es falsch versteht, ein Fehlverhalten in der Ernährung entwickeln, d. h. es kann dazu führen, dass er auf wertvolle Lebensmittel, die ihm ernährungsphysiologisch essentielle Eiweissbausteine, Vitamine und Spurenelemente liefern, verzichtet.
- Kompatibilität mit EU-Recht: Damit die Schweizer Nahrungsmittelindustrie wettbewerbsfähig bleibt, ist eine Kompatibilität mit dem EU Recht auch in Bezug auf ein freiwilliges Label zwingend erforderlich. Die EU arbeitet zurzeit an der Einführung einer allgemein gültigen Lebensmittelinformationsverordnung. Die in dieser Verordnung bisher favorisierte Ampelkennzeichnung wurde durch den Umweltausschuss des Europaparlaments abgelehnt. Die jetzt offene Entscheidung sollte abgewartet werden.

Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial)

Mit Blick auf den bereits bestehenden, grossen Labelsalat, die fehlende wissenschaftliche Evidenz und die sich durch europarechtliche Vorgaben abzeichnenden neuen Kennzeichnungselemente lehnt die fial die freiwillige Einführung eines sogenannten "Healthy Choice Labels" ab. Nachfolgend sind die wichtigsten Gründe für die Ablehnung dargelegt:

- **Fehlende wissenschaftliche Evidenz:** Die Wirkungen eines derartigen Labels auf den Konsumenten sind wissenschaftlich nicht untersucht. Die Wahrscheinlichkeit, dass durch deren Einführung dem Konsumenten Anreize zu Fehlverhalten gegeben werden, ist gross. Da die Kriterien, ob Label ja oder nein, für alle Lebensmittel-Kategorien verschieden sind, werden Äpfel mit Birnen verglichen. Dies wird dem durchschnittlichen Konsumenten, aber insbesondere dem uninteressierten, wenig gebildeten Konsumenten, nicht bewusst sein. Dieser wird das Label auf allen Lebensmitteln als gleichwertig ansehen.
- **Ausgang vom unmündige Konsumenten:** Ein derartiges Label vereinfacht – wie das Ampelsystem – die Information über ein Lebensmittel zu sehr. Ebenfalls analog zum Ampelsystem werden Lebensmittel in gute und schlechte unterteilt. Jedoch gibt es per se keine guten und schlechten Lebensmittel, sondern in der Regel nur eine falsche Ernährungsweise und mangelndes Bewegungsverhalten. Das Bundesamt für Gesundheit (BAG) stellt sich auf den Standpunkt, ein derartiges Label sei vor allem für Konsumentinnen und Konsumenten mit Migrationshintergrund von grossem Nutzen, zumal diese sich und ihre Kinder oft schlecht ernährten. Der Ansatz geht nicht vom mündigen, selbstverantwortlich handelnden Konsumenten aus. Auf das Verhalten von Konsumenten, die sich und ihre Kinder schlecht ernähren, ist mit anderen Mitteln wie Ernährungserziehung usw. einzuwirken und nicht mit einem die Nährwertinformation zu stark vereinfachenden Label.
- **Fehlen der EU-Kompatibilität:** Für die Schweizer Nahrungsmittel-Industrie ist die Kompatibilität neuer Kennzeichnungsvorgaben mit dem EU-Recht zwingend. Obwohl freiwillig, weicht die Einführung eines solchen Labels davon ab. In der EU ist derzeit die "Verordnung betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel" in Ausarbeitung. Angesichts der in Kürze bevorstehenden neuen EU-Kennzeichnungsvorgaben ist eine derzeitige Einführung eines Labels durch die Eidgenossenschaft wenig sinnvoll.
- **Gegen Einführung durch den Staat:** Die ablehnende Haltung der fial richtet sich nur gegen die offizielle Einführung eines derartigen Labels durch den Staat. Es ist den Firmen ohne staatliche Aktivität schon heute möglich, ein solches Label zu verwenden. Die entsprechend ausgelobten und in vielen Schweizer Verkaufsregalen stehenden Produkte sind Beleg dafür.
- **Unterstützung des Engagements der Schweizer Nahrungsmittel-Industrie durch das BAG:** Die Schweizer Nahrungsmittel-Industrie engagiert sich für eine informativere Produktkennzeichnung und ist seit dem Jahr 2006 daran, freiwillig die Angabe des Richtwertes für die Tageszufuhr (Guidance Daily Amount, GDA) auf den Verpackungen umzusetzen. Damit wird den Konsumentinnen und Konsumenten eine zusätzliche Information über die Nährstoffgehalte eines Produkts in Bezug auf den täglichen Bedarf gegeben. Die fial fordert das BAG auf, diese Initiative seitens der Nahrungsmittel-Industrie in der Öffentlichkeit kommunikativ zu unterstützen.
- **Kosten:**
 - Die Einführung eines sogenannten "Healthy Choice Label" würde den Staat viel Geld kosten. In der Begleitgruppe des "Healthy Choice Label" wurde geschätzt, dass eine Kampagne zur Bekanntmachung eines solchen Labels für ein Jahr bereits rund 4 bis 5 Mio. CHF kostet. Eine Kampagne müsste über mehrere Jahre laufen. Zusätzliche Kosten entstehen durch die Label-Organisation, die Zertifizierungsstelle usw. Ohne die Mitarbeit der Nahrungsmittel-Industrie ist dieses Geld fehlinvestiert. Der Staat hat seine Investitionen zur Förderung von gesunder Ernährung und genügender Bewegung auf seine Wirksamkeit hin zu prüfen und nicht nach dem Motto "Hauptsache wir

tun etwas" und ohne Aussicht auf Erfolgchancen zu handeln. Mit der Einführung eines derartigen Labels tut er dies. Es sind andere geeignetere Mittel zu suchen, um etwas gegen die stark steigenden Kosten zu tun, welche direkt oder indirekt durch Übergewicht und Adipositas entstehen.

- Bei den Nahrungsmittelherstellern entstehen immense Kosten für eine Einführung eines derartigen Labels. Die Produkte müssen betreffend die Erfüllung der Kriterien überprüft werden, zahlreiche Analysen für den Nachweis der Erfüllung der Kriterien werden notwendig, die Verpackungen sind neu zu drucken usw. Der administrative Aufwand wird sehr gross. Solange jedoch die sich durch europarechtliche Vorgaben abzeichnenden neuen Kennzeichnungselemente nicht bekannt sind, ist die Schweizer Nahrungsmittel-Industrie nicht bereit, diesen Kostenaufwand zu betreiben, zumal sie sich derzeit bereits stark für die GDA-Kennzeichnung engagiert.

Hilcona AG

- Ein besseres Ernährungsverhalten kann nur durch Änderungen der Gewohnheiten erreicht werden. Die Auslobung von einzelnen Lebensmitteln mit einem Gesundheitslabel wird keinen grossen Beitrag zur Aufgabe von schlechten Ernährungsgewohnheiten bringen. Der Lösungsansatz sollte die Ursachen der Entstehung berücksichtigen, und deshalb in der Erziehung von Kindern und Jugendlichen beginnen.
- Die Verantwortung für die Erziehung zu einer gesundheitserhaltenden Lebenshaltung von Kindern und Jugendlichen liegt primär bei den Eltern. Im Elternhaushalt muss gelernt werden, dass das Essen mit sozialen Situationen, Personen und auch Emotionen verbunden ist. Das Basiswissen über gesunde Ernährung ist Teil der elterlichen Erziehung und muss in der häuslichen Erziehung vermittelt werden.
- Sich gesund zu ernähren heisst auch frühzeitig positive Erfahrungen im Umgang mit Lebensmitteln zu haben, gerade auch in ihrer geschmacklichen Vielfalt. Hier benötigt es unterstützend Bildungs- und Erziehungsangebote in Schulen. Ein schulisches Angebot kann diese positiven Erfahrungen vermitteln und Eltern in ihrer Erziehung unterstützen.
- Es ist nicht zielführend, sich bei Massnahmen auf die Vermarktung von Lebensmitteln zu konzentrieren.

Mars Schweiz AG

Aufgrund der nachfolgend genannten Gründe lehnt Mars die freiwillige Einführung des "Healthy Choices Labels" durch den Staat ab:

- Unwissenschaftlichkeit: Bis heute können keine eindeutigen Zahlen vorgelegt werden, die die positive Wirkung eines derartigen Labels auf den Konsumenten belegen. Im Gegenteil die Wahrscheinlichkeit, dass durch deren Einführung dem Konsumenten falsche Anreize gesetzt werden, ist gross. Da die Kriterien für die Lebensmittel-Kategorien unterschiedlich sind, können diese nicht verglichen werden. Dies ist dem durchschnittlich gebildeten Konsumenten allerdings nicht bewusst und er wird das Label auf allen Lebensmitteln als gleichwertig ansehen.
- Eigenverantwortung: Die Information über ein Lebensmittel wird durch das Choices-Label stark vereinfacht dargestellt und ein Lebensmittel somit in gute und schlechte unterteilt. Es ist für den Konsumenten nicht ersichtlich, warum genau und in welchem Ausmass er mit dem Kauf eines bestimmten Produktes eine "bewusste Wahl" trifft.
- Grenzübergreifender Warenverkehr / EU-Kompatibilität fehlt: Eine Einführung eines spezifisch schweizerischen Labels zum gegenwärtigen Zeitpunkt ist wenig sinnvoll, da in der EU die "Verordnung betreffend der Information der Verbraucher über Lebensmittel" in Ausarbeitung ist. Unter anderem sieht der Entwurf verbindliche Front-of-Pack (FOP) Regelungen vor.

- Initiative der Schweizer Nahrungsmittel-Industrie: Mars ist der Meinung, dass die im Jahre 2006 von grossen Teilen der Schweizer Nahrungsmittel-Industrie mitgetragene Initiative der informativeren Packungskennzeichnung mit GDA-Angaben ein weit sinnvollerer Ansatz ist. GDA liefert dem Konsumenten genauere Informationen über die Nährstoffgehalte der Produkte in Bezug auf den täglichen Bedarf. Eine kommunikative Unterstützung dieser Initiative seitens des BAG wäre wünschenswert und würde zur Ernährungserziehung der Schweizer Bevölkerung beitragen.
- Verbreitung des Labels: Die SGE gibt an, dass das Choices Label in verschiedenen Ländern (v.a. Deutschland und Niederlande) weit verbreitet ist. Tatsächlich bezieht sich diese Verbreitung aber nur auf einzelne Produkte, einzelne Unternehmen und spezifische Kategorien.

Nestlé Suisse S.A.

- Nestlé agrees with the BAG that the nutrition labelling is an important medium to help the consumers achieve a balanced diet. As our continuous vision is to provide the consumers with the relevant information to help them make healthier choices, we have introduced the Nutritional Compass with the Guideline Daily Amounts (GDA) on the packages. Furthermore we provide brochures and articles that explain the consumers a balanced diet and how to read the packaging labels. Our approach is to enable the consumers to make healthy choices without categorising the food into two groups.
- The reasons for our objection to the introduction of the "Healthy Choices Label" are the following:
 - There is no evidence that the "Healthy Choices Label" will result in a change of nutritional habits and behaviour. It may rather lead to consumer's confusion as already various nutrition labelling schemes co-exist in Switzerland.
 - The label is only implemented in some countries, not at a European level. Therefore a potential issue might arise with imported products that do not have the label.
 - The label is not self-explanatory. As it is allocated per product category, there is a high risk of misinterpretation by the consumer.
 - The label might induce an overconsumption of food with the "Healthy Choices Label".
 - The "Healthy Choices Label" considers the individual product instead of the whole diet.
 - The label is oversimplifying the classification into healthy and unhealthy food products.
 - Furthermore, until today not a single government/national authority in the world has ever adopted a privately-owned logo developed by an individual food company.
- Consumer test of the "Healthy Choices Label": The results of the test need to be considered with caution. It should focus on the longterm effects of consumer behaviour and not only on the readability of the label (e.g. the label exists already since many years in Australia, but the prevalence of obesity there is still very high).

PanGas AG

- stets die Praxis und die KonsumentInnen im Fokus haben
- weniger ist mehr

Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)

- Fokus Fleisch und Fleischprodukte: Als Dachverband der schweizerischen Fleischwirtschaft konzentriert sich unsere Stellungnahme ausschliesslich auf unsere Kernprodukte.
- Im Zusammenhang mit der bereits heute vorhandenen Vielfalt von privaten und öffentlichen Labels stellt sich die grundsätzliche Frage, inwieweit ein neues staatliches Label

den Zweck, gesündere Alternativen innerhalb einer Lebensmittelkategorie zu kennzeichnen, überhaupt erfüllen kann und zu einer nicht noch grösseren Verwirrung bei der Konsumentenschaft im bereits vorhandenen "Label"-Dschungel führt.

- Nebst ausreichender Bewegung sind auch weitere bedeutende Faktoren (z.B. Genetik, Krankheiten), die mit Übergewicht im Zusammenhang stehen, ebenfalls nicht einbezogen worden.
- Auch die Verbindung des Choices-Labels mit dem Begriff "Gesundheit" erscheint uns problematisch. Einerseits kann damit der Eindruck entstehen, dass diejenigen Lebensmittel, die – aus welchen Gründen auch immer – nicht mit dem Choices-Label gekennzeichnet sind, ungesund oder sogar krankmachend sind. Unklar für uns ist auch, inwieweit der Begriff des Choices-Labels mit einer Gesundheitsanpreisung im Zusammenhang steht, deren Verwendung gemäss Heilmittelgesetz und unseren Kenntnissen eigentlich nur Heilmitteln vorbehalten ist.
- Zudem besteht die Gefahr, dass speziell designte Hightech-Lebensmittel das Label erhalten, während verschiedene naturbelassene oder weitgehend naturbelassene Grundnahrungsmittel, insbesondere tierischer Herkunft, diskriminiert würden.

Schweizerischer Bäcker-Konditorenmeister-Verband (SBKV)

Wir lehnen das vorgeschlagene „Healthy Choice Label“ mit aller Entschiedenheit ab, und zwar auch dann, wenn es auf dem Prinzip der Freiwilligkeit beruht. Wir begründen unsere Haltung wie folgt:

- Der Staat ist kein Ernährungsberater: Die Ernährung ist Privatsache, es ist nicht Aufgabe des Staates (und von eifrigen Beamten des BAG), den Speisezettel der mündigen Bürgerinnen und Bürger zu beeinflussen und damit einzelne Branchen der Ernährungswirtschaft zu diskriminieren beziehungsweise gegeneinander auszuspielen.
- Gruppenszwang: Selbst wenn die Anwendung des Labels freiwillig ist, führt es zu einer Wettbewerbsverzerrung zulasten jener Unternehmen, die nicht mitmachen können oder wollen. Dies sind vielfach kleinste und kleine Betriebe, die entweder administrativ unverhältnismässig stark belastet würden (bei einer Teilnahme) oder dann benachteiligt wären (beim Abseitsstehen).
- Wissenschaftlich falscher Ansatz: Ein solches Label nimmt überhaupt keine Rücksicht auf die unterschiedliche individuelle Konstitution und Veranlagung der einzelnen Personen sowie die konsumierte Menge. Wie Paracelsus schon sehr früh erkannte, macht nämlich nicht das Produkt, sondern die Menge das Gift.

Sponser Sport Food

- Wir schlagen vor generell alle Speziallebensmittel von der Healthy Choices Teilnahme auszuschliessen und das Label grosso modo nur für Grundnahrungsmittel anzuwenden. Dies entspricht der Grundidee eines solchen Labels am ehesten. Ausserdem würde die Möglichkeit der Anwendung für Speziallebensmittel mit grosser Sicherheit zu bizarren und wohl nicht lösbaren Widersprüchen bei der Vergabe führen.
- Nicht zuletzt tun sich sowohl Konsumentenschutzorganisationen (KSO) als auch Behörden sowieso mit funktionalen Lebensmitteln, Novel Food, etc. schwer und es droht die Gefahr von willkürlichen und einseitigen Zugeständnissen bei der Vergabe. Ein genereller Ausschluss von Speziallebensmitteln kann so auch der Leitidee von KSO und Gesetzgeber entsprechen, wonach diese Lebensmittelgruppe nicht den Eindruck erwecken darf, einen zusätzlichen gesundheitlichen Vorteil gegenüber einer ausgewogenen Ernährung bieten zu können. Unbesehen davon, dass Ernährungswissenschaft als dynamische Erkenntnisse und in vielen Bereichen umstrittene Empfehlungen liefernde Fachrichtung gesehen werden muss (Bsp. Salz, Eiweiss-Kohlenhydrat-Fett Empfehlungen).

Unilever Schweiz GmbH

- Konsumenten treffen Kaufentscheidungen im Verkaufspunkt innerhalb weniger Sekunden. Entsprechend nehmen die meisten Verbraucher detaillierte Informationen nicht wahr oder verstehen diese nicht vollständig. [Nielsen-Umfrage zu Lebensmittelkennzeichnung 2008]
- Studien belegen, dass ein visueller Anreiz (wie ein einfaches Häkchen) bewusster wahrgenommen wird als komplexere Informationen, wie zum Beispiel eine Nährwerttabelle und Richtwerte der Tageszufuhr (GDA-Systeme). Wir glauben, dass Systeme, die eine ausgewogene Ernährung ermöglichen sollen, sich den Bedürfnissen der Konsumenten anpassen müssen. Geschwindigkeit ist der Schlüssel, wenn man bedenkt, wie schnell Speisen und Getränke ausgewählt werden müssen. Daher erscheinen einfache Indikatoren – wie das „Bewusst Wählen“-Logo als die beste Lösung im Einkaufsbereich, wo schnelle Entscheidungen getroffen werden.
- Die Gestaltung des Logos sollte grundsätzlich auf der ganzen Welt gleich sein, damit es auch helfen kann, die "Bewusste Wahl" im Kaufentscheid ländereübergreifend zu erleichtern. In jedem Land wurden Studien durchgeführt, um herauszufinden welcher Kopftext (Meine Wahl, Gesunde Wahl, Ich wähle bewusst; in der jeweiligen Sprache) mit welcher Ergänzung (nach internationalen Ernährungsrichtlinien oder mit einer nationalen Referenz) Konsumenten am meisten überzeugt. Ungeachtet der Sprache ist das Logo der Ausdruck einer einfachen und ausgewogenen Auswahl bei der Ernährung.
- Die Teilnahme am Verein und die Nutzung des Labels steht allen Lebensmittelherstellern, Handelsunternehmen und der Gastronomie in der Schweiz bereits heute schon offen.

Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten

Mit Blick auf den bereits bestehenden, grossen Labelsalat, die fehlende wissenschaftliche Evidenz und die sich durch europarechtliche Vorgaben abzeichnenden neuen Kennzeichnungselemente lehnt der Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten die freiwillige Einführung eines sogenannt "Healthy Choice Labels" ab. Nachfolgend sind die wichtigsten Gründe für die Ablehnung dargelegt:

- Unwissenschaftlichkeit: Die Wirkungen eines derartigen Labels auf den Konsumenten sind wissenschaftlich nicht untersucht. Die Wahrscheinlichkeit, dass durch deren Einführung dem Konsumenten Anreize zu Fehlverhalten gegeben werden, ist gross. Da die Kriterien, ob Label ja oder nein, für jede Lebensmittel-Kategorie verschieden sind, werden Äpfel mit Birnen verglichen. Dies wird dem durchschnittlichen Konsumenten, aber insbesondere dem uninteressierten, wenig gebildeten Konsumenten, nicht bewusst sein. Dieser wird das Label auf allen Lebensmitteln als gleichwertig ansehen.
- Ausgang vom unmündige Konsumenten: Ein derartiges Label vereinfacht – wie das Ampelsystem – die Information über ein Lebensmittel zu sehr. Ebenfalls analog zum Ampelsystem werden Lebensmittel in gute und schlechte unterteilt. Jedoch gibt es per se keine guten und schlechten Lebensmittel, sondern in der Regel nur eine falsche Ernährungsweise und mangelndes Bewegungsverhalten.
- EU-Kompatibilität fehlt: Für die Schweizer Nahrungsmittel-Industrie ist zudem die Kompatibilität neuer Kennzeichnungsvorgaben mit dem EU-Recht zwingend. Obwohl freiwillig, weicht die Einführung eines solchen Labels davon ab. In der EU ist derzeit die "Verordnung betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel" in Ausarbeitung. Angesichts der in Kürze bevorstehenden neuen EU-Kennzeichnungsvorgaben ist eine derzeitige Einführung eines Labels durch die Schweiz wenig sinnvoll.
- Gegen Einführung durch den Staat: Die ablehnende Haltung des Verbandes Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten richtet sich nur gegen die offizielle Einführung eines derartigen Labels durch den Staat. Es ist den Firmen ohne staatliche

- Aktivität schon heute möglich, ein solches Label zu verwenden. Die entsprechend ausgelobten und in vielen Schweizer Verkaufsregalen stehenden Produkte sind Beleg dafür.
- Kosten: Die Einführung eines sogenannten "Healthy Choice Label" würde den Staat viel Geld kosten. In der Begleitgruppe des "Healthy Choice Label" wurde geschätzt, dass eine Kampagne zur Bekanntmachung eines solchen Labels für ein Jahr bereits rund 4 bis 5 Mio. CHF kostet. Eine Kampagne müsste über mehrere Jahre laufen. Zusätzliche Kosten entstehen durch die Label-Organisation, die Zertifizierungstelle usw. Ohne die Mitarbeit der Nahrungsmittel-Industrie ist dieses Geld fehlinvestiert. Der Staat hat seine Investitionen zur Förderung von gesunder Ernährung und genügender Bewegung auf seine Wirksamkeit hin zu prüfen und nicht nach dem Motto "Hauptsache wir tun etwas" und ohne Aussicht auf Erfolgchancen zu handeln. Mit der Einführung eines derartigen Labels tut er dies. Es sind andere geeignetere Mittel zu suchen, um etwas gegen die stark steigenden Kosten zu tun, welche direkt oder indirekt durch Übergewicht und Adipositas entstehen.

Vereinigung der Schweizerischen Milchindustrie (vmi)

- Die vmi schliesst sich der Stellungnahme der FIAL an.

Wander AG

- Wir verweisen auf die Ausführungen der FIAL, insbesondere dass die Label-Kriterien mit der noch nicht verabschiedeten Verbaucherinformations-Verordnung der EU übereinstimmen sollten.
- Kosten: Die Herstellerfirma hat bisher keine Angaben darüber, was für Kosten ihr entstehen, wenn sie Lizenznehmer würde (Zertifizierung etc.). Dies ist Voraussetzung, um entscheiden zu können, ob sich eine derartige Investition pro Produkt / Marke lohnt.

Wrigley GmbH

- Eigenverantwortung der Konsumenten: Das Label hilft nicht, die Eigenverantwortung der Konsumenten zu stärken, da es dem Endverbraucher nur ein vermeintliches Wissen suggeriert ("dies ist ein gesundes Produkt"), ohne dabei jedoch nährwertspezifische Informationen zu liefern. Die komplexen nährstoffbasierten Kriterien des Systems werden dem Verbraucher in der Regel nicht bewusst sein. Studien der US-amerikanischen FDA haben gezeigt, dass ein front-of-pack Symbol in der Praxis dazu führt, dass weniger Verbraucher die Fakten-basierte Nährwertdeklaration auf der Verpackungsrückseite lesen. Das "Healthy Choice" Label könnte somit in der Praxis bei Konsumenten zu einem geringeren Ausmass an Nährwertkenntnissen und Eigenverantwortung führen.
- Verbreitung: Die SGE gibt an, dass das Choices Label in verschiedenen Ländern (insbesondere Deutschland und den Niederlanden) weit verbreitet ist. Tatsächlich bezieht sich diese Verbreitung aber nur auf einzelne Produkte und spezifische Kategorien, so dass von einer umfassenden Verbreitung nicht gesprochen werden kann.
- Kompatibilität mit Harmonisierungsbestrebungen auf EU Ebene: Gegenwärtig laufen verschiedene Harmonisierungsbestrebungen auf EU Ebene bezüglich der Etikettierung von Lebensmitteln. Unter anderem sieht der Entwurf für eine "Verordnung betreffend der Information der Verbraucher über Lebensmittel" verbindliche FOP (Front of Pack)-Regelungen auf Lebensmitteln vor. Da die Schweiz das EU-Lebensmittelrecht bisher in vielen Belangen übernommen hat und eine solche Harmonisierung im Sinne der Konsumenten echter Verbraucherschutz ist, ist Wrigley der Auffassung, dass eine staatlich forcierte Einführung einer zusätzlichen FOP Labelling-Komponente zum jetzigen Zeitpunkt in der Schweiz nicht notwendig ist. Vielmehr besteht dadurch die Gefahr einer wachsenden Inkohärenz zwischen den verschiedenen Labelling-Vorgaben.

Zweifel Pomy-Chips AG

Die folgenden Aussagen stützen sich auf unseren Branchenverband: fial (Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien) und wurden mit dessen Einverständnis teilweise übernommen. Mit Blick auf den bereits bestehenden, grossen Labelsalat, die fehlende wissenschaftliche Evidenz und die sich durch europarechtliche Vorgaben abzeichnenden neuen Kennzeichnungselemente lehnt Zweifel die freiwillige Einführung eines sogenannten "Healthy Choice Labels" ab. Nachfolgend sind die wichtigsten Gründe für die Ablehnung dargelegt:

- **Fehlende wissenschaftliche Evidenz:** Die Wirkungen eines derartigen Labels auf den Konsumenten sind wissenschaftlich nicht untersucht. Die Wahrscheinlichkeit, dass durch deren Einführung dem Konsumenten Anreize zu Fehlverhalten gegeben werden, ist gross. Da die Kriterien, ob Label ja oder nein, für alle Lebensmittel-Kategorien verschieden sind, werden Äpfel mit Birnen verglichen. Dies wird dem durchschnittlichen Konsumenten, aber insbesondere dem uninteressierten, wenig gebildeten Konsumenten, nicht bewusst sein. Dieser wird das Label auf allen Lebensmitteln als gleichwertig ansehen.
- **Ausgang vom unmündige Konsumenten:** Ein derartiges Label vereinfacht – wie das Ampelsystem – die Information über ein Lebensmittel zu sehr. Ebenfalls analog zum Ampelsystem werden Lebensmittel in gute und schlechte unterteilt. Jedoch gibt es per se keine guten und schlechten Lebensmittel, sondern in der Regel nur eine falsche Ernährungsweise und mangelndes Bewegungsverhalten. Das Bundesamt für Gesundheit (BAG) stellt sich auf den Standpunkt, ein derartiges Label sei vor allem für Konsumentinnen und Konsumenten mit Migrationshintergrund von grossem Nutzen, zumal diese sich und ihre Kinder oft schlecht ernährten. Der Ansatz geht nicht vom mündigen, selbstverantwortlich handelnden Konsumenten aus. Auf das Verhalten von Konsumenten, die sich und ihre Kinder schlecht ernähren, ist mit anderen Mitteln wie Ernährungserziehung usw. einzuwirken und nicht mit einem die Nährwertinformation zu stark vereinfachenden Label.
- **Fehlen der EU-Kompatibilität:** Für die Schweizer Nahrungsmittel-Industrie ist die Kompatibilität neuer Kennzeichnungsvorgaben mit dem EU-Recht zwingend. Obwohl freiwillig, weicht die Einführung eines solchen Labels davon ab. In der EU ist derzeit die "Verordnung betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel" in Ausarbeitung. Angesichts der in Kürze bevorstehenden neuen EU-Kennzeichnungsvorgaben ist eine derzeitige Einführung eines Labels durch die Eidgenossenschaft wenig sinnvoll.
- **Gegen Einführung durch den Staat:** Die ablehnende Haltung von Zweifel richtet sich nur gegen die offizielle Einführung eines derartigen Labels durch den Staat. Es ist den Firmen ohne staatliche Aktivität schon heute möglich, ein solches Label zu verwenden. Die entsprechend ausgelobten und in vielen Schweizer Verkaufsregalen stehenden Produkte sind Beleg dafür.
- **Unterstützung des Engagements der Schweizer Nahrungsmittel-Industrie durch das BAG:** Zweifel engagiert sich für eine informativere Produktkennzeichnung und ist seit 2009 daran, freiwillig die Angabe des Richtwertes für die Tageszufuhr (Guidance Daily Amount, GDA) auf den Verpackungen umzusetzen. Per Ende 2010 sollen diese Angaben auf allen Zweifel Produkten umgesetzt sein. Damit wird den Konsumentinnen und Konsumenten eine zusätzliche Information über die Nährstoffgehalte unserer Produkte in Bezug auf den täglichen Bedarf gegeben. Zweifel fordert das BAG auf, diese Initiative in der Öffentlichkeit kommunikativ zu unterstützen.
- **Kosten:** Die Einführung eines sogenannten "Healthy Choice Label" würde den Staat viel Geld kosten. In der Begleitgruppe des "Healthy Choice Label" wurde geschätzt, dass eine Kampagne zur Bekanntmachung eines solchen Labels für ein Jahr bereits rund 4 bis 5 Mio. CHF kostet. Eine Kampagne müsste über mehrere Jahre laufen. Zusätzliche Kosten entstehen durch die Label-Organisation, die Zertifizierungsstelle usw. Ohne die Mitarbeit der Nahrungsmittel-Industrie ist dieses Geld fehlinvestiert. Der Staat hat seine In-

vestitionen zur Förderung von gesunder Ernährung und genügender Bewegung auf seine Wirksamkeit hin zu prüfen und nicht nach dem Motto "Hauptsache wir tun etwas" und ohne Aussicht auf Erfolgchancen zu handeln. Mit der Einführung eines derartigen Labels tut er dies. Es sind andere geeignetere Mittel zu suchen, um etwas gegen die stark steigenden Kosten zu tun, welche direkt oder indirekt durch Übergewicht und Adipositas entstehen.

Wirtschaftsakteure: Produzenten landwirtschaftlicher Produkte

Branchenorganisation Butter GmbH

- Als einziges positives Argument können wir dem vorgeschlagenen Label zugestehen, dass die Produkte als „gesund“ und somit in einem positiven Sinn angepriesen werden könnten und nicht wie bei der „Ampellösung“, wo die Produkte zum Teil abgestraft würden. Dies müsste bei einem Label zwingende Voraussetzung sein. Hinzu kommt, dass es grundsätzlich keine „gute“ und „schlechte Lebensmittel“ gibt sondern lediglich eine ausgewogene oder eben nicht ausgewogene Ernährung.
- Wir gehen davon aus, dass der Konsument mündig ist und dass mit einer klaren Deklaration der Zusammensetzung der Produkte genügend Informationen für den Kaufentscheid bestehen. Bei einer Auszeichnung der Produkte mit einem entsprechenden Label sind wir sogar der Meinung, dass das Ernährungsverhalten der Konsumenten sich in Richtung einer unausgewogenen Ernährung verschieben könnte. Aus diesen Gründen lehnen wir grundsätzlich die Auszeichnung der Produkte mit dem vorgeschlagenen Label oder einem anderen Label ab. Um den Konsumenten zu einer besseren, ausgewogeneren Ernährung zu bringen, sind die Massnahmen im Rahmen einer verbesserten „Aufklärung“ zu fokussieren
- Zeitlicher Ablauf, Kosten, Lizenzen:
 - Wird eine Betrachtung über den zeitlichen Ablauf und die Aussagen gemacht stellt man fest, dass laut Medienmitteilung der SGE vom 13.01.2010 bereits entschieden wurde, dass das Label der Choices-Stiftung als gewählt gilt, dies bevor die Konsultation abgeschlossen wurde. Weiter gibt es keine Auskunft über die Kosten, welche durch dieses Label ausgelöst werden. Es gibt keinen Anhaltspunkt, wer diese Kosten zu übernehmen hat und in welchem Rahmen sich diese befinden.
 - Für die Lizenzvergabe dieses Labels ist noch kein System vorhanden. Das heisst, dass wir zum jetzigen Zeitpunkt nichts über die Organisation des Vereins in der Schweiz wissen.

Proviande

- Proviande befürchtet, dass mit der Einführung des Choice-Labels nicht mehr sondern weniger Transparenz geschaffen wird, da damit die Anzahl der Labels auf dem Markt weiter ansteigt.
- Das Choice-Label suggeriert, dass sich Lebensmittel in gute und schlechte Produkte unterteilen lassen, was den Kern der Problematik nicht zu treffen vermag. Auch die Verbindung des Labels mit dem Begriff "Gesundheit" zielt in dieselbe Richtung und ist deshalb problematisch.
- Zudem fördert das Label die Tendenz zu industriell hergestellten Lebensmitteln. Grundnahrungsmittel – insbesondere tierischer Herkunft – werden gegenüber Hightech-Lebensmittel diskriminiert. Die bestehenden Produkt- und Nährwertdeklarationen sowie das teilweise bereits verwendete GDA-System machen das Choice-Label überflüssig. Mit der Kommunikation der Lebensmittelpyramide kann mehr erreicht werden.

- Eine durch das Label initiierte relevante, positive Wirkung auf das Ernährungsverhalten bzw. auf die Gesundheit der Bevölkerung ist nicht nachgewiesen.
- Daraus ergeben sich grundsätzliche Vorbehalte gegenüber einer Einführung des Labels.
- Sollte die EU das GDA-System mit Prozentangaben zum Tagesbedarf zur Pflicht erklären, müsste die Schweiz diesen Entscheid nachvollziehen. In diesem Kontext wäre es nicht verständlich, wenn an der Einführung des Choice-Labels weiter festgehalten wird.
- Zwischen einer ausgewogenen, gesunden Ernährung der Bevölkerung im Rahmen der Ernährungspyramide und der Vergabe des Choice-Labels bestehen Zielkonflikte. Naturbelassene oder weitgehend naturbelassene Lebensmittel – vor allem im tierischen Bereich – dürften trotz nachgewiesener positiver Wirkung auf eine gesunde Ernährung (z.B. Fleisch als natürlichem FE-Lieferant) weitgehend ausgeschlossen werden. Nicht mitberücksichtigt wird auch der Umstand, dass für die Erhaltung der körperlichen Gesundheit, nebst einer ausgewogenen Ernährung, insbesondere ausreichende körperliche Bewegung erforderlich ist.
- Die zur Einführung des Choice-Labels beanspruchten öffentlichen Mittel könnten unseres Erachtens zielführender durch andere Massnahmen zur Förderung der allgemeinen Gesundheit eingesetzt werden.

Schweizerischer Bauernverband (SBV)

- Für den den SBV kommt das Choice-Label nicht in Frage, da es die Grundnahrungsmittel diskriminiert. Es ist eine Tatsache, dass dieses Label für unverarbeitete Nahrungsmittel wie zum Beispiel Früchte und Gemüse wenig Sinn macht. Die Erfahrung in den Ländern, wo dieses Label schon eingeführt wurde, hat es gezeigt. Das Label fördert die Tendenz zu industriell hergestellten Lebensmitteln. Da es die Lebensmittelindustrie ermöglicht, ihre verarbeitete Produkte im Gesundheitsbereich zu positionieren.
- Das Choice-Label vereinfacht die Informationen über ein Lebensmittel zu sehr. Die Lebensmittel werden in gute und schlechte unterteilt. Jedoch gibt es keine per se guten und schlechten Lebensmittel, sondern in der Regel nur eine falsche Ernährungsweise und mangelndes Bewegungsverhalten.
- Das Choice-Label zeichnet gesündere Alternativen innerhalb definierter Lebensmittelkategorien aus. Dem Konsumenten sei nicht bewusst, dass das Label pro Produktgruppe vergeben werde. Es sei für den Konsumenten verwirrend, wenn ein Apéro-Snack als gesund bezeichnet wird, hingegen ein Brot keine Auszeichnung hat.
- Die Anzahl der Labels auf dem Markt ist schon gross. Die Einführung eines zusätzlichen Labels führt dazu, dass die Transparenz abnimmt.
- Die Wirkungen eines derartigen Labels auf den Konsumenten sind wissenschaftlich nicht untersucht. Die Wahrscheinlichkeit, dass durch deren Einführung dem Konsumenten Anreize zu Fehlverhalten gegeben werden, ist gross. Da die Kriterien, ob Label ja oder nein, für jede Lebensmittel-Kategorie verschieden sind, werden zwei nicht vergleichbare Sachen verglichen.
- Die Kompatibilität neuer Kennzeichnungsvorgaben mit dem EU-Recht ist wichtig. Obwohl freiwillig, weicht die Einführung eines solchen Labels davon ab. In der EU ist derzeit die Verordnung betreffend der Information der Verbraucher über Lebensmittel in Ausarbeitung. Der Gesundheitsausschuss des EU-Parlaments hat die Europäische Lebensmittel-Ampel am 16. März 2010 abgelehnt und befürwortet eine verpflichtende EU-weite Kennzeichnung von Lebensmitteln, die auf den Etiketten künftig den Nährwert sowie den Gehalt pro 100 Gramm an Fett, ungesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker und Salz ausweist. Angesichts der in Kürze bevorstehenden neuen EU-Kennzeichnungsvorgaben ist eine derzeitige Einführung eines Labels durch den Bund wenig sinnvoll.
- Tierische Produkte / Zielkonflikte: Zwischen einer ausgewogenen, gesunden Ernährung der Bevölkerung im Rahmen der Ernährungspyramide und der Vergabe des Choice-

Labels bestehen Zielkonflikte. Naturbelassene oder weitgehend naturbelassene Lebensmittel – vor allem im tierischen Bereich – dürften trotz nachgewiesener positiver Wirkung auf eine gesunde Ernährung (z.B. Vollmilch als Lieferant von fettlöslichen Vitaminen, Fleisch als Protein und Eisenlieferant) weitgehend ausgeschlossen werden.

- Das Aufdrucken von Gesundheitslabel auf die Lebensmittel führe nicht automatisch zu einer gesünderen Ernährung. Das Problem der gesunden Ernährung ist komplexer. Die zur Einführung des Choice-Labels beanspruchten öffentlichen Mittel könnten unseres Erachtens zielführender durch andere Massnahmen zur Förderung allgemeiner Gesundheit eingesetzt werden.

Schweizer Milchproduzenten (SMP)

- Unsere Gründe aus ernährungswissenschaftlicher Sicht: Die Kriterien, die Choices zur Einteilung der Nahrungsmittel wählt, entsprechen nicht der heutigen wissenschaftlichen Evidenz sondern sind ein Konsens unter einem Teil der Wissenschaftler. Tatsächlich gibt es für die 5 gewählten Kriterien (Salz, Zucker, ges. Fette etc.) kein „gesichertes Wissen“, dass durch einen Mehr- oder Minderverzehr auch ein gesundheitlicher Effekt erzielt wird. Und bei Anwendung der Kriterien für Evidenz-basierte Medizin gäbe es keine Basis für die Installation der Choices-Kriterien. Die Entscheidungskriterien von Choices basieren im Bereich der Fette nicht auf wissenschaftlicher Evidenz. Es gibt keinen wissenschaftlich haltbaren Grund, tierische Nahrungsmittel abzulehnen (insbesondere Milchprodukte aufgrund ihres Gehalts an gesättigten Fettsäuren sowie Butter). Genau das jedoch würde geschehen. Wir wehren uns dagegen, dass einheimische Grundnahrungsmittel diskriminiert werden. Grundnahrungsmittel sind – in den Mengen, wie sie die Lebensmittelpyramide vorgibt – sowohl ernährungsphysiologisch wie auch aus sozialer und umweltschonender Sicht wertvoll und sinnvoll. Würde Choices umgesetzt, gälten Schweizer Grundnahrungsmittel wie Brot, Fleisch, Käse und viele andere Produkte als „nicht empfehlenswerte“ Nahrungsmittel. Und eine Diskriminierung von Grundnahrungsmitteln, die dann logischerweise auch Milch und Milchprodukte umfassen, können wir absolut nicht unterstützen. Bisher wurde die Frage, ob ein Label dem Konsumenten überhaupt einen gesundheitlichen Zusatznutzen bringt und eine Änderung des Essverhaltens bewirkt, nicht beantwortet. Ein Label wird die momentan vorhandenen Gesundheitsprobleme nicht lösen, da Krankheiten nicht aus dem Verzehr einzelner Nahrungsmittel resultieren, sondern von der Gesamternährung, vom Lebensstil und von anderen Faktoren abhängen. Diese Zusammenhänge lassen sich nicht mit einem Label lösen.
- Unsere Vorbehalte gegenüber der Organisation: Die Zusammensetzung der Choices-Stiftung zeigt, dass es sich nicht um eine unabhängige und schon gar nicht wissenschaftlich unabhängige Organisation handelt, sondern um ein Marketing-Instrument von Unilever und Friesland Campina. Alle wichtigen Positionen in der Organisationsstruktur sind mit Mitgliedern von Unilever und Friesland Campina besetzt. Gegenüber dem eigentlichen International Scientific Committee haben wir grosse Vorbehalte. Aufgrund der bekannten Interessenbindungen kann keine kritische Sichtweise erwartet werden.
- Unsere Vorbehalte gegenüber dieser Art von Ernährungsprävention: Choices gibt Empfehlungen ab für die Lebensmittelauswahl für die Gesamtbevölkerung und nimmt keine Rücksicht auf Alter, Gesundheitszustand, Energieverbrauch und Bedürfnisse der verschiedenen Bevölkerungsgruppen. Die Erfahrung hat gezeigt, dass auch eine Ernährungspyramide für alle nicht realisierbar ist. Bei der Auszeichnung von Lebensmitteln verhält es sich nicht anders. Die Frage stellt sich, ob das Label von den Konsumentinnen und Konsumenten verstanden wird. Mehr als zu einer gesünderen Ernährung dürfte es zur Stereotypisierung und damit pauschalen Ablehnung von Nahrungsmitteln führen. Choices widerspricht zudem einer liberalen Auffassung, dass Konsumentinnen und Konsumenten mündig sind und selber entscheiden können, was für sie gesund bzw. ungesund ist. Es handelt sich um ein fragwürdiges Instrument, das mehr zur Verwirrung

und Bevormundung der Konsumenten als zu deren Aufklärung beitragen dürfte – dies erst noch auf Kosten der Steuerzahler.

Schweizerischer Obstverband (SOV)

- Der Schweizerische Obstverband lehnt die Einführung des Labels „Choices“ ab.
- Die Auslobung einzelner Produkte verfolgt nicht das angestrebte Ziel. Es ist eher diskriminierend für die naturreinen Produkte (z.B. Traubensaft, Trockenfrüchte wären ausgeschlossen!).
- Grundsätzlich wird auf eine globalisierte Deklaration gesetzt, ohne dass auf weitere gesundheitsfördernde Inhaltsstoffe (Vitamine, sekundäre Pflanzenstoffe, Mineralstoffe) eingegangen wird. Die Definition von gesund bzw. ungesund bleibt somit offen.
- Dieses Label würde eine Bevormundung des Konsumenten implizieren. Die Eigenverantwortung bei der Ernährung und ganz allgemein beim Lebensstil ist höher zu bewerten als eine einseitige Auslobung von Nahrungsmitteln.
- Ausserdem werden schon viele Produkte mit der Nährwertkennzeichnung (GDA) ausgelobt. Dementsprechend ist dieser Weg weiter zu verfolgen und dem Konsumenten die Entscheidung über sein Kaufverhalten zu überlassen.

Verband Schweizerischer Gemüseproduzenten (VSGP)

- Der VSGP vertritt generell eine ablehnende Haltung gegenüber dem neuen Label "Healthy Choice". Trotz Ihrer Meinung, dass Frischprodukte durch ein solches Label nicht vernachlässigt werden, sehen wir für frisches Schweizer Gemüse eher Nachteile. Wenn der Konsument in Zukunft das gleiche Label auf frischem Gemüse und auf einem z.B. "gesunden" Kecks (der bis zu 20g hinzugefügten Zucker beinhalten darf) sieht, führt das mehr zu Verwirrung statt der erhofften Aufklärung.
- Der VSGP sieht die Einführung eines Labels wie "Healthy-Choice" nicht als die richtige Methode, dem Konsumenten gesundes Essverhalten näher zu bringen. Wir finden den Ansatz präventiv zu Handeln mittels Aufklärung / Bildung an Schulen, Mensen etc. viel sinnvoller und vor allem nachhaltiger. Der Konsument soll vermehrt ein Bewusstsein für gesunde Nahrungsmittel respektive eine gesunde und ausgewogene Ernährung entwickeln. Das zeigt auch, dass das Hauptproblem bei der ungesunden Ernährung nicht die Produkte selbst, sondern das Verhalten der Konsumenten und somit die teils unausgewogene Zusammensetzung der Nahrungsmittel ist.
- Der VSGP befürchtet, dass der Konsument in Zukunft frisches Gemüse als "gleich" gesund betrachten könnte wie verarbeitete Produkte (z.B. gewisse Kekse), die ebenfalls das "Healthy Choice"-Label erhalten werden. Dies muss auf jeden Fall verhindert werden.
- Der VSGP kann sich *generell* vorstellen, Produkte mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen, weil Schweizer Gemüse alle die Kriterien für das Label erfüllen.

Wirtschaftsakteure: Handel

Coop

- Positiv ist, dass der Einsatz des Labels auf Freiwilligkeit beruht.
- Eine positive und relevante Wirkung auf das effektive Einkaufs- und Ernährungsverhalten im Alltag bzw. auf die Gesundheit der Bevölkerung ist nicht erwiesen.
- Es besteht die Gefahr, dass das Label missverstanden wird (Freipass für Produkte in Produktgruppen, die mit Zurückhaltung genossen werden sollten). Zudem ist zu befürchten, dass die Bemühungen, die immer noch relativ neue GDA-Deklaration gut und verständlich zu kommunizieren, konkurrenziert werden und die Konsumenten durch die Einführung eines neuen Labels verunsichert werden. Coop zeichnet bereits über 2000 Eigenmarken-Produkte mit einem ausführlichen "Foodprofil" aus (wichtigste Nährwerte pro Portion auf der Vorderseite der Verpackung, ausführliche Deklaration der "Big 8" auf der Rückseite). Dabei werden – im Gegensatz zum Choices-Label – alle Eigenmarken-Produkte mit dem Foodprofil versehen (sofern Platz vorhanden), auch diejenigen mit einem ungünstigen Nährwertprofil.
- Es bestehen Zielkonflikte mit anderen wichtigen Anliegen: Es sollte ein insgesamt bewusster und ausgewogener Lebensmittel-Konsum gefördert werden – sowohl bezüglich Gesundheit (Lebensmittelpyramide) wie auch bezüglich Nachhaltigkeit (z.B. Bio-Produkte). Es besteht die Gefahr, dass naturbelassene/authentische Produkte systematisch ausgeschlossen werden (z.B. Produkte auf Basis Vollmilch) und einseitige Anreize gesetzt werden.
- Das Label ist zwar freiwillig. Es erfordert jedoch den Einsatz beträchtlicher Ressourcen der öffentlichen Hand, welche vermutlich wirkungsvoller eingesetzt werden könnten. Wie oben erläutert, könnte die Wirkung des Labels sogar kontraproduktiv sein (Verunsicherung der Konsumenten, falsche Anreize).
- Coop kann sich *generell* vorstellen, Produkte mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen. Kommentar/Begründung: Bei Markenartikeln liegt der Entscheid über die Verwendung des Labels beim Hersteller. Coop führt z.B. bereits Lebensmittel mit dem Choices-Label von Unilever. Bei Eigenmarken-Produkten wird Coop das Label nicht einsetzen.

Denner AG

- Denner AG ist der Meinung, dass das Label nicht selbsterklärend ist. Da es pro Kategorie vergeben wird, können auch Produkte das Label erhalten, welche gemäss Lebensmittelpyramide zurückhaltend genossen werden sollen. Es wird also vorausgesetzt, dass der Kunde die Lebensmittelpyramide kennt und verstanden hat. Denner AG befürchtet, dass diese Voraussetzung nicht gegeben ist.
- Zudem unterteilt das Label Lebensmittel in gut (mit Label) und schlecht (ohne Label). Diese Kategorisierung in gut und schlecht stellt für Produzenten/Inverkehrbringer, welche sich nicht am Projekt Choices beteiligen, ein Wettbewerbsnachteil dar, da deren Produkte durch das Fehlen des Labels automatisch in die Schublade schlecht eingeteilt werden.
- Bis heute ist uns keine Studie bekannt, die zeigt, dass das Label "Choices" besser oder schlechter von den Konsumenten verstanden wird als die GDA-Kennzeichnung. Oder dass der Konsument sogar seine Ernährungsgewohnheiten aufgrund eines Labels langfristig ändert.
- Denner AG ist der Meinung, dass ein weiteres Label mehr Verwirrung als Nutzen stiftet und der Konsument das Label nicht besser versteht resp. keinen höheren Nutzen hat, als durch die GDA-Kennzeichnung.

- Denner AG kann sich *generell* nicht vorstellen, Produkte mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen. Kommentar/Begründung: Denner AG führt seit 2007 sukzessive auf den Eigenmarken die GDA-Kennzeichnung ein. Wir sind der Meinung, dass diese den Konsumenten ausführlicher über ernährungsbezogene Eigenschaften des Lebensmittels orientiert und ein weiteres gesundheitsbezogenes Label mehr Verwirrung als Nutzen stiftet. Zudem besteht die Gefahr, dass ein "Healthy Choice Label" missverstanden wird. Dieser Aspekt ist negativer zu gewichten, als die Möglichkeit, dass eine nährwertbezogene Kennzeichnung (z.B. GDA-Kennzeichnung) nicht verstanden wird.
- Denner AG befürwortet den Vorschlag, dass die Benützung des Labels freiwillig ist.

Migros Genossenschafts Bund

- Die Migros unterstützt grundsätzlich wirksame Massnahmen. Mit ihrem Aktionsversprechen im Rahmen der action santé hat die Migros den Kochsalzgehalt bei all ihren Broten Ende letzten Jahres gesenkt. Da über das Grundnahrungsmittel Brot ein grosser Teil des täglichen Salzbedarfs aufgenommen wird, hat diese Massnahme, dank des hohen Marktanteils der Migros, eine grosse Hebelwirkung.
- Die Migros bietet ihren Kundinnen und Kunden ein umfangreiches Sortiment für eine ausgewogene und gesunde Ernährung an und fördert einen gesunden und ausgewogenen Ernährungs- und Lebensstil. Ernährungswissenschaftlich ist jedoch nur die Beurteilung ganzer Ernährungsstile sinnvoll. Deshalb unterstützt die Migros vollumfänglich eine Ernährung nach der Lebensmittelpyramide.
- Die Migros hat sich entschieden, bis Ende 2011 alle Produkte mit einer erweiterten Nährwertkennzeichnung auf der Basis von GDA (guideline daily amount) zu versehen. Die Nährwertkennzeichnung mit GDA (Richtwerte für die Tageszufuhr) gibt transparent Auskunft über den Gehalt an Energie, Zucker, Fett, gesättigten Fettsäuren und Natrium/Kochsalz in einer Portion des Produktes und zeigt auf, welcher Anteil am Richtwert für die Tageszufuhr einer durchschnittlichen erwachsenen Person damit gedeckt wird. Ziel ist es den Konsumenten dabei zu unterstützen, eine bewusstere Wahl zu treffen und auf einfache Art eine Information über die Menge der aufgenommenen Nährstoffe zu vermitteln, ohne die Produkte in "gut" oder "schlecht" zu unterteilen.
- Einer über die Nährwertkennzeichnung hinausgehenden, zusätzlichen Kennzeichnung der Lebensmittel mit dem Choices Label steht die Migros aus folgenden Gründen kritisch gegenüber:
 1. Das Choices Label bewertet, wie die Ampel-Kennzeichnung auch, nur das einzelne Lebensmittel. Ernährungswissenschaftlich ist jedoch nur die Beurteilung von ganzen Ernährungsstilen sinnvoll. Mit dem Choices-Label wird – zumindest aus Konsumentensicht – eine Unterteilung in "gute" und "schlechte" Produkte vorgenommen. Die ausschliessliche Betrachtungsweise eines Produktes nur innerhalb von seiner Kategorie ist für den Kunden schwer verständlich und erklärungsbedürftig.
 2. Die positive Wirkung eines solchen Labels auf das Einkaufs- und Ernährungsverhalten bzw. die Gesundheit der Bevölkerung ist nicht erwiesen.
 3. Es ist unklar ob das Label von den Konsumenten „richtig“ interpretiert wird. Somit besteht die Gefahr das Produktgruppen, die grundsätzlich nur mit Mass genossen werden dürfen, als zu „gesund“ wahrgenommen werden und im Übermass verzehrt werden. Beim Konsum von Produkten welche mit dem Label ausgezeichnet sind, wiegt sich der Konsument in einer trügerischen Sicherheit; es kann der Eindruck entstehen, dass es genügt, Produkte mit Label zu essen, um sich gesund zu ernähren.
 4. Eine ausgewogene, gesunde Ernährung kann nicht nur durch den Kauf von Label Produkten erreicht werden. Im Vordergrund steht immer noch die Selbstverantwortung des Kunden. Das Choices-Label entbindet ihn nicht davon. Wir helfen den Kunden ihre Selbstverantwortung wahrzunehmen, indem wir ihm eine informierte, bewusste Wahl ermöglichen.

5. Das Choices Label vermittelt keinerlei Informationen, über die Portionsgrösse und den Anteil, den ein Produkt zur täglichen Energie- und Nährstoffzufuhr beiträgt.

6. Grosse Teile der Lebensmittelindustrie und des Handels in der Schweiz arbeiten mit der GDA-Deklaration. Es besteht die Gefahr, dass ein neues Label die Konsumenten verwirrt und verunsichert.

- Basierend auf diesen Kritikpunkten spricht sich die Migros gegen die Einführung des Choices Label in der Schweiz aus.
- Das Choices-Label vermittelt keinerlei Informationen, die den Konsumenten darin unterstützen einzuordnen, was die gewählten Lebensmittel zur täglichen Ernährung beitragen.

Schweizerischer Verband der Lebensmittel-Detaillisten (Veledes)

Wir lehnen die Forcierung des "Healthy Choice Labels" aus verschiedenen Gründen ab:

- Der positive Einfluss des Labels auf das Ernährungsverhalten ist als sehr gering einzustufen. Die schmalen bisherigen Erfahrungswerte mit Choice in Holland deuten darauf hin, dass der überwiegende Anteil der Endverbraucher bei Produkten mit Choice-Label keine Zusatzmengen konsumieren. Leider fehlen bislang aus Ländern mit Choice-Labels Untersuchungen, die eine positive Verhaltensänderungen belegen könnten.
- Breite Sortimentsteile können das Choice-Label gar nie erhalten. Wer sich bereits heute gemäss Lebensmittelpyramide gesund ernährt, wird entweder sein Einkaufsverhalten unverändert belassen oder aber zusätzlich verunsichert durch das fehlende "Choice-Label" auf "ungesunden" Lebensmitteln, die er oder sie im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung bisher stets gekauft hat und auch in Zukunft nicht darauf verzichten will.
- Wer sich heute nicht gesund ernährt, wird sich auch mit Choce-Labels ungesund ernähren, ganz einfach darum, weil er oder sie sich um jegliche Ernährungsberatung foutiert (egal ob Pyramide, GDA, Choice, Werbung, Arzt oder Publikums- und Fachzeitschriften).
- Es ist davon auszugehen, dass wichtige Marktteilnehmer wie Migros, Coop, Nestlé etc. bewusst bereits von Beginn weg auf das "Choice-Label" verzichten. Kleinere Produzenten werden sich vor allem aus finanziellen Gründen genau überlegen, ob sich das Label für sie lohnt. Von Beginn weg dürfte auch hier zumindest grosse Zurückhaltung zu erwarten sein. Die zu erwartende fehlende Marktdurchdringung bringt dem ernährungsbewussten Konsumenten rein gar nichts. Im Gegenteil: Er muss sich dann fragen, ob er ein an und für sich gesundes Produkt ohne Choice-Label noch kaufen soll. Woher hat er die entsprechende Information? Aus seiner persönlichen Kenntnis der Ernährungspyramide? Oder etwa aus der Kommunikation von Anbietern, die bewusst auf jegliches Choice-Label verzichten? Mit andern Worten: die Verwirrungsgefahr steigt markant.
- Eine fehlende Marktdurchdringung dürfte tendenziell dazu führen, dass Produkte von Anbietern mit Choice-Label teurer werden. Ist es richtig, ernährungsbewusste Konsumenten noch mehr als bisher über das Portemonnaie zu "bestrafen"? Das Gegenteil sollte eigentlich der Fall sein.
- Jedes zusätzliche Label, egal ob rein privat oder vom Staat "begleitet", trägt zum unsäglichen Labelsalat und damit zur Konsumentenverwirrung das Seine bei. Die Kommunikationsaufgabe aller Beteiligten (Staat, Grossverteiler/Grossisten/Hersteller, Ernährungsberatung, SGE, Fachzeitschriften, etc.) wird nicht einfacher.
- Letztlich stellt sich die Grundsatzfrage, wie weit der Staat über ein freiwilliges Gesundheitslabel in das Ernährungsverhalten des einzelnen Bürgers Einfluss nehmen soll und kann.
- Mit Ernährungspyramide und GDA verfügen wir heute über geeignete Instrumente, die es kommunikationstechnisch laufend zu optimieren gilt. Der Zusatznutzen eines freiwilligen Choice-Labels ist hingegen mehr als fraglich.

- Bemerkung: Der VELEDES ist zwar weder Produzent noch Inverkehrbringer. Unsere Mitglieder, vorwiegend kleine Lebensmittel-Detaillisten ohne eigene Produktion, werden vom Verfahren für eine allfällige Label-Vergabe nicht direkt tangiert. Die Ware wird vom Produzenten oder Grossisten verkaufsfertig angeliefert.

Wirtschaft: Gastronomie

Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie (SVG)

- Dieses Label betrifft vorerst "nur" den Detailhandel und weniger unsere Lebensmittel-verarbeitende Branche. Einem neuen Label stehen wir grundsätzlich skeptisch gegenüber, da es den bereits bestehenden Label-Dschungel nur erweitert statt Klarheit schafft. Wichtig ist für uns als Verband der Gemeinschaftsgastronomie, dass ein neues Label – wenn es denn eines braucht – einen direkten Link zum bestehenden BAG Projekt "Qualitätsstandards einer gesundheitsfördernden Gemeinschaftsgastronomie" hat.
- Eine Auszeichnung von gesunden Lebensmitteln erachten wir als sinnvoll. Jedoch darf die Einführung eines neuen Labels nur erfolgen, wenn dafür andere abgeschafft werden (zur Zeit gibt es zu viele Labels – verwirrt den Konsument)

Präventions- und Gesundheitsorganisationen

IG Zöliakie der Deutschen Schweiz

- Das Choices Label sowie die Klarheit des Labels überzeugen. Der Konsument kann sich gut orientieren, sofern auf dem gleichen Produkt nicht schon viele andere Labels vorhanden sind.
- Wie ist es aber mit dem "codecheck" aus Deutschland? In der Schweiz sind schon über 2000 Produkte mit "codecheck" ausgerüstet. Ist da eine Konkurrenz zu erwarten? Ich kann mir vorstellen, dass vor allem die jüngere Generation mit der Codecheck-Handy-Applikation gut zurecht kommt.
- Zöliakie: Werden auch Produkte mit dem "Glutenfrei-Label" mit dem Choices-Label ausgestattet? Das wäre wünschenswert, da doch viele glutenfreie Produkte arm an Ballaststoffen und reich an Zusatzstoffen sind.

KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas

- Grundsätzliche Idee des Labels: Konsument braucht eine Hilfe bei der Beurteilung der Nahrungsqualität. Mit der immer grösser werdenden Menge an Einzelinformationen, die zudem oft widersprüchlich daher kommen, ist der durchschnittliche Konsument schlecht beraten. Mein Kommentar: Bin mit dieser Idee sehr einverstanden.
- Was soll das Label beschreiben: Gesunde Nahrungsmittel oder Nahrungsmittel mit am wenigsten Schadstoffen? Mein Kommentar: Das Label soll Nahrungsmittel mit den wenigsten "Schadstoffen" beschreiben. "Gesunde Nahrung" ist ein sehr gefährlicher, da irreführender Begriff. Heute setzen die meisten Konsumenten "gesund" mit "kalorienarm" gleich, was sowohl aus ernährungstechnischen als auch aus ernährungspsychologischen Gründen falsch ist und das ehemals gesunde Essverhalten mehr stört (resp. zerstört) als dass es ihm hilft. Untersuchungen und Einzelfallanalysen zu diesem Thema sind vorhanden.

Krebsliga Schweiz

- Das Label ist sehr einfach gehalten und kann das Kaufverhalten positiv beeinflussen. Die Kommunikationsmassnahmen sind sehr wichtig. Der Verbraucher muss das Label richtig verstehen.
- Bei dem Label besteht die Gefahr, dass der Verbraucher den Gesundheitsaspekt nicht auf die Lebensmittelgruppe bezieht, sondern das Label mit "Gesund – davon kann ausreichend gegessen werden" assoziiert. Die richtige Kommunikation und ausreichend Aufklärung ist hier zwingend angebracht.
- Sollte das Choices-Label auf dem Markt eingeführt werden, kann gerne ein Austausch mit der Krebsliga stattfinden und auf die bereits gesammelten Erfahrungen mit dem «5 am Tag»-Label zurück gegriffen werden. Das «5 am Tag»-Label konnte sich mit Kriterien, welche die allgemeinen Ernährungsempfehlungen beinhalten, bereits gut auf dem Markt etablieren. Es wäre deshalb wünschenswert, dass durch die Einführung des Choices-Label keine Konkurrenzsituation zum «5 am Tag»-Label geschaffen wird.

Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung

- Ein leicht verständliches und wissenschaftlich fundiertes Label auf Lebensmittelprodukten kann die Kaufentscheidung der Konsumenten erleichtern und ihnen helfen, die Empfehlungen für eine gesunde Ernährungsweise umzusetzen. Damit die Konsumenten die Auszeichnung auch richtig interpretieren, bedarf es einer klaren und leicht verständlichen Aufklärung.
- Das Label ist klar und deutlich und einfach zu verstehen und erleichtert somit die Kaufentscheidung.
- Wir wünschen uns, dass die Beurteilung der Choices-Kriterien weiterhin unabhängig und wissenschaftlich erfolgt.

Schweizerische Adipositas-Stiftung (SAPS)

- Die SAPS hat sich – aus dem Blickwinkel einer fett- und kalorienbewussten Wahl der Nahrungsmittel – für ein "einfaches" System à la "Ampel" eingesetzt. Doch dafür scheint die Zeit noch nicht reif zu sein. Nachdem sogar auf EU-Ebene eine entsprechende Vorlage abgelehnt wurde (Entscheid des EU-Parlamentes, publiziert am 17.3.10), scheint das gewählte "Choices"-Label der grösste gemeinsame Nenner im EU-Raum zu sein.
- Was allerdings störend und für die KonsumentInnen extrem verwirrend bleibt, das ist die Tatsache, dass inzwischen eine ganze Reihe von Anbietern formal "ähnliche" Labels auf ihre Produkte drucken, die z.T. krass ausserhalb der vorgesehenen Richtwerte liegen, und die auf Kriterien hinweisen (wie "bio", "ohne Konservierungsstoffe", etc.) die mit einer bewussten Wahl für die Gewichtskontrolle nichts zu tun haben. Ob es gelingen wird, diese Produzenten von ihrer Praxis abzubringen, ist eine andere Frage, die jedoch den Publikumserfolg in Frage stellen könnte.

Berufsverbände

Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)

- Wir stellen grundsätzlich in Frage, ob der Konsument noch mehr Informationen auf den Lebensmittelpackungen braucht.

Universitäten, Fachhochschulen, Forschungsinstitutionen

Forschungsanstalt Agroscope Liebefeld-Posieux (ALP)

- Generell sehen wir ein Lebensmittellabel, das dem Konsumenten eine gesündere Wahl ermöglicht, als positiv an. Das ausgewählte Choices-Label entspricht jedoch nicht unseren Erwartungen.
- Wir würden ein sinnvolles Lebensmittel-Label begrüßen, das dem Konsumenten eine gesunde Lebensmittelwahl erleichtert. Unserer Ansicht nach erfüllt das Choices-Label diesen Anspruch jedoch nicht. Das Label wird aufgrund einiger weniger, aktuell als negativ beurteilte Inhaltsstoffe von Lebensmitteln vergeben. Positive Aspekte wie eine hohe Nährstoffdichte oder ein gutes n-6/n-3-Verhältnis werden nicht berücksichtigt. Das führt dazu, dass industrielle Lebensmittel, die keine Inhaltsstoffe ausser Aromen und Süsstoffe enthalten, ein Label bekommen würden, natürliche Grundnahrungsmittel wie z.B. Vollmilch oder viele Käse jedoch nicht. Die Kriterien sind ausserdem teilweise überholt (z.B. SAFA) und können nicht für jede Lebensmittelgruppe nachvollzogen werden.
- Es ist daher wichtig, dass überprüft wird, ob die bevorzugte Wahl von Lebensmitteln die mit einem Label versehen werden auch zu einer ausgewogeneren und gesünderen Ernährung des Konsumenten führt (Fulgoni et al. J. of Nutrition 2009).
- Verschiedene Studien weisen darauf hin, dass ein Lebensmittel als Ganzes eine andere Wirkung auf die Gesundheit haben kann, als aufgrund der Inhaltsstoffe zu erwarten ist. Die Auslobung bestimmter Lebensmittel, sollte deshalb auf wissenschaftlichen Erkenntnissen bezüglich des ganzen Lebensmittels beruhen und nicht nur auf dem Vorhandensein oder Fehlen von einzelnen negativen Inhaltsstoffen basieren.
- Das Label kann zur Verunsicherung des Konsumenten beitragen. Da das Label freiwillig ist, weiss der Konsument nicht, ob ein Lebensmittel das Label nicht bekommen hat oder es nur nie beantragt wurde. Ausserdem wird der Konsument verunsichert, wenn ein Vanilleflan ein Label trägt, hingegen das Joghurt, das im Kühlregal daneben steht, nicht, nur weil sie unterschiedlichen Kategorien angehören. Die dem Label zugrundeliegenden Kriterien sind für den Konsumenten zu wenig offensichtlich und nicht ohne weiteres nachvollziehbar.
- Im Weiteren hat ein Vergleich der verschiedenen Ernährungsbewertungssysteme in Europa ergeben, dass die Konsumenten ein System mit einer 3-stufigen Bewertung einem einstufigen oder mehr als 3-stufigen System vorziehen (Feunekes et al., Appetite 2008).

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL)

- Obst und Gemüse sind essentielle Bestandteile einer gesunden Ernährung und erfüllen wohl immer die Choices-Kriterien. Ein Label auf Verpackungen von bspw. verarbeiteten Produkten wird oftmals vom Konsumenten stärker wahrgenommen. Wie soll eine entsprechende Anpreisung von Produkten im offenen Verkauf (Obst, Gemüse, Brot etc.) vorgenommen werden? Durch zusätzliche Verpackung z.B. Obststicker? Die Einführung eines Gesundheitslabels sollte die gesundheitliche Bedeutung/Wahrnehmung von grundsätzlich gesunden Produkten wie frisches Obst und Gemüse auf keinen Fall schmälern.
- Obligatorische Verpflichtung zur Labelprüfung für alle Produkte – nicht auf freiwilliger Basis.

Haute école de santé Genève, HES-SO Genève, filière Nutrition et diététique

- Favorable
- introduction à soutenir par une campagne d'information, adaptée selon les publics cibles, dans le but de favoriser durablement et de manière éclairée les choix des consommateurs

Institut für Sozial- und Präventivmedizin, Universität Zürich (ISPM)

- Die Einführung eines weiteren Label scheint mir nur dann gerechtfertigt, wenn es flächendeckend verwendet wird; dies ist durch die vorgesehene Freiwilligkeit nicht gewährleistet; zudem müsste der Konsument bei der Einführung von "Healthy Choice Labels" mit den Prinzipien der Lebensmittelpyramide vertraut sein um das Label korrekt anzuwenden bzw. zu verstehen; dazu müssten aber auch genügend Mittel zur Verfügung gestellt werden, um dieses Wissen parallel zu vermitteln.
- Falls trotzdem ein Label eingeführt werden soll, so würde ich das Ampelsystem bevorzugen.

Label-Organisationen

BIO SUISSE

- Generell ist es zu begrüßen, eine allgemein verständliche Information über den Nährstoffgehalt von Lebensmittel dem Konsumenten anzubieten. Die Anpreisung "Bewusst wählen" betrachten wir jedoch kritisch, da streng genommen eine staatliche Autorität über gesund und nicht gesund entscheidet. Unserer Meinung nach wird sogar eine wettbewerbsverzerrende Situation geschaffen.
- Wie kann ein Konsument nachvollziehen, nach welchen Grundsätzen hier entschieden wird? Jegliche weitere Informationen oder andere Labels gehen dabei unter.

Schweizerische Vereinigung für Vegetarismus (SVV)

- Der SVV steht der möglichen Einführung eines „Healthy Choice Labels“ in den Schweizer Lebensmittelmarkt eher negativ gegenüber.
- Begründung: Damit ist ein Quervergleich zwischen den Produktgruppen nicht möglich. Wenn jemand z.B. wegen des Labels auf Fleischprodukten mehr Wurstwaren und weniger Früchte/Gemüse konsumiert, ist dies sicher nicht gesund. Es kann demnach als willkommene Ausrede dienen, um sich noch ungesünder zu ernähren.

Behörden und Kommissionen

Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen (Liechtenstein)

- Ein Vergleich innerhalb einer Lebensmittelgruppe zeigt eine sehr begrenzte Sicht und kann täuschend sein, da die Konsumentin/der Konsument zum Konsum eines an sich ungesunden Lebensmittels verleitet werden kann.
- Für Konsumentinnen und Konsumenten, die nicht Ernährungswissenschaften und Lebensmitteltechnologie studiert haben, ist das Label intransparent.
- Grundsätzlich müssen die Kenntnisse in der Bevölkerung über Ernährung besser verankert werden, damit die Einzelnen die Wahl treffen können. Eine "Vorauswahl" (Choice), das unter schlechten Varianten die etwas weniger schlechten auswählt, macht wenig Sinn.

Amt für Lebensmittelsicherheit und Tiergesundheit Graubünden

- Bei der Vergabe eines Healthy Choice Labels werden Lebensmittel in gute und schlechte bzw. ausgewogene und unausgewogene eingeteilt. Dabei kann ein Lebensmittel für sich genommen nicht ausgewogen oder unausgewogen sein, sondern erst das Essverhalten führt zu einer aus- oder unausgewogenen Ernährung. Alle Ernährungsberichte setzen als Konklusion ihrer Studien eine vielseitige Ernährung an die erste Stelle, also eine gesunde Mischkost, die keine Lebensmittel vernachlässigt und keine Lebensmittel überbetont. So darf auch die Schokolade weiterhin ihren festen Platz im Ernährungsplan eines gesunden Menschen einnehmen, obwohl kein Healthy Choice Label für sie vorgesehen ist. Letztendlich trägt auch der Genusswert eines Lebensmittels zur Gesundheit bei, auch wenn es die Kriterien des Labels nicht erfüllen sollte. Das ist unser Hauptkritikpunkt am Label: dass es einseitig Lebensmittel statt gesamtheitlich die Ernährungsweise beurteilt. Insofern sind wir der Meinung, dass das Label viele Lebensmittel ungerechtfertigterweise diskriminiert, ohne dabei zu einer Verbesserung der Ernährungssituation der Bevölkerung beizutragen.
- Nährwertdeklaration vs. Healthy Choice Label: Das Label wird in Konkurrenz zur Nährwertdeklaration aufgeboten, wobei letztere eine sehr viel differenziertere Bewertung des Lebensmittels erlaubt. Mit einem Label wird eine Gleichmacherei betrieben, die vielleicht marketingtechnisch, aber nicht ernährungswissenschaftlich gerechtfertigt werden kann. Aus unserer Sicht sollte der Konsumentenschaft besser durch Aufklärung (Lebensmittelpyramide) die Auswahl der Lebensmittel erleichtert werden, als durch ein wenig aussagekräftiges Label.

Eidgenössisches Büro für Konsumentenfragen (BFK)

- Wir fragen uns zum Zweck der Konsultation. Bis jetzt ist, soweit wir wissen, immer noch kein definitiver Entscheid zugunsten des Choices Labels gefallen.
- Wir begrüßen grundsätzlich eine Information, welche es den Konsumenten erlaubt, eine informierte Wahl zu treffen und sich gesund zu ernähren. Folgende Punkte scheinen uns aber wichtig:
 - Darauf achten, dass eine gewisse Kongruenz mit anderen Zielen des Bundesrates (nachhaltiger Konsum, Swissness, Social Responsibility, etc.) hergestellt wird.
 - Ein Label wäre insbesondere dann sinnvoll, wenn durch das Anbringen des Labels auf andere Informationen verzichtet werden könnte. Die Vereinfachung der Information ist uns ein wichtiges Anliegen.
 - Es ist uns auch wichtig, dass der bereits bestehende "Labelsalat" nicht noch durch ein weiteres Label erweitert wird. Sinnvoll wäre daher, wenn durch die Einführung eines Lebensmittellabels andere bereits bestehende Label zurückgezogen werden könnten.
 - Ein Label darf nicht zu einer Verteuerung der betroffenen Produkte führen. Dies könnte sonst zu einem gegenteiligen Effekt führen.
- Allgemeine Vorbehalte: Insbesondere bei der Kommunikation muss auch auf folgende Punkte geachtet werden:
 - Eine ausschliessliche Ernährung mit gelabelten Produkten ist auch kontraproduktiv. Ein Label erlaubt eine gesündere Wahl, nicht per se eine gesunde Ernährung.
 - Es darf nicht der Eindruck entstehen, ein Produkt sei "gesund", weil es ein Label trägt (dies greift auch in die "as sold"-Problematik hinein).
 - Es darf nicht über Produktkategorien kompensiert werden (z.B. indem die Konsumenten mehr gelabelte Schokolade statt ungelabeltes Gemüse konsumieren). Es wäre begrüssenswert, wenn Studien den Erfolg des Labels belegen würden.
- Vor der Einführung des Labels soll ein Finanzierungs- und Kommunikationskonzept stehen.

Kantonales Laboratorium Thurgau

- Das Grundkonzept des Labels geht von unmündigen, nicht informierten Konsumentinnen und Konsumenten aus, die unfähig sind, auf Grund der Kennzeichnung eines Lebensmittels ihren Kaufentscheid zu fällen. Dieser Ansatz ist eine Beleidigung der Konsumentinnen und Konsumenten und steht im Widerspruch zu den Grundsätzen der Lebensmittelgesetzgebung und der Rechtsprechung sowohl in der Schweiz als auch in Europa in diesem Gebiet.
- Das Label ist als gesundheitsbezogene Anpreisung zu beurteilen (vgl. auch Seite 9). Somit ist der Claim für jedes Produkt bewilligungspflichtig, was einen unverhältnismässigen Aufwand bedeuten würde. Eine Anpassung der entsprechenden Verordnung ist unumgänglich. Die Aussage, es seien keine rechtlichen Grundlagen nötig (S. 5) ist falsch und grob irreführend.
- Bei einer Auszeichnung mit einem gesundheitsbezogenen Label hat die Kennzeichnung nicht nur die Anforderungen nach Art. 29i Abs. 4 LKV (big-8) zu erfüllen, sondern auch die Vorschriften nach Art. 29h LKV. Dies ist für alle Produkte im oberen Bereich der Nahrungsmittelpyramide kaum durchführbar. Wie soll der rechtlich geforderte Hinweis gemäss Art. 29h Abs. 1 Bst. d LKV auf einer mit dem Label ausgezeichneten Schokolade lauten? "Übermässiger Verzehr kann zu Übergewicht führen"? Gemäss Art. 29h Abs. 1 Bst. c LKV müssten übrigens übergewichtige Konsumentinnen und Konsumenten im Rahmen der Kennzeichnung vor dem Verzehr einer mit dem Label ausgezeichneten Schokolade gewarnt werden!
- Die Schaffung einer weiteren gesundheitlichen Anpreisung steht quer zum zurzeit laufenden gesetzgeberischen Prozess in der EU, der voraussichtlich auch in der Schweiz zu Anpassungen der rechtlichen Grundlagen führen wird.
- Es besteht die Gefahr, dass bei einer Auszeichnung mit dem Label der Eindruck erweckt wird, das Produkt besitze besondere Eigenschaften, obwohl alle vergleichbaren Lebensmittel dieselben Eigenschaften besitzen. In diesem Falle müsste dagegen trotz Erfüllung der Choices-Kriterien rechtliche Massnahmen ergriffen werden.
- Bedenklich erscheint uns, dass nicht primär gesunde Lebensmittel ausgezeichnet werden, sondern dass Lebensmittel innerhalb ihrer Kategorie verglichen werden und das "gesündere" ausgezeichnet wird, auch wenn es an sich "ungesund" ist. Somit ist es problemlos möglich, sich mit Label-Produkten grundfalsch oder sogar gesundheitsgefährdend zu ernähren.
- Der Begriff "healthy" muss im Zusammenhang mit gewissen Lebensmitteln sogar als täuschend beurteilt werden. Auch die Auszeichnung von Produkten "as sold" mit einem Label "healthy choice" Label verletzt unseres Erachtens bei gewissen Lebensmitteln (z.B. Kartoffelstäbchen zum Fritieren) die Vorschriften gemäss Art. 10 Abs. 2 Bst. e LGV und ist lebensmittelrechtlich nicht zulässig.
- Rechtliche Durchführbarkeit: Es ist unverständlich, dass ein weiteres Label eingeführt werden soll, das wohl eher zur Verwirrung und Verunsicherung der Konsumentinnen und Konsumenten und zur Unübersichtlichkeit auf Etiketten als zur Erleichterung des Kaufentscheides beitragen wird. Eine fundierte rechtliche Beurteilung des Labels (auch unter Berücksichtigung des laufenden Gesetzgebungsprozesses in der EU) wurde offenbar nicht durchgeführt. Es ist somit davon auszugehen, dass in Zukunft Gerichte die Zulässigkeit des Labels auf einzelnen Produkten beurteilen müssen.

Kantonales Labor Zürich

- Die Generierung von Lebensmittel-Kategorien, in welchen die Produkte verglichen werden, führt nicht zu einer sinnvolleren Ernährung. Entscheidend ist die Gesamtaufnahme an Nährstoffen im Vergleich zum Bedarf. Die gute Ernährung kann weder auf ein Ampel-System noch auf einige spezifische Nährstoffe (oder Fremdstoffe) reduziert werden.
- Es gibt keine "gesunden" oder "ungesunden" Lebensmittel, sondern eine besser oder weniger gut den Bedürfnissen angepasste Ernährung, eine gesündere oder weniger gesunde Lebensweise. Diese muss erlernt und erfahren werden.
- Für Konsumentinnen und Konsumenten, die nicht Ernährungswissenschaften und Lebensmitteltechnologie studiert haben, ist das Label intransparent.
- Grundsätzlich müssen die Kenntnisse in der Bevölkerung über Ernährung besser verankert werden, damit die Einzelnen die Wahl treffen können. Eine "Vorauswahl" (Choice), das unter schlechten Varianten die etwas weniger schlechten auswählt, macht wenig Sinn.

Lebensmittelkontrolle Solothurn

- Wir stehen der Einführung des "Healthy Choices Labels" aus verschiedenen Gründen grundsätzlich kritisch gegenüber.
- Die Auszeichnung von guten/schlechten Lebensmitteln innerhalb einer Gruppe sendet nicht die richtige Botschaft hinsichtlich gesunder Ernährung. Eine Differenzierung innerhalb einer Gruppe löst die eigentlichen wichtigen Fragen der Ernährung (zu viel, zu fett, zu salzig) kaum.
- Das Label ist aus unserer Sicht primär ein Marketinginstrument, trägt zur Aufklärung der Konsumentinnen und Konsumenten wenig bei, kann täuschend wirken und braucht Platz auf der Verpackung auf Kosten der Nährwertdeklaration, die auf klaren Fakten beruht und im Gegensatz zum Label eine klar definierte, universelle Informationsquelle darstellt.

Service de la consommation et des affaires vétérinaires (SCAV, Neuchâtel)

- Cette collaboration nous paraît la voie évidente à suivre. Développer un label propre pour le marché suisse ne serait pas pertinent. L'examen approfondi fait par la SSN du label Choices et les adaptations proposées nous satisfont.
- Le label devra être désigné dans les langues nationales et non en anglais.

Konsumentenorganisationen

Konsumentenforum (kf)

- Zucker, Fett, Eiweisse, Salz und Nahrungsfasern sind nur ein Teil der wichtigen Inhaltsstoffe, die aus heutiger wissenschaftlicher Erkenntnis für eine gesunde Ernährung von Bedeutung sind. Vitamine, Mineralstoffe und weitere sekundäre Inhaltsstoffe werden für die Erteilung des Labels nicht berücksichtigt, was unter Umständen zu falschen Schlussfolgerungen führen kann. So hat die WHO die Fruchtsäfte, die ursprünglich in ihrem Strategiepapier als Produkte mit zu hohem Zuckergehalt aufgeführt waren, von diesem wieder entfernt, weil die bioaktiven Komponenten der Fruchtsäfte die Nachteile des Zuckergehalts kompensieren. Allerdings trifft diese unbefriedigende Situation auf alle heute existierenden Labels zu.
- Durch die Freiwilligkeit von Seiten der Produzenten und Detailhändler ist kein wirklicher Vergleich gegeben und somit keine Transparenz für die Konsumenten vorhanden.
- Zusätzlich bleibt die Frage offen, wer das Choice-Label überprüft und die respektiven Kosten übernimmt. Es muss angenommen werden, dass diese auf den Konsumenten überwältigt werden.
- Auch besteht die Gefahr, dass die Konsumenten durch das Label falsche Schlüsse ziehen, indem sie annehmen, dass Produkte mit dem Label uneingeschränkt genossen werden können. Zudem wird die Ernährungspyramide in den Labelkriterien nicht berücksichtigt.
- Als Schlussfolgerung können wir im Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten die Einführung des Choice-Labels nicht befürworten.
- Das Konsumentenforum kf ist der Ansicht, dass das Choice-Label weder der Gesundheit der Konsumenten, noch den Produzenten noch dem Detailhandel dient.

Stiftung für Konsumentenschutz (SKS), Fédération romande des consommateurs (FRC), Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana (ACSI)

- Um bewusst wählen zu können, sind die Konsumentinnen und Konsumenten auf Information angewiesen. Diese soll sichtbar und verständlich sein. In Bezug auf eine gesunde, ausgewogene Ernährung besteht ein grosser Handlungsbedarf: Das notwendige Wissen ist nicht (mehr) vorhanden. Die Werbeversprechen verschleiern den Nutzen eines Produktes eher als dass sie hilfreiche Informationen bieten. Die Ernährungsinformationen, wie sie den Konsumentinnen und Konsumenten zurzeit angeboten werden, sind komplex, schwer verständlich und teilweise auch täuschend. Die Notwendigkeit, klare, verständliche und vergleichbare Angaben zu bieten, ist jedoch unbestritten: Die Auswirkungen der Fehlernährung werden immer gravierender.
- Wir sind uns bewusst, dass im Food-Bereich bereits eine kaum überblickbare Flut von Labels vorhanden ist. Aussagen, welche zu einer gesunden und ausgewogenen Ernährung beitragen können, sind auf den Produkten jedoch nur von den Herstellern zu finden. Und diese sind weder unabhängig noch in jedem Fall aussagekräftig oder relevant.
- Von daher begrüssen wir die Initiative des Bundesamtes für Gesundheit ausdrücklich, in diesem Bereich mehr Transparenz und Information für die Konsumentinnen und Konsumenten zu schaffen!
- Folgende Punkte erachten wir jedoch im Zusammenhang mit der Einführung eines Labels als kritisch:
 1. Es gibt keine gesetzliche Grundlage für die Errichtung eines solchen Labels. Das heisst, das Label beruht auf Freiwilligkeit und muss daher von Anbieter- und Herstellerseite akzeptiert und angewendet werden. Die Interessen der Anbieter sind aber keinesfalls deckungsgleich mit denjenigen der Konsumenten. Dies ist eine

grosse Hürde und stellt kaum zu bewältigenden Anforderungen. Unserer Ansicht nach muss die Schaffung einer gesetzlichen Grundlage ernsthaft geprüft werden.

2. Wir bemängeln weiter, dass beim laufenden Entwicklungsprozess zu rasch und zu einseitig auf ein sogenannt positives Label und insbesondere auf das Choices-Label gesetzt wurde. Das Label vereinfacht dank bestehender Struktur und Kriterienkatalog die Einführung einer Schweizer Version. Von der Aussagekraft und der Verständlichkeit stellt es jedoch eine wenig überzeugende Lösung dar. Im Gegenteil, es verwirrt, da für die Konsumentinnen und Konsumenten die Interpretation naheliegender ist, dass das Label ausschliesslich gesunde Lebensmittel auszeichne und nicht die besten pro Lebensmittel-Kategorie. Unserer Ansicht nach gibt es aussagekräftigere und verständlichere Kennzeichnungen wie Ampelsystem oder „Traffic light“.
3. Eine Studie über die Verständlichkeit und Aussagekraft der verschiedenen Möglichkeiten – Label, Ampel oder GDA – hätten unserer Ansicht nach zu Beginn des Projektes durchgeführt werden müssen. Die Akzeptanz bei den Konsumentinnen und Konsumenten ist eines der wichtigsten Kriterien. Die weiteren Arbeiten hätten sich nach den Bedürfnissen und Vorlieben der Konsumentinnen und Konsumenten richten müssen.

Ausländische und internationale Organisationen

Association de la Transformation Laitière Française (ATLA)

- De façon générale le secteur laitier français n'est pas en faveur de l'apposition de logos du type "Choices" sur les produits alimentaires. Ce type de logo est une évaluation subjective de la teneur en nutriments de 100g d'un aliment et ne fournit pas aux consommateurs les informations nécessaires pour choisir un régime alimentaire équilibré en fonction de leurs besoins individuels. Un logo de ce type valorise certains produits par rapport à d'autres alors que chaque aliment consommé en quantité raisonnable a sa place dans la pyramide alimentaire. Le consommateur pourrait être amené à penser que les aliments non labélisés ne sont pas bons pour la santé ce qui pourrait impliquer une surconsommation de produits portant le logo.
- On peut également souligner que les critères utilisés pour ce logo ne concernent que des nutriments négatifs. Or il est difficile d'imaginer qu'on peut construire un régime équilibré simplement en évitant les nutriments négatifs. Un logo de santé devrait prendre en compte les nutriments ayant un rôle physiologique, et c'est le cas des vitamines, des minéraux, des protéines...dont il n'est absolument pas tenu compte dans la proposition de logo faite ici. Cette approche "négative" favorise les produits d'assemblage très transformés qui peuvent faire varier plus facilement leur composition nutritionnelle que les produits laitiers dont la composition est dépendante de la matière première (le lait) et souvent de la réglementation, des contraintes sanitaires et organoleptiques.
- D'un point de vue concurrentiel, il n'est pas équitable qu'une représentation visuelle développée par des firmes privées (Unilever, Friesland Campina...) soit imposée à tous. Cela donnerait en effet à ces entreprises un avantage direct (temps de mise en conformité sur les produits, stratégies internes etc...).

International Chewing Gum Association (ICGA)

- Kompatibilität mit EU Vorgaben, grenzübergreifender Warenverkehr: Unabhängig von der inhaltlichen Debatte ist zunächst darauf hinzuweisen, dass die Einführung eines spezifischen schweizerischen Labels zum gegenwärtigen Zeitpunkt wenig sinnvoll ist. In der EU ist derzeit die "Verordnung betreffend der Information der Verbraucher über Lebensmittel" in Ausarbeitung. Zudem läuft auf EU Ebene das Harmonisierungsverfahren zur Autorisierung von nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben inklusive der noch ausstehenden Erstellung eines EU-Systems von Nährwertprofilen. Angesichts dessen wäre es sinnvoll, den Abschluss der Diskussionen auf EU-Ebene abzuwarten, um auf einer solchen Basis zu analysieren, ob und in welchem Rahmen eine über die europarechtlichen Vorgaben hinausgehende spezifisch schweizerische Labelling-Komponente nötig und sinnvoll ist. Andernfalls droht eine wachsende Inkohärenz im Label-System, mit negativen Folgen für den Verbraucher (mangelndes Verständnis der verschiedenen Systeme) und für den grenzübergreifenden Warenverkehr (Inkompatibilität verschiedener nationaler Systeme).
- Staatliche Unterstützung: Bereits heute ist es Firmen möglich, ein solches Label zu verwenden. Die offizielle Einführung eines derartigen Labels durch den Staat ist deshalb nicht notwendig und wird von der ICGA abgelehnt. Staatliche Ausgaben sollten nicht für ein Labelling-System verwendet werden, das wissenschaftlich nicht ausreichend fundiert ist, wettbewerbsverzerrend wirkt (da die gegenwärtigen Kriterien klare Vorteile für spezifische Produktkategorien mit sich bringen), dem Verbraucher keine klaren Informationen liefert und dessen Beitrag zur Senkung der durch Übergewicht und Adipositas entstehenden Kosten fraglich ist.
- In diesem Zusammenhang ist auch auf die jüngsten negativen Erfahrungen in den USA mit einem ähnlich gestalteten freiwilligen FOP Label – dem Smart Choices Label – hin-

zuweisen: die Einführung und Verbreitung des Labels wurde nach massiven Bedenken der US Food and Drug Administration (FDA) gestoppt. In ihrer Stellungnahme vom 19. August 2009 stellt die FDA klar, dass die 'Angabe von vollständigen und akkuraten Nährwertinformationen auf Verpackungen' oberste Priorität haben sollte. Gleichzeitig äussert die FDA Bedenken, dass ein auf unklaren Kriterien beruhendes FOP Symbol Verbraucher verwirren und irreführen könnte. Zudem weist die FDA darauf hin, dass Studien gezeigt haben, dass ein FOP Symbol in der Praxis dazu führt, dass weniger Verbraucher die Fakten-basierte Nährwertdeklaration auf der Verpackungsrückseite lesen. Angesichts dieser Bedenken lehnt die ICGA die staatlich unterstützte Einführung des Health Choice Labels in der Schweiz ab.

Yoghurt and Live fermented milks association (YLFA International)

- Nous ne sommes pas favorables à de tels logos.
- Concernant l'aspect informatif délivré au consommateur, nous considérons que l'étiquetage nutritionnel (classique et complet – type big8) suffit pour donner un éclairage objectif sur le produit. Rappelons qu'une pléthore de logos est un facteur de confusion plutôt que d'information pour le consommateur. Ce dernier pourrait être amené à penser que tout ce qui n'est pas labellisé n'est pas bon pour la santé.
- Le recours au logo Choices serait dès lors redondant mais surtout inefficace si l'on considère qu'il est basé sur un choix de critères discutables, dont les seuils sont évalués sur une base non fondée scientifiquement.
- Cette initiative pourrait en outre s'avérer discordante avec les initiatives en cours au niveau européen (comme les profils nutritionnels).
- De manière générale, nous ne cautionnons pas une approche qui ne prend en compte que des nutriments négatifs. Les conséquences d'une approche négative sont peu concluantes. Aux Etats-Unis, les systèmes très restrictifs n'ont fait leurs preuves ni sur la santé ni sur la réduction de l'obésité.
- Par ailleurs, l'approche négative pourrait inciter les entreprises à favoriser essentiellement les produits processés au détriment de produits plus naturels. Un des effets pervers de l'approche négative pourrait être une tendance à une moindre vigilance et à un appauvrissement potentiel du produit en nutriments positifs qui, eux, ne sont pas pris en compte dans le processus d'évaluation. En conclusion, nous plaidons pour une approche globale d'un produit et nous ne soutenons pas l'approche proposée par SSN.

Private und Einzelpersonen

Evelyne Battaglia

- Ritengo l'uso di un nuovo Label interessante a patto che si distanzi chiaramente dalle altre scritte ed è facilmente individuabile.
- Inoltre il Label dovrebbe essere in una grandezza tale da essere individuato facilmente.

Otto Raunhardt

- Otto Raunhardt steht der möglichen Einführung eines „Healthy Choice Labels“ in den Schweizer Lebensmittelmarkt negativ gegenüber. Begründung: Überforderung des Konsumenten oder entsprechend grosser (und regelmässig zu wiederholender) Informationsaufwand. Produkte ohne Label sind dadurch nicht "schlechtere" Produkte und nicht a priori weniger gesund.
- Es handelt sich um ein privates Label, gesetzliche Vorschriften haben demgegenüber Vorrang. Welches sind die Konsequenzen einer allfällig kommenden EU Einigung zum

- Ampel- oder GDA-System oder einer Kombination der beiden (vgl. www.foodnavigator.com vom 09.03.2010 "FSA tweaks traffic lights to include GDAs, wording") oder evt. einem anderen Label für den EU-Raum? Überladung der Etikette durch weiteres Label? Die Entwicklung in der EU ist zwingend abzuwarten (u.a. von VO (EG) 1924/2006).
- Zu den gesetzlichen Vorschriften gehören auch die Anforderungen für nährwertbezogene Angaben (LKV; siehe Beilage B. Schweiz: Vorschriften). Soll mit dem Label solche Aussagen ersetzt werden?
 - Mit einem einfachen Label (für Lebensmittel) soll ein komplexes System (die Ernährung) erklärt werden. Ist Täuschung und/oder Irreführung sicher ausgeschlossen?
 - Wird der Konsument das Choice Label verstehen (mit welchem Text; siehe Weitere Kommentare)? Was versteht er unter "gesund" oder "gesünder"? Informationsaufwand (nicht zu unterschätzen)? Dies gilt auch für den informierten, interessierten und aufmerksamen Konsumenten, besonders wenn die Kriterien geändert werden (in welchen Abständen?).
 - In welchen Abständen revidiert das International Scientific Committee des CIF die Kriterien? Wie oft in der Schweiz? Will die Schweiz im Scientific Committee vertreten sein? Umsetzungsfristen (Übergangsphasen mit im Markt Label-Produkten nach unterschiedlichen Kriterien)?
 - Bisher galt, es gibt gesunde/schlechte Ernährung, aber per definitionem keine schlechten Lebensmittel, entscheidend ist die konsumierte Menge (und allenfalls wann). Durch ein Label "gesündere" (empfehlenswertere) Alternative werden nicht-gelabelte Lebensmittel in den Augen des Verbrauchers abgewertet. Wird das Label am Ende nur von Grossherstellern verwendet, für KMU-Produzenten aber zu aufwendig und damit deren Produkte diskriminiert?
 - Auffallend ist die mehrheitliche Übereinstimmung der Kriterienwerte für SAFA 1.1 g/100 g und TFA 0.1 g/100 g (siehe Beilage A. SGE Konsultationsdokument) ungeachtet der Produktgruppen und der Portionengrösse; wie wird dies von CIF begründet?
 - Label: was wird ins Label geschrieben? In der Schweiz dreisprachig oder drei separate Label-Texte D, F, I? Verwendete Texte: NL: IK KIES BEWUST; B: IK KIES BEWUST / MON CHOIX; D: BEWUSST WÄHLEN; SA: EAT SMART (alles keine gesundheitsbezogene Aussagen). Oder ist aus solchen Aussagen zwingend, dass es sich um ein "Gesundheits-Label" handelt oder faktisch um eine Produkt-Nährwert-Information zum Gehalt einiger Inhaltsstoffe? Die Schweiz soll das Label nicht als einziges Land als "gesundheitsbezogen" erklären.
 - Label-Text: welcher Text wird für die Schweiz vorgeschlagen? Im Konsultationsdokument ist sowohl von "gesündere Wahl" wie auch von "Wahl von 'gesunden Lebensmitteln'" die Rede. Was gilt? Die Kommunikation muss eindeutig aussagen, ob es sich um "nur" "gesunde" oder eben um "gesündere" Lebensmittel handelt - und worin der Unterschied besteht.
 - Nationale und CIF Kriterien: Hat CIF eine vollständige Sammlung aller nationaler Kriterien? Wichtig zur Beurteilung von Importprodukten mit nationalem Label und bei evt. Fragen von Konsumenten. Wird für letzteres vorgesehen eine Kontaktadresse zusammen mit dem Label auf den Produkten anzugeben?
 - "Genaue, standardisierte und verständliche Informationen" (WHO Postulat): Es kann bezweifelt werden, dass ein stark simplifizierendes Label diesen Anforderungen genügt auch wenn mit Nährwertkennzeichnung.
 - Dokument "Choices International Foundation", Product Criteria, Version 2.1: Zu diesem Dokument nur folgende Bemerkungen: p. 11: in der Schweiz abweichende Energiegehalte: Erythrit 0 kcal/g, 0 kJ/g, Organic acids 3 kcal/g, 13 kJ/g. p. 13; Portion: die Bestimmung der "portion sizes" ist zu lösen. Mengenangaben erfolgen: a) pro 100 g (Nährwertinformation) und/oder pro Portion gemäss Hersteller (1 Portion pro Packung), b) % der Tagesdosen (essenzielle oder nützliche Stoffe, die Schweiz hat hier Tagesrati-

- onen definiert), und c) bei Einführung des Choice Label noch zu bestimmender (nationaler) "portion sizes"; kann der Konsument dies richtig einordnen?
- Nicht behandelte Themen (aber vor Inkraftsetzen zu klären): In den vorliegenden Kommentaren nicht oder nur teilweise berücksichtigt sind: a) Konsultationsdokument Tabelle 1 (p. 9-13); b) CIF Product Criteria Annex II: Description of portion sizes (p. 13-14) und Annex III: Equivalence criteria (p. 15: weshalb andere Nährwertdaten als für die Nährwertkennzeichnung?, wichtig für Etikettenvermerk).
 - Was soll mit einem Label (Choice oder anderes) erreicht werden und wie soll der Erfolg nachgewiesen werden (wissenschaftliche Daten fehlen bisher)? Obwohl in diesem Kommentaren am Ende ist dies die entscheidende und kritische Frage: welche(r) Zweck(e), welche(s) Ziel(e) soll(en) mit dem Label erwirkt werden? Wenn Bezug genommen und als Begründung die WHO "Global strategy on diet, physical activity and health" (WHO TSR 916) vermerkt wird, dann sollte mindestens eine der von der WHO als zu bekämpfende "diet-related chronic diseases" im Fokus stehen. Von der WHO aufgeführt sind im 5. Kapitel: 5.2 preventing excess weight and obesity; 5.3 preventing diabetes; 5.4 preventing cardiovascular diseases; 5.5 preventing cancer; 5.6 preventing dental diseases; 5.7 preventing osteoporosis. Für die Vorbeugung welcher dieser Erkrankungen soll das Choice Label dienen?
 - Wie kann das Label in der Ernährungsberatung (z.B. bei Übergewichtigen) eingesetzt werden und mit welchen Erfolgen in der Praxis?

Peter Scheffeldt

- Peter Scheffeldt steht der möglichen Einführung eines „Healthy Choice Labels“ in den Schweizer Lebensmittelmarkt positiv gegenüber. Begründung: Neben den gesundheitlichen Aspekten des Labels wäre ein weiterer Vorteil, dass alle Verkaufskanäle dasselbe Label einsetzen würden.
- Die Fussnote 9 zum Punkt d) auf Seite 8 des Konsultationsdokuments ist für mich nicht nachvollziehbar. Alle Lebensmittel, welche die festgelegten Kriterien erfüllen, sind mit dem Label auszuzeichnen, unabhängig davon wie viele in der betreffenden Lebensmittelkategorie das Label schon besitzen. Falls eine Zertifizierung der Lebensmittel durch eine akkreditierte Zertifizierungsstelle vorgesehen ist, müssen alle Produkte, welche den Labelanforderungen entsprechen, auch zertifiziert und gekennzeichnet werden. Ansonsten entsteht eine Diskriminierung, welche unter der genannten Voraussetzung nicht zulässig ist.
- Seite 5 des Konsultationsdokuments vom 13.01.2010: "Choices-Produkte werden von einer unabhängigen und akkreditierten Stelle zertifiziert.": Die Zertifizierung von Produkten durch eine akkreditierte Zertifizierungsstelle (ZS) hat gemäss der EN 45011:1998 bzw. dem identischen ISO Guide 65:1996 zu erfolgen. In der Schweiz sind mehrere ZS nach dieser Norm akkreditiert, weisen allerdings die zur Diskussion stehenden Labelanforderungen nicht im Geltungsbereich ihrer Akkreditierung auf. Die Akkreditierung wie auch die sogenannte Erweiterung des Geltungsbereiches der ZS wird durch die Schweizerische Akkreditierungsstelle SAS in Bern-Wabern durchgeführt. Ich empfehle den Verantwortlichen des neuen Labels, sich nicht auf eine einzige ZS abzustützen (Monopol-Situation, welche auch internationalen Akkreditierungsgrundsätzen widerspricht), sondern das Zertifizierungsprogramm (Labelprogramm) allen interessierten ZS, welche die notwendige Kompetenz nachweisen können, zugänglich zu machen. Weiter empfehle ich Ihnen, rechtzeitig mit der SAS Kontakt aufzunehmen. In einer frühen Phase des Prozesses lassen sich mögliche Fragen / Probleme wesentlich einfacher bereinigen (www.sas.ch).

5.3 Stellungnahmen zur Kooperation mit der Choices-Stiftung

Wirtschaftsakteure: Produzenten industrieller Produkte

Bongrain Suisse

- Un des objectifs de l'OFSP concernant le logo santé est que ce logo soit développé, adapté et supervisé par une organisation en nutrition indépendante (Swiss Society for Nutrition, Label Inventory, June 2009, page 12). Or, la Fondation Choices et le logo Choices sont très fortement reliés à Unilever, instigateur du projet global « Choices » il y a plusieurs années. Selon le site Internet de la Fondation, la composition du Board de la foundation est sans appel : Pavel Telicka – Chairman, Peter Soer (Unilever) – Vice-chairman, Werner Buck (FrieslandCampina) – Treasurer, Jaap Seidell – Advisory Member.
- Concernant le logo Choices, Unilever a travaillé depuis plusieurs années du point de vue de la recherche & développement et du marketing afin de :
 - développer un logo qui répond le mieux à ses intérêts commerciaux ;
 - communiquer sur le logo et l'engagement sociétal / responsable de l'entreprise (Programme « PON »), en mettant en avant les reformulations effectuées sur certaines catégories de produits afin de respecter le logo de l'entreprise. Ces reformulations ont pour la plupart déjà eu lieu, ce qui crée une avance concurrentielle à Unilever par rapport aux autres acteurs économiques.
- Il est intéressant de constater que les études d'impact concernant le logo « Choices » ont été réalisées par une seule entreprise : Unilever (en partenariat avec l'université d'Amsterdam). « The potential impact of replacing 'normal foods' by foods awarded with Choices on nutrient intake in the Netherlands was studied by Annet J.C. Roodenburg (Unilever Food and Health Research Institute & Free University of Amsterdam) and is about to be published in a scientific journal" (Swiss Society for Nutrition, Label Inventory, June 2009, page 27). Il est intéressant de constater également que la SSN déclare que « Choices » est « le label le plus largement répandu en Europe, c'est-à-dire qu'on le trouve sur plus d'aliments et de boissons et dans plus de pays que les deux autres labels Européens ». Une explication simple est la distribution de produits Unilever, avec son logo « Choices » dans ces pays (relais commerciaux). Il est impossible de comparer l'étendue de « Choices » avec les autres logos européens, restreints à un seul pays (cas de « Heart Symbol »), ou à trois pays (cas de « Keyhole ») par les autorités de santé publique locales, et non par des logiques commerciales.
- Le choix du logo « Choices » d'Unilever entraîne donc une distorsion de concurrence envers les autres acteurs économiques, en choisissant un logo développé par une entreprise propre, à dimension internationale, qui a de plus bénéficié du temps nécessaire pour adapter ses propres produits.

Emmi Schweiz AG

- Das «Choices Label» ist ein weiteres Logo unter vielen und daher überflüssig und klar abzulehnen. Es braucht weder eine staatliche Unterstützung noch eine gesetzliche Verankerung.
- Die Choices Stiftung stellt natürliche Produkte wie Butter, Käse und Milch schlechter als stark verarbeitete Produkte. Die stark verarbeiteten Produkte werden klar bevorzugt.

Ernst Sutter AG

- Als Produzent von Fleisch und Fleischerzeugnissen lehnen wir die Einführung des Choices Labels in der vorliegenden Form ab. Die Verwendung eines solch unausgewogenen Labels würde sehr negative Auswirkungen auf Fleisch und auf das Fleischwarensortiment haben.
- So wie vorgeschlagen berücksichtigt das Label Fleisch und Fleischerzeugnisse kaum und kann einen gegenteiligen Effekt in Bezug auf eine gewünschte Verbesserung der Essgewohnheiten zur Folge haben.
- Ernst Sutter AG kann sich *generell* nicht vorstellen, Produkte mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen, weil sich das Label negativ auf die Entwicklung des gesamten Fleisch- und Fleischwarensortimentes auswirken würde.

Hilcona AG

- Diskussionen über GDA- und Ampelkennzeichnung haben gezeigt, dass ein grosser Teil der Konsumenten die Kennzeichnung durch ein Label nicht verstehen oder deren Aussage nicht interpretieren kann.
- Hilcona AG steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung eher negativ gegenüber, weil die konkreten Rahmenbedingungen noch unbekannt sind.
- Es ist völlig unklar, welche Kosten durch Einführung und Aufrechterhaltung des Labels auf die Firmen zukommen. Zudem ist zu regeln, wie Verschärfungen der Bestimmungen kommuniziert werden und wie die diesbezüglichen Fristen sind, inklusive der Möglichkeit/Bedingungen von Rekursen. Eine Firma wird nur in ein Label investieren, wenn sie sicherstellen kann, dass sie dieses Label auch langfristig nutzen kann und es positiv belegt bleibt. Folgekosten für notwendige Verpackungsänderungen (durch Liquidationen) müssen minimiert bleiben.
- Hilcona AG kann sich *generell* vorstellen, geeignete Produkte mit einem « Healthy Choice Label » zu kennzeichnen, wenn es gelingt ein glaubwürdiges Label zu entwickeln, dem der Konsumenten vertraut (siehe Knospe).

Kellogg (Schweiz) GmbH

- Eine Einteilung in gute oder schlechte Lebensmittel ist ernährungswissenschaftlich wenig sinnvoll.
- KELLOGG hat eigene, weltweit gültige Nährwertprofile entwickelt, die hier zu finden sind: <http://www.eu-pledge.eu/ipledges.html> und die unsere Marketing-Aktivitäten und Produktentwicklung beeinflussen.
- Zudem gehören Cerealien-Produkte zu den am besten und detailliertesten kennzeichnenden Kategorien, und KELLOGG ist hier Vorreiter mit Historie. W.K. Kellogg druckte bereits in den 30er Jahren des letzten Jahrhunderts Nährwertinformationen auf den Packungen ab. Schon seit 1976 weist KELLOGG auf den Packungen nicht nur den Kohlenhydratgehalt seiner Produkte aus, sondern auch den Gehalt an Zucker, weitere Informationen dazu unter:
http://www.kelloggs.ch/ernaehrung/Gut_informiert/produktkennzeichnung.html
- Seit Anfang 2006 kennzeichnen wir auf der Vorderseite unserer Packungen die enthaltene Menge an Kalorien, Zucker, Fett, gesättigten Fettsäuren und Natrium – in absoluten Zahlen und bezogen auf die empfohlene Tageszufuhr.
- Insgesamt werden die Kommunikationsstrategien natürlich immer wieder den Erfordernissen angepasst – so z.B. die Auslobung der GDA auf allen Packungen.
- Darüber hinaus gehende nährwertbezogene Informationen dürften den Verbraucher eher verwirren und wären daher kontraproduktiv.

Mars Schweiz AG

- Der Erfolg der Einführung eines sogenannten "Healthy Choice Label" hängt davon ab, ob es von der Nahrungsmittel-Industrie verwendet wird. Es ist aufgrund des grossen Engagements der Schweizer Nahrungsmittel-Industrie für die GDA-Kennzeichnung davon auszugehen, dass es sich auf dem Markt nicht durchsetzt.
- Bereits heute ist es Unternehmen freigestellt, das Choices Label zu verwenden. Eine offizielle Einführung eines solchen Labels durch den Staat ist deshalb nicht notwendig. Im Weiteren sind die Kosten für die einzelnen partizipierenden Unternehmen bei einer Kooperation mit der Choices-Stiftung unklar.
- Beim Kaufentscheid am Regal täuscht das Choices-Label dem Konsumenten ein vermeintliches Wissen vor ("dies ist ein gesundes Produkt"), ohne dann jedoch klare und nachvollziehbare Nährwertspezifische Informationen zu liefern. Dies gerade auch, weil das Label auf verschiedenen Nährstoffkriterien pro Kategorie beruht.
- Im Weiteren werden verschiedenste Produkte zum Beispiel auch der Süswaren-Industrie aufgrund der Choices-Kriterien nicht mit dem Label gekennzeichnet werden können, weshalb für Mars diese Kriterien nicht annehmbar sind.

Nestlé Suisse S.A.

- Nestlé is already working on a continuous improvement of providing nutrition information to consumers. We have implemented the Nutritional Compass and the declaration of the Guideline Daily Amounts (GDA) on our products. This way we inform consumers about the nutritional composition of our products based on facts.
- An additional label might add confusion among the consumers. Therefore the focus should rather lie on the promotion of the already existing GDA declaration.

PanGas AG

Es sollte mit der Choices-Stiftung zusammengearbeitet werden.

PepsiCo

- Wir lehnen eine Kooperation mit der Choices Stiftung beim "one label"-Projekt ab und verweisen auf die Stellungnahme der FIAL (Föderation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien), die sich mit unserer Position deckt.
- PepsiCo ist der Meinung, dass dem Verbraucher einfach verständliche, anwenderfreundliche und transparente Nährwertinformationen auf der Produkt-Packung zur Verfügung gestellt werden müssen. Anders als beim Choices Label sind wir allerdings der Überzeugung, dass ein mündiger Verbraucher transparente Informationen zu ALLEN Produkten benötigt, und nicht nur durch ein Label darauf hingewiesen werden sollte, welche Produkte einem bestimmten Kriterienkatalog entsprechen.
- Zusammen mit anderen führenden Unternehmen der Lebensmittelindustrie hat PepsiCo das GDA-System eingeführt. 2 Jahre nach der Einführung tragen über 180 Marken und über 3,800 Verpackungseinheiten in Europa diese Kennzeichnung. Studien belegen, dass diese vom Verbraucher mehr und mehr wahrgenommen, erkannt und verstanden wird. Wir sind der Meinung, dass das GDA-System, das sich in Europa flächendeckend durchgesetzt hat, das Choices Label überflüssig macht.
- Zudem würden wir uns für die Schweiz eine Anlehnung an die derzeit in der Novellierung befindliche EU-Gesetzgebung für die Lebensmittel-Kennzeichnung wünschen.

Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)

- Als Dachorganisation der schweizerischen Fleischwirtschaft lehnen wir die Einführung des Choices-Labels in der vorliegenden Form in aller Deutlichkeit ab.
- Begründung: Fleisch und Fleischprodukte werden kaum berücksichtigt. Die Negativwirkung auf das übrige Fleischsortiment wäre zu gross.

Unilever Schweiz GmbH

- Unilever Schweiz ist bereits Mitglied beim in Hamburg angesiedelten und für die Schweiz, Österreich und Deutschland zuständigen Verein "Bewusst wählen" (Unilever hat auch in der Schweiz derart gekennzeichnete Produkte im Angebot). Dieser Verein ist auch für die Vergabe des Logos und die Einhaltung der Kriterien in der Schweiz zuständig. Damit ist der Verein Teil des internationalen Bewusst Wählen-Programms, das bereits in über 50 Ländern vertreten ist. Das Ziel ist die Verbreitung des Logos „Bewusst Wählen“ in Europa, um damit dazu beizutragen, dass Verbraucher sich bewusster und ausgewogener ernähren. Der Verein verfolgt keine kommerziellen Interessen.
- unabhängige Logos mit wissenschaftlichem Hintergrund (Vergleich "Bewusst wählen") werden von Ernährungsexperten mehrheitlich positiv angenommen

Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten

Der Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten lehnt eine Kooperation mit der Choices-Stiftung ab.

Wander AG

Wander AG steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung negativ gegenüber, weil die Kostenfrage unklar und das Kosten-Nutzen-Verhältnis nicht ersichtlich ist.

Wrigley GmbH

- Das Choices Label ist ein freiwilliges Label, so dass es Firmen jetzt schon möglich ist, dieses Label zu verwenden.
- Wrigley ist deshalb der Überzeugung, dass eine staatliche Kooperation mit der Choices-Stiftung nicht notwendig ist.
- Dies geschieht auch vor dem Hintergrund, dass zum gegenwärtigen Zeitpunkt die Kosten einer solchen Kooperation mit der Choices-Stiftung völlig unklar sind.

Zweifel Pomy-Chips AG

- Produkte verschiedener Nahrungsmittelbranchen, insbesondere der Fleischindustrie, der Milchverarbeitenden Industrie (Butter, Käse) sowie der Süßwaren-Industrie werden kaum berücksichtigt, deshalb lehnt Zweifel die Kooperation mit der Choices-Stiftung ab.
- Zweifel Pomy-Chips AG kann sich *generell* nicht vorstellen, Produkte mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen, weil dies in der Kategorie „Chips & Snacks“ wenig sinnvoll ist.

Wirtschaftsakteure: Produzenten landwirtschaftlicher Produkte

Branchenorganisation Butter GmbH

- Die „Choices Product Criteria“ vom 20 Oktober 2009 (Version 2.1) zeigen die Zielwerte der Stiftung auf. Diese Zielwerte werden in jedem Land jedoch so angepasst, dass diese dem Land entsprechen. Somit ergeben sich verschiedene Richtlinien dieser Kriterien. Dies führt zu einer Ungleichheit der Normen und führt zu einer grossen Verwirrung. Die Rahmenbedingungen des Labels sind somit nicht klar definiert wodurch der Konsument das Label als nicht glaubwürdig einstufen wird. Hinzu kommt, dass bei einer genaueren Prüfung des Labels durch kritische Medien (zum Beispiel Kassensturz) das Label dieser Prüfung nicht Stand halten wird.
- Eine Kooperation mit der Choices – Stiftung ist aus den vorgenannten Gründen klar abzulehnen!
- Wir stellen zudem fest, dass das Label nicht unabhängig ist. Dies zeigt sich aus der Festlegung der Kriterien beim Fett und durch die "pflanzenfettlastige" Zusammensetzung der „Choices International Foundation“.

Proviande

- Positiv wird der Verzicht auf einen Schweizer Alleingang beurteilt.
- Die vorgesehene schrittweise Anhebung der Choice-Kriterien wird abgelehnt. Sie ist im Kontext zur Verwendung des international verwendeten Labels nicht sinnvoll, weil dadurch ein einheitlicher Label-Standard über die Landesgrenzen hinaus beeinträchtigt wird.
- Die Konsultationsunterlagen lassen klare Aussagen über den administrativen und finanziellen Aufwand vermissen. Es ist stark zu bezweifeln, ob der Nutzen des Labels in einem nur annähernd vertretbaren Verhältnis zum Aufwand stehen würde.
- Einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung steht Proviande negativ gegenüber, weil einerseits wissenschaftlich erhärtete Kriterien weitgehend fehlen und weil andererseits das Aufwand-/Nutzen-Verhältnis negativ ist.

Schweizerischer Bauernverband (SBV)

- Der Verzicht auf einen Schweizer Alleingang wird positiv beurteilt.
- Die vorgesehene schrittweise Anhebung der Choice-Kriterien wird abgelehnt.
- Die Konsultationsunterlagen lassen klare Aussagen über den administrativen und finanziellen Aufwand vermissen. Es ist stark zu bezweifeln, ob der Nutzen des Labels in einem nur annähernd vertretbaren Verhältnis zum Aufwand stehen würde.

Schweizer Milchproduzenten (SMP)

- Die Zusammensetzung der Choices-Stiftung zeigt, dass es sich nicht um eine unabhängige und auch nicht wissenschaftlich unabhängige Organisation handelt. Alle wichtigen Positionen in der Organisationsstruktur sind mit Mitgliedern von Unilever und Friesland Campina besetzt, der Chairman ist ein Ex-EU-Kommissar und Jurist.
- Der Wissenschaftliche Beirat wird von Prof. Jaap Seidell angeführt, der seit Jahrzehnten eng mit Unilever kooperiert. Arne Astrup kooperiert ebenfalls mit Unilever seit langer Zeit. Harvey Anderson ist als Beirat im ILSI tätig und kooperiert dort eng mit der Nahrungsmittelindustrie. Man muss davon ausgehen, dass der wissenschaftliche Beirat nicht unabhängig Empfehlungen abgibt, sondern sich den Interessen der Industrie anpasst.
- Choices gibt Empfehlungen ab für die Lebensmittelauswahl für die Gesamtbevölkerung und nimmt keine Rücksicht auf Alter, Gesundheitszustand, Energieverbrauch und Be-

dürfnisse der verschiedenen Bevölkerungsgruppen. Die Erfahrung hat gezeigt, dass auch eine Ernährungspyramide für alle nicht realisierbar ist. Bei der Auszeichnung von Lebensmitteln verhält es sich nicht anders.

- Die Frage stellt sich, ob das Label von den Konsumentinnen und Konsumenten verstanden wird. Mehr als zu einer gesünderen Ernährung dürfte es zur Stereotypisierung und damit pauschalen Ablehnung von Nahrungsmitteln führen. Choices widerspricht zudem einer liberalen Auffassung, dass Konsumentinnen und Konsumenten mündig sind und selber entscheiden können, was für sie gesund bzw. ungesund ist. Es handelt sich um ein fragwürdiges Instrument, das mehr zur Verwirrung und Bevormundung der Konsumenten als zu deren Aufklärung beitragen dürfte – dies erst noch auf Kosten der Steuerzahler.
- Quellen:
<http://www.nytimes.com/2009/10/24/business/24food.html>
http://www.usatoday.com/money/industries/food/2009-10-23-smart-choice-labels-halted_N.htm
Marion Nestle, David S. Ludwig Front-of-Package Food Labels, Public Health or Propaganda? JAMA, February 24, 2010—Vol 303, No. 8 (Reprinted)

Schweizerischer Obstverband (SOV)

Da eine ablehnende Haltung eingenommen wird, braucht es auch keine Kooperation mit der Choices-Stiftung.

Wirtschaftsakteure: Handel

Coop

- Positiv wird beurteilt, dass auf einen Schweizer Alleingang verzichtet wird und die Einführung eines bereits bestehenden, internationalen Labels bevorzugt wird. Allerdings hat das Label aktuell eine geringe Verbreitung und es ist zu bezweifeln, dass es je breit eingesetzt wird. Coop geht davon aus, dass in der EU mittelfristig die Nährwertkennzeichnung obligatorisch wird.
- Wie die Kooperation in organisatorischer und finanzieller Hinsicht abgewickelt werden soll, ist aus den Konsultationsunterlagen nicht ersichtlich und kann entsprechend nicht kommentiert werden. Es wird jedoch vermutet, dass der administrative und finanzielle Aufwand im Vergleich zum Nutzen hoch sein wird.
- Coop setzt auf ihr Foodprofil auf der Basis der GDAs.

Denner AG

- Denner AG begrüsst den Vorschlag, dass die Schweiz nicht im Alleingang ein neues Label entwickelt.
- Allerdings sind wir der Meinung, dass das "Choices" Label nicht das richtige Label für die Schweiz ist, um dem Konsumenten die Auswahl der Lebensmittel für eine gesündere Ernährung zu erleichtern.
- Allenfalls könnte in Betracht gezogen werden die Nährwerte bei der GDA-Kennzeichnung farblich (grün, orange, rot, gemäss Ampelsystem) zu hinterlegen. Dazu müssten allerdings die Kriterien für die farbliche Hinterlegung gut geprüft werden. Zudem müsste auch überlegt werden, wie die Korrektheit der Farbdeklaration überprüft werden soll.
- Eine Kooperation mit der Choices-Stiftung macht mehr Sinn, als ein Alleingang der Schweiz.

Wirtschaft: Gastronomie

Schweizer Verband für Spital-, Heim- und Gemeinschaftsgastronomie (SVG)

- Der SVG steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung eher negativ gegenüber.
- Begründung: Ansatz der Label-Vergabe ist verwirrend, da mit Produktkategorien gearbeitet wird. Dadurch kann ein eigentlich "ungesundes" Produkt eine Zertifizierung erhalten nur dadurch dass es das "gesündeste" innerhalb der Produktgruppe ist.

Präventions- und Gesundheitsorganisationen

IG Zöliakie der Deutschen Schweiz

- IG Zöliakie der Deutschen Schweiz steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung positiv gegenüber.
- Begründung: Die Vorteile einer Kooperation (Nutzung von Synergien und Erfahrungen, Kosteneinsparungen) sind sehr überzeugend.

KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas

- scheint mir eine seriöse Vereinigung zu sein
- Vorbehalte zu den Kriterien
- Label ja, Name nein. Darf nicht "healthy label" heissen, da missverständlich.
- Das KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung eher positiv gegenüber. Begründung: Hat gute Vorarbeit geleistet.

Krebsliga Schweiz

- Die Krebsliga begrüsst die Kooperation mit der Choices-Stiftung. Es bedarf keines neu entwickelten Labels und der Verbraucher profitiert vom Wiedererkennungseffekt im Ausland. Die Anpassungen an die Schweizer Empfehlungen erachten wir als sinnvoll und begrüssen ein unabhängiges, wissenschaftliches Gremium in der Schweiz, das die zu lizenzierenden Produkte beurteilt.
- Das Schweizer Gremium muss von der Lebensmittelindustrie unabhängig sein und das Label anhand der ausgearbeiteten Kriterien vergeben. Ausnahmen zugunsten der Lebensmittelindustrie sollte das Gremium nicht zulassen.
- Die Bedingungen und Internationalität sind positiv zu bewerten. Die wissenschaftlichen Grundlagen und die Bewertung der Produkte durch ein unabhängiges Gremium machen das "Healthy Choices Label" zu einer vertrauenswürdigen Kennzeichnung.

Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung

- Eine solche Kooperation ist aus wirtschaftlichen und markttechnischen Gründen zu begrüssen. Ausserdem finden die Konsumenten auch ausserhalb der Schweiz in einigen europäischen Ländern das gleiche Label.
- Wir begrüssen, dass die Choices-Kriterien von einem unabhängigen wissenschaftlichen Gremium regelmässig geprüft werden. Wir wünschen uns, dass Sie als nationales "Choices-Komitee" für den Fortbestand dieser Tatsache sorgen, wenn das Label in der Schweiz eingeführt wird.

- Ergänzend könnten Treffen mit Konsumentenorganisationen, Herstellern und Fachleuten innovative Ideen zu ausgewogenen Produkten ermöglichen.
- Das Label ist klar und deutlich und einfach zu verstehen und erleichtert somit die Kaufentscheidung.
- Wir wünschen uns, dass die Beurteilung der Choices-Kriterien weiterhin unabhängig und wissenschaftlich erfolgt.

Schweizerische Adipositas-Stiftung (SAPS)

- Eine Kooperation ist sinnvoll im Interesse einer länderübergreifenden Gleichbehandlung.

Berufsverbände

Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)

- Der SVDE begrüsst die Zusammenarbeit mit der Choices Stiftung. Somit wird das Label auch international bekannter.
- Landesspezifische Anpassungen müssten allerdings möglich sein.
- Die Zusammenarbeit mit der Choicesstiftung werten wir aus zwei Gründen als positiv: 1.) internationale Verbreitung mit Wiedererkennungswert ist sicherlich für den Konsumenten von Vorteil. 2.) Ein einheitliches Label entspricht einer Kommunikation, welche für möglichst viele Konsumenten verständlich ist.

Universitäten, Fachhochschulen, Forschungsinstitutionen

Forschungsanstalt Agroscope Liebefeld-Posieux (ALP)

- Das Label entspricht nicht unseren Vorstellungen eines "Healthy Choice Labels". Die Kooperation mit einer unabhängigen, akkreditierten Stelle ist jedoch wünschenswert.
- Die Kooperation mit einer unabhängigen, akkreditierten Stelle ist von Vorteil und wird von uns unterstützt. Bezüglich des unabhängigen wissenschaftlichen Gremiums ist die Zusammensetzung des Gremiums (Personen) und ihr wirtschaftlicher Hintergrund (industrielle Abhängigkeiten) offenzulegen.
- Bei der Überprüfung der Kriterien durch dieses Gremiums ist jeweils eine wissenschaftliche Begründung der Entscheidungen wünschenswert. Werden die Kriterien verschärft, so muss das unter Berücksichtigung der Lebensmittelsicherheit, natürlicher Gegebenheiten und für jede Lebensmittelkategorie differenziert geschehen. Es darf z.B. nicht sein, dass durch härtere Kriterien die nicht oder kaum verarbeiteten Nahrungsmittel wie rohes Gemüse, Früchte, Milch(produkte) sowie Fleisch und Fisch benachteiligt werden, da bei ihnen eine Reduktion der natürlicherweise vorhandenen Inhaltsstoffe nicht möglich ist, im Gegensatz zu industriell hergestellten Produkten. Auch die Lebensmittelsicherheit darf nicht gefährdet werden.

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL)

- Eine Kooperation mit "Choices" macht für die Schweiz grundsätzlich Sinn.
- Jedoch sollte ein Gesundheitslabel alla Choices nur als obligatorische Pflicht eingeführt werden oder gar nicht. Besonders für die kleinstrukturierten Schweizer Lebensmittelunternehmen (z.B. Bioverarbeiter) ist eine freiwillige, zusätzliche Zertifizierung mit grossem Anforderungen verbunden. Klein- und mittelständische Unternehmen könnten den zusätzlichen Aufwand scheuen, obwohl die Qualität ihrer Produkte eine Gesundheitsaus-

zeichnung erhalten könnte. Für grössere Konzerne ist die Einführung und Betreuung des Labels einfacher umsetzbar. Dies hat eine Verzerrung der Wettbewerbssituation sowie eine Irreführung des Konsumenten zur Folge. Der Konsument nimmt ein "gleich-gesundes" Produkt auf Grund der fehlenden Auszeichnung als weniger gesund wahr.

Haute école de santé Genève, HES-SO Genève, filière Nutrition et diététique

- favorable
- l'argumentaire SSN est convainquant

Label-Organisationen

BIO SUISSE

- BIO SUISSE steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung negativ gegenüber. Begründung: Durch den zusätzlichen Zertifizierungsschritt werden Kosten und Aufwand generiert. Auch wenn die Zertifizierung freiwillig ist, kann es schnell zu der Situation kommen, dass Produkte ohne Label vom Konsumenten als ungesund eingestuft werden. Für verarbeitete Produkte ist das Label interessanter als für Rohprodukte. Diese werden benachteiligt und weniger beworben.
- Der Fokus liegt auf den verarbeiteten Produkten, diese werden klar vor den Rohprodukten bevorzugt. Und damit verbunden das Image von Convenience Food!
- Für bereits zertifizierte Produkte am Markt, wie den Bioprodukten, entsteht kein Mehrwert, aber es fallen bedeutend zusätzliche Kosten an.
- Mit dem Choice-Label fehlt uns jedoch die gesamtheitliche Betrachtung der Produkte. Die Kette vom Anbau und der Herkunft der Rohstoffe, über die Verarbeitung und Lagerung, ist nicht einbezogen. Dies sind jedoch grundlegende Bestandteile bei Knospe-Lebensmittel, bei denen vom Feld auf den Teller durch den biologischen Anbau und die schonende Verarbeitung die natürliche Qualität erhalten werden soll.

Fédération Fourchette verte Suisse

- La Fédération Fourchette verte Suisse est défavorable à une telle coopération. En effet, le mode de faire est par trop emprunt de questions et la lisibilité de ce label pour les consommateurs n'est pas sans poser problème. Par ailleurs, ce label n'aide en rien le principe de la nécessité d'une alimentation équilibrée. Pire, il risque de semer la confusion.
- Un tel label semble difficile à appliquer car trop manichéen (bien / mal). Avec un système de feux de circulation, on pourrait mieux nuancer certains aliments et ainsi mieux informer les consommateurs. Avec le label Choices, comment labelliser un produit ayant des acides gras et du sucre en quantité normale mais une teneur en sel supérieure à la norme?
- Il n'est pas clair à quel type de produit pourra s'appliquer un tel label, notamment de savoir si c'est l'ensemble de l'offre ou certains produits seulement. Si c'est à l'ensemble de la gamme, de nombreuses questions se posent quant à la faisabilité d'une telle labellisation. Dans ce cadre, il semblerait dès lors préférable d'avoir un label pour des produits faisant partie de l'alimentation quotidienne de tous les consommateurs (ex. huile, pain, céréales...). Il s'agirait de préciser clairement qu'un tel label permet uniquement de passer au crible des aliments en comparaison avec d'autres, d'une même catégorie. Il ne permet pas d'établir l'équilibre nutritionnel sur un repas ou sur une journée. Un tel label ne doit pas permettre à la grande distribution de présenter 1 aliment "Healthy Choices" comme excellent pour la santé (aucun aliment n'étant bon ou mauvais en soi). Il faut

aussi que les produits sains, tels que les fruits et les légumes soient labellisés pour éviter que les consommateurs ne croient qu'ils ne sont pas sains. Si tel n'est pas le cas, il faut clairement préciser le type de produit concerné par un tel label (par ex. plats précuisinés...). Que penser d'un label qui dit qu'un repas avec un paquet de chips peu salés et préparés avec des graisses végétales et un thé froid peu sucré est "healthy", mais pas les fruits ou légumes? Quel signal cela donne-t-il aux consommateurs?

- Un autre problème se pose : celui de l'accessibilité financière aux produits. En effet, il faut éviter que ce label ne soit applicable qu'à une gamme de produits choisis et plus onéreux (ex. Migros Sélection, ...). Il est en effet important que ce label ne fasse pas augmenter le prix des aliments et que toute une frange de population ne puisse plus y avoir accès (stigmatisation), mais ce que ces coûts soient prélevés sur la marge de l'industrie. Il ne faudrait pas que des produits "plus sains" renchérisse à cause du label; or le risque est grand. Les tests de détermination doivent être passés pour l'ensemble de l'offre et non seulement pour certains produits. Ainsi, les gammes meilleur marché pourraient aussi obtenir ce label. Cependant, la labellisation a un coût qui sera répercuté en définitive sur les consommateurs. Vaut-il dès lors la peine de labelliser tous les produits? Comment peut-on être assuré que l'industrie ne va pas utiliser le label à des fins marketing trompeuses pour les consommateurs comme c'est le cas actuellement avec la campagne "5 par jour" récupérée pour vendre très cher des jus de fruits-shot ou avec la norme légale pour les acides gras trans qui dès lors ont été remplacés par de l'huile de palme?
- Il est indispensable de clarifier ces interrogations pour éviter une mauvaise compréhension du label par la population et de ce fait une décrédibilisation de tous les autres labels santé, qui ruinerait, dans certains cas, des dizaines d'années d'efforts.
- Pour qu'un label comme Choices soit admissible, il faudrait au minimum réunir les conditions préalables suivantes :
 - clarification forte de ce qu'est le label et de ce qu'il n'est pas (catégories retenues, etc.)
 - soutien inconditionnel des associations de consommateurs
 - important budget de communication propre pour expliciter clairement ce qu'est le label et ce qu'il n'est pas
 - adhésion des acteurs du domaine de la santé
- De plus, avec un label international, quelle est la marge de manœuvre de la Suisse pour faire évoluer les critères si ceux-ci ne correspondent pas exactement à la réalité suisse?
- En définitive, une trop grande importance est donnée à l'industrie par rapport à la santé publique. Selon nous, Choices n'est pas le meilleur label en terme de santé publique. Pire, il comprend un nombre de risques non négligeables, dont celui de semer la confusion chez les consommateurs.
- En l'état du projet, la Fédération Fourchette verte Suisse est opposée à l'introduction du label Choices, les risques étant supérieurs aux possibles bénéfices, mais elle n'est pas opposée à la mise en place d'un label en général.
- Il pourrait être intéressant d'avoir un label pour orienter le choix du consommateur si les conditions cadre sont réunies pour que sa mise en oeuvre se fasse de manière optimale. Un tel label répond aussi à une certaine demande des consommateurs. Avec une démarche de labellisation d'aliments, il faut éviter que certains d'entre eux soient diabolisés même s'ils peuvent faire partie d'une alimentation équilibrée en petite quantité. Un système sous forme d'indicateurs simples (style feux de signalisation) permettrait cela.
- Par ailleurs, il est très important que le groupe chargé de l'octroi du label soit aussi représentatif des milieux de la prévention.
- Des détails quant au financement d'une telle démarche sont aussi attendus, notamment les répercussions sur les consommateurs.

Fourchette verte Vaud

- Fourchette verte Vaud est septique à une telle coopération. En effet, le mode de faire est par trop emprunt de questions et la lisibilité de ce label pour les consommateurs n'est pas sans poser problème. Par ailleurs, ce label n'aide en rien le principe de la nécessité d'une alimentation équilibrée. Pire, il risque de semer la confusion.
- Un tel label semble difficile à appliquer car trop manichéen (bon / mauvais). Avec un système de feux de circulation, on pourrait mieux nuancer certains aliments et ainsi mieux informer le consommateur. Avec le label Choices, comment labelliser un produit ayant des acides gras et du sucre en quantité normale mais une teneur en sel supérieure à la norme?
- Il n'est pas clair à quel type de produit pourra s'appliquer un tel label, notamment de savoir si c'est l'ensemble de l'offre ou certains produits seulement. Si c'est à l'ensemble de la gamme, de nombreuses questions se posent quant à la faisabilité d'une telle labellisation. Dans ce cadre, il semblerait dès lors préférable d'avoir un label pour des produits faisant partie de l'alimentation quotidienne de tous les consommateurs (ex. huile, pain, céréales...). Il s'agirait de préciser clairement qu'un tel label permet uniquement de passer au crible des aliments en comparaison avec d'autres, d'une même catégorie. Il ne permet pas d'établir l'équilibre nutritionnel sur un repas ou sur une journée. Un tel label ne doit pas permettre à la grande distribution de présenter 1 aliment "Healthy Choices" comme excellent pour la santé (aucun aliment n'étant bon ou mauvais en soi). Il faut aussi que les produits sains, tels que les fruits et les légumes soient labellisés pour éviter que les consommateurs ne croient qu'ils ne sont pas sains. Si tel n'est pas le cas, il faut clairement préciser le type de produit concerné par un tel label (ex. plats précuisinés...). Que penser d'un label qui dit qu'un repas avec un paquet de chips peu salés et préparés avec des graisses végétales et un thé froid peu sucré est "healthy", mais pas les fruits ou légumes? Quel signal cela donne-t-il aux consommateurs?
- Un autre problème se pose : celui de l'accessibilité financière aux produits. En effet, il faut éviter que ce label ne soit applicable qu'à une gamme de produits choisis et plus onéreux (ex. Migros Sélection, ...). Il est en effet important que ce label ne fasse pas augmenter le prix des aliments et que toute une frange de population ne puisse plus y avoir accès (stigmatisation), mais ce que ces coûts soient prélevés sur la marge de l'industrie. Il ne faudrait pas que des produits "plus sains" renchérisse à cause du label; or le risque est grand. Les tests de détermination doivent être passés pour l'ensemble de l'offre et non seulement pour certains produits. Ainsi, les gammes meilleur marché pourraient aussi obtenir ce label. Cependant, la labellisation a un coût qui sera répercuté en définitive sur le consommateur. Vaut-il dès lors la peine de labelliser tous les produits? Comment peut-on être assuré que l'industrie ne va pas utiliser le label à des fins marketing trompeuses pour les consommateurs comme c'est le cas actuellement avec la campagne "5 par jour" récupérée pour vendre très cher de jus de fruits-shot ou avec la norme légale pour les acides gras trans qui dès lors ont été remplacés par de l'huile de palme?
- Il est indispensable de clarifier ces interrogations pour éviter une mauvaise compréhension du label par la population et de ce fait une décrédibilisation de tous les autres labels santé, qui ruinerait, dans certains cas, des dizaines d'années d'efforts.
- Pour qu'un label comme Choices soient admissible, il faudrait au minimum réunir les conditions préalables suivantes :
 - clarification forte de ce qu'est le label et de ce qu'il n'est pas (catégories retenues, etc.)
 - soutien inconditionnel des associations de consommateurs
 - important budget de communication propre pour expliciter clairement ce qu'est le label et ce qu'il n'est pas
 - adhésion des acteurs du domaine de la santé

- De plus, avec un label international, quelle est la marge de manœuvre de la Suisse pour faire évoluer les critères si ceux-ci ne correspondent pas exactement à la réalité suisse?
- En définitive, une trop grande importance est donnée à l'industrie par rapport à la santé publique. Selon nous, Choices n'est pas le meilleur label en terme de santé publique. Pire, il comprend un nombre de risques non négligeables, dont celui de semer la confusion chez les consommateurs.
- En l'état du projet, Fourchette verte Vaud est opposée à l'introduction du label Choices, les risques étant supérieurs aux possibles bénéfiques, mais elle n'est pas opposée à la mise en place d'un label en général.
- Il pourrait être intéressant d'avoir un label pour orienter le choix du consommateur si les conditions cadre sont réunies pour que sa mise en œuvre se fasse de manière optimale. Un tel label répond aussi à une certaine demande du consommateur. Avec une démarche de labellisation d'aliments, il faut éviter que certains d'entre eux soient diabolisés même s'ils peuvent faire partie d'une alimentation équilibrée en petite quantité. Un système sous forme d'indicateurs simples (style feux de signalisation) permettrait cela.
- Par ailleurs, il est très important que le groupe chargé de l'octroi du label soit aussi représentatif des milieux de la prévention.
- Des détails quant au financement d'une telle démarche sont aussi attendus, notamment les répercussions sur les consommateurs.

Schweizerische Vereinigung für Vegetarismus (SVV)

- Der SVV steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung eher negativ gegenüber. Begründung: Es ist eine Vereinigung der Nahrungsmittelindustrie und somit nicht geeignet um das Vertrauen der Konsumenten zu gewinnen.
- Die Stiftung setzt sich ausschliesslich aus Wirtschaftsvertretern zusammen. Beim zuständigen Verein für D-A-CH können ausschliesslich Lebensmittelfirmen beitreten: http://www.bewusst-waehlen.com/downloads/Satzung_Bewusst_Waehlen.pdf. Die Gefahr ist deshalb gross, dass die Gesundheit der Konsumenten nicht an oberster Stelle steht. Für die Schweiz muss deshalb eine Regelung gefunden werden, die das Label nicht ausschliesslich vom Goodwill der Wirtschaft abhängig macht.

Behörden und Kommissionen

Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen (Liechtenstein)

- Das Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen in Liechtenstein steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung negativ gegenüber. Begründung: Vorbehalt gegenüber dem System.

Amt für Lebensmittelsicherheit und Tiergesundheit Graubünden

- Das Amt für Lebensmittelkontrolle und Tiergesundheit Graubünden steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung positiv gegenüber. Begründung: Wenn schon ein Label, dann macht es Sinn, aus den im Konsultationsdokument geschilderten Gründen mit der Stiftung zu kooperieren.

Eidgenössisches Büro für Konsumentenfragen (BFK)

- Grundsätzlich sind wir nicht gegen eine Kooperation. Wir stellen aber fest, dass das Konsultationsdokument das Ampelsystem nicht untersucht. In der öffentlichen Diskussion wurde aber oft dieses System dem Choices-System gegenübergestellt. Das müsste unbedingt noch ergänzt werden.

Kantonales Laboratorium Thurgau

- Die Kooperation mit einem bestehenden Label ist zweckmässig.
- Allerdings sind im Falle von Anpassungen die Argumente für eine solche Kooperation teilweise hinfällig.

Kantonales Labor Zürich

- Das Kantonale Labor Zürich steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung negativ gegenüber. Begründung: Vorbehalt gegenüber dem System, Konzept überzeugt nicht.

Konsumentenorganisationen

Konsumentenforum (kf)

- Das Konsumentenforum kf sieht in einer möglichen Zusammenarbeit mit der Choices-Stiftung und zur Einführung deren Label in der Schweiz für die Konsumentinnen und Konsumenten keinen Nutzen:
 1. Die Einführungs- und Nutzungskosten eines solchen Labels werden unweigerlich zu Lasten der Konsumenten auf den Endpreis der Produkte geschlagen.
 2. Weder die Produzenten noch der Detailhandel scheinen die Einführung des Choice-Label zu unterstützen.
 3. Nicht sonderlich interessierte und somit schlecht informierte Konsumenten können durch das Choice-Label zu falschen Annahmen verleitet werden.
- Jede von der Schweiz gewünschte Änderung müsste von der Stiftung bewilligt werden, andererseits wären von der Stiftung revidierte Kriterien zu übernehmen.
- Das Design des Labels ist nicht überzeugend, weder Farbe noch Darstellung können mit Ernährung in Verbindung gebracht werden.
- Ein eigens für die Schweiz kreiertes Label würde wahrscheinlich nur in der Schweiz anerkannt und den Export von Schweizerprodukten behindern oder dies durch separate Etikettierung pro Land bzw. Abnehmer verteuern. Dieses Problem wird solange bestehen, als nicht auf europäischer Ebene ein einheitliches System eingeführt wird.
- Das Konsumentenforum unterstützt die Einführung des Labels nicht und sieht somit auch in einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung keinen Sinn.

Stiftung für Konsumentenschutz (SKS), Fédération romande des consommateurs (FRC), Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana (ACSI)

- Die Konsumentenorganisationen SKS, FRC und ACSI haben gegenüber dem Choices-Label grosse Vorbehalte: Wir bemängeln insbesondere, dass es offenbar möglich ist, in fast allen Produkte-Kategorien ein Choices-Label zu erhalten. Dadurch besteht die Gefahr, dass die Konsumentinnen und Konsumenten alle gelabelten Produkte gleichsetzen bezüglich Ausgewogenheit und Gesundheit.

- Unserer Ansicht nach macht das Choices-Label nur Sinn, wenn das Label in einem klaren und verständlichen Bezug zur Lebensmittelpyramide steht. Beim Kauf eines gelabelten Snacks oder von gelabelten Chips muss ersichtlich sein, dass diese trotz Label nur mit Mass konsumiert werden sollen.
- Falls die Wahl auf das Choices-Label fallen soll, muss das Label mit der Lebensmittelpyramide gekoppelt werden. Der Käuferin, dem Käufer des Produktes muss aufgezeigt werden, dass das Produkt in der jeweiligen Kategorie zu den besten gehört, aber dennoch gemäss den Empfehlungen der Lebensmittelpyramide konsumiert werden soll.
- Weitere Punkte:
 - Bereits sind vereinzelt Produkte mit dem Choices-Label auf dem Schweizer Markt anzutreffen. Für die Schweizer Variante des Choices-Label sollen aber andere Richtlinien und Kriterien gelten. Dies ist schwer nachvollziehbar, dass ein und demselben Label verschiedene Kriterien zu Grunde liegen sollen und sorgt für Verwirrung und Unklarheiten.
 - Optisch ist das Label Choices kaum aussagekräftig und wird nicht mit gesunder und ausgewogener Ernährung in Verbindung gebracht.
 - Unverarbeitete Produkte wie Früchte und Gemüse müssen von der Label-Vergabestelle bevorzugt behandelt werden. Die Situation ist unbedingt zu vermeiden, dass solche Produkte wegen teurer Lizenzgebühren nicht das Label tragen, während verarbeitete Produkte damit ausgezeichnet werden. Bei der Ausarbeitung der Kriterien und der Gebühren ist deshalb darauf zu achten, dass das Label für unverarbeitete Produkte auch attraktiv bleibt.
- Beim Choices-Label sind grosse Hürden zu überwinden, um dieses so auszugestalten, dass es den Konsumentinnen und Konsumenten eine klare Entscheidungshilfe beim Einkauf bietet. Es stellt sich unserer Ansicht nach also die Frage, ob dieses Label tatsächlich der richtige Weg ist, um das Ziel einer genauen, verständlichen und standardisierten Information über den Inhalt von Lebensmitteln zu erreichen.
- Nach wie vor unbestritten ist für uns jedoch, dass dieses Ziel nicht aus den Augen gelassen werden darf und das Bundesamt für Gesundheit zusammen mit der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung daran festhalten soll, in absehbarer Zeit eine solche Kennzeichnung einzuführen.

Ausländische und internationale Organisationen

Association de la Transformation Laitière Française (ATLA)

- D'un point de vue concurrentiel, il n'est pas équitable qu'une représentation visuelle développée par des firmes privées (Unilever, Friesland Campina...) soit imposée à tous. Cela donnerait en effet à ces entreprises un avantage direct (temps de mise en conformité sur les produits, stratégies internes etc...).
- Un des arguments de la SSN en faveur de cette coopération est que le label est largement répandu en Europe. Ceci ne prouve pourtant en rien l'efficacité du label ni sa pertinence. Par ailleurs cette présence internationale du logo « choices » est due à son utilisation par une entreprise qui distribue ses produits dans de nombreux pays, ce qui n'est pas une situation comparable aux autres logos cités (comme le keyhole) qui sont utilisés à l'échelle nationale.

International Chewing Gum Association (ICGA)

- Nach Angaben der Choices-Stiftung hat das Choices Label zum Ziel, Verbrauchern dabei zu helfen, "eine gesunde Wahl innerhalb einer Lebensmittelkategorie zu treffen". Das Choices Label kann diesem Anspruch insofern nicht gerecht werden, da diverse Lebensmittelkategorien – insbesondere Süßwaren ohne Zucker – von den Choices Kriterien von vornherein ausgeschlossen werden. Dies führt zu einer Diskriminierung von nicht-berücksichtigten Produkten, gerade wenn diese gemeinhin aus ernährungswissenschaftlicher Sicht als gesund und sicher akzeptiert sind. Aus diesem Grund lehnt die ICGA die Kooperation mit der Choices-Stiftung ab.

Yoghurt and Live fermented milks association (YLFA International)

- Nous nous interrogeons sur le bien fondé d'une collaboration à une initiative mise en place initialement par des entreprises privées.
- Outre le désavantage concurrentiel que cette situation occasionnerait pour les autres sociétés agro-alimentaires si le système était généralisé, la crédibilité du logo ainsi que sa pertinence et son efficacité en termes de santé publique nous paraissent contestables.

Private und Einzelpersonen

Evelyne Battaglia

- Ritengo una cooperazione positiva: a livello europeo e con prodotti importati in Svizzera.
- La scelta del Label Healthy choice è comprensibile per la definizione dei criteri, ma un Label a semaforo sarebbe tuttavia a mio avviso meglio compreso dal consumatore medio.

Otto Raunhardt

- Otto Raunhardt steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung eher negativ gegenüber. Kommentar/Begründung: Wichtig, dass das Label international geregelt und harmonisiert ist und als solches "beworben" wird. Klarheit im voraus über alle Faktoren ist Bedingung. Wichtig ist die Meinung von kleineren Herstellern, sollen diese nicht im Markt diskriminiert werden.
- Jegliche Informationen zur Kooperation oder einer Vereinbarung fehlen, u.a. wie erfolgt eine Lizenzierung, wer ist zuständig für die Kontakte und unterzeichnet einen Vertrag/eine Vereinbarung, wie ist die Regelung für nationale Kriterien und den internationalen Warenverkehr? Wie beurteilt CIF nationale Kriterien? Wie regelt CIF Verstöße gegen oder missbräuchliche Label-Werbung? Ist CIF jederzeit im Besitz der aktuellen (nationalen) Kriterien und der Vergabe in den Lizenzländern? Wichtig bei der Beurteilung von Importprodukten mit Label nach nationalen Kriterien und bei evt. Fragen von Konsumenten. Wird für Letzteres - zusammen mit dem Label - die Angabe einer Kontaktadresse auf der Packung vorgesehen (wie erhalten Konsumenten sonst Information der geltenden Kriterien)?

Peter Scheffeldt

- Peter Scheffeldt steht einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung eher positiv gegenüber.
- Kommentar/Begründung: Über allfällige Lizenzgebühren finden sich im Konsultationsdokument keine Äusserungen.

5.4 Stellungnahmen zu den nährstoffbasierten Kriterien von Choices

Wirtschaftsakteure: Produzenten industrieller Produkte

Bongrain Suisse

- L'alimentation est un tout. L'éducation sur l'alimentation ne devrait donc pas se résumer à des nutriments, ni même à des aliments, mais devrait également prendre en considération les dimensions physiques et sociales de l'individu (développement des comportements alimentaires, développement du goût, apprentissage du patrimoine alimentaire et des traditions culinaires, convivialité, partage...). Les conséquences d'un logo de santé apposé sur les produits alimentaires quant à l'éducation alimentaire des consommateurs est discutable :
 - un logo de santé de type « Healthy Choice » induit un critère de valeur sur des aliments, alors que tout aliment a sa place dans la pyramide alimentaire, relié à une consommation raisonnée ;
 - le logo « Healthy Choices » pourrait conduire certains consommateurs à surconsommer des produits le portant.
- De plus, le logo « Choices » proposé par la SSN ne prend en compte que des nutriments considérés comme « négatifs », sans considérer les aliments dans leur globalité. Un logo de santé sur des produits alimentaires devrait prendre en compte la composition nutritionnelle globale de la denrée, dont les sucres, les acides gras saturés (AGS) ou le sodium, mais également le calcium, les vitamines, les fibres etc., nutriments dont les apports alimentaires sont encore à l'heure actuelle souvent inférieurs aux recommandations. Bongrain Suisse trouve donc que les nutriments choisis dans « Choices » pour caractériser une denrée comme « healthy » sont restrictifs et ne permettent pas de juger des forces et des faiblesses d'un aliment ou d'une association d'aliments du point de vue nutritionnel.
- Le système « Healthy Choice » est un système de profilage nutritionnel avec des critères spécifiques pour des catégories d'aliments. Les aliments de catégories différentes ne peuvent donc pas être comparés entre eux. Pourtant, le logo étant le même pour toutes les catégories, le consommateur fera des comparaisons entre des produits de catégories différentes mais substituables en termes d'usage de consommation, ce qui peut l'amener à faire des choix nutritionnellement incorrects. Exemple : un soda sucré mais avec une teneur en sucre réduite pourrait recevoir le logo, au dépens d'un jus de fruits présent dans une autre catégorie d'aliments, ne pouvant pas avoir le logo (critère fibres insuffisant) mais contenant moins de sucres que le soda.

Emmi Schweiz AG

- Allgemein: Eine Klassierung nach «guten» und «schlechten» Lebensmittel ist grundsätzlich falsch, es gibt nur eine gesunde oder ungesunde Ernährungs- und Lebensweise. Das «Choices» Logo nimmt dem Konsumenten die Last der Wahl bezüglich einer gesunden Ernährungsweise nur scheinbar ab. Menge und Verzehrsmuster werden nicht berücksichtigt. Der Konsument wird zudem bevormundet, da das Logo unter der Ägide des Bundesamtes für Gesundheit steht. Der Konsument soll nur noch Produkte kaufen, die dieses Label/Logo tragen. Ein übermässiger Verzehr derartig gekennzeichnete Produkte ist nach wie vor möglich, womit das Hauptziel, die Verhinderung von Übergewicht, nicht erreicht wird. Die Kriterien für das «Choices» Logo werden länderspezifisch angepasst, so dass von einer international einheitlichen Regelung, wie dies vom Bundesamt für Gesundheit gefordert wird, nicht die Rede sein kann. So ist es möglich, dass ein importiertes Produkt das Logo trägt, während bei einem identisches Produkt, in der

Schweiz hergestellt, dies nicht erlaubt ist. Transfettsäuren sind gesetzlich geregelt und somit als Kriterium untauglich.

- Produktgruppen: Die Produktgruppen sind willkürlich zusammengestellt, es ist weder eine Zuordnung zur Schweizer Gesetzgebung oder der Lebensmittelpyramide der SGE ersichtlich. Die Zuteilung von «Substituten» in die Produktgruppen der Grundnahrungsmittel ist verwirrend (z. B. Sojamilch in Milch und Milchprodukte). Die Gruppen und Definitionen sind nicht in den Amtssprachen der Schweiz aufgelistet.

Ernst Sutter AG

- Die für das Label vorgeschlagenen Rahmenbedingungen sind für Fleisch und Fleischerzeugnisse unbrauchbar.
- Die von Ihnen vorgeschlagenen Grenzwerte führen dazu, dass die Gruppe Fleisch und Fleischerzeugnisse von der Erlangung des Healthy Choices Labels ausgeschlossen wird. Dies steht im Widerspruch zu Ihrer Forderung (Fussnote Seite 2 des Konsultationsdokuments) „gesündere Alternativen innerhalb definierter Lebensmittelkategorien zu kennzeichnen“. Die Folge einer solchen Deklaration wäre eine Diffamierung einer für die menschliche Ernährung besonders wertvollen Lebensmittelgruppe, die nicht nur in Hinblick auf Nährstoffe wie Proteine und Fette sowie deren essentiellen Bestandteile, sondern auch in Bezug auf fettlösliche Vitamine und Spurenelemente eine besondere ernährungsphysiologische Bedeutung hat.
- Die vorgeschlagenen Grenzwerte könnten Hersteller von Fleischerzeugnissen dazu animieren, neuartige Produkte mit erhöhtem Wassergehalt herzustellen, mit der Folge, dass die heute nicht nur in der Schweiz sondern in ganz Europa bekannten traditionellen Schweizer Fleischwaren verdrängt würden. Eine solche Entwicklung ist nicht im Sinne des Konsumenten.

Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial)

- Eine grosse Anzahl an Produkten verschiedener Nahrungsmittelbranchen, insbesondere der Fleischindustrie, der Milchverarbeitenden Industrie und der Süsswaren-Industrie werden aufgrund der Kriterien von Choices nicht mit dem Label gekennzeichnet werden können, deshalb sind diese Kriterien der Choices-Stiftung inkl. der Anpassungsvorschläge der Expertengruppe für die fial in Übereinstimmung mit den allermeisten der ihr angeschlossenen Firmen nicht annehmbar.

PanGas AG

- mit Expertengruppe einverstanden

PepsiCo

- Die Kriterien stimmen nicht mit unserer Vorstellung von nährstoffbasierten Kriterien überein. Generell lässt sich sagen, dass wir eine umfassende Einbeziehung von "positiver Ernährung" (positive nutrition) vermissen.
- Weiterhin lehnen wir ein auf 100g bzw. auf 100kcal basiertes Vorgehen ab.
- Der Aspekt des Gesamtfetts wird nicht berücksichtigt. Somit stimmen die Kriterien weder mit nationalen Ernährungsempfehlungen noch mit der WHO überein. Auch die EFSA Empfehlung zu "daily reference values" bezieht diesen Aspekt mit ein.

Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)

- Aus unserer Sicht beinhaltet eine ausgewogene Ernährung, die eigentlich auch das Ziel des Choices-Labels darstellen sollte, nicht nur den Verzicht auf ernährungsphysiologisch nachteilige Stoffe, sondern auch die Versorgung mit ausreichend essenziellen und nichtessenziellen Nährstoffen.
- Bekanntlich stellt die Versorgung mit Nährstoffen das Produkt von Menge (→ Portionsgrösse) × Gehalt × Verfügbarkeit dar. Es muss an dieser Stelle wahrscheinlich nicht weiter erläutert werden, dass auch Fleisch und Fleischprodukte einen wichtigen Beitrag an die Versorgung mit ausgewählten Nährstoffen (z.B. Eisen, Zink, Vitamine B1 und B12, essenzielle Aminosäuren, essenzielle Fettsäuren) mit einer teilweise sehr hohen Bioverfügbarkeit zu leisten vermögen.
- Es ist für uns daher unverständlich, wie derartige ernährungsphysiologische Kriterien für die Kennzeichnung mit dem Choices-Label unberücksichtigt bleiben sollen.

Unilever Schweiz GmbH

- Da die strengen Kriterien regelmässig von unabhängigen Wissenschaftlern überprüft werden und ein Kontrollsystem zur Einhaltung der Kriterien besteht, können wir diese Kriterien unterstützen.
- Es werden solche Produkte gekennzeichnet, die verlässliche, wissenschaftliche Kriterien erfüllen und daher weniger Zucker, Salz/Natrium, Transfettsäuren oder gesättigte Fettsäuren enthalten als vergleichbare Produkte.
- Diese Informationen können von jedem Konsumenten innerhalb weniger Sekunden und unabhängig vom Sprachverständnis einfach interpretiert werden.

Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten

- Die Festsetzung der Kriterien erscheint willkürlich. Wer kontrolliert das wissenschaftliche Gremium, welches regelmässig die Choices-Kriterien überprüft?
- Zudem ist es für uns nicht nachvollziehbar, wieso die Kriterien schrittweise verschärft werden sollen. Welche Entscheidungsgrundlagen sind für ein solches Vorgehen relevant bzw. ausschlaggebend?

Wrigley GmbH

- Die nährstoffbasierten Kriterien sind unklar und wissenschaftlich nicht fundiert. Wrigley hat erhebliche Bedenken, dass ein auf unklaren nährstoffbasierten Kriterien basierendes Symbol auf der Packungsvorderseite Verbraucher verwirren und irreführen könnte und lehnt deshalb die vorgeschlagenen nährstoffbasierten Kriterien als ungeeignet ab. Wrigley ist davon überzeugt, dass die Angabe von GDAs auf freiwilliger Basis, wie sie in vielen Kategorien und in vielen Ländern schon heute praktiziert werden, ein sinnvollerer Ansatz ist, da sie dem Verbraucher mehr Informationen liefert als ein "Healthy Choice" Label.
- Neben diesen generellen Bedenken ist es zudem verwunderlich, dass keine eigene Kategorie mit spezifischen nährstoffbasierten Kriterien für Kaugummiprodukte vorgesehen ist, wie es zum Beispiel bei dem auf einem ähnlichen Ansatz basierten US-amerikanischen "Smart Choices" Label der Fall ist.

Zweifel Pomy-Chips AG

- Eine grosse Anzahl an Produkten verschiedener Nahrungsmittelbranchen, insbesondere der Fleischindustrie, der Milchverarbeitenden Industrie und der Süswaren-Industrie werden aufgrund der Kriterien von Choices nicht mit dem Label gekennzeichnet werden können, deshalb sind diese Kriterien der Choices-Stiftung inkl. der Anpassungsvorschläge der Expertengruppe für Zweifel nicht annehmbar.

Wirtschaftsakteure: Produzenten landwirtschaftlicher Produkte

Branchenorganisation Butter GmbH

- Die Kriterien für den Erhalt des Choices-Labels wurden sehr variabel gestaltet. Es wird auf die Flexibilität dieser Kriterien hingewiesen. Diese Kriterien sind so flexibel, dass dasselbe Produkt in zwei verschiedenen Ländern zum Beispiel ganz unterschiedliche Zuckergehalte haben kann. Das heisst, in einem Land kann ein Produkt z.B. Frühstückscerealien 20 g Zucker pro 100 g enthalten und im Nachbarland enthält das gleiche Produkt jedoch 26 g Zucker pro 100 g. Beide Länder vergeben das Label und das Produkt wird als „gesund“ gekennzeichnet.
- Wir stellen fest, dass Butter als ein Naturprodukt gegenüber Margarine als „zusammengesetztes“ Produkt ganz klar diskriminiert wird. Dies erscheint uns unglaubwürdig für ein Label, das gesunde Nahrungsmittel kennzeichnen soll. Hinzu kommt, dass nach neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen ungesättigte Fettsäuren nicht als ungesund einzustufen sind und deshalb dieses Kriterium ungerechtfertigt angewendet würde. Da bei der Margarinproduktion die Fettsäuren technisch auf einen bestimmten Wert eingestellt werden können, was bei einem naturbelassenem Produkt nicht möglich ist, würde die Margarine das Label erhalten und das natürliche Produkt Butter nicht.
- Dass die natürlichen Grundnahrungsmittel wie Reis, Kartoffel, Milch und Butter das Label nicht erhalten, aber im Gegenzug Lebensmittel, welche zum Teil technisch zugeschnitten werden, das Label erhalten, ist unverständlich. Zusätzlich können Produkte mit hohem Fett- oder Zuckergehalt das Label erhalten, andere Produkte mit einem tieferen Fett- oder Zuckergehalt werden als „ungesund“ eingestuft. Dies ist für uns äusserst bedenklich.

Proviande

- Proviande ist als Branchenorganisation weder Herstellerin noch Vermarkterin von Lebensmitteln. Deshalb verzichten wir auf eine Stellungnahme zu den einzelnen Kriterien.
- Die Argumentation der SGE, dass die Anzahl Produkte pro Lebensmittelkategorie, welche das Label erhalten, gegen oben begrenzt werden muss, um glaubwürdig zu bleiben (Seite 9 Konsultationsdokument) lässt eine Tendenz zur Vergabe des Labels nach willkürlich oder ideologisch festgelegten Kriterien anstelle von wissenschaftlich anerkannten Werten vermuten.

Schweizer Milchproduzenten (SMP)

- Die nährstoffbasierten Kriterien von Choices implizieren, dass für die Beschränkung bzw. für die Mehrzufuhr der genannten Nahrungsbestandteile eindeutige gesundheitliche Effekte erwartet werden können. Dies wiederum impliziert, dass für die vorgeschlagenen Massnahmen eine hinreichende wissenschaftliche Evidenz für präventive Effekte vorliegen würde. Dem ist nicht so.

- **Gesättigte Fettsäuren:** Nach Choices-Kriterien sollen alle gesättigten Fettsäuren als gesundheitlich bedenklich eingestuft werden. Dafür fehlt jegliche Rationale, denn die vermeintlich „ungesunden“ gesättigten Fettsäuren sind nur die drei Fettsäuren Laurin-, Myristin- und Palmitinsäure. Alle anderen, vor allem die kurz- und mittelkettigen gesättigten Fettsäuren, stehen gar nicht als potentielles Gesundheitsrisiko in der Diskussion. Ein Grossteil der gesättigten Fettsäuren in Milch und Milchprodukten sind kurz- und mittelkettige Fettsäuren. Im Jahr 2009 sind zwei unabhängige Metaanalysen erschienen, eine von Mente und Mitarbeitern (1) und eine im Auftrag der FAO/WHO von Skeaff & Miller (2). Sie haben die Datenlage der letzten 40 Jahre zusammengefasst und kommen übereinstimmend zum Ergebnis, dass
 - mit vermehrtem Konsum von gesättigten Fettsäuren kein erhöhtes Risiko für Koronare Herzkrankheit (KHK) einher geht.
 - mit vermehrtem Konsum von Fleisch, Eiern und Milch kein erhöhtes Risiko für KHK einher geht.
 - eine diätetisch gezielt gesenkte Zufuhr von gesättigten Fettsäuren weder die KHK noch die Gesamtsterblichkeit senkt.

Die beste verfügbare Evidenz weist somit aus, dass gesättigte Fettsäuren kein Risiko für KHK sind und eine Minderung ihrer Zufuhr der KHK weder vorbeugen noch sie heilen kann. Darüber hinaus fehlt jegliche Evidenz dafür, dass gesättigte Fettsäuren das Risiko für andere Herz-Kreislaufkrankungen oder für Krebs steigern bzw. ihr Minderkonsum davor schützen würde.

Fazit: Es gibt keine belegbaren Vorteile einer Reduktion von gesättigten Fettsäuren in Bezug auf Erkrankungsrate oder Sterblichkeit für die relevanten Erkrankungen und Todesursachen.

- **trans-Fettsäuren:** Zahlreiche Studien haben mit hinreichender Evidenz belegt, dass der vermehrte Konsum von trans-Fettsäuren (tFS) Dyslipoproteinämie, Entzündungen und Insulinresistenz fördert und dass damit das Risiko für Übergewicht, Typ-2 Diabetes und KHK steigt (3). Allerdings mehren sich die wissenschaftlichen Hinweise dafür, dass die natürlich entstehenden, tierischen tFS nicht mit denen industriellen Ursprungs verglichen werden können (4, 5). Der Unterschied zwischen natürlichen tFS und industriellen tFS aus der Fetthärtung lässt sich analytisch erfassen. Bei der Fetthärtung entstehen verschiedene tFS-Isomere mit einem charakteristischen Muster. In natürlichen tFS der Wiederkäuer herrscht hingegen nur ein spezifisches tFS-Isomer vor, die Vaccensäure (C18:1, t11), die im menschlichen Stoffwechsel in eine nach gegenwärtigem Wissensstand unbedenkliche oder sogar gesundheitsfördernde trans-Fettsäure, die konjugierte Linolsäure (CLA), umgebaut wird. Bei den anderen tFS-Isomeren, die bei der industriellen Bearbeitung entstehen, ist dies nicht der Fall. Entsprechend zeigen verschiedene epidemiologische Studien mit gesteigertem Konsum dieser tFS tierischen Ursprungs entweder keine oder zum Teil sogar eine inverse Assoziation zu Herzinfarkt (4, 5).

Fazit: Es ist aus biochemischer, physiologischer und medizinischer Sicht unzulässig, alle tFS undifferenziert als Gesundheitsrisiko zu bezeichnen. Tierische tFS müssen in der Deklaration von den industriell erzeugten unterschieden werden.

- **Natrium/Kochsalz:** Der übliche Salzkonsum liegt bei freier Nahrungsaufnahme in verschiedenen Ländern zwischen 2,3 und 4,6 g Natrium, d. h. zwischen 6 und 12 g Kochsalz (NaCl) pro Tag. Der durchschnittliche tägliche Salzkonsum aller Industrieländer liegt heute bei etwa 9 bis 10 g. Epidemiologische Studien haben in der Vergangenheit immer wieder einen Zusammenhang zwischen Kochsalz- bzw. Natriumzufuhr und der Prävalenz bzw. Inzidenz von erhöhtem Blutdruck aufgezeigt. Entsprechend haben kontrollierte Interventionsstudien mit reduzierter Salzzufuhr bei Patienten mit Bluthochdruck Senkungen des systolischen Blutdrucks von 5 mmHG bzw. von 3 mmHG des diastolischen Blutdrucks ergeben. Bei Probanden mit normalen Blutdruckwerten belief sich die Senkung auf 2 mmHG systolisch und 1 mmHg diastolisch (6). Langzeiteffekte fielen noch geringer aus (7). Der Blutdruck-Einfluss von Salz fällt individuell unterschiedlich aus. Die Zusammenhänge sind bei übergewichtigen und älteren Personen deutlicher und bei

schlankeren bzw. jüngeren besonders schwach. Hinzu kommt, dass es Menschen mit Salzsensitivität gibt, die stärker auf eine Veränderung der Kochsalzzufuhr reagieren. Weiterhin kommt hinzu, dass eine Salzrestriktion auch unerwünschte Nebenwirkungen auslösen kann, wie gesteigerte Insulin-Resistenz, Aktivierung des Renin-Angiotensin Systems und Aktivierung des Sympathischen Nervensystems (8, 9). Entscheidend ist deshalb nicht der Einfluss auf den gesundheitlichen Surrogatparameter „Blutdruck“, sondern der Effekt auf die Herz-Kreislaufferkrankungsrate bzw. auf die Herzkreislaufsterblichkeit. Dies ist in mehreren epidemiologischen Studien überprüft worden. Die Ergebnisse sind uneinheitlich. Man fand mit höherer Salzzufuhr ein erhöhtes Risiko, ein gesenktes Risiko oder auch gar keine Beziehung (9). Drei Auswertungen der repräsentativen Bevölkerungskollektive der USA (NHANES I – III) wiesen auf ein erhöhtes Herzkreislaufisiko bei geringem Salzkonsum hin (10-12). Die bislang genaueste Langzeit-Auswertung (Trials of Hypertension Prevention Follow-up Study) fand keinen Zusammenhang zwischen der Natriumzufuhr und Herz-Kreislaufferkrankungen (13). Im November 2009 ist eine Metaanalyse von 13 Langzeitbeobachtungsstudien veröffentlicht worden, die den gefundenen statistischen Zusammenhang von Salzzufuhr mit Hirninfarkt und Herz-Kreislaufferkrankungen zusammenfassend darstellt. Im Ergebnis fand sich für eine sehr hohe Zufuhr im Vergleich zu sehr niedriger Salzzufuhr ein um 23 % signifikant erhöhtes Risiko für Hirninfarkt und ein um 14 % nicht ganz signifikant erhöhtes Risiko für alle Herz-Kreislaufferkrankungen (14). Dies ist nüchtern betrachtet ein sehr gering ausgeprägtes Risiko, es würde in anderen Disziplinen als der Ernährungswissenschaft keine grössere Beachtung finden. Vor allem handelt es sich dabei immer noch um reine Korrelationen. Inwieweit eine Senkung der Salzzufuhr die Erkrankungsrate oder Herzkreislaufsterblichkeit tatsächlich reduziert, muss in randomisierten, kontrollierten Studien überprüft werden. Solche methodisch strengen Studien sind bislang nicht durchgeführt worden.

Fazit: Die Datenlage zum gesundheitlichen Effekt einer Salzrestriktion ist nicht einheitlich. Epidemiologische Studien weisen auf ein erhöhtes Risiko durch vermehrten Salzkonsum hin. Diät-Studien mit salzarmer Kost weisen bei Hypertonikern auf einen geringfügigen blutdrucksenkenden Effekt hin. Bei Gesunden hingegen ist kein nennenswerter Effekt erkennbar. Kontrollierte Studien zu klinisch harten Endpunkten sind nicht verfügbar. Somit ergibt sich keine hinreichende Evidenz dafür, konkrete Handlungsempfehlungen für bevölkerungsweite Massnahmen abzugeben, denn ob dies zu messbaren gesundheitlichen Vorteilen führen würde, ist ungeklärt.

- Zucker: Seit langem wird heftig diskutiert, ob und inwieweit Zucker ein Risikofaktor für die Gesundheit ist. Die Daten mehren sich, dass ein erhöhter Konsum von Fruktose als Risikofaktor für Übergewicht, Insulin-Resistenz, Metabolisches Syndrom, Diabetes und Herz-Kreislaufferkrankungen eingeschätzt werden muss (15). Für die bedeutendsten Zucker auf dem Markt, Glukose und Saccharose (im Folgenden mit „Zucker“ bezeichnet), gibt es andererseits überraschend wenig systematische Untersuchungen zur Frage nach Erkrankungsrisiko und Sterblichkeit. Für die These, dass Zuckerkonsum das Risiko für Krebs und Herz-Kreislaufferkrankungen fördert, gibt es keine auch nur annähernd hinreichende Evidenz (16, 17). Weiterhin gibt es keine Evidenz dafür, dass Zuckerkonsum per se das Diabetes-Risiko erhöht (18). Dass Zucker das Risiko für Karies erhöht, ist weniger gut belegt, als weithin angenommen. Insgesamt weist die Datenlage eher darauf hin, dass die Häufigkeit des Zuckerkonsums und nicht die Menge an Zucker das Kariesrisiko erhöht (19). Zucker ist nur einer der vielen Einflussfaktoren auf die Kariesentstehung und keine hinreichende Ursache. Studien, die den alleinigen Effekt einer Zuckerreduktion auf Karies überprüft hätten, liegen kaum vor (20). Verschiedene Variablen, die über die Zuckerezufuhr hinausgehen, beeinflussen das Kariesrisiko. So zeigen Milchprodukte einen kariesmindernden Effekt und entsprechend sind mit Zucker gesüsste Milchprodukte anders einzuschätzen als Zucker per se und zuckergesüsste Erfrischungsgetränke (21). Am meisten Daten liegen zum Einfluss auf Übergewicht vor. Sie sind aber uneinheitlich ausgefallen. Es gibt zwar Hinweise, aber keine hinreichende Evidenz dafür, dass

ein vermehrter Anteil von Zucker in der gemischten Kost das Risiko für Übergewicht erhöht oder dass eine Minderung der Zufuhr das Übergewichtsrisiko senkt (17). Ebenso gibt es keine hinreichende Evidenz, dass die Einschränkung des Zuckerkonsums zu einer effektiven Gewichtsreduktion bei Übergewicht führt (22, 23). Bessere Evidenz besteht für den Zusammenhang von zuckergesüßten Erfrischungsgetränken und Übergewicht. Sie liefern viel Energie ohne Sättigungswirkung. Das Risiko steigt mit vermehrter Zufuhr (24, 25). Inwieweit davon der Konsum von gesüßten Milchgetränken ausgenommen ist, bedarf weiterer Klärung (26). Denn Milchgetränke besitzen eine deutliche Sättigungswirkung und damit einen anderen Effekt auf die Gesamtenergiezufuhr. Darüber hinaus finden sich zahlreiche Hinweise darauf, dass erhöhter Milchkonsum mit einem geminderten Risiko für Übergewicht einhergeht (27, 28). Zudem mindert eine erhöhte Zufuhr von Milch und Milchprodukten die Folgen von Übergewicht wie Insulin-Resistenz und Typ-2-Diabetes (29).

Fazit: Die Datenlage zum gesundheitlichen Effekt einer Zuckerbeschränkung ist uneinheitlich. Es gibt keine hinreichende Evidenz dafür, dass bevölkerungsweite Massnahmen zur Minderung des Zuckerkonsums zu messbaren gesundheitlichen Vorteilen führen würden.

- Nahrungsfasern: Unzählige Studien sind zum Einfluss von Nahrungsfasern auf gesundheitliche Aspekte durchgeführt worden. Eine hinreichende Evidenz besteht dafür, dass eine vermehrte Zufuhr eine Verbesserung der Fettstoffwechselformen, eine Senkung erhöhter Blutdruckwerte, eine verbesserte Blutzuckerkontrolle bei Diabetikern und eine bessere Gewichtskontrolle ermöglicht. Zahlreiche epidemiologische Studien zeigen weitgehend übereinstimmend, dass Menschen mit hohem Konsum von Nahrungsfasern im Vergleich zu niedrigem Konsum ein gemindertes Risiko für die Entwicklung von KHK, Hirninfarkt, Bluthochdruck, Typ-2 Diabetes und Erkrankungen des Magen-Darmtrakts aufweisen. Allerdings handelt es sich dabei um Beobachtungsstudien, das heisst um Korrelationen, die einen ursächlichen Bezug nicht beweisen können (30). Randomisiert-kontrollierte Interventionsstudien zu harten klinischen Endpunkten gibt es nicht.

Fazit: Die Datenlage aus Epidemiologie und experimenteller Forschung zum gesundheitlichen Effekt einer erhöhten Ballaststoffzufuhr ist weitgehend einheitlich. Auch wenn harte Belege fehlen, legt sie nahe, dass eine erhöhte Zufuhr von Nahrungsfasern zu messbaren gesundheitlichen Vorteilen führen könnte.

- Gesamtfazit: Aus der obigen kritischen Analyse aller nährstoffbasierten Kriterien folgt, dass die Argumente von „Choices“ zweifelhaft und die wissenschaftlichen Grundlagen unzureichend sind.
- Literaturverzeichnis:
 1. Mente A, de Koning L, Shannon HS, Anand SS. A systematic review of the evidence supporting a causal link between dietary factors and coronary heart disease. Arch Intern Med 2009;169:659-69.
 2. Skeaff CM, Miller J. Dietary fat and coronary heart disease: summary of evidence from prospective cohort and randomised controlled trials. Ann Nutr Metab 2009;55:173-201.
 3. Mozaffarian D, Aro A, Willett WC. Health effects of trans-fatty acids: experimental and observational evidence. Eur J Clin Nutr 2009;63 Suppl 2:S5-21.
 4. Willett W, Mozaffarian D. Ruminant or industrial sources of trans fatty acids: public health issue or food label skirmish? Am J Clin Nutr 2008;87:515-6.
 5. Mozaffarian D. Commentary: Ruminant trans fatty acids and coronary heart disease - cause for concern? Int J Epidemiol 2008;37:182-4.
 6. He FJ, MacGregor GA. Effect of longer-term modest salt reduction on blood pressure. Cochrane Database Syst Rev 2004:CD004937.
 7. Hooper L, Bartlett C, Davey SG, Ebrahim S. Advice to reduce dietary salt for prevention of cardiovascular disease. Cochrane Database Syst Rev 2004:CD003656.
 8. Alderman MH. Evidence relating dietary sodium to cardiovascular disease. J Am Coll Nutr 2006;25:256S-61S.

9. Cohen HW, Alderman MH. Sodium, blood pressure, and cardiovascular disease. *Curr Opin Cardiol* 2007;22:306-10.
10. Alderman MH, Cohen H, Madhavan S. Dietary sodium intake and mortality: the National Health and Nutrition Examination Survey (NHANES I). *Lancet* 1998;351:781-5.
11. Cohen HW, Hailpern SM, Fang J, Alderman MH. Sodium intake and mortality in the NHANES II follow-up study. *Am J Med* 2006;119:275 e7-14.
12. Cohen HW, Hailpern SM, Alderman MH. Sodium intake and mortality follow-up in the Third National Health and Nutrition Examination Survey (NHANES III). *J Gen Intern Med* 2008;23:1297-302.
13. Cook NR, Obarzanek E, Cutler JA, et al. Joint effects of sodium and potassium intake on subsequent cardiovascular disease: the Trials of Hypertension Prevention follow-up study. *Arch Intern Med* 2009;169:32-40.
14. Strazzullo P, D'Elia L, Kandala NB, Cappuccio FP. Salt intake, stroke, and cardiovascular disease: metaanalysis of prospective studies. *BMJ* 2009;339:b4567.
15. Johnson RJ, Segal MS, Sautin Y, et al. Potential role of sugar (fructose) in the epidemic of hypertension, obesity and the metabolic syndrome, diabetes, kidney disease, and cardiovascular disease. *Am J Clin Nutr* 2007;86:899-906.
16. Arola L, Bonet ML, Delzenne N, et al. Summary and general conclusions/outcomes on the role and fate of sugars in human nutrition and health. *Obes Rev* 2009;10 Suppl 1:55-8.
17. Johnson RK, Appel LJ, Brands M, et al. Dietary sugars intake and cardiovascular health: a scientific statement from the American Heart Association. *Circulation* 2009;120:1011-20.
18. Laville M, Nazare JA. Diabetes, insulin resistance and sugars. *Obes Rev* 2009;10 Suppl 1:24-33.
19. Anderson CA, Curzon ME, Van Loveren C, Tatsi C, Duggal MS. Sucrose and dental caries: a review of the evidence. *Obes Rev* 2009;10 Suppl 1:41-54.
20. Stillman-Lowe C. Dietary factors and dental caries. *Evid Based Dent* 2005;6:7-8.
21. Touger-Decker R, Van Loveren C. Sugars and dental caries. *Am J Clin Nutr* 2003;78:881S-92S.
22. van Baak MA, Astrup A. Consumption of sugars and body weight. *Obes Rev* 2009;10 Suppl 1:9-23.
23. van Dam RM, Seidell JC. Carbohydrate intake and obesity. *Eur J Clin Nutr* 2007;61 Suppl 1:S75-99.
24. Olsen NJ, Heitmann BL. Intake of calorically sweetened beverages and obesity. *Obes Rev* 2008.
25. Malik VS, Willett WC, Hu FB. Sugar-sweetened beverages and BMI in children and adolescents: reanalyses of a meta-analysis. *Am J Clin Nutr* 2009;89:438-9; author reply 439-40.
26. Dennis EA, Flack KD, Davy BM. Beverage consumption and adult weight management: A review. *Eat Behav* 2009;10:237-46.
27. Zemel MB. Calcium and dairy modulation of obesity risk. *Obes Res* 2005;13:192-3.
28. Major GC, Chaput JP, Ledoux M, et al. Recent developments in calcium-related obesity research. *Obes Rev* 2008.
29. Tremblay A, Gilbert JA. Milk products, insulin resistance syndrome and type 2 diabetes. *J Am Coll Nutr* 2009;28 Suppl 1:91S-102S.
30. Anderson JW, Baird P, Davis RH, Jr., et al. Health benefits of dietary fiber. *Nutr Rev* 2009;67:188-205.
31. Elwood PC, Givens DI, Beswick AD, Fehily AM, Pickering JE, Gallacher J. The survival advantage of milk and dairy consumption: an overview of evidence from cohort studies of vascular diseases, diabetes and cancer. *J Am Coll Nutr* 2008;27:723S-34S.

Wirtschaftsakteure: Handel

Coop

- Da Coop aus grundsätzlichen Überlegungen nicht beabsichtigt, das Label auf ihren Produkten einzusetzen, verzichten wir auf eine Stellungnahme zu den einzelnen Kriterien.

Migros Genossenschafts Bund

- Es ist im Moment zu früh, sich zu den Kriterien von Choices zu äussern.

Präventions- und Gesundheitsorganisationen

IG Zöliakie der Deutschen Schweiz

- Kann auch auf den glykämischen Index/glykämische Last hingewiesen werden?
- Die klar definierte Mengenangabe (v.a. bei Fruchtsäften) scheint mir wichtig. Viele Personen die nicht gerne Wasser trinken, holen sich die Flüssigkeit aus Fruchtsäften. Bei Kindern sehe ich immer wieder, dass sie eine grosse Menge an Fruchtzucker zu sich nehmen.

KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas

- Mein Hauptgebiet sind die psychologischen und die psychodynamischen Aspekte des Essverhaltens bzw. des Übergewichts, so dass ich die Lebensmittel-Technologie nur am Rand kommentieren werde / möchte.
- Criteria for non-basic product groups: Fettanteil in die Bewertung mit einfließen lassen und Kaloriendichte per 100g angeben, bei Bedarf "empfohlene Serving-Grösse" für einen Menschen mit Grösse x und Gewicht y beifügen.
- Bei der Beurteilung der Nahrung für das Label werden Kriterien wie Konservierungsmittel, Geschmacksverstärker u.a. nicht berücksichtigt? Kommentar. Dies wäre aus meiner Sicht sinnvoll.

Krebsliga Schweiz

- Die Krebsliga begrüsst das neue Label und sieht es als notwendig an, die Kriterien der Choices-Stiftung den Schweizer Gegebenheiten anzupassen. Wir stimmen den vorgeschlagenen Änderungen grösstenteils zu.
- Aus den Erfahrungen mit dem Label «5 am Tag» empfehlen wir, die Kriterien kritisch und anhand der geltenden Ernährungsrichtlinien zu überarbeiten, damit schlussendlich nur die wirklich gesunden Lebensmittel ausgezeichnet werden. Wir erachten es nicht als sinnvoll, die Kriterien zu lockern, nur damit mehr Lebensmittel ausgezeichnet werden können.

Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung

- Wir erklären uns mit den von Ihnen angeführten kritischen Fragen zu den Kriterien und den gemachten Bemerkungen und Anpassungsvorschlägen einverstanden (ausser zu 2.6 und 2.15).

Schweizerische Adipositas-Stiftung (SAPS)

- Wir sind mit der formulierten Fragestellung und den Vorschlägen einverstanden.

Zahnfreundlich Schweiz

- Nachdem es in der EU nicht gelungen ist, Nährwertprofile zu definieren und nachdem der ENVI Ausschuss des EP die Ampelkennzeichnung abgelehnt hat, halten wir es für fragwürdig, solche undifferenzierte Auslobungen – sozusagen über die private Hintertüre – dennoch einzuführen. Ob die Existenz von "Keyhole" und "Choices" in der EU garantiert ist, ist überdies fraglich. Gemäss der EU Health Claims Regulation bedürfen Empfehlungen nationaler Organisationen, die geeignet sind, den Verkauf bestimmter Produkte zu fördern, das heisst, die der Werbung dienen, der einzelstaatlichen Zustimmung. Es wäre interessant, von Choices International Foundation eine Stellungnahme zu dieser Frage zu erhalten.

Universitäten, Fachhochschulen, Forschungsinstitutionen

Forschungsanstalt Agroscope Liebefeld-Posieux (ALP)

- Das Kriterium "gesättigte Fettsäuren (SAFA)" sollte generell weggelassen werden, da die neueren wissenschaftlichen Erkenntnisse zeigen, dass gesättigte Fettsäuren keinen negativen gesundheitlichen Effekt haben (Siri-Tarino et al. AJCN 2010, Skeaff u. Miller, Ann.Nutr.Met. 2009, Mente et al. Arch.Int.Med. 2009).
- Das gleiche gilt für den Fettgehalt insgesamt, der bezüglich Gesundheit nur als Energiequelle eine Rolle spielt und deshalb von einem Kriterium "Gesamtenergiegehalt" abgelöst werden sollte.
- Beim Natriumgehalt sollte zwischen natürlichem und zugesetztem Natrium unterschieden werden und nur letzteres ein Kriterium sein, analog zum Zucker.
- Sowohl beim Brot wie auch bei den Fleischprodukten sind die Kriterien zu eng gewählt, da sie dem Konsumenten keine Wahlfreiheit lassen.
- Das Label sollte unverarbeitete Grundnahrungsmittel bevorzugt auszeichnen und nicht die verarbeiteten Industrieprodukte. Letzteres ist jedoch der Fall, weil diese an die vorgegebenen Kriterien angepasst werden können, die aus der Natur stammenden Lebensmittel jedoch nicht.
- Die Anpassungsvorschläge der Expertengruppe "Kriterien" sind ein Muss, sollte das Label definitiv eingeführt werden.

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL)

- Einige Produktgruppen (frisches Obst, Gemüse und Kartoffeln) werden mit dem Kriterium "without additives comply" beschrieben, beinhaltet dies auch Waschwasserszusätze oder das Abpacken ohne Schutzgas.

Haute école de santé Genève, HES-SO Genève, filière Nutrition et diététique

- critères pertinents en matière de promotion de la santé

Institut für Sozial- und Präventivmedizin, Universität Zürich (ISPM)

- Zusammen mit den Anpassungsvorschlägen sind diese Kriterien für mich, soweit ich das beurteilen kann, in Ordnung.

Label-Organisationen

BIO SUISSE

- Die Beurteilungskriterien basieren auf einer guten Grundlage.
- Allerdings sind Rohprodukte benachteiligt, da sie wie verarbeitete Produkte einen Zertifizierungsprozess durchlaufen müssen. Bei den Produktgruppen untereinander kann es zu einer Benachteiligung kommen, da keine absolute Beurteilung getroffen wird, sondern innerhalb einer Produktgruppe die gesündere Alternative aufgezeigt wird.

Fédération Fourchette verte Suisse

- Les critères ne sont pas assez spécifiques en fonction des groupes d'aliments. Il semble indispensable de reprendre les critères de base (acide gras, sodium, sucre, fibres) et de les normer selon les différents groupes d'aliments. Le but est de faire en sorte qu'une grande partie des aliments bruts (sans préparation industrielle) puisse obtenir le label, ce qui n'est pas le cas actuellement.

Fourchette verte Vaud

- Les critères ne sont pas assez spécifiques en fonction des groupes d'aliments. Il semble indispensable de reprendre les critères de base (acide gras, sodium, sucre, fibres) et de les normer selon les différents groupes d'aliments. Le but est de faire en sorte qu'une grande partie des aliments bruts (sans préparation industrielle) puisse obtenir le label, ce qui n'est pas le cas actuellement.

Behörden und Kommissionen

Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen (Liechtenstein)

- Die ausgewählten Kriterien sind nicht für alle Konsumenten sinnvoll; die einen brauchen die Nährstoffgruppe, die anderen nicht.

Amt für Lebensmittelsicherheit und Tiergesundheit Graubünden

- Die Vergabe des Labels stellt auf ganz wenige Kriterien ab. Wichtige Kriterien wie die biologische Wertigkeit der mit dem Lebensmittel gelieferten Proteine bleiben ebenso unberücksichtigt wie der Gehalt an sekundären Pflanzeninhaltsstoffen und Vitaminen. Die Simplifizierung auf ein paar wenige Kriterien ist für die Klassifizierung eines Lebensmittels zu gewagt.

Eidgenössisches Büro für Konsumentenfragen (BFK)

- Wir unterstützen die Anpassungsvorschläge der Expertengruppe.

Kantonales Laboratorium Thurgau

- Die Begründung für die Anpassungen erweckt teilweise den Eindruck, als sei das Ziel, möglichst viele Produkte mit Labeln auszuzeichnen und somit zu "healthy choices" zu erklären. Wenn von 231 geprüften Joghurten keines die Kriterien für das Label erfüllt, heisst das doch, dass diese Produkte eben keine "healthy choices" sind. Oder sollte es "Healthier Choices" heissen?

Kantonales Labor Zürich

- zufällig ausgewählte Kriterien, die zur gesunden Ernährung nur marginal beitragen (TFA???, Natrium: die einen haben zu viel, andere brauchen es, Zucker: was schadet er im Einzelfall?)

Konsumentenorganisationen

Konsumentenforum (kf)

- Das Label wäre nur für vorverpackte Lebensmittel mit detaillierten Inhaltsangaben möglich.

Ausländische und internationale Organisationen

Association de la Transformation Laitière Française (ATLA)

- Nous souhaitons rappeler que le critère „acides gras saturés“ n'est pas pertinent en terme nutritionnel. En effet, les acides gras saturés ne peuvent plus être considérés comme un ensemble car ils diffèrent par leur structure, leur métabolisme, leurs fonctions cellulaires et même leurs effets délétères en cas d'excès. Certains acides gras saturés à chaîne courte et moyenne n'ont pas d'effet délétères connus et plutôt même des effets favorables pour certains d'entre-eux. L'Agence Française de Sécurité Sanitaire des Aliments (AFSSA) l'a bien souligné dans sa récente mise à jour des Apports Nutritionnels Conseillés en lipides. Dans ce même document l'AFSSA a d'ailleurs augmenté l'apport nutritionnel conseillé en acides gras saturés totaux afin de tenir compte des connaissances scientifiques récentes sur ces acides gras (<http://www.afssa.fr/Documents/NUT2006sa0359.pdf>).

International Chewing Gum Association (ICGA)

- Die nährstoffbasierten Kriterien sind wissenschaftlich nicht fundiert, höchst unterschiedlich und dürften dem Endverbraucher im Einzelnen bei der Kaufentscheidung nicht bewusst sein. Die Benutzung eines visuell uniformen, jedoch im Einzelnen auf höchst unterschiedlichen Nährstoffkriterien basierten Labels ist problematisch, da der Endverbraucher daraus nicht ersehen kann, warum genau und in welchem Ausmass er mit dem Kauf eines bestimmten Produktes eine "bewusste Wahl" trifft. Ein solches Label suggeriert dem Endverbraucher ein vermeintliches nährwertspezifisches Wissen, ohne ihm dabei jedoch klare und nachvollziehbare nährwertspezifische Informationen zu liefern. Entgegen des selbsterklärten Ziels einer "bewussten Wahl" unterstützt ein solches Label somit eine impulsive, unbewusste Produktwahl durch den Verbraucher. Angesichts dessen und der Tatsache, dass das Healthy Choices Logo keine aussagekräftigen nährwertspezifischen Informationen liefert, unterstützt die ICGA das Prinzip der von den Schweizer Behörden empfohlenen Anwendung des Healthy Choices Logos nicht. Die ICGA ist der Auffassung, dass – wo relevant und praktisch durchführbar – die Angabe von GDAs auf freiwilliger Basis, wie sie in vielen Bereichen der Lebensmittelindustrie und in vielen Ländern bereits praktiziert wird, ein angemessenerer und aussagekräftigerer Ansatz ist als ein Healthy Choices Logo.

Private und Einzelpersonen

Evelyne Battaglia

- Per quanto concerne il principio, sono d'accordo con quanto espresso già dal gruppo esperti.

Otto Raunhardt

- Die Kriterien gelten für Ware im Moment des Kaufs, was bei der Zubereitung beige-fügt/entfernt wird bleibt ausser Betracht (wie Zugabe von Fett, Salz, Zucker etc.). Die Kriterien beziehen sich auf pro 100 g, pro 100 kcal, %en, unbeachtet der Portionengrösse (portion sizes/servings), was aus Sicht der Ernährung zu unsachlichen Annahmen führt. Bei "basic product groups" ist die Energiedichte ein Kriterium nur für 3 Produkt-Gruppen: für Fruit Juices (obwohl unprocessed und somit nicht beeinflussbar), Main Courses und Sandwiches/rolls; stimmt dies mit der Zielsetzung "gesündere" Lebensmittel (Übergewicht) überein? Dagegen ist die Energiedichte bei "non-basic product groups" viel öfter ein Kriterium.

Stellungnahmen zu den nährstoffbasierten Kriterien von Choices: Zusätzliche Kommentare zu den einzelnen Kriterien

Kriterium-Nr. ²²	Anzahl Kommentare	Einzelkommentare
2.1 Fresh or fresh frozen fruit, vegetables and legumes	2	<p><u>Nestlé Suisse S.A.</u>: In general it is good that all fruits and vegetables without additives comply with the criteria, however it is questionable whether products like "avocados" and some nuts should be considered on the same basis.</p> <p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Wir stimmen dem Anpassungsvorschlag "no salt added" zu.</p>
2.2 Processed fruit and vegetables	4	<p><u>Hilcona AG</u>: Natriumgehalte für Gemüse in Dosen, Kartoffelprodukte und Teigwaren sind mit 100mg/100g unrealistisch tief, da so die Produkte schlicht ungeniessbar sind. Solche Salzgehalte führen dazu, dass entsprechend unkontrolliert nachgesalzen wird, womit der gewünschte Effekt torpediert wird. Der Salzgehalt bei Trockenprodukten sagt nichts über die effektiv aufgenommene Salzmenge aus. Absolut nicht nachvollziehbar ist im gleichen Zusammenhang der für Frühstückscerealien erlaubte Salzgehalt von 500mg/100g (siehe 2.10).</p> <p><u>Krebsliga Schweiz</u>: Im Rahmen der Kampagne «5 am Tag» Schweiz zählen getrocknete Linsen nicht zur Gemüse- und Früchtegruppe. Wir würden befürworten, dass Hülsenfrüchte ausschliesslich der Gruppe stärkehaltiger Produkte zugeordnet werden, um national die gleiche Botschaft zu vermitteln. In der Definition werden "Früchte im eigenen Saft" oder Sirup aufgeführt. Früchte im Sirup sollten nicht das Choices-Label erhalten. Der Sirup gehört zum Gesamtprodukt, kann ebenfalls konsumiert werden und zu einer zusätzlichen, unnötigen Zuckeraufnahme verleiten. "Früchte im Sirup" widerspricht auch dem Kriterium, dass den verarbeiteten Früchten kein Zucker zugesetzt werden darf.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: In Kolonne "Definition" sind "tomato juice" und "mixed vegetable juices" zu streichen, sie gehören zu 2.3 (siehe nachstehend). "Deep-frozen vegetables" gehören in 2.1 (oder: weshalb in 2.1 "deep-frozen spinach (without added cream)"?).</p> <p><u>Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung</u>: Hülsenfrüchte (in der Liste "tinned kidney beans", "getrocknete Linsen") werden in den Empfehlungen für eine gesunde Ernährung zu den kohlenhydrathaltigen Lebensmitteln wie Brot und Teigwaren gezählt – und nicht zu Früchten und Gemüse. Getrocknete Linsen können nicht zu vorgefertigten Lebensmitteln gezählt werden, da sie von Natur aus getrocknet vorliegen.</p>
2.3 Fruit juices	4	<p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Die Beschränkung der Energie auf max. 48 kcal/100 ml ist unrealistisch, da damit Fruchtsäfte, welche von Natur aus mehr als 48 kcal/100 ml enthalten, wie z.B. Orangensäfte diverser Provenienzen, welche nicht aus Konzentrat hergestellt sind, zum vorne herein vom Erhalt des Labels ausgeschlossen wären.</p> <p>Es wird begrüsst, dass Gemüsesäfte gleich behandelt werden wie Fruchtsäfte und dass die übermässige Salzzugabe bei Gemüsesäften verhindert werden soll. Gewürzte Gemüsesäfte werden im</p>

²² Details siehe Tabellen II und III im Anhang 5.7

		<p>Gegensatz zu ungewürzten Säften das Label nicht erhalten. Damit werden die Essgewohnheiten der Konsumenten nicht berücksichtigt und in Kauf genommen, dass möglicherweise beim Konsumieren nachgewürzte Säfte mehr Salz enthalten als die vom Hersteller gewürzten Säfte. Darüber hinaus sind gewürzte Gemüsesäfte entsprechend deklariert.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Titel ändern: "Fruit and Vegetable Juices" - da zusammen spezifiziert (in Analogie zu 2.1 und 2.2). "Choices" spezifiziert Gesamt-Na-Gehalt (was allenfalls Sinn macht), in vielen Fällen wird Konsument Salz zugeben (Gemüsesäfte), resp. Zucker (sauren Säfte).</p> <p><u>Schweizerischer Bauernverband (SBV)</u>: Die Beurteilungskriterien werden auf Fett, zugesetzten Zucker, Natrium, Nahrungsfasern und Energie sprich Kalorien reduziert. Fruchtsäfte sind natürliche Produkte und bei den Beurteilungskriterien ist die gesundheitsfördernde Wirkung einzelner Inhaltsstoffe wie z. B. die sekundären Pflanzenstoffe (Polyphenole), Mineralstoffe, und Vitamine nicht berücksichtigt. Diesen Inhaltsstoffen ist ein grösserer Platz bei den Beurteilungskriterien einzuräumen. Weiter ist der Wert für die Energie-Angabe von 48 kcal/100ml einschränkend da einige Fruchtsäfte dieses Label nicht erhalten würden.</p> <p><u>Schweizerischer Obstverband (SOV)</u>: Die Beurteilungskriterien werden auf Fett, zugesetzten Zucker, Natrium, Nahrungsfasern und Energie (Kalorien) reduziert. Naturreine Fruchtsäfte ohne Zuckerzusatz sind wegen ihres natürlichen (gesundheitlich weniger bedenklichen) Fruchtzuckeranteils benachteiligt. Bei diesen natürlichen Produkten resp. bei den Beurteilungskriterien ist die gesundheitsfördernde Wirkung einzelner Inhaltsstoffe wie z. B. die sekundären Pflanzenstoffe (Polyphenole), Mineralstoffe, und Vitamine nicht berücksichtigt. Diesen Inhaltsstoffen ist ein grösserer Platz bei den Beurteilungskriterien einzuräumen. Weiter ist der Wert für die Energieangabe von 48 kcal/100ml einschränkend, da einige Fruchtsäfte dieses Label nicht erhalten würden. Die Kategorie 2.3 „Fruit juices“ muss noch mit verdünnten Säften mit einem Fruchtsaftgehalt über 50% erweitert werden. Die Vorteile eines Saftes mit einem geringeren Energiegehalt bleiben somit erhalten.</p>
2.4 Water (plain)	1	<u>Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten</u> : Es ist nicht nachvollziehbar, wieso bei Wasser ein Natriumgrenzwert von 20mg/100ml ausschlaggebend sein soll.
2.5 Potatoes (unprocessed)	1	<u>Otto Raunhardt</u> : "Potatoes (unprocessed)" entspricht 2.1; Kartoffeln können den Vegetables zugeordnet werden (USA). Bei der Zubereitung von Kartoffeln wird meist Salz beigefügt, was auf Stufe Verzehr zu beachten ist.
2.6 Potatoes (processed), pasta and noodles	2	<u>Otto Raunhardt</u> : Produkte mit niedrigem und hohem Wassergehalt (Kartoffelprodukte ca. 10-75% Wasser) werden gemeinsam geregelt, sinnvoll? Frischpasta zusammen mit Trockenpasta. Salzzugabe bei Zubereitung. Vgl. 2.16. <u>Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung</u> : Getrocknete Hülsenfrüchte gehören nicht in die Gruppe verarbeiteter Kartoffeln. Sie können zusammen mit den unverarbeiteten, aber in irgendeine Form geschnittenen Kartoffeln eine Gruppe bilden (2.5).
2.7 Rice	1	<u>Otto Raunhardt</u> : Reis vor dem Kochen, damit vergleichbar mit Trockenpasta (Salz fürs Kochen).
2.8 Bread	3	<u>Otto Raunhardt</u> : Produkte unterschiedlichen Wassergehaltes: Brote ca. 40%, Trockenprodukte (Zwieback etc.) ca. 10%.

		<p><u>Peter Scheffeldt</u>: Mir ist unverständlich, warum Brote eine "Added sugar: ≤ 13 en%" aufweisen dürfen. Ein allfälliger Zuckerzusatz dient der Aktivierung der Gärung durch die Hefe und da genügt ein Bruchteil des tolerierten Zuckerzusatzes. Falls in der Produktgruppe "Bread" auch "Pastry, cookies, cakes, tarts" gemeint sind, wäre es vorteilhafter, eine eigene Gruppe für letztere zu bilden. Ich erlaube mir in diesem Zusammenhang auf einen Ausspruch der letzten französischen Königin Marie-Antoinette hinzuweisen. Als sie erfuhr, dass das Volk hungerte, weil das Brote fehlte, meinte sie: Warum essen die nicht Kuchen?</p> <p><u>Schweizerischer Bauernverband (SBV)</u>: Die festgelegten Kriterien beim Natriumgehalt führt dazu, dass ein Weissbrot mit weniger Salz das Label bekommen konnte, aber dagegen ein Vollkornbrot mit den in der Schweiz üblichen Natriumwerten das Label nicht erreicht.</p>
2.9 Grains and cereal products	1	<p><u>Otto Raunhardt</u>: Fällt z.B. vorgekochter Milchreis, Griessbrei in diese Gruppe zusammen mit "Grains and cereal products"?</p>
2.10 Breakfast cereal products	5	<p><u>Hilcona AG</u>: Absolut nicht nachvollziehbar ist der für Frühstückscerealien erlaubte Salzgehalt von 500mg/100g.</p> <p><u>KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas</u>: Erlaubter Zuckeranteil ist viel zu hoch! (vgl. z. B. mit dem Anteil an Zucker in einem "unprocessed" Haferbrei?!</p> <p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Wir begrüßen die Anstrengungen, den Zuckergehalt (Limite 20g/100g) sofort und nicht erst nach 6 Jahren nach unten zu korrigieren. Die meisten Produkte sind wahre Zuckerbomben und somit vor allem für übergewichtige Kinder problematisch.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Handelt es sich hierbei um reine Cerealienprodukte oder auch um Produkte z.B. Müesli mit zugeetzten Nüssen, Trockenfrüchten?</p> <p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Wir würden die Zuckerlimite direkt auf 20 g/100 g senken.</p>
2.11 Meat, poultry, eggs (unprocessed)	11	<p><u>Ernst Sutter AG</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gesättigte Fettsäuren: Die vorgeschlagenen Werte sind für Fleisch nur bei einzelnen mageren Fleischstücken erreichbar. Alle Fleischerzeugnisse würden die genannten Limite überschreiten. - Transfettsäuren: Der angegebene Grenzwert liegt für Fleisch und alle Fleischerzeugnisse deutlich um ein Vielfaches unter den erreichbaren Werten. - Natrium: Die Limite von Na werden von allen Rohpökelfleischen und Rohwürsten überschritten. - Zucker: Diese Werte können eingehalten werden. <p>Literatur: TFA-Gehalte in Fleischprodukten und Wurstwaren (Steinhart und Fritsche 1997), Schweizerische Nährwerttabelle für Fleisch und Fleischwaren (Gerber N., Scheeder M., Wenk C., 2006), Fett aus Fleisch und Fleischerzeugnissen in der Ernährung des Menschen (Alexandra Schmid, ALP), BLS Bundeslebensmittelschlüssel (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz)</p>

		<p><u>Fédération Fourchette verte Suisse</u>: Le critère "SAFA < 1.1 g ou <13%" n'est pas clair: avoir une viande avec <1.1 g/100g de SAFA est pratiquement impossible ni qu'elle contienne < 13% de SAFA, car les produits animaux sont naturellement riches en SAFA. Un taux de lipides maximal aurait été plus intéressant, ainsi qu'indiqué en 2.13 pour les poissons "<30% of total fat", mais 30% est énorme au demeurant. Avec de tels critères, une boulette de viande très maigre additionnée de beaucoup de graisses végétales riches en MUFA et PUFA obtient le label, et pas le filet de bœuf.</p> <p><u>Fourchette verte Vaud</u>: Le critère "SAFA < 1.1 g ou <13%" n'est pas clair: avoir une viande avec <1.1 g/100g de SAFA est pratiquement impossible ni qu'elle contienne < 13% de SAFA, car les produits animaux sont naturellement riches en SAFA. Un taux de lipides maximal aurait été plus intéressant, ainsi qu'indiqué en 2.13 pour les poissons "<30% of total fat", mais 30% est énorme au demeurant. Avec de tels critères, une boulette de viande très maigre additionnée de beaucoup de graisses végétales riches en MUFA et PUFA obtient le label, et pas le filet de bœuf.</p> <p><u>IG Zöliakie der Deutschen Schweiz</u>: Eier sollten das Label erhalten, da ihre biologische Wertigkeit sehr hoch ist.</p> <p><u>KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas</u>: Der Gesamt-Fettanteil soll bei der Beurteilung für das Label mit berücksichtigt werden.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Weshalb Kriterium "Added sugar: not added" für "unprocessed" Fleisch, Geflügel und Eier?</p> <p><u>Proviande</u>: Wir weisen darauf hin, dass bei Fleischprodukten im Allgemeinen und bei Wurstwaren im Speziellen davon auszugehen ist, dass – bei zahlreichen Produkten prozessbedingt – die in Anhang II Punkte 2.11 und 2.12 angestrebten Werte mit wenigen Ausnahmen nicht eingehalten werden können. Die Tatsache, dass Fleisch und Fleischprodukte als wertvolle Eiweissträger in der menschlichen Ernährung weitestgehend vom Label ausgeschlossen werden, ist widersinnig und kann nicht akzeptiert werden.</p> <p><u>Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</u>: Die genannten Limiten liegen für die meisten Frischfleischarten, Fleischzubereitungen und Fleischerzeugnisse ausserhalb der aktuellen Gehaltsbereiche. Bezüglich des Gehaltes an gesättigten Fettsäuren können einzig einzelne magere Fleischstücke, nicht aber die übrigen Frischfleischsorten und generell die Fleischprodukte die genannten Limiten erfüllen. Bezüglich der Gehalte an Transfettsäuren sind uns einzig Analysenergebnisse von Wurstwaren bekannt, die allesamt über dem angestrebten Wert von 0.1 g pro 100 g (ohne CLA) liegen. Die in den entsprechenden Produkten untersuchten Gehalte an Zucker liegen zwar unterhalb von 2.5 g pro 100 g, geben aber die Restmenge und nicht die limitierende Zugabemenge wieder (Überprüfung wie vorgesehen?). Kritisch erscheint uns auch die vorgeschlagene Limite an Natrium (Na) v.a. für Rohwürste und Rohpökelwaren, die bei den uns zur Verfügung stehenden Ergebnissen nur in den wenigsten Fällen den Wert von 0.9 g Na bzw. 2.3 g NaCl pro 100 g zu erreichen bzw. unterschreiten vermögen. Die Zugabe von Na erfolgt hauptsächlich in der Form von Kochsalz, welches sowohl aus sensorischen (Aroma, Textur), technologischen (Löslichkeit der Muskeleiweisse, Gelbildung, Wasserbin-</p>
--	--	--

		<p>dungsvermögen) wie auch aus Gründen der Haltbarkeit (Absenkung des a_w-Wertes durch Immobilisierung von freiem Wasser) für die Herstellung von Fleischprodukten zwingend notwendig ist. Sollten die obgenannten Kriterien in Kombination für die Erlangung des "Healthy Choices-Labels" vonnöten sein, so lässt sich schliessen, dass (nahezu) die gesamte Kategorie von Fleisch und Fleischprodukten vom "Healthy Choices-Label" ausgeschlossen würde. Dies lässt sich auch aus Tabelle 1 vermuten, indem bei der entsprechenden Kategorie nur darauf hingewiesen wird, dass allfällig für Eier eine separate Kategorie zu bilden ist; Fleisch und Fleischprodukte bleiben dabei jedoch unerwähnt. Die damit angestrebte Aussage ist für uns als Aussenstehende nicht klar und bedarf daher einer Klärung. Gemäss Fussnote auf Seite 2 im Konsultationsdokument bezweckt das Label jedoch, gesündere Alternativen innerhalb von definierten Lebensmittelkategorien zu kennzeichnen und damit den Konsumentinnen und Konsumenten die Wahlfreiheit auch innerhalb der einzelnen Kategorien zu ermöglichen. Da aus unserer Sicht Fleisch und Fleischprodukte eine wichtige Lebensmittelkategorie in der omnivoren Ernährung des Menschen darstellen, die erwähnten Kriterien bezüglich einzelner Nährstoffe sich in den meisten Fällen aber nicht erfüllen lassen, ergibt sich hier aus unserer Sicht ein deutlicher Widerspruch. Das Kriterium der gesättigten Fettsäuren muss insofern auch hinterfragt werden, als in einer gerade veröffentlichten Studie kein signifikanter Zusammenhang zwischen gesättigten Fettsäuren und dem Auftreten von Herz-Kreislaufkrankheiten nachgewiesen werden konnte.</p> <p>Literatur: Gerber N., Scheeder M., Wenk C., 2006: Schweizerische Nährwerttabelle für Fleisch und Fleischwaren. Wissenschaftliche Fassung, ETH Zürich. Schmid A., Badertscher R., Collomb M., Dubois S., Guggisberg D., Scherrer D., Hadorn R., 2010: Die Zusammensetzung von Rohwürsten Schweizer Herkunft. Mitteilungen aus Lebensmitteluntersuchung und Hygiene, 100, (akzeptiert). Schmid A., Ampuero S., Bütikofer U., Scherrer D., Badertscher R., Hadorn R., 2009: Die Zusammensetzung von Brühwürsten Schweizer Herkunft. Fleischwirtschaft, 10, 98-102. Schmid A., Collomb M., Hadorn R., 2009: Die Fettsäurezusammensetzung diverser Schweizer Brühwürste. Fleischwirtschaft, 11, 101-104. Siri-Tarino P.W., Sun Q., Hu F.B., Krauss R.M., 2010: Meta-analysis of prospective cohort studies evaluating the association of saturated fat with cardiovascular disease. Am. J. Clin. Nutr., doi: 10.3945/ajcn.2009.27725 SwissFIR, 2010: Schweizer Nährwertdatenbank (online-Version): www.swissfir.ch (eingesehen am 22.2.2010).</p> <p><u>Schweizerischer Bauernverband (SBV)</u>: Die angestrebten Werte können bei zahlreichen Produkten nicht eingehalten werden. Die Tatsache, dass Fleisch- und Fleischprodukte als wertvolle Eiweiss-träger in der menschlichen Ernährung weitgehend vom Label ausgeschlossen werden, ist widersinnig und kann nicht akzeptiert werden.</p> <p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Wir stimmen überein, dass auch Eier das Label erhalten sollen.</p>
--	--	---

		<p><u>Schweizerische Vereinigung für Vegetarismus (SVV)</u>: Wenn gemeint ist, dass alle Eier ohne Einhaltung irgendwelcher Kriterien das Label erhalten sollen, wäre das Label in der Kategorie sinnlos. Deshalb lehnen wir die Einführung dieser reinen Eierwerbungs-kategorie in der Form ab.</p>
<p>2.12 Processed meat, meat products and meat substitutes</p>	<p>6</p>	<p><u>Ernst Sutter AG</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gesättigte Fettsäuren: Die vorgeschlagenen Werte sind für Fleisch nur bei einzelnen mageren Fleischstücken erreichbar. Alle Fleischerzeugnisse würden die genannten Limite überschreiten. - Transfettsäuren: Der angegebene Grenzwert liegt für Fleisch und alle Fleischerzeugnisse deutlich um ein Vielfaches unter den erreichbaren Werten. - Natrium: Die Limite von Na werden von allen Rohpökelfleischen und Rohwürsten überschritten. - Zucker: Diese Werte können eingehalten werden. <p>Literatur: TFA-Gehalte in Fleischprodukten und Wurstwaren (Steinhart und Fritsche 1997), Schweizerische Nährwerttabelle für Fleisch und Fleischwaren (Gerber N., Scheeder M., Wenk C., 2006), Fett aus Fleisch und Fleischerzeugnissen in der Ernährung des Menschen (Alexandra Schmid, ALP), BLS Bundeslebensmittelschlüssel (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz)</p> <p><u>KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas</u>: Der Gesamt-Fettanteil soll bei der Beurteilung für das Label mit berücksichtigt werden.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Die gemeinsame Kategorisierung von Würsten mit viel (>60%) und mit wenig (<30%) Wasser ist irreführend (gleiche Kriterien für Cervelat und Trockenfleisch?), die Portionsgrösse ist umgekehrt zum Wassergehalt. Vgl. 2.16.</p> <p><u>Proviande</u>: Wir weisen darauf hin, dass bei Fleischprodukten im Allgemeinen und bei Wurstwaren im Speziellen davon auszugehen ist, dass – bei zahlreichen Produkten prozessbedingt – die in Anhang II Punkte 2.11 und 2.12 angestrebten Werte mit wenigen Ausnahmen nicht eingehalten werden können. Die Tatsache, dass Fleisch und Fleischprodukte als wertvolle Eiweissträger in der menschlichen Ernährung weitestgehend vom Label ausgeschlossen werden, ist widersinnig und kann nicht akzeptiert werden.</p> <p><u>Schweizerischer Bauernverband (SBV)</u>: Die angestrebten Werte können bei zahlreichen Produkten nicht eingehalten werden. Die Tatsache, dass Fleisch- und Fleischprodukte als wertvolle Eiweissträger in der menschlichen Ernährung weitgehend vom Label ausgeschlossen werden, ist widersinnig und kann nicht akzeptiert werden.</p> <p><u>Schweizerische Vereinigung für Vegetarismus (SVV)</u>: Hier muss unbedingt auch noch die Totalmenge an Fett beschränkt werden. Kann ja nicht sein, dass eine Wurst mit 50% Fett als gesund bezeichnet wird.</p>
<p>2.13 Fresh or fresh frozen fish, shellfish and crustaceans</p>	<p>2</p>	<p><u>KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas</u>: Der Gesamt-Fettanteil soll bei der Beurteilung für das Label mit berücksichtigt werden.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Titel ergänzen "(unprocessed)" wie 2.11</p>

<p>2.14 Processed fish or fish products</p>	<p>6</p>	<p><u>KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas</u>: Der Gesamt-Fettanteil soll bei der Beurteilung für das Label mit berücksichtigt werden.</p> <p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Einzig Thon in Wasser als labeltauglich zu erklären, ist aus unserer Sicht wenig sinnvoll. Geschmacklich gehört Thon in Öl und deshalb ist eine Einschränkung der Öle (Oliven- oder Rapsöl) die bessere Option.</p> <p><u>Krebsliga Schweiz</u>: Thon in Öl enthält lt. dem Bundeslebensmittel-schlüssel 2.94 g gesättigte Fettsäuren und erfüllt somit nicht das Kriterium. Das Zusatzkriterium für den Totalfettgehalt <30% ist in diesem Fall nicht notwendig. Ebenso Kuhvollmilch enthält 2.13 g, Schlagsahne 18.2 g gesättigte Fettsäuren. Hier ist nicht nachzu-vollziehen, weshalb diese Produkte als Beispiele aufgeführt sind.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Der natürliche Fettgehalt von Fischen ist unter-schiedlich. Hohe Fettgehalte pro 100 g in z.B.: Hering 15 g, Makre-le 12 g, Thunfisch 16 g, Sprotte 17 g; und Fischprodukte: Bis-marckhering (Hering mariniert) 16 g, Brathering 15 g, Salzhering (Pökelhering) 15 g. Zu bedenken wäre, ob in 2.13 "Fresh or fresh frozen fish ..." ein Fettkriterium einzufügen ist. Ausschluss von Thon in Öl: wäre dann auch Ölsardine auszuschliessen: abgetropft Fett 14 g/100?</p> <p><u>Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung</u>: Totalfettgehalt als ein Kriterium für eine Fischkonserve mit Öl wäre vorzuziehen, da es neben Thon in Öl auch andere Fischarten in Öl gibt, wie Sar-dinen in Öl.</p> <p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Entweder gibt es ein Kriterium zur Fettqualität (n6:n3) oder aber die Gesamtfettmenge soll als Zusatzkriterium definiert werden.</p>
<p>2.15 Milk (-products)</p>	<p>10</p>	<p><u>Branchenorganisation Butter GmbH</u>: Die Milchverarbeiter werden zum Mittragen des Labels aufgemuntert. Es wird zum Beispiel der Anreiz geschaffen, dass die Gehalte von Zucker bei Milchproduk-ten erst zu einem späteren Zeitpunkt gesenkt werden müssen. Da jedoch eine Senkung des Zuckergehaltes um 2% aus geschmack-lichen Gründen teilweise nicht möglich ist, ist vorauszusehen, dass diese Produkte das Label bald wieder verlieren werden. Weiter ist es nicht verständlich, dass ein Joghurt mit 8 g Zucker auf 100 g „ungesund“ sein soll, ein anderes Produkt mit 20 g Zucker auf 100 g jedoch als „gesund“ ausgezeichnet werden kann.</p> <p><u>Emmi Schweiz AG</u>: Sojamilch ist kein Milchprodukt und hat in die-ser Produktgruppe keine Berechtigung. Die Portionengrösse von Kaffeerahm (12 g statt 7g) entspricht nicht den schweizerischen Gewohnheiten.</p> <p><u>Kantonales Laboratorium Thurgau</u>: Die Begründung für die Anhe-bung des Zuckergehaltes (als Beispiel) ist lächerlich und lässt an der ernährungspolitischen Ernsthaftigkeit des Projektes zweifeln.</p> <p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Der Vorschlag, die Zuckerlimite bei den Joghurts vorerst bei 7g zu belassen und erst in 3 Jahren auf 5g zu reduzieren ist vernünftig. Künstlich gesüsste Milchprodukte sind nicht ungesund und z.B. für Diabetiker notwendig und müssten als labelkonform klassiert werden.</p>

		<p><u>Krebsliga Schweiz</u>: Die Krebsliga befürwortet das Zuckerlimit bei Fruchtojoghurts auf 5 g festzulegen. Durch das Label wird deutlich, wie zuckerhaltig Fruchtojoghurts tatsächlich sind. Bei den in der Spalte Definition aufgeführten Lebensmittelbeispielen machen teilweise keinen Sinn. Laut Bundes-Lebensmittelschlüssel überschreiten beispielsweise die in der Kategorie „Milch(-produkte)“ genannten Vollmilch, Kaffeerahm und Sahne deutlich die maximale Menge an gesättigten Fettsäuren. Weshalb werden diese Produkte aufgeführt? Sind bei der Bewertung Ausnahmen vorgesehen?</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: "Milk (-products)". Alle Milch (und -produkte) sowie deren Substitute d.h. alle Milchen, Rahmartentypen etc. und deren Trockenprodukte ungeachtet des Fettgehaltes und ihres Energiegehaltes: wie passt dies z.B. in das Projekt der Bekämpfung von Übergewicht?</p> <p><u>Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung</u>: Wir unterstützen das Kriterium <5g Zucker/100g ab sofort, damit die Produzenten gleich bei Einführung des Labels gezwungen werden, den Zuckergehalt zu senken. Es gibt kein fachlich basiertes stichhaltiges Argument dagegen. Das von Ihnen angeführte Argument, kein zuckerhaltiger Joghurt würde bei Einführung des Labels ausgezeichnet, lassen wir nicht gelten. Wie kann Vollmilch und Rahm die Anforderungen betreffend SAFA erfüllen? Schweizer Nährwertabelle: Teilentrahmte Milch enthält 1.6 g SAFA/100g, Vollmilch 2.4.</p> <p><u>Schweizerischer Bauernverband (SBV)</u>: Vollmilch ist durch seinen Fettgehalt vom Label ausgeschlossen. Es ist fragwürdig, dass nur teilentrahmte Milch und nicht das am wenigsten verarbeitete Produkt die Auszeichnung bekommen kann. Durch die Entrahmung reduziert sich der Gehalt an fettlöslichen Vitaminen.</p> <p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Hier sind wir der Meinung, dass der Zuckergehalt auf 5g bleiben sollte.</p> <p><u>Schweizerische Vereinigung für Vegetarismus (SVV)</u>: Wir lehnen die Erhöhung des erlaubten Zuckergehaltes ab. Der Markt soll sich anpassen, nicht die Richtlinien.</p> <p><u>Association de la Transformation Laitière Française (ATLA)</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Acides gras saturés: Le seuil de 1,4g/100g ne semble pas avoir de fondement scientifique. Ce seuil devrait en effet se fonder sur les produits à base de lait entier qui reste la matière première de base. La quantité d'acides gras saturés du lait cru varie en raison de différents facteurs (par exemple la saison, la situation géographique, le type de vache...). Un lait entier peut ainsi voir sa teneur en acides gras saturés varier entre 2,6 et 3 g/100g et un yaourt entier contient en général de 2,3 à 2,6 g d'acides gras saturés pour 100g. C'est pourquoi la valeur de 3g d'acides gras saturés pour 100g semblerait un seuil plus rationnel si ce critère est toujours maintenu.</i> - <i>Sucre ajouté: Le seuil de 7 g proposé (au lieu de 5 g) reste trop strict et irréaliste compte-tenu de la teneur moyenne en sucres des produits sur le marché. L'approche proposée ici ne pourra pas aboutir à de bons résultats en terme d'évolution des comportements, d'habitation au goût sucré et d'optimisations nutritionnelles conduites par les entreprises,</i>
--	--	---

		<p>car la cible à atteindre de 7g sucre ajouté reste trop loin de la réalité des produits actuellement sur le marché.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les seuils proposés pour les produits laitiers priveraient de label la majorité des yaourts ce qui ne semble pas pertinent étant donné la pyramide alimentaire Suisse qui recommande 3 produits laitiers par jour. <p><u>Yoghurt and Live fermented milks association (YLFA International):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Les critères retenus pour les produits laitiers auront pour conséquence de priver de label la majorité des yaourts mis sur le marché suisse. Les yaourts sont des produits vivants dont les bénéfices santé font l'objet d'une abondante littérature scientifique. Nous déplorons dès lors que l'approche retenue soit basée sur quelques critères restrictifs et non sur une évaluation plus globale. Nous développerons ces commentaires dans le cadre réservé à cet effet. - Acides gras saturés : le seuil de 1,4g/100 g n'a pas de fondement scientifique. Le seuil choisi ne tient pas compte de la composition de la matière première de base, à savoir le lait entier. La quantité d'acides gras saturés du lait cru varie en raison de facteurs variable comme la saisonnalité, la situation géographique ou le type de vache (jusqu'à 3 g d'acides gras saturés par 100 g). En général, les yaourts entiers contiennent de 2.3 à 2,6 g d'acides gras saturés/100 g. - Nous nous interrogeons sur la pertinence du choix de ce critère. Il pourrait d'ailleurs être remis en question si l'on en croit l'évolution récente des recommandations nutritionnelles faites par certains organismes officiels (tels que l'OMS ou l'AFSSA) qui préconisent de ne pas condamner en bloc tous les AGS. Les acides gras saturés ont leur place dans l'alimentation humaine et, en France par exemple, leurs ANC sont revus à la hausse. - Sucre ajouté: limite de 7 g par 100 g. Le commentaire souligne à juste titre que, même si la limite en sucre passe de 5 g à 7 g, elle exclura presque tous les yaourts mis sur le marché en Suisse. Nous estimons que cette approche, renforcée par le fait que les produits édulcorés ne peuvent prétendre au logo (voir infra), est extrêmement réductrice. Elle est en outre irréaliste si l'on tient compte de la teneur moyenne en sucres des laits fermentés mis sur le marché. Nous estimons qu'une politique de santé visant à déshabituer le consommateur au goût sucré doit se faire de manière progressive. Une réduction brutale du taux de sucre ajouté dans nos produits ne fera que détourner le consommateur du produit comportant le logo, ce qui ne répondrait pas à l'objectif recherché par l'Office fédéral de la santé publique. - Acides gras trans : à l'heure actuelle, les données scientifiques disponibles ne permettent pas d'étayer l'effet délétère des acides gras trans. Ce critère nous semble non fondé. - Sodium: les produits laitiers frais ne sont pas de forts contributeurs en sodium. Ce critère est donc non pertinent pour cette catégorie de produits.
2.16 Cheese (-products)	5	<p><u>BIO SUISSE</u>: Die Ungleichbehandlung bei Käsen aller Härtestufen ist ein wichtiger Punkt.</p> <p><u>Bongrain Suisse</u>: Concernant les fromages et produits fromagers, il est anormal d'imposer le critère des AGS par rapport à la matière sèche du produit et non pour 100g ou par portion (aliment tel que</p>

		<p>consommé). Du point de vue nutritionnel, l'expression de la teneur en AGS par rapport à la matière sèche avantage outrageusement les fromages à pâtes dures par rapport aux autres catégories de produits fromagers. Par exemple, un fromage frais à tartiner, contenant une teneur en eau élevée, aura sur le produit fini une teneur en matière grasse bien inférieure aux pâtes dures, mais pourra avoir une teneur en matière grasse supérieure si exprimée par rapport à la matière sèche. Ainsi, ce critère permettrait d'apposer sur des pâtes dures un logo de santé alors que la teneur en matière grasse du produit serait bien supérieure à un produit de type pâte fraîche, qui n'aurait pas le droit d'obtenir un logo. Ce critère va entraîner pour le consommateur les conséquences contraires à celles attendues par la SSN (c'est à dire orienter vers des produits « plus sains », même si Bongrain CH réitère que la classification d'aliments « sains » / « non sains » ne lui convient pas). Même si les conditions d'obtention du logo n'ont pas forcément vocation à être communiquées directement aux consommateurs, une expression du critère AGS par rapport à la matière sèche pour les fromages ne permet pas au consommateur de comparer les fromages entre eux tels que consommés, à la portion ou aux 100g (c'est-à-dire avec leurs teneurs en eau). La notion d'expression de la matière grasse sur extrait sec a de tout temps perturbé le consommateur et les professionnels de santé, qui ont maintenant une image déformée et surestimée des teneurs réelles en matière grasse des produits. C'est pour cela qu'au niveau de certains pays européens (A ce jour, il n'y néanmoins par d'uniformisation sur l'étiquetage de la matière grasse au niveau Européen.), l'expression obligatoire de la matière grasse sur extrait sec a été abandonnée. En France, par exemple, l'étiquetage de la matière grasse est obligatoire aux 100g de produit, celui par rapport à la matière sèche étant facultatif. En Suisse, l'Ordonnance de 2005 indique qu'il convient de faire mention de la teneur en matière grasse en pourcentage de la partie lactique, et donc pas sur la matière sèche. L'expression du critère AGS des fromages par rapport à la matière sèche entraînerait une obligation d'étiquetage de la teneur en matière sèche des produits fromagers vendus en Suisse, et cela afin de faciliter les procédures de contrôle d'obtention du logo, et serait donc une contrainte supplémentaire imposée aux opérateurs économiques.</p> <p><u>Evelyne Battaglia</u>: Rimarco l'attenzione da dedicare alla categoria latticini, formaggi a pasta dura che dovrebbero poter essere inclusi e non esclusi dal label per la percentuale di grassi e quindi sostengo la proposta di almeno : $\geq 30g$ SAFA per 100g MS.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Aus nationalen Marktgründen soll hier der Wassergehalt berücksichtigt werden und die Trockenmasse als Kriterium dienen (vgl. z.B. 2.6, 2.12). Passt dies zusammen, wenn bei 2.12 "Processed Meat, meat products ..." keine solche Differenzierung gemacht wird? Was bedeutet "+" in der Kolonne "Definition"? Die vorgeschlagene CH-Regelung betr. SAFA wirkt als Schutz verarbeiteter einheimischer Naturprodukte; sollen fettreduzierte (halb-, viertel-Fett-) Käse beim Label bevorteilt werden? Auch bei anderen Kriterien "nationaler" oder Produkte-Schutz? Kann das Label zum Schutz einheimischer (Landwirtschaft-) Produkte (durch entsprechende Kriterien) verwendet werden (auch in anderen Ländern)?</p>
--	--	---

		<p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Käse muss unbedingt mit F.i.Tr. definiert werden (gemäss Anpassungsvorschlag).</p> <p><i>Association de la Transformation Laitière Française (ATLA): Acides gras saturés: Nous comprenons le souhait de la SFN d'avoir un seuil qui permette un traitement identique de tous les types de fromage et ce quelle que soit la dureté de la pâte. Toutefois, d'après nos simulations, le seuil proposé reste défavorable à la majorité des fromages et notamment aux pâtes fraîches et aux pâtes molles, créant ainsi d'autres inégalités de traitement entre les fromages, injustifiées d'un point de vue nutritionnel. Ce seuil conduirait à des aberrations puisque certains fromages à pâte dure pourraient apposer le logo alors que leur teneur en matière grasse est supérieure à celle d'un produit de type pâte fraîche qui n'aurait pas le droit d'obtenir ce logo. Par ailleurs, une expression de la teneur en acides gras saturés par rapport à la matière sèche entrainerait vraisemblablement un étiquetage obligatoire de la teneur en matière sèche de cette catégorie de produits (afin de faciliter les procédures de contrôle d'obtention du logo) et serait donc une contrainte supplémentaire imposée aux opérateurs. D'après nos simulations, nous considérons que pour la catégorie des fromages le seuil de 20g d'acides gras saturés pour 100g serait suffisamment discriminant et donc acceptable si ce critère global des acides gras saturés est maintenu.</i></p>
<p>2.17 Oils, fats and fat containing spreads</p>	<p>4</p>	<p><u>Bongrain Suisse</u>: Concernant la catégorie des matières grasses (« Oils, fats and fat containing spreads »), un tel critère sur les AGS (SAFA en % total fat) va entrainer l'exclusion du logo de toute la catégorie des beurres et matières grasses laitières à tartiner. En effet, la matière grasse laitière est composée de 65 à 70% d'AGS (acides gras saturés), le reste étant composé d'AGI (acides gras insaturés). Etant donné cette composition en AGS, le choix des unités doit se faire aux 100g de produits et non par rapport à la teneur en lipides. Même un beurre avec hypothétiquement 1% de matière grasse auraient toujours une composition de la matière grasse de 65% à 70% d'AGS (= à 65 à 70% des lipides), mais exprimés aux 100g de produit, cela revient à 0,65 à 0,70g/100g d'AGS de produit. Choisir un tel critère sur les AGS pour les beurres revient à éliminer d'office toute la catégorie des beurres pour l'obtention du label santé : (1) en empêchant l'innovation, car même un « beurre » allégé en matière grasse contenant seulement 1% de MG serait exclu, (2) cela revient à éliminer aussi les beurres très allégés (existence sur le marché européen de beurres à 10% de matière grasse), qui contiennent sur produit fini moins de matière grasse et d'acides gras saturés que certaines margarines qui pourraient apposer le logo.</p> <p><u>Fédération Fourchette verte Suisse</u>: Le beurre ou les huiles actuellement recommandées pour la cuisson n'obtiennent pas le label en raison du critère "SAFA < 1.1 g ou <13%" ou "n6:n3 max 10:1".</p> <p><u>Fourchette verte Vaud</u>: Le beurre ou les huiles actuellement recommandées pour la cuisson n'obtiennent pas le label en raison du critère "SAFA < 1.1 g ou <13%" ou "n6:n3 max 10:1".</p> <p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Hier soll die Regel bezüglich n6/n3-Verhältnis auch eingeführt werden(analog 2.14).</p>

		<p><i>Association de la Transformation Laitière Française (ATLA): Le seuil pour les acides gras saturés exclu totalement la catégorie des beurres, même très allégés. Or, « tous les aliments ont une place dans une alimentation équilibré » (Pyramide alimentaire Suisse), ainsi il n'est pas nutritionnellement raisonnable d'exclure toute une catégorie de produits. Il est essentiel pour éviter cela que le seuil en acides gras saturés soit exprimé sur 100g de produit et non sur la matière grasse totale. En effet, la composition en acides gras de la matière grasse laitière est relativement constante (70% d'acides gras saturés et 30% de non saturés) car elle dépend de la composition naturelle du lait en acides gras. De ce fait, le suil proposé n'incitera pas les opérateurs à développer des beurres à plus faible teneur en acides gras saturés puisque même un beurre très allégé ne pourrait pas obtenir le logo. Un seuil de 30g d'acides gras saturés pour 100g de produit permettrait par contre de rendre éligible les beurres allégés et d'encourager l'innovation. Soulignons également que le beurre n'apporte pas seulement des acides gras saturés: il contribue également aux apports en vitamines liposolubles et en acides gras essentiels.</i></p>
2.18 Main course	1	<p><u>KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas</u>: Der Gesamt-Fettanteil soll bei der Beurteilung für das Label mit berücksichtigt werden. Kaloriendichte per 100g angeben, nicht per Serving.</p>
2.19 Sandwiches / rolls	1	<p><u>KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas</u>: Der Gesamt-Fettanteil soll bei der Beurteilung für das Label mit berücksichtigt werden. Kaloriendichte per 100g angeben, nicht per Serving.</p>
3.1 Soups	1	<p><u>Otto Raunhardt</u>: Alle diese Produkte in zubereiteter Form.</p>
3.2 Meal sauces	1	<p><u>Otto Raunhardt</u>: Alle diese Produkte in zubereiteter Form.</p>
3.3 Other sauces (on water basis)	3	<p><u>Krebsliga Schweiz</u>: Wir würden begrüßen, den Zuckergehalt bei "Anderen Saucen auf Wasserbasis" als Kriterium ebenfalls zu berücksichtigen. Es ist nicht nachvollziehbar, weshalb Barbecue-Saucen und Ketchup in eine spezielle Saucengruppe eingeteilt werden, bei der das Limit für den Zuckergehalt unbegründet wegfällt!</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Alle diese Produkte in zubereiteter Form. Kein Zucker-Maximum wegen der kleineren Portionengrösse <35 g?</p> <p><u>Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung</u>: Wir würden begrüßen, den Zuckergehalt bei "Anderen Saucen auf Wasserbasis" als Kriterium ebenfalls zu berücksichtigen. Es ist nicht nachvollziehbar, weshalb Barbecue-Saucen und Ketchup in eine spezielle Saucengruppe eingeteilt werden, bei der das Limit für den Zuckergehalt wegfällt!</p>
3.4 Other sauces (emulsions)	2	<p><u>Otto Raunhardt</u>: Alle diese Produkte in zubereiteter Form.</p> <p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Auch da stimmen wir dem Vorschlag zu, würden jedoch nicht nur die Salatsaucen, sondern auch Dippsaucen dieser Regel unterwerfen.</p>
3.5 Snacks (incl. pastry, edible ice cream, sweet snacks, savoury snacks)	1	<p><u>Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung</u>: Warum wird von den Eiscremesorten nur Vanilla-Geschmack erwähnt? Warum gelten die Kriterien nicht für Eiskremes aller Geschmacksrichtungen?</p>

<p>3.6 Beverages</p>	<p>5</p>	<p><u>Krebsliga Schweiz</u>: Bei den Getränken befürworten wir die Limitierung des Kaloriengehalts auf 20 kcal/100ml. Wir fordern auch, dass keine mit Süsstoff gesüssten Getränke ein Gesundheitslabel erhalten. Die Lebensmittelindustrie soll bei den Produkten den Zuckergehalt reduzieren und nicht die Möglichkeit haben, ersatzweise Süsstoffe einzusetzen, um den gleichen Süssungsgrad zu erzielen.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: "Beverages". Forderung Max. 20 kcal/100 ml ("energiearm") und Verbot von Süssungsmittel ermöglicht Label "Choice" nur für Getränke mit bis 20 kcal/100 ml, nicht aber für "Zero"-Produkte, sinnvoll?</p> <p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Wir würden grundsätzlich gezuckerte Getränke nicht labeln, oder aber mindestens gemäss dem Anpassungsvorschlag auf die 20 kcal pro 100ml gehen.</p> <p><u>Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten</u>: Es stellt sich die Frage, wieso bei der Produktgruppe Getränke der Energiegehalt von 30kcal/ml auf 20 kcal/ml reduziert werden soll.</p> <p><u>Wander AG</u>: Tee hat aus unserer Sicht mindestens den Stellenwert wie Wasser und müsste von der Kategorie "Beverages / non-basic product groups" in "basic product groups" verschoben werden. Hinzu kommt, dass die Nährstoffkriterien auf Tee nicht zu treffen, Tee aber durchaus ein gesundes Lebensmittel ist.</p>
<p>3.7 Bread toppings incl. hummus like products</p>	<p>0</p>	<p>-</p>
<p>3.8 All other products</p>	<p>0</p>	<p>-</p>

5.5 Stellungnahmen zu den allgemeinen Anpassungsvorschlägen der Expertengruppe „Kriterien“ bezüglich der Choices-Kriterien

Wirtschaftsakteure: Produzenten industrieller Produkte

Hilcona AG

- Ein Zubereitungshinweis sollte bei Produkten vorgeschrieben werden, die nicht zum Direktverzehr vorgesehen sind.
- Die Forderung, dass Nahrungsfasern nur als natürlich vorkommender Bestandteil von Hauptkomponenten des Lebensmittels zählen, ist widersinnig. Ein gezielter Zusatz von Nahrungsfasern sollte erlaubt sein (Aufwertung der Produkte).

PanGas AG

- mit Expertengruppe einverstanden

Unilever Schweiz GmbH

- mangelnde wissenschaftliche Quellen, Hauptargument LM-Pyramide: Es scheinen eher subjektive Anpassungen sowie Interessen aus z.B. Milchindustrie zu sein, welche sicher mit dem Komitee zu diskutieren sind (Bsp: Zuckerlimite bei Joghurt auf 7g Zucker (statt 5 g) erhöhen und erst in drei Jahren auf 5 g reduzieren, FIT bei Käse etc.).

Wander AG

- Wir schliessen uns den Ausführungen der FIAL an. Die Kriterien berücksichtigen die Anforderungen für weitere Speziallebensmittel nicht: z.B. Produkte zur Gewichtskontrolle, die per Gesetz nährstoffbilanziert sind oder Produkte für die Sporternährung, warum sollten die nicht gesund sein? Oder anders ausgedrückt: Die Choices Label Kriterien müssten auch mit den gesetzlichen Mindestanforderungen dieser Produkte kongruent sein.

Wirtschaftsakteure: Produzenten landwirtschaftlicher Produkte

Branchenorganisation Butter GmbH

- Grundsätzlich sind alle Kriterien so zu gestalten, dass diese der schweizerischen Lebensmittelgesetzgebung nicht widersprechen.

Schweizer Milchproduzenten (SMP)

- Die Organisation der Schweizer Milchproduzenten SMP nimmt die Anpassungsvorschläge der Expertengruppe zur Kenntnis. Die grundsätzliche Fragestellung der fehlenden wissenschaftlichen Evidenz und der daraus resultierenden Fragwürdigkeit, ein „Gesundheits-Label“ einzuführen, bleibt bestehen.
- Die Organisation der Schweizer Milchproduzenten SMP wehrt sich dagegen, dass heimische Grundnahrungsmittel diskriminiert werden. Grundnahrungsmittel sind – in den Mengen, wie sie die Lebensmittelpyramide vorgibt – sowohl ernährungsphysiologisch als auch aus sozialer und umweltschonender Sicht wertvoll und sinnvoll. Würde Choices umgesetzt, gälten Schweizer Grundnahrungsmittel wie Brot, Fleisch, Käse, Butter und

viele andere Produkte als „nicht empfehlenswerte“ Nahrungsmittel. Bei der Labelvergabe hätte Butter als einziges Grundnahrungsmittel aufgrund der unwissenschaftlichen Kriterien von Choices keine Chance, obwohl es sich um ein unverfälschtes und natürliches Grundprodukt handelt. Bis heute zeigte keine Studie, dass Butter für die Gesundheit Nachteile hat. Auch die Ernährungspyramide schliesst Butter nicht aus. Dies zeigt einmal mehr, dass es sich beim Choices-Label primär um die Marketingstrategie eines global agierenden Herstellers von Pflanzenfettprodukten handelt.

- Es ist anzunehmen, dass Konsumentinnen und Konsumenten mit dem Umkehrschluss auf Produkte reagieren, die nicht ausgezeichnet sind. Alle Produkte, die das Label nicht tragen, werden sie als „ungesund“ einstufen. Sie kaufen „Label“-Guetzli, aber keine Milch. Sie kaufen „Label“-Pommes frites, aber keine Butter. Sie kaufen „Label“-Reiswaffeln, aber kein Brot. Damit wird die von der Ernährungsberatung seit Jahren bekämpfte „Schwarz-Weiss-Malerei“ wieder neu belebt und dies kann zu neuem Fehlverhalten führen.

Schweizerischer Obstverband (SOV)

- Vorschlag für eine neue Kategorie: „Apfelwein ohne Alkohol“. Diese Kategorie erfüllt ebenfalls die angestrebten Kriterien wie alkoholfrei mit einem tiefen Energiegehalt. Die gesundheitsfördernden Inhaltsstoffe sind ebenfalls noch vorhanden.

Präventions- und Gesundheitsorganisationen

IG Zöliakie der Deutschen Schweiz

- Kann das Choices-Label auch auf Allergene und Intoleranzen eingehen? Oder auch auf "allergiefördernde Lebensmittel"?

KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas

- OK

Krebsliga Schweiz

- Die genannten Anpassungsvorschläge vertritt die Krebsliga vollständig.

Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung

- Wir erklären uns mit Ihren allgemeinen Anpassungsvorschlägen einverstanden, ausser mit Punkt 1.3.

Schweizerische Adipositas-Stiftung (SAPS)

- Grundsätzlich einverstanden.

Berufsverbände

Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)

- Mit den allgemeinen Vorschlägen der Gruppe sind wir grundsätzlich einverstanden.

Universitäten, Fachhochschulen, Forschungsinstitutionen

Forschungsanstalt Agroscope Liebefeld-Posieux (ALP)

- Wir stimmen den Anpassungsvorschlägen der Expertengruppe vollständig zu.
- Diese Anpassungen sind ein Muss, sollte das Label definitiv eingeführt werden.

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL)

- Die allgemeinen Anpassungsvorschläge finde ich sehr sinnvoll und stimme diesen zu.

Haute école de santé Genève, HES-SO Genève, filière Nutrition et diététique

- remarques pertinentes, adaptation visible au marché suisse

Institut für Sozial- und Präventivmedizin, Universität Zürich (ISPM)

- Ich finde die Anpassungsvorschläge notwendig und gut begründet

Label-Organisationen

BIO SUISSE

- Die allgemeinen Anpassungsvorschläge der Expertengruppe werden unterstützt.

Fédération Fourchette verte Suisse

- Il manque la liste des portions dont il est fait mention en annexe 4.

Fourchette verte Vaud

- Il manque la liste des portions dont il est fait mention en annexe 4.

Behörden und Kommissionen

Amt für Lebensmittelsicherheit und Tiergesundheit Graubünden

- sind gut zu heissen

Eidgenössisches Büro für Konsumentenfragen (BFK)

- Wir unterstützen die Kriterien der Expertengruppe.

Private und Einzelpersonen

Evelyne Battaglia

- Sono d'accordo con quanto proposto dal gruppo esperti.
- Le categorie di alimenti di per sé sfavorevoli come merendine ricche di grassi e bevande zuccherate sarebbero per me da escludere in quanto non rientrano nella piramide alimentare di base anche se il contenuto di zucchero non supera il valore definito.

Stellungnahmen zu den allgemeinen Anpassungsvorschlägen der Expertengruppe „Kriterien“ bezüglich der Choices-Kriterien: Zusätzliche Kommentare zu den einzelnen Kriterien

Kriterium-Nr. ²³	Anzahl Kommentare	Einzelkommentare
1.1 Keine Widersprüche zur Lebensmittelpyramide	9	<p><u>Bongrain Suisse</u>: En premier lieu les critères « Choices » ne doivent pas être en contradiction avec la pyramide alimentaire Suisse. En effet, la pyramide alimentaire Suisse illustre un régime varié et équilibré, qui garantit un apport suffisant en énergie ainsi qu'en substances nutritives et protectrices indispensables à l'organisme et qui contribue de manière significative à notre bien-être. Liée à la notion de parcimonie (quantité consommées raisonnables, avec des tailles de portions déterminées et raisonnables), tous les aliments ont leur place dans une alimentation équilibrée. Il est important que leur sélection soit aussi diversifiée que possible à chaque étage de la pyramide et adaptée à la saison, et que leur mode de préparation préserve leurs propriétés nutritionnelles. Concernant les matières grasses, des quantités raisonnables d'huile végétale de haute valeur nutritive (colza, olive) sont recommandées pour la cuisson ou l'assaisonnement. Des quantités raisonnables (10g) sont recommandées également par la pyramide alimentaire pour les tartines, en jouant sur la variété alimentaire : utiliser du beurre ou de la margarine à base d'huile de haute valeur nutritive. Or, les critères proposés pour la catégorie des matières grasses (SAFA ≤ 30 % of total fat) excluent tous les beurres du logo. Exclure tous les beurres, même les allégés en matière grasse (et même hypothétiquement un beurre à 1% de matière grasse) d'un logo de santé revient à dire que les beurres ne peuvent appartenir à un régime alimentaire équilibré, ce qui est en contradiction avec les recommandations des pyramides alimentaires de nombreux pays en Europe, y compris la Suisse. En effet, pour des produits substituables en termes d'usages de consommation (beurre vs. margarine), les consommateurs auront naturellement tendance à privilégier les produits portant le logo, et à considérer en conséquence ceux qui le ne portent pas comme des produits non sains à éviter. Or exclure totalement une catégorie de produits est contraire à la notion de parcimonie, d'équilibre, d'alimentation variée et équilibrée, propre à une bonne éducation alimentaire des populations, telle que prônée par la Suisse. Il convient aussi de rappeler pour être complet que les fromages et les beurres restent des produits traditionnels peu transformés, dont la composition est souvent réglementée et difficile à modifier pour des contraintes organoleptiques et sanitaires. Il est dommage que ces produits, représentant d'un patrimoine alimentaire, soient pénalisés par le système retenu, alors que des produits d'assemblage très transformés pourront plus facilement bénéficier du logo (plus de marge de manœuvre, par substitution d'ingrédients ou utilisation d'additifs, pour passer les seuils).</p> <p><u>Ernst Sutter AG</u>: Wir sind auch der Meinung, dass es zur LMP keinen Widerspruch geben darf.</p>

²³ Details siehe Tabelle I im Anhang im Anhang 5.7

		<p><u>Evelyne Battaglia</u>: In particolare vorrei sottolineare l'importanza di attribuire il Label Healthy choice agli alimenti naturali e quelli presenti nella piramide alimentare svizzera.</p> <p><u>IG Zöliakie der Deutschen Schweiz</u>: Die Anpassung an LMP ist wichtig.</p> <p><u>Konsumentenorganisationen SKS, FRC, ACSI</u>: Unserer Ansicht nach macht das Choices-Label nur Sinn, wenn das Label in einem klaren und verständlichen Bezug zur Lebensmittelpyramide steht. Beim Kauf eines gelabelten Snacks oder von gelabelten Chips muss ersichtlich sein, dass diese trotz Label nur mit Mass konsumiert werden sollen. Falls die Wahl auf das Choices-Label fallen soll, muss das Label mit der Lebensmittelpyramide gekoppelt werden. Der Käuferin, dem Käufer des Produktes muss aufgezeigt werden, dass das Produkt in der jeweiligen Kategorie zu den besten gehört, aber dennoch gemäss den Empfehlungen der Lebensmittelpyramide konsumiert werden soll.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Die Vorgabe "nicht in Widerspruch mit der Lebensmittelpyramide (LMP)" führt bei manchen Produkten zu einem nationalen Label-Standard und es fragt sich, ob dies für Exportprodukte tolerierbar ist (Akzeptanz im Exportland?).</p> <p><u>Proviande</u>: Die angestrebte Übereinstimmung mit der Lebensmittelpyramide ist zwingend.</p> <p><u>Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</u>: Die angestrebte Übereinstimmung mit der Botschaft der Lebensmittelpyramide ist aus unserer Sicht ebenfalls zu begrüssen.</p> <p><u>Schweizerischer Bauernverband (SBV)</u>: Die angestrebte Übereinstimmung mit der Lebensmittelpyramide ist zwingend.</p>
<p>1.2 Umfassende Nährwert- kennzeichnung für verarbeitete, vorverpackte Produkte</p>	<p>7</p>	<p><u>Emmi Schweiz AG</u>: Nährwertkennzeichnung (Big 8): Das «Choices» Logo soll eine gesundheitsbezogene Angabe nach LKV Art. 29 f sein und dadurch eine entsprechende Nährwertkennzeichnung erfordern. Nach unserem Kenntnisstand ist der wissenschaftliche Nachweis anhand von Humanstudien, wie dies gemäss EU VO 353/2008 durchzuführen ist, nicht erbracht. Somit ist keine gesundheitsrelevante Aussage möglich. Das «Choices» Logo ähnlich dem Logo «5 am Tag» einzustufen. Die Kennzeichnung der «Big 8» kann nur freiwillig erfolgen.</p> <p><u>Ernst Sutter AG</u>: Eine für alle gut verständliche Nährwertkennzeichnung wird schon heute auf freiwilliger Basis von vielen Herstellern / Grossverteilern praktiziert. Im Konsultationsdokument wird auf der Seite 3 beschrieben, dass für den Konsument die heutige Deklaration auf den Lebensmittelpackungen zu wenig verständlich ist. Wir sind der Meinung, dass bei der vorgeschlagenen umfassenden Nährwertkennzeichnung (incl Big 8) der Konsument noch weniger in der Lage sein wird, dass für ihn richtige und gesunde Lebensmittel auszuwählen.</p> <p><u>Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fia)</u>: Die Kennzeichnung eines Lebensmittels mit einem sogenannten "Healthy Choice Label" stellt keine gesundheitsbezogene Angabe dar. Die Definition einer gesundheitsbezogenen Angabe lautet gemäss Art. 29f der "Verordnung über die Kennzeichnung und Anpreisung von Lebensmitteln" (LKV, SR 817.022.21) wie</p>

		<p>folgt: Gesundheitsbezogene Angaben sind sprachliche oder bildliche Angaben, einschliesslich grafischer Elemente oder Symbole in jeder Form, mit denen erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Zusammenhang zwischen einer Lebensmittelkategorie, einem Lebensmittel oder einem Lebensmittelbestandteil einerseits und der Gesundheit andererseits besteht." Das "Healthy Choice Label" stellt ein allgemeines Label dar. Deshalb wird aufgrund dessen die Nährwertkennzeichnung nicht zwingend notwendig.</p> <p><u>IG Zöliakie der Deutschen Schweiz</u>: Die umfassende Nährwertzeichnung (inkl. Big 8) in Bezug auf gesundheitsbezogene Aspekte ist wichtig.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Da es sich um ein allgemein-informatives Label (Label für nährwertbezogene Angabe) handelt, soll die umfassende Nährwertkennzeichnung (Big8) keine Vorschrift sein. Von den Big8 sind Label-Kriterien: gesättigte Fettsäuren (SAFA), Nahrungsfasern, Natrium (für Label partiell: Energie); nicht zu den Big8-Kriterien gehören: Trans-Fettsäuren (TFA), Added sugar, durch das Label würden die Big8 um diese beiden erweitert zu 10 Elementen. Für gesundheitsbezogene Angaben sind entsprechende (klinische) Studien Voraussetzung. Definition für "verarbeitet"? Ist in 2.7 "whole grain rice" ein verarbeitetes Produkt? Und in 2.11 "Meat, poultry, eggs (unprocessed)?"</p> <p><u>Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</u>: Hingegen stellt sich die Frage, weshalb von der Expertengruppe eine explizite umfassende Nährwertkennzeichnung gefordert wird, wenn gleichzeitig das zusätzlich angebrachte Choices-Label als gesundheitsbezogene Angabe eine Vereinfachung für die Konsumenten bringen soll.</p> <p><u>Zweifel Pomy-Chips AG</u>: Die Kennzeichnung eines Lebensmittels mit einem sogenannten "Healthy Choice Label" stellt keine gesundheitsbezogene Angabe dar. Die Definition einer gesundheitsbezogenen Angabe lautet gemäss Art. 29f der "Verordnung über die Kennzeichnung und Anpreisung von Lebensmitteln" (LKV, SR 817.022.21) wie folgt: Gesundheitsbezogene Angaben sind sprachliche oder bildliche Angaben, einschliesslich grafischer Elemente oder Symbole in jeder Form, mit denen erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Zusammenhang zwischen einer Lebensmittelkategorie, einem Lebensmittel oder einem Lebensmittelbestandteil einerseits und der Gesundheit andererseits besteht." Das "Healthy Choice Label" stellt ein allgemeines Label dar. Deshalb wird aufgrund dessen die Nährwertkennzeichnung nicht zwingend notwendig.</p>
<p>1.3 Produkte mit Süssungsmitteln erhalten Label nicht</p>	<p>14</p>	<p><u>Denner AG</u>: Getränke mit Süssungsmitteln sollten das Label erhalten können. Da jede Zuckerreduktion begrüssenswert ist.</p> <p><u>Emmi Schweiz AG</u>: In den Kriterien anderer Länder fehlt diese Einschränkung (Verbot von Süssungsmitteln).</p> <p><u>Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial)</u>: Süsswaren sind in der Ernährungspyramide ganz oben angesiedelt – ein massvoller Verzehr ist angesagt. Dennoch haben Süsswaren in einer abwechslungsreichen Ernährung Platz. Zuckerfreie Süsswaren mit Süssungsmitteln sind eine</p>

		<p>sinnvolle Alternative zu zuckerhaltigen Süsswaren – sie sind in der Regel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zahnschonend (keine Bildung von zahnschädigender Milchsäure beim Genuss); - für Diabetiker geeignet (keine schnelle Erhöhung des Blutzuckerspiegels) und; - energiereduziert im Vergleich zu zuckerhaltigen Produkten <p>Sicherheit: Zuckerfreie Süsswaren mit Süssungsmitteln unterliegen dem Lebensmittelgesetz. Unter Einhaltung der für Süssungsmittel geltenden Regelungen in der Zusatzstoffverordnung und den besonderen Kennzeichnungsvorschriften kann nach dem aktuellen Stand von Wissenschaft und Technik davon ausgegangen werden, dass sie gesundheitlich unbedenklich sind. Die fial versteht deshalb nicht, weshalb Lebensmittel, welche Süssungsmittel enthalten, in jedem Fall kein Label erhalten sollen. Die Begründung, dass das Keyhole-System aus Schweden Produkte mit Süssungsmitteln generell von der Labelkennzeichnung ausschliesst, ist unzureichend.</p> <p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Produkte mit Süssungsmittel sollen das Label generell nicht erhalten. Süssungsmittel sind gesundheitlich als unbedenklich eingestuft und sind nicht vom Label auszuschliessen.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Produkte mit Süssungsmittel(n) sind zum Label zuzulassen. Die Definition "Süssungsmittel" umfasst sowohl die nicht kalorigen wie auch die kalorigen Süssungsmittel (ZuV Anhang 1 "c. Süssungsmittel (Süssstoffe)"). Das vorgeschlagene Verbot kennt Choice International Foundation (CIF) nicht. Wäre das Verbot im Sinn von CIF? Wird die Schweiz Süssungsmittel-haltige importierte Produkte verbieten belassen (Diskriminierung von Schweizer Herstellern) oder verbieten?</p> <p><u>Peter Scheffeldt</u>: Ist es notwendig und sinnvoll, so strikt und in allen Fällen auf Süssungsmittel bei der Vergabe des Labels zu verzichten? Bei dem im Vorschlag für Milchprodukte (Anhang II, 2.15) vorgesehenen maximalen Zuckerzusatz (7g/100g) fallen z.B. auch die gezuckerten Bio-Yoghurts durch. Selbstverständlich wären für diese Produkte Süssungsmittel keine Lösung, hingegen für die "konventionellen" Milchprodukte.</p> <p><u>Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung</u>: Warum wollen Sie generell mit künstlichen Süssungsmitteln gesüsste Produkte nicht auszeichnen? Wir können uns die fachlichen Argumente denken, empfinden aber das Vorgehen als unangemessen (warum sollte man nicht künstlich gesüsste Bonbons (wegen Karies-Vorbeugung) essen?) und gegenüber mit Zucker/-arten gesüssten Getränken als unausgewogen: Diese werden nicht so "hart" beurteilt – mit einem Energiegehalt unter 30 kcal/100ml erhalten diese das Label! Wenn Getränke mit künstlichen Süssungsmitteln das Label nicht erhalten sollen, dann sollten es zuckergesüsste Getränke auch nicht bekommen.</p> <p><u>Schweizerische Adipositas-Stiftung (SAPS)</u>: Aus Sicht der übergewichtigen Konsumenten (Gewichtskontrolle, Abnehmen) ist nicht nachvollziehbar, weshalb Getränke mit anerkannten Süssungsmitteln und kalorienfreiem Zuckerersatz kein Label erhalten sollten; dies setzt u.U. völlig falsche Anreize und verleitet dazu, aufgrund der fehlenden Labels allenfalls Produkte mit</p>
--	--	---

		<p>geringem Zuckergehalt (<30 kcal/dl) bevorzugt zu konsumieren.</p> <p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Wir möchten zu bedenken geben, dass es für die negative Beurteilung einiger künstlich gesüsster Getränke wenig wissenschaftliche Grundlagen gibt. Zudem kann diese negative Beurteilung zu Unsicherheiten bei Diabetikern führen, welche sich möglicherweise am Label orientieren (z. B: Sprite zero, Rivella blau).</p> <p><u>Schweizerische Vereinigung für Vegetarismus (SVV)</u>: "Süssungsmittel" muss genauer definiert werden. Nicht alle Süssungsmittel sind künstlich und problematisch. Z.B. Birnel, Ahorn dicksaft, etc. sollten nicht grundsätzlich als Ausschlusskriterium gelten.</p> <p><u>Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten</u>: Süsswaren sind in der Ernährungspyramide ganz oben angesiedelt – ein massvoller Verzehr ist angesagt. Dennoch haben Süsswaren in einer abwechslungsreichen Ernährung Platz. Zuckerfreie Süsswaren mit Süssungsmitteln sind eine sinnvolle Alternative zu zuckerhaltigen Süsswaren – sie sind in der Regel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zahnschonend (keine Bildung von zahnschädigender Milchsäure beim Genuss); - für Diabetiker geeignet (keine schnelle Erhöhung des Blutzuckerspiegels) und; - energiereduziert im Vergleich zu zuckerhaltigen Produkten. <p>Natürlichkeit: Kalorigene Süssungsmittel (Polyole) wie Xylit, Sorbit usw. kommen natürlicherweise auch in Früchten und Gemüse vor.</p> <p>Sicherheit: Zuckerfreie Süsswaren mit Süssungsmitteln unterliegen dem Lebensmittelgesetz. Unter Einhaltung der für Süssungsmittel geltenden Regelungen in der Zusatzstoffverordnung und den besonderen Kennzeichnungsvorschriften kann nach dem aktuellen Stand von Wissenschaft und Technik davon ausgegangen werden, dass gesundheitlich unbedenklich sind.</p> <p>Der Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten versteht deshalb nicht, weshalb Getränke, welche Süssungsmittel enthalten, in jedem Fall kein Label erhalten sollen. Die Begründung, dass das Keyhole-System aus Schweden Produkte mit Süssungsmitteln generell von der Labelkennzeichnung ausschliesst, ist unzureichend.</p> <p><u>Wrigley GmbH</u>: Ein massvoller Verzehr von Süsswaren ist ein sinnvoller und genussbringender Bestandteil einer abwechslungsreichen Ernährung. Mit Sugus vertreibt Wrigley in der Schweiz ein Süsswarenprodukt, das seit über 75 Jahren zu den beliebtesten und stärksten Marken in der Schweiz zählt. Sugus gibt es sowohl in zuckerhaltigen wie zuckerfreien Sorten. Zuckerfreie Süsswaren mit Süssungsmitteln sind eine sinnvolle und weit verbreitete Alternative zu zuckerhaltigen Süsswaren. Sie sind zahnschonend, für Diabetiker geeignet und im Vergleich zu zuckerhaltigen Produkten energiereduziert. Bei Einhaltung der gegenwärtigen Regelungen ist nach dem aktuellen Wissensstand davon auszugehen, dass Lebensmitteln mit Süssungsmitteln gesundheitlich unbedenklich sind. Aus diesen Gründen ist es nicht nachvollziehbar, warum Lebensmittel mit</p>
--	--	--

		<p>Süssungsmitteln pauschal vom "Healthy Choice" Label System ausgeschlossen werden sollten. Die Begründung, dass das Keyhole-System aus Schweden Produkte mit Süssungsmitteln generell von der Labelkennzeichnung ausschliesst, ist unzureichend. Das auf einem ähnlichen Ansatz beruhende US-amerikanische "Smart Choices" Model enthält z.B. eine separate Kategorie für Kaugummiprodukte. Nach den dortigen Definitionen sind Kaugummiprodukte mit Süssungsmitteln zum Tragen des Labels qualifiziert.</p> <p><u>Zahnfreundlich Schweiz:</u> Der Ausschluss von Produkten mit Süssungsmitteln entbehrt jeder wissenschaftlicher Begründung; sie erscheint politisch motiviert und zeigt in aller Deutlichkeit die Fragwürdigkeit des "Choices" Programms.</p> <p><u>Zweifel Pomy-Chips AG:</u> Süsswaren sind in der Ernährungspyramide ganz oben angesiedelt – ein massvoller Verzehr ist angesagt. Dennoch haben Süsswaren in einer abwechslungsreichen Ernährung Platz. Zuckerfreie Süsswaren mit Süssungsmitteln sind eine sinnvolle Alternative zu zuckerhaltigen Süsswaren – sie sind in der Regel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zahnschonend (keine Bildung von zahnschädigender Milchsäure beim Genuss); - für Diabetiker geeignet (keine schnelle Erhöhung des Blutzuckerspiegels) und; - energiereduziert im Vergleich zu zuckerhaltigen Produkten. <p>Sicherheit: Zuckerfreie Süsswaren mit Süssungsmitteln unterliegen dem Lebensmittelgesetz. Unter Einhaltung der für Süssungsmittel geltenden Regelungen in der Zusatzstoffverordnung und den besonderen Kennzeichnungsvorschriften kann nach dem aktuellen Stand von Wissenschaft und Technik davon ausgegangen werden, dass sie gesundheitlich unbedenklich sind.</p> <p><u>Association de la Transformation Laitière Française (ATLA):</u> <i>Nous ne comprenons pas l'exclusion des produits contenant des édulcorants. L'ajout d'édulcorants dans certains produits alimentaires permet aux consommateurs souhaitant réduire leur consommation de sucre d'avoir accès à une large gamme de produits. D'un point de vue nutritionnel les aliments avec édulcorants ne devraient pas être stigmatisés et subir un traitement différent des autres denrées.</i></p> <p><u>International Chewing Gum Association (ICGA):</u> Kaugummi mit Süssungsmitteln ist eine weit verbreitete Alternative zu zuckerhaltigem Kaugummi. Zuckerfreier Kaugummi besitzt eine Vielzahl von wissenschaftlich erwiesenen gesundheitlichen Vorteilen. Unter anderem hilft zuckerfreier Kaugummi dabei:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plaque-Säuren zu neutralisieren - die Zahnmineralisierung aufrecht zu erhalten - Mundtrockenheit zu verringern <p>Aus diesen Gründen können zuckerfreie Kaugummiprodukte als "gesunde Wahl" angesehen werden. Es ist deshalb unklar, warum Lebensmittel, welche Süssungsmittel enthalten, pauschal keinen Label erhalten sollten. Eine solche Regelung ist insbesondere im Fall von Süssungsmitteln (Polyole) wie Xylit, Sorbit usw. nicht nachvollziehbar, da diese natürlicherweise auch in Früchten und anderen Pflanzen enthalten sind.</p>
--	--	---

		<p><u>Yoghurt and Live fermented milks association (YLFA International)</u>: Nous ne comprenons pas la justification de cette exclusion, qui nous semble – une fois de plus – réductrice. Les édulcorants sont des additifs autorisés, ne présentant donc pas de risque pour la santé. Ils permettent de développer des produits répondant à des besoins nutritionnels avérés, de diminuer la consommation en sucre et la consommation en calories. Leur utilisation, surtout celle de formules optimisées, permet de contribuer à la déshabitude progressive au goût sucré.</p>
<p>1.4 Beispiele bei den Kategorien müssen CH-spezifisch angepasst werden</p>	<p>19</p>	<p><u>Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen (Liechtenstein)</u>: Wenn ein "internationales" Label, dann ohne Abstriche.</p> <p><u>Branchenorganisation Butter GmbH</u>: Die „Choices Product Criteria“ vom 20 Oktober 2009 (Version 2.1) zeigen die Zielwerte der Stiftung auf. Diese Zielwerte werden in jedem Land jedoch so angepasst, dass diese dem Land entsprechen. Somit ergeben sich verschiedene Richtlinien dieser Kriterien. Dies führt zu einer Ungleichheit der Normen und führt zu einer grossen Verwirrung.</p> <p><u>Coop</u>: Wenn auf ein internationales Label gesetzt wird, sollten konsequenterweise keine länderspezifischen Anpassungen vorgenommen werden.</p> <p><u>Ernst Sutter AG</u>: Uns sind für die verschiedenen europäischen Länder keine wissenschaftlichen Studien über Unterschiede in den Ernährungsgewohnheiten, die auf Grund der zunehmenden Internationalisierung der Bevölkerung einer laufenden Änderung unterliegen, bekannt.</p> <p><u>Fédération Fourchette verte Suisse</u>: De plus, avec un label international, quelle est la marge de manœuvre de la Suisse pour faire évoluer les critères si ceux-ci ne correspondent pas exactement à la réalité suisse?</p> <p><u>Fédération Fourchette verte Vaud</u>: De plus, avec un label international, quelle est la marge de manœuvre de la Suisse pour faire évoluer les critères si ceux-ci ne correspondent pas exactement à la réalité suisse?</p> <p><u>Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fiial)</u>: Die wenigen Firmen, welche sich die Verwendung eines Choices-Label allenfalls vorstellen könnten, haben gegensätzliche Vorstellungen zu den anzuwendenden Kriterien. Während exportorientierte Firmen keine Anpassung der von der Choices-Stiftung vorgegebenen Kriterien und somit kein nationales Label wollen, sind insbesondere für den heimischen Markt produzierende Unternehmen der Auffassung, man solle auf schweizerische Verhältnisse abstellen und die Kriterien entsprechend anpassen.</p> <p><u>Kantonales Laboratorium Thurgau</u>: Eine "Helvetisierung" des Labels führt – auch bei sinnvollen Anpassungen – zu Handelsbeschränkungen und ist deshalb abzulehnen. Auf Anpassungen der Kriterien für das Label "Healthy Choices ist aus grundsätzlichen Überlegungen zu verzichten. Mit der Anpassung der internationalen Choices-Kriterien werden die Ausführungen und Begründungen für die Wahl von Choices bzw. für die Zusammenarbeit mit einer bestehenden Label-Organisation ad absurdum</p>

		<p>geführt. Sogar der als erstes aufgeführte Grund (Wiedererkennungseffekt) ist nicht mehr gegeben: die Wiedererkennung wird zur (verbotenen!) Täuschung, es gelten nicht einheitliche Kriterien! Auch einheitliche Verpackungen innerhalb von Europa sind im Falle einer Anpassung der Kriterien ein Scheinargument, da eben keine einheitlichen Kriterien für ein einheitliches Label gelten. Falls die Kriterien angepasst werden, ist eine Anpassung des Labels bzw. die Schaffung eines eigenen Labels unumgänglich. Es ist zudem davon auszugehen, dass im Zusammenhang mit den Anpassungen des THG in Zukunft auch ausländische Produkte mit dem Choices-Label in der Schweiz legal in Verkehr gebracht werden können, die den angepassten schweizerischen Choices-Kriterien nicht entsprechen, aber im betreffenden Staat in dieser Form legal in Verkehr gebracht werden und deshalb auch in der Schweiz in dieser Form rechtmässig verkehrsfähig sein werden. Dies wird unweigerlich zu einem Chaos führen.</p> <p><u>Kantonales Labor Zürich</u>: CH-spezifisch und das sogenannte Cassis-de-Dijon-Prinzip passen nicht zusammen. Wenn ein "internationales" Label, dann ohne Abstriche.</p> <p><u>Krebsliga Schweiz</u>: Die Anpassungen an die Schweizer Empfehlungen erachten wir als sinnvoll.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Die Anpassung an spezifische CH-Verhältnisse stellt die Frage der internationalen Verwendung und reziproken Akzeptanz von Labels nach nationalen Kriterien, resp. der hierdurch möglichen Konsumenten-Täuschung. Das Label „Choices“ muss international geregelt und harmonisiert werden.</p> <p><u>Proviande</u>: Konsequenterweise sollte bei Verwendung eines international angewendeten Labels auf länderspezifische Anpassungen verzichtet werden.</p> <p><u>Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</u>: Zwingend ist eine Anpassung der verschiedenen Kategorien an die CH-Ernährungsgewohnheiten, für welche der Konsum von Fleisch und Fleischprodukten ein integrierender Bestandteil ist.</p> <p><u>Schweizerischer Bauernverband (SBV)</u>: Die Anpassung der Kriterien verschiedener Kategorien an die schweizerischen Ernährungsgewohnheiten (z.B. Anhebung der Zuckerlimite bei den Milchprodukten und die Änderung des Kriteriums für die ungesättigten Fettsäuren bei den Käsen) ist zu begrüssen.</p> <p><u>Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen HF/FH (SVDE)</u>: Landesspezifische Anpassungen müssen möglich sein.</p> <p><u>Service de la consommation et des affaires vétérinaires SCAV (Neuchâtel)</u>: Développer un label propre pour le marché suisse ne serait pas pertinent.</p> <p><u>Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO)</u>: Wir sind nicht damit einverstanden, dass die Kriterien des "Healthy Choice Labels" spezifisch für die Schweiz angepasst werden sollen. Unseres Erachtens muss sich ein Label immer auf dieselben Anforderungen beziehen, um die Glaubwürdigkeit des Labels zu ge-</p>
--	--	---

		<p>währleisten und Verwirrung bei den Konsumenten zu vermeiden. Dies insbesondere auch im Hinblick auf die Einführung des sogenannten "Cassis-de-Dijon"-Prinzips in der Schweiz, womit Lebensmittel, die in der EU bzw. im EWR rechtmässig in Verkehr sind, grundsätzlich auch in der Schweiz frei zirkulieren sollen. Demzufolge werden vermehrt auch Lebensmittel mit Choices Labels anderer europäischen Staaten in der Schweiz in Verkehr gebracht werden.</p> <p><u>Wander AG</u>: Die Schweiz sollte eine europakompatible Lösung anstreben. Werden Lebensmittel mit anderen Labels ähnlicher Bedeutung wie das Choices Label in die Schweiz importiert, kommt es evtl. zu Wettbewerbsverzerrungen, dasselbe gilt umgekehrt für den Export in die EU.</p> <p><u>Zahnfreundlich Schweiz</u>: Die Einführung spezieller CH-spezifischer "Anpassungen" der Choices Kriterien ist unvereinbar mit dem Prinzip des freien Warenverkehrs.</p>
<p>1.5 Portionenliste muss CH-spezifisch angepasst werden</p>	<p>8</p>	<p><u>Branchenorganisation Butter GmbH</u>: Wenn die Portionenliste (Annex II) durch eine CH-Liste ersetzt werden soll, dann stellt sich die Frage, ob das Choices-Label überhaupt angewendet werden kann. Zudem würde die Differenzierung der Anforderungen zwischen den einzelnen Ländern weiter verstärken und somit die Glaubwürdigkeit des Labels zusätzlich schwächen.</p> <p><u>Emmi Schweiz AG</u>: Die länderspezifische Anpassung der Portionengrössen verhindert die internationale Vereinheitlichung.</p> <p><u>Ernst Sutter AG</u>: Eine einheitliche Portionenliste ist eine Grundvoraussetzung um eine vergleichbare GDA Deklaration zu erstellen.</p> <p><u>IG Zöliakie der Deutschen Schweiz</u>: Die Portionenliste durch eine aktuelle Ch-Liste zu ersetzen scheint sinnvoll auch in Bezug auf den Endverbraucher.</p> <p><u>KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas</u>: Standardisierte vorgegebene Portionengrössen lösen bei den "gefährdeten" Konsumenten Widerstand aus und führen keineswegs zu einer positiven Motivation bezüglich Verhaltensänderung. Das Erleben der Betroffenen reagiert in etwa so: "Wie wollen die wissen, was für mich die richtige Portionengrösse ist. Ich bin ja grösser / dicker/ kleiner/ muskulöser, usw. als der Durchschnitt und überhaupt bin ich ein Individuum und keine Maschine. Ich will selber entscheiden können, was für mich stimmt. Und wie soll denn das gehen, dass ich mit der gleichen Portion (Mann 1.82/112kg) satt werden soll wie meine Frau (1.68/60kg)?"</p> <p><u>Nestlé Suisse S.A.</u>: We agree that it is important to consider the portion sizes which are common in Switzerland and are already in use by the food industry for the GDA calculation.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Auch die Anpassung der Mengen der Portionen/Servings an CH-Verhältnisse führt zu einer "Nationalisierung" resp. Nicht-Kompatibilität zwischen Ländern.</p> <p><u>Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</u>: Eine Anpassung der Portionenliste an die bereits durch die CH-Lebensmittelindustrie akzeptierte Liste ist unbedingt anzustreben.</p>

5.6 **Stellungnahmen zu den Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“**

Wirtschaftsakteure: Produzenten industrieller Produkte

PanGas AG

- mit Expertengruppe einverstanden

Wirtschaftsakteure: Produzenten landwirtschaftlicher Produkte

Proviande

- Einige Fragen zeigen die Problematik des Labels bei der Abgrenzung von Produkten deutlich auf (z.B. "as sold", "Ausschluss von Produkten"). Unseres Erachtens wird die gegenüber dem Konsumenten gemachte absolute Aussage (gesund) zu stark durch Abgrenzungsfragen belastet, um glaubwürdig zu sein.

Schweizerischer Bauernverband (SBV)

- Einige Fragen zeigen die Problematik des Labels bei der Abgrenzung von Produkten deutlich auf (z.B. "as sold", "Ablehnung von Produkten", "Main courses / filled sandwiches"). Unseres Erachtens wird die gegenüber dem Konsumenten gemachte absolute Aussage (gesund) zu stark durch Abgrenzungsfragen belastet, um glaubwürdig zu sein.

Schweizer Milchproduzenten (SMP)

- Ernährungsprävention und -information lassen sich nicht mit einem Label lösen. Die Fragen und Anregungen zeigen, dass der Ansatz, das Label pro Produktkategorie zu vergeben, mehr Probleme schafft als löst. Man weiss zwar nicht, wie Fischstäbli und Pommes frites einzuteilen sind, aber bei der Milch scheint Konsens zu herrschen, dass dieses Grundnahrungsmittel kein Label erhalten wird. Das Label führt unweigerlich zur Einteilung von Lebensmitteln (primär von Grundnahrungsmitteln) in „gut“ und „böse“ und fördert in der Tendenz industriell hergestellte Hightech-Lebensmittel. Und diskriminiert natürlich hergestellte und soweit als möglich unveränderte Nahrungsmittel wie Milch Butter, Käse.

Wirtschaftsakteure: Handel

Coop

- Einige der Fragen und Anregungen der Expertengruppe zeigen die Problematik dieses Labels, z.B. Bewertung "as sold" oder schwierige Abgrenzungen der Produktgruppen.

Präventions- und Gesundheitsorganisationen

IG Zöliakie der Deutschen Schweiz

- Könnte auch die Zubereitungsart eines Lebensmittels berücksichtigt werden? Oder Empfehlung dafür abgegeben werden?

KompetenzZentrum Essstörungen und Adipositas

- OK

Krebsliga Schweiz

- Die Krebsliga ist der Meinung, dass die offenen Fragen einer Klärung bedürfen, damit für die mögliche Einführung des Labels ein solides Fundament für die Beurteilung der Produkte vorliegt.

Public Health Schweiz, Fachgruppe Ernährung

- Ihre Fragen und Anregungen an die Choices-Stiftung sind berechtigt. Wir würden es begrüßen, wenn Sie diese klären und eine Aufnahme Ihrer Anregungen in die Kriterienliste der Choices-Stiftung erreichen könnten, bevor das Label in der Schweiz eingeführt wird.

Schweizerische Adipositas-Stiftung (SAPS)

- einverstanden

Universitäten, Fachhochschulen, Forschungsinstitutionen

Forschungsanstalt Agroscope Liebefeld-Posieux (ALP)

- Wir stimmen den Fragen/Anregungen der Expertengruppe vollständig zu.

Haute école de santé Genève, HES-SO Genève, filière Nutrition et diététique

- remarques pertinentes

Institut für Sozial- und Präventivmedizin, Universität Zürich (ISPM)

- scheinen mir gerechtfertigt

Label-Organisationen

BIO SUISSE

- Die weiteren Fragen und Anregungen der Expertengruppe sind positiv.

Behörden und Kommissionen

Amt für Lebensmittelkontrolle und Veterinärwesen (Liechtenstein)

- Verschiedene Unklarheiten sind vorhanden; es dürfen keine Widersprüche zur Gesetzgebung entstehen.

Amt für Lebensmittelsicherheit und Tiergesundheit Graubünden

- sind gut zu heissen

Eidgenössisches Büro für Konsumentenfragen (BFK)

- Wir haben dem Fragenkatalog der Expertengruppe zur Zeit nichts beizufügen.

Kantonales Laboratorium Thurgau

- Die "Verbesserungsvorschläge" der Expertengruppe zeigen beispielhaft auf, dass mit Labels keine für alle Konsumentinnen und Konsumenten gültige und sinnvolle Beurteilung und Einteilung von Lebensmitteln in "gut" und "besser" möglich ist. Die Kritikpunkte sind zwar absolut berechtigt (vgl. z.B. den Punkt "as sold"). Aus den oben genannten Gründen ist aber auf eine schweizerische Anpassung der Kriterien unbedingt zu verzichten.

Kantonales Labor Zürich

- Die Fragen und Anregungen zeigen die Problematik. Das Label sieht umfassend aus, trifft aber immer nur Teilaspekte eines Lebensmittels.

Private und Einzelpersonen

Evelyne Battaglia

- Condivido le proposte fatte.

Stellungnahmen zu den Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“: Zusätzliche Kommentare zu den einzelnen Fragen und Anregungen

Kriterium-Nr. ²⁴	Anzahl Kommentare	Einzelkommentare
4.1 Tolerierte Abweichungen zwischen Analysen und Deklarationen	5	<p><u>Ernst Sutter AG</u>: Die Einhaltung von Toleranzwerten ist vor allem bei gewachsenen Fleischstücken sehr problematisch. Wir vermuten auch, dass der Gehalt an Transfettsäuren z. B. im Schweinefleisch stark von der Fütterung der Tiere abhängt und somit für den Fleischverarbeiter schwer einschätzbar ist.</p> <p><u>Hilcona AG</u>: Einverstanden mit den geforderten Kriterien bezüglich Toleranzgrenzen zu den Analysewerten. Es handelt sich nicht um chemische Reinsubstanzen, sondern um Lebensmittel, die starken natürlichen Schwankungen unterliegen können.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Nach welcher Methodensammlung wird analysiert werden? Das fial/vkcs Dokument ist eine nützliche Richtlinie der Toleranz für Analysenwerte. Dürfen die Gehalte auf Basis von Tabellenwerten berechnet werden oder werden analytische Nachweise verlangt?</p> <p><u>Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</u>: Die geäusserten Fragen unterstützen wir vollumfänglich. Diese Fragen müssen vor einer allfälligen Einführung des Choices-Label unbedingt geklärt und kommuniziert werden.</p> <p><u>Unilever Schweiz GmbH</u>: Die Richtlinien der WHO wurden als Grundlage für die Kriterien herangezogen. Das Wissenschaftskomitee hat 3 Prozentpunkte Toleranzspielraum festgelegt, da die Richtlinien nicht den täglichen Ernährungsbedürfnissen aller Menschen entsprechen.</p>
4.2 Ablehnung von Produkten	7	<p><u>Emmi Schweiz AG</u>: Die Forderung der Expertengruppe nach der Ablehnung von Produkten, auch wenn die Kriterien erfüllt werden, ermöglicht willkürliche Entscheide.</p> <p><u>Ernst Sutter AG</u>: Die Ablehnung einzelner Produktgruppen durch den Labeleigner sowie die Festlegung von Grenzwerten, die auf Grund der zur Verfügung stehenden Rohmaterialien nicht eingehalten werden können, hat letztlich Einfluss auf die Esskultur in der Schweiz und führt zu einer Bevormundung des Konsumenten.</p> <p><u>Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL)</u>: In dem beschriebenen Pommesfall würde ich eindeutig für eine Ablehnung plädieren, da eine positive Deklaration den Verbraucher bei seiner gesunden Wahl täuschen und nicht unterstützen würde.</p> <p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Produkte, welche bei der Zubereitung durch den Konsumenten in ihrer Zusammensetzung massgeblich verändert werden, sind mit einer Anleitung für die Zubereitung zu versehen, bei deren Einhaltung das Produkt das Label erhalten würde.</p>

²⁴ Details siehe Tabelle IV im Anhang 5.7

		<p><u>Otto Raunhardt</u>: Produkte, die die Kriterien erfüllen, sind grundsätzlich für das Label berechtigt, eine Rückweisung ist zu begründen. Das Problem zwischen "as sold" und "essbereit" wird hier angesprochen; ob Konsumenten die Folgen der Zubereitung richtig beurteilen können? Dies trifft nicht nur für Pommes frites zu, auch für andere Produkte, die einer Zubereitung bedürfen (z.B. Reis, Teigwaren, Rösti) und der Verwendung von Zutaten. Wie wird verfahren bei Importprodukten, die den Schweizer Vorgaben nicht genügen (siehe Frage zu 1.3)?</p> <p><u>Peter Scheffeldt</u>: Wenn die Labelanforderungen die verschiedenen Zubereitungsarten bei der Vergabe des Labels nicht berücksichtigen, so sollte dieser Grundsatz konsequent und ohne Ausnahme angewendet werden. Beispiel: Ich kaufe frisches, labelkonformes Gemüse und frittiere es als meine Form der Zubereitung. Der Hinweis im Konsultationsdokument „Damit das Label einen gewissen Bekanntheitsgrad erreichen kann, ist eine gewisse Präsenz auf Lebensmittelverpackungen nötig. Umgekehrt muss der Anteil und die Anzahl Produkte pro Lebensmittelkategorie, welche das Label erhalten, gegen oben begrenzt werden, um glaubwürdig zu bleiben.“ ist nicht nachvollziehbar. Alle Lebensmittel, welche die Kriterien erfüllen, sind mit dem „Healthy Choice Label“ auszuzeichnen.</p> <p><u>Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</u>: Die geäusserten Fragen unterstützen wir vollumfänglich. Diese Fragen müssen vor einer allfälligen Einführung des Choices-Label unbedingt geklärt und kommuniziert werden.</p>
4.3 Panierte Produkte	4	<p><u>Ernst Sutter AG</u>: Muss gesondert zu den betroffenen Lebensmitteln diskutiert werden.</p> <p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Panierte Produkte (Cordon Bleu oder Fischstäbli) als gesunde Nahrung zu taxieren scheint fragwürdig.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Die Anwendbarkeit der 70%-Regel für panierte und ähnliche Produkte ist von CIF zu lösen, resp. CIF sollte eine Empfehlung abgeben.</p> <p><u>Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</u>: Die geäusserten Fragen unterstützen wir vollumfänglich. Diese Fragen müssen vor einer allfälligen Einführung des Choices-Label unbedingt geklärt und kommuniziert werden.</p>
4.4 „As sold“	9	<p><u>Ernst Sutter AG</u>: Muss gesondert zu den betroffenen Lebensmitteln diskutiert werden.</p> <p><u>Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL)</u>: Eine "as sold" Bewertung sollte nur für Produkte durchgeführt werden, bei denen es sinnvoll ist, da sie genau in dieser Zusammensetzung verzehrt werden. Eine zusätzliche Prüfung sollte vorgenommen werden.</p> <p><u>Hilcona AG</u>: Ein Zubereitungshinweis sollte bei Produkten vorgeschrieben werden, die nicht zum Direktverzehr vorgesehen sind. Unbedingt sollte der Zubereitungshinweis beziehungsweise die übliche Zubereitung in die Beurteilung mit aufgenommen werden. Damit lassen sich Label-Vergaben an</p>

		<p>Produkte vermeiden, die aufgrund ihrer Natur nach der Zubereitung nicht mehr entsprechen können. Von Suppen erwartet man nicht, dass sie eine Nahrungsfaserquelle sind, damit könnten gewisse "wässrige" Suppen das Label nicht erhalten.</p> <p><u>IG Zöliakie der Deutschen Schweiz</u>: Diese Produkte sollten nach gängigen, bzw. auf der Verpackung empfohlener Zubereitung beurteilt werden. Erst dann entsprechen sie dem vollständigen Nährwert.</p> <p><u>Kantonales Laboratorium Thurgau</u>: Kritikpunkt ist absolut berechtigt.</p> <p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Produkte, welche bei der Zubereitung durch den Konsumenten in ihrer Zusammensetzung massgeblich verändert werden, sind mit einer Anleitung für die Zubereitung zu versehen, bei deren Einhaltung das Produkt das Label erhalten würde.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: "As sold" ist die Regel für die Deklaration (Hersteller können eine Zubereitungsempfehlung geben). Was beim Konsumenten geschieht ist ausser Kontrolle. Die Label-Kriterien müssen sich auf denselben Produktzustand beziehen, wie für die gesetzliche Deklaration vorgeschrieben.</p> <p><u>Peter Scheffeldt</u>: Wenn die Labelanforderungen die verschiedenen Zubereitungsarten bei der Vergabe des Labels nicht berücksichtigen, so sollte dieser Grundsatz konsequent und ohne Ausnahme angewendet werden. Beispiel: Ich kaufe frisches, labelkonformes Gemüse und frittieren es als meine Form der Zubereitung.</p> <p><u>Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</u>: Die geäusserten Fragen unterstützen wir vollumfänglich. Diese Fragen müssen vor einer allfälligen Einführung des Choices-Label unbedingt geklärt und kommuniziert werden.</p>
4.5 Nahrungsfasern > 1.3 g/100 kcal	3	<p><u>IG Zöliakie der Deutschen Schweiz</u>: Die Nahrungsfaserwerte sollten der EU und CH-Norm angepasst werden.</p> <p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Wir begrüssen es, dass ein Gehalt von 1.5g/100kcal (oder 3g/100g) festgelegt wird, was, um auf Nahrungsfasern hinweisen zu können, dem Mindestgehalt gemäss Codex Alimentarius entspricht.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Begründung für Nahrungsfasern 1,3 g/100 kcal hat CIF resp. deren Expertengruppe zu liefern. Die Nährwertkennzeichnung ist generell pro 100 g/ml, der Konsument ist somit gezwungen auf Portionen umzurechnen (was er kaum tut, sondern die angegebenen Werte beachtet).</p>
4.6 Main courses / filled sandwiches	5	<p><u>Hilcona AG</u>: Einverstanden mit den Bemerkungen bezüglich Sandwiches und Hauptmahlzeiten.</p> <p><u>IG Zöliakie der Deutschen Schweiz</u>: Die Abgrenzung zwischen "Filled sandwiches" und "Main courses" macht in der Schweiz wenig Sinn, da es doch oft als Hauptmahlzeit verzehrt wird. Darum sollten sowohl die Nahrungsfaser-Vorgaben und Natrium-Vorgaben von "Main courses" nicht abweichen. In der Schweiz gibt es ja genügend Auswahl an vollwertigen Sandwiches die dem Label entsprechen.</p>

		<p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Das Label wäre nur für vorverpackte Lebensmittel mit detaillierten Inhaltsangaben möglich.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Verzehrfertige Produkte. Begründungen durch CIF (wie 4.5).</p> <p><u>Schweizer Fleisch-Fachverband (SFF)</u>: Die geäusserten Fragen unterstützen wir vollumfänglich. Diese Fragen müssen vor einer allfälligen Einführung des Choices-Label unbedingt geklärt und kommuniziert werden.</p>
4.7 Soups	2	<p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Nicht alle Suppen enthalten Nahrungsfasern (z.B. Bouillon), deshalb sind Nahrungsfasern aus unserer Sicht kein Kriterium.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Kriterium Nahrungsfasern würde z.B. Bouillons ausschliessen. Auch hier stellt sich das Problem: gelten die Anforderungen an essfertige Produkte oder an Trockensuppen?</p>
4.8 Sauces	4	<p><u>IG Zöliakie der Deutschen Schweiz</u>: Saucen nach den gleichen Kriterien zu beurteilen scheint mir sinnvoll, da sonst die kcal-Menge sehr variieren kann.</p> <p><u>Konsumentenforum (kf)</u>: Die Grenze von Plus-Minus 35g bei Saucen ist aus unserer Sicht willkürlich gewählt und somit nicht klar.</p> <p><u>Krebsliga Schweiz</u>: Die Beurteilung nach der Portionsgrösse <35 g sollte unbedingt beibehalten werden. In die Gruppe 3.3 aus Anhang III fallen Produkte wie Ketchup, Barbecue Sauce oder Schokoladensauce, die keinesfalls in grösseren Mengen bzw. unbeschränkt oder als Saucenform verzehrt werden sollten. Das Label kann schnell fehlinterpretiert werden (Es kann nicht riskiert werden, dass Verbraucher einen Teller Spaghetti mit lizenziertem Ketchup gesünder einschätzen, als Spaghetti mit Tomatensauce.) Deshalb sollten in dieser Kategorie, wenn überhaupt, ausschliesslich kleine Portionsgrössen das Label erhalten – sofern nicht doch der Zuckergehalt beschränkt wird.</p> <p><u>Otto Raunhardt</u>: Die Unterteilung macht Sinn wegen der unterschiedlichen Portionsgrössen (> resp. < 35 g) und der unterschiedlichen Zusammensetzung auf Basis Wasser oder Fett und Energie pro 100 g ≤100 kcal resp. ≤350 kcal.</p>

5.7 Gegenstand der Konsultation (Details)

Konsultationsdokument, Tabelle I. Allgemeine Anpassungsvorschläge der Expertengruppe „Kriterien“ bezüglich der Choices-Kriterien

	Anpassungsvorschläge	Begründung
1.1	Choices-Kriterien sollen nicht zu Widersprüchen mit der Lebensmittelpyramide (LMP) führen.	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP
1.2	Für verarbeitete, verpackte Produkte mit einem Label soll eine umfassende Nährwertkennzeichnung (inkl. Big8) vorgeschrieben werden.	Das Choices-Label ist eine gesundheitsbezogene Angabe. Solche Angaben lösen zwingend eine Nährwertkennzeichnung aus.
1.3	Produkte mit Süssungsmitteln sollen das Label generell nicht erhalten.	Ersatz von Zucker durch Süssungsmittel verhindern. Keyhole z.B. verbietet Süssungsmittel ebenfalls generell.
1.4	Die aufgeführten Beispiele bei den verschiedenen Kategorien müssen CH-spezifisch angepasst/ergänzt werden können.	Übereinstimmung mit CH-Ernährungsgewohnheiten Vereinfachung der Zuordnung von Produkten zu Kategorien.
1.5	Die Portionenliste (Annex II von Choices-Kriterien) durch eine aktuelle CH-Liste ersetzen.	Übereinstimmung mit der CH-Lebensmittelindustrie, welche sich im Zusammenhang mit den GDA bereits auf eine Portionenliste geeinigt hat (siehe Anhang IV).

Konsultationsdokument, Tabelle II. Choices-Kriterien der „basic product groups“ inkl. Anpassungsvorschläge der Expertengruppe „Kriterien“

	Product group	Criteria	Definition	Anpassungsvorschläge	Begründung
2.1	Fresh or fresh frozen fruit, vegetables and legumes	All products without additives comply	All types of fresh fruit, vegetables, and legumes without additives, including freshly frozen and/or sliced fruit & vegetables. <i>E.g.: pre-cut leek, pre-sliced melon, cucumber, broccoli, deep-frozen spinach (without added cream), and raspberries.</i>	-	-
2.2	Processed fruit & vegetables	SAFA ²⁵ : ≤ 1.1 g/100g TFA ²⁶ : ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All types of processed fruit & vegetables, with the exception of fruit juices and frozen or pre-sliced fruit & vegetables without further processing. <i>E.g.: tinned tomatoes, tinned carrots, tinned kidney beans, deep-frozen spinach à la crème, deep-frozen vegetables, tomato juice, dried lentils, pickles, mixed vegetable juices, dried apricots or figs, pine on juice, fruit cocktail in own juice or syrup, apple sauce, candied dates, strawberry purée, olives, mixed fruit & vegetable purées or juices.</i>	Getrocknete Hülsenfrüchte (Linsen, Kichererbsen etc.) gehören in die Kategorie „Potatoes, pasta, noodles“	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP

²⁵ SAFA = saturated fatty acids = gesättigte Fettsäuren

²⁶ TFA = trans fatty acids = Trans-Fettsäuren

2.3	Fruit juices	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 0.75 g/100kcal* Energy: ≤ 48 kcal/100mL	All kinds of fruit juices with a minimum of 98% own juice. <i>E.g.: orange juice, apple juice, multi-fruit juice.</i>	Gemüsesäfte gemeinsam mit und gleich wie Fruchtsäfte beurteilen. Na not added (statt <100mg)	Übereinstimmung mit LMP und 5amTag-Kampagne Analog zu Zucker-Kriterium für Fruchtsäfte, um Salzzugabe zu Gemüsesäften zu verhindern.
2.4	Water (plain)	Sodium: ≤ 20mg/100mL	Includes natural (mineral) waters and other bottled waters, whether non-carbonated or carbonated.	-	-
2.5	Potatoes (unprocessed)	All products without additives comply	All unprocessed uncooked potatoes, without additives, including peeled, sliced and/or chilled potatoes.	-	-
2.6	Potatoes (processed), pasta & noodles	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of potato products, pasta and similar grain products, used for a main course. <i>E.g.: boiled/fried potatoes, mashed potato, (whole-meal) pasta.</i>	Auch Fertigteige und getrocknete Hülsenfrüchte gehören in diese Kategorie.	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP
2.7	Rice	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 0.7 g/100kcal*	All kinds of rice, used for a main course. <i>E.g.: boiled, dried unpolished rice, white rice, whole grain rice.</i>	-	-
2.8	Bread	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 500mg/100g Added sugar: ≤ 13 en% Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of bread or substitutes for bread with the exception of breakfast cereals. <i>E.g.: wheat bread, whole-meal bread, crisp bread, croissants, rye bread, speciality rolls, and crackers.</i>	-	-

2.9	Grains and cereal products	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Natrium: ≤ 100mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of grains and cereal products (other than bread and breakfast cereals). <i>E.g.: flour, breadcrumbs, binding agents, pancake mixes.</i>	-	-
2.10	Breakfast cereal products	SAFA: ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g Natrium: ≤ 500 mg/100g Added sugar: ≤ 28 g/100g** Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of breakfast cereal products. <i>E.g.: muesli, cruesli, oats, cornflakes, rice crispies.</i>	Zuckerlimite direkt auf 20g/100g senken (nicht erst in 6 Jahren).	Nur 22% der 140 analysierten Cerealien/Müesli besitzen einen zugesetzten Zuckergehalt von >28g (bzw. nur 8% von Müeslis und 38% von den Cerealien). Bei einer Limite von 20g/100g erreichen immerhin noch 63% der Produkte das Kriterium (bzw. 47% der Cerealien und 77% der Müesli)
2.11	Meat, poultry, eggs (unprocessed)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Natrium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of unprocessed meat, poultry and eggs (including deep-frozen meat without further processing). <i>E.g.: beef, pork, turkey, egg.</i>	Eier sollen das Label erhalten -> falls nötig, Bildung einer eigenen Kategorie	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP
2.12	Processed meat, meat products and meat substitutes	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Natrium: ≤ 900 mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g	All kinds of processed meat/poultry, meat products and (vegetable) meat substitutes. <i>E.g.: ready-to-eat meatballs, spiced or salted meat (fresh or deep-frozen), salami, smoke-dried beef, grilled ham, tempeh, tofu, dairy-based meat substitute, fungus-based meat substitute.</i>	-	-

2.13	Fresh or fresh frozen fish, shellfish and crustaceans	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 30 % of total fat TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of unprocessed fish, crustaceans and shellfish (including deep-frozen, steamed or smoked fish without further processing). <i>E.g.: uncooked herring, cod (fresh or deep-frozen), fresh eel, lobster crab, mussel, and shrimp.</i>	-	-
2.14	Processed fish or fish products	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 30 % of total fat TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 450 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of processed fish, processed crustaceans and processed shellfish. <i>E.g.: cod parings, fried fillet of haddock, deep-fried octopus/ squid (cephalopod), pickled mussels, herring in tomato sauce, tinned sardines, tinned tuna, spiced or salted fish (fresh or deep-frozen).</i>	Thon im Öl sollte Label nicht erhalten -> Totalfett als Zusatzkriterium?	Thon im Öl weniger empfehlenswert als Thon im Wasser, da > 5 x mehr Fett und Fettqualität (n6:n3) von zugesetztem Öl nicht gewährleistet.
2.15	Milk (-products)	SAFA: ≤ 1.4 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: ≤ 5 g/100g	All kinds of milk and milk products. <i>E.g.: low fat milk, buttermilk semi-skimmed milk, full-cream milk, low fat yoghurt, semi-skimmed yoghurt, yoghurt drink, low fat custard, low fat fruit yoghurt, evaporated milk, coffee cream, cream (for culinary use), milk substitutes like soymilk.</i>	Zuckerlimite auf 7g Zucker (statt 5g) erhöhen und erst in 3 Jahren auf 5g reduzieren.	Ansonsten erhielten in der CH nur nature und (falls erlaubt) künstlich gesüsste Produkte das Label. Aus den 231 analysierten Jogurten hingegen, würde keines der gezuckerten das Label erhalten. Die Erhöhung der Limite auf 7g würde es immerhin einigen gezuckerten Jogurts auf dem Markt erlauben, bereits das Label zu tragen.

2.16	Cheese (-products)	SAFA: ≤ 15 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Natrium: ≤ 900 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of cheese and cheese products. <i>E.g.: 20+ cheese, 30+ cheese, Edam, Brie 50+, 48+ Gouda cheese, blue cheese, gorgonzola, gruyere, soft herb cheese.</i>	15g SAFA pro 100g benachteiligt Hartkäse gegenüber Weichkäsen -> Kriterium pro Trockenmasse definieren: >= 30g SAFA pro 100g TM	Gleichbehandlung von Käsen aller Härtestufen.
2.17	Oils, fats and fat containing spreads	SAFA: ≤ 30% of total fat**** TFA: ≤ 1.3 en%*** Natrium: ≤ 1.3 mg/kcal Added sugar: not added	All fats and oils used as spreads on bread and/or the preparation of food. <i>E.g.: oil (all types), low-fat margarine, margarine, butter, oil/fat products for roasting and frying (solid or liquid).</i>	Wenn PUFA ²⁷ >15F% -> n6:n3 ²⁸ = max 10:1	Übereinstimmung mit DACH ²⁹ -Referenzwerten (n6:n3=max. 5:1) und Bot-schaft der LMP
2.18	Main course	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en%*** Natrium: ≤ 2.2 mg/kcal Added sugar: ≤ 2.5g/100g or ≤ 13 en% Fibre: ≥ 1.25g/100kcal* Energy: 400-700kcal/serving	All ready-to-cook meals that are intended to be eaten as a main dish during lunch or dinner. <i>E.g.: meals for steaming, ready-to-cook meals, pizza, deep-frozen meals****</i>	Kategorie sollte besser definiert werden, z.B.: - eine Hauptmahlzeit muss eine Stärke- und eine Eiweissbeilage enthalten sowie einen Gemüse- oder Früchteanteil aufweisen.	Mit Choices-Definition und -Kriterien ist nicht gewährleistet, dass Main Courses ausgewogen zusammengesetzt sind.

²⁷ PUFA = poly-unsaturated fatty acids = mehrfach ungesättigte Fettsäuren

²⁸ n6:n3 = Omega 6 : Omega 3

²⁹ Referenzwerte der Deutschen (D), Österreichischen (A) und Schweizerischen (CH) Gesellschaft für Ernährung

2.19	Sandwiches/rolls	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en%*** Sodium: ≤ 1.9 mg/kcal Added sugar: ≤ 2.5g/100g or ≤ 13 en% Fibre: ≥ 0.8g/100kcal* Energy: ≤ 350 kcal/serving	All ready-to-eat filled sandwiches/rolls. *****	-	-
------	-------------------------	--	---	---	---

* The fibre source in a product must be naturally occurring in one of the main ingredients of the product group.

** Will be reduced to 24 g/100g in 3 years and to 20 g/100g in 6 years.

*** Naturally occurring trans fat from meat or milk is excluded.

**** Value only applies to Europe.

***** If all the components of the product comply to the criteria in their respective product group and the product is in line with the energy and fibre criterion for its product group, the product also complies to the criteria.

**Konsultationsdokument, Tabelle III. Choices-Kriterien der „non-basic product groups“ inkl. Anpassungsvorschläge der Experten-
gruppe „Kriterien“**

	Product group	Criteria	Definition	Anpassungsvorschläge	Begründung
3.1	Soups	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 350 mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g Energy: ≤ 100 kcal/100g	All kinds of soups and broths. <i>E.g.: tinned soup, deep-frozen soup, soup in stand-up pouches, soup served by the catering industry.</i>	-	-
3.2	Meal sauces	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 450 mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g Energy: ≤ 100 kcal/100g	All sauces that constitute a substantial component of the meal (portion size > 35 g). <i>E.g.: pasta sauce, béchamel sauce, vegetable sauce, meat sauce, fish sauce, cheese sauce, mustard sauce, gravy.</i>	-	-
3.3	Other sauces (on water basis)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 750 mg/100g Energy: ≤ 100 kcal/100g	All sauces that constitute only a minor component of the meal (portion size < 35 g) without added emulsifying agent AND have a fat content < 10% w/w. <i>E.g.: ketchup, soy sauce, chocolate sauce, fruit sauce, barbecue sauce.</i>	Warum kein Zucker-Maximum wie bei Meal sauces?	-

3.4	Other sauces (emulsions)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 30 % total fat TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 750 mg/100g Added sugar: ≤ 13 en% or ≤ 2.5g/100g Energy: ≤ 350 kcal/100g	All sauces that constitute only a minor component of the meal (portion size < 35 g) to which an emulsifying agent is added OR have a fat content ≥ 10% w/w. <i>E.g.: mayonnaise, salad dressing, dip sauce, marinade, mustard, vinaigrette.</i>	Salatsaucen müssten separat beurteilt werden, mit zusätzlichem n6/n3-Kriterium (max. 10:1), falls PUFA >15F%	Übereinstimmung mit DACH-Referenzwerten (n6:n3=max. 5:1 in Gesamternährung) und Botschaft der LMP
3.5	Snacks (including pastry, edible ice cream, sweet snacks and savoury snacks)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 400 mg/100g Added sugar: ≤ 20 g/100g Energy: ≤ 110 kcal/serving	All kinds of sweet, savoury, and sweet baked products intended to be eaten as a small snack between meals or as a minor component of a meal. <i>E.g.:</i> • <i>Savoury products: potato crisps, popcorn.</i> • <i>Sweet products: sweets, all types of chocolate, candy bars.</i> • <i>Sweet baked products: biscuits, cookies, all types of cake and pastries.</i> • <i>Ice cream: vanilla ice cream, sorbet, yoghurt ice, sorbet ice, milkshake.</i>	-	-

3.6	Beverages	<p>SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100 mg/100g Energy: ≤ 30 kcal/100 mL*</p> <p>(* Will be reduced to 20 kcal/100 mL in 3 years.)</p>	<p>Liquid food products that are normally consumed from a cup, mug or glass (incl. products packed in portions in packaging, bottles, etc.), with the exception of plain water, dairy products and fruit juices. <i>E.g.: coffee, tea, (light) soft drinks, fruit drinks.</i></p>	Max. 20 kcal/100ml (statt 30kcal)	<p>Übereinstimmung mit Bot-schaft der LMP</p> <p>Übereinstimmung mit le-bensmittelrechtlicher Definiti-on von energiearmen Ge-tränken.</p> <p>Ein Energiegehalt von 30kcal/100ml entspricht ei-nem Zuckergehalt von 7.5g. Damit würden alle normal gezuckerten Eistees sowie auch vereinzelt Limonaden das Label erhalten.</p>
3.7	Bread toppings incl. hummus like products	<p>SAFA: ≤ 13 en% TFA: ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 400 mg/100g Added sugar: ≤ 30 g/100g</p>	<p>All kinds of food product that are meant to be put on bread or toast and not fall under earlier mentioned product groups. <i>E.g.: jam, peanut butter, tuna salad, hummus, tahini.</i></p>	-	-
3.8	All other products	<p>SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 100 mg/100g or ≤ 1.3 mg/kcal Added sugar: ≤ 2.5 g/100g or ≤ 13 en%</p>	<p>All kinds of food product that do not fall within any of the above mentioned product groups. <i>E.g.: baking prod-uct, seasonings, vinegar.</i></p>	<p>Nüsse/Kerne/Samen brauchen eigene Kategorie: - ohne Zusatz von Salz, Zucker, Fett und Zusatzstoffe (analog Fresh Fruits/Vegetables)</p>	Übereinstimmung mit Bot-schaft der LMP

Konsultationsdokument, Tabelle IV. Weitere Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“

	Thema	Frage/Anregung
4.1	Tolerierte Abweichungen zwischen Analysen und Deklarationen	Wie werden Analysewerte beurteilt? Gibt es tolerierte Abweichungen von Laboranalysen? Falls nein -> Dokument „Empfehlung: Genauigkeit der Angaben bei der Nährwertkennzeichnung“ von fial (Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien) und vkcs (Verband der Kantonschemiker der Schweiz) bzw. entsprechendes EU-Dokument, sobald dieses fertig erarbeitet und verabschiedet ist.
4.2	Ablehnung von Produkten	Hat die zukünftige Schweizer Label-Organisation das Recht, einzelne Produkte abzulehnen, auch wenn diese die Kriterien erfüllen? Beispiel: Gemäss Choices werden alle Produkte „as sold“ beurteilt. Vorgeschnittene, gefrorene, unfrittierte Pommes Frites würden so ein Label erhalten, auch wenn sie nach der Zubereitung nicht mehr den Choices-Kriterien entsprechen.
4.3	Panierte Produkte	Müssen panierte Produkte (z.B. Cordon Bleu, Fischstäbli) auch der 70%-Regel entsprechen? In welche Kategorie fällt ein Fischstäbli, welches nur zu 65% aus Fisch besteht?
4.4	„As sold“	Choices schreibt vor, dass mit wenigen Ausnahmen alle Produkte „as sold“ beurteilt werden müssen. Gewisse Produkte entsprechen jedoch nach der gängigen bzw. auf der Verpackung empfohlenen Zubereitung nicht mehr den Choices-Kriterien. Wie kann verhindert werden, dass solche Produkte ein Label erhalten?
4.5	Nahrungsfasern >1.3g/100kcal	Warum wurde die Untergrenze der Nahrungsfasern bei 1.3g/100kcal festgelegt, obwohl EU wie auch CH (LKV, Anhang 7) die Auslobung eines Nahrungsfasergehaltes erst ab einem Gehalt von 1.5g/100kcal (oder 3g/100g) zulassen?
4.6	Main courses / filled sandwiches	- Die Abgrenzung zwischen „Main courses“ und „Filled sandwiches“ ist nicht klar. In CH werden Sandwiches auch als Hauptmahlzeiten angeboten und verzehrt. - Warum Natrium-Vorgaben von „Filled sandwiches“ abweichend von „Main courses“? (1.9g/100g vs. 2.2g/100g) - Warum Nahrungsfasern-Vorgaben von „Filled sandwiches“ abweichend von „Main courses“? (0.8g/100kcal vs. 1.25g/100kcal) - Warum Obergrenze von Energie bei Sandwiches tiefer als Untergrenze bei „Main courses“? (<=350kcal / >=400kcal)
4.7	Soups	Warum kein Kriterium zu Nahrungsfasern?
4.8	Sauces	Macht diese Unterteilung in >/<35g Sinn? Sollten Saucen nicht grundsätzlich nach denselben Kriterien beurteilt werden?

5.8 Konsultationsdokumente (umfassende Unterlagen)



Adressaten: an die interessierten Kreise

Bern, 13. Januar 2010

Konsultation zur möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung und zu deren Kriterien

Sehr geehrte Damen und Herren,
Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Die Lebensmittelkennzeichnung ist eine bedeutende Orientierungshilfe für Konsumentinnen und Konsumenten bei der Lebensmittelwahl bzw. beim Lebensmitteleinkauf. Die Weltgesundheitsorganisation WHO hat bereits 2003 erklärt, dass die Nährwertkennzeichnung ein wichtiges Mittel ist, um die Wahl und den Zugang zu ausgewogen zusammengesetzten Lebensmitteln zu vereinfachen. In der „Global strategy on diet, physical activity and health“ postuliert sie, dass genaue, standardisierte und verständliche Informationen über den Inhalt von Lebensmitteln nötig sind, um eine gesündere Wahl zu treffen.

Das Bundesamt für Gesundheit BAG hat der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE deshalb im Rahmen des Nationalen Programms Ernährung und Bewegung NPEB 2008-2012 im Oktober 2008 den Auftrag erteilt, die Grundlagen zur Einführung eines einheitlichen und einfach verständlichen „Healthy Choices Labels“ zu erarbeiten.

Die SGE ist nach einer ersten Projektphase zum Schluss gekommen, dass die Entwicklung eines neuen und rein schweizerischen Labels aus verschiedenen Gründen wenig Sinn macht. Sie befürwortet bzw. empfiehlt stattdessen die Kooperation mit einer bestehenden europäischen Label-Organisation – konkret mit der Choices-Stiftung (Begründung siehe beigelegtes Konsultationsdokument auf Seiten 4-6). Zu diesem Zweck hat eine von der SGE geleitete Expertengruppe – bestehend aus je zwei SGE- und BAG-Vertretern sowie zwei externen Ernährungs- und Lebensmittelfachpersonen – die Kriterien des Labels „Choices“ geprüft. Dabei hat sie v.a. die Eignung des Choices Labels für den Schweizer Lebensmittelmarkt, dessen Vereinbarkeit mit dem Schweizer Lebensmittelrecht sowie dessen Übereinstimmung mit den Schweizer Ernährungsempfehlungen und -gewohnheiten überprüft.

Wir möchten Sie gerne einladen, Stellung zu nehmen zur möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung und zu deren Kriterien. Bitte lassen Sie uns Ihre Stellungnahme bis zum **Mittwoch, 31. März 2010** per Email an label@sge-ssn.ch mit dem vorbereiteten Feedback-Formular zukommen und beachten Sie, dass nach dem 31. März eintreffende Stellungnahmen nicht mehr berücksichtigt werden können.



Wir danken Ihnen im Voraus für Ihre Stellungnahme. Die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE wird die eingegangenen Stellungnahmen erfassen, sortieren und dem Bundesamt für Gesundheit BAG übergeben. Aus organisatorischen Gründen wird es uns leider nicht möglich sein, jede Stellungnahme persönlich zu beantworten. Wir danken für Ihr Verständnis.

Das Bundesamt für Gesundheit BAG wird die eingegangenen Stellungnahmen anschliessend evaluieren und in seinen Entscheidungsfindungsprozess betreffend der Einführung eines „Healthy Choices Labels“ einfließen lassen.

Wir freuen uns auf Ihre Stellungnahme.

Mit freundlichen Grüssen

Christian Ryser
Geschäftsführer SGE

Esther Infanger
Projektleiterin

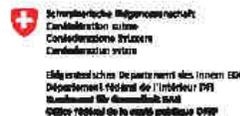
Beilagen:

- Konsultationsdokument
- Feedback-Formular
- Choices Product Criteria (Version 2.1)

Konsultationsdokument

**Konsultation zur möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung
und zu deren Label-Kriterien bei wichtigen Akteuren, potenziellen
Lizenznehmerinnen und Lizenznehmern sowie weiteren
interessierten Kreisen**

Erstellt von der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE
im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit BAG
13. Januar 2010



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	2
Ausgangslage	3
Choices-Kriterien für die Schweiz?	7
Tabelle 1: Anpassungsvorschläge der Expertengruppe „Kriterien“	9
Tabelle 2: Fragen Und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“	13
Anleitung Konsultation	14
Literaturverzeichnis	15
Anhänge:	
Anhang I: Allgemeine Anpassungsvorschläge der Expertengruppe „Kriterien“	16
Anhang II: Choices-Kriterien der „basic product groups“ inkl. Anpassungsvorschläge der Expertengruppe „Kriterien“	17
Anhang III: Choices-Kriterien der „non-basic product groups“ inkl. Anpassungsvor- schläge der Expertengruppe „Kriterien“	23
Anhang IV: Weitere Fragen/Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“	26
Beilagen:	
Choices Product Criteria (Version 2.1)	-
Feedback-Formular	-

Einleitung

Das vorliegende Konsultationsdokument wurde von der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE erstellt. Die SGE erarbeitet im Auftrag des Bundesamtes für Gesundheit BAG die Grundlagen zur Einführung eines einheitlichen und einfach verständlichen „Healthy Choice Labels“¹ in den Schweizer Lebensmittelmarkt. Der Auftrag ist befristet von November 2008 bis voraussichtlich Herbst 2010. Ziel der SGE ist es, auftragsgemäss die nötigen Entscheidungsgrundlagen für die erfolgreiche Einführung eines solchen Labels in den Schweizer Lebensmittelmarkt zu erarbeiten.

Die Konsultation gibt wichtigen Akteuren, potenziellen Lizenznehmer² sowie weiteren interessierten Kreisen die Möglichkeit, Stellung zu nehmen zur möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung und zu den Kriterien des bestehenden Labels „Choices“, welches sich aus Sicht der SGE auch für die Schweiz eignet.

Die Konsultationsphase dauert bis zum **Mittwoch, 31. März 2010**. Alle interessierten Kreise sind eingeladen, Ihre Stellungnahme bis spätestens zu diesem Zeitpunkt **per Email an label@sg-ssn.ch** zu senden. Stellungnahmen, welche nach dem 31. März eintreffen, können nicht berücksichtigt werden.

Die SGE wird die eingegangenen Stellungnahmen sammeln und dem BAG übergeben. Das BAG wird die eingegangenen Stellungnahmen anschliessend evaluieren und in seinen Entscheidungsfindungsprozess betreffend der Einführung eines „Healthy Choice Labels“ einfließen lassen. Aus organisatorischen Gründen können Stellungnahmen nicht persönlich beantwortet werden.

¹ = Label, welches gesündere Alternativen innerhalb definierter Lebensmittelkategorien kennzeichnet. Wird auf der Vorderseite der Verpackung („front-of-pack“) platziert.

² Auf Grund der besseren Lesbarkeit wird in diesem Dokument der Einfachheit halber nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer mit eingeschlossen.

Ausgangslage

Die Lebensmittelkennzeichnung ist eine wichtige Orientierungshilfe für Konsumentinnen und Konsumenten bei der Lebensmittelwahl bzw. beim Lebensmitteleinkauf. Die Weltgesundheitsorganisation WHO hat bereits 2003 erklärt, dass die Nährwertkennzeichnung ein wichtiges Mittel ist, um die Wahl und den Zugang zu ausgewogen zusammengesetzten Lebensmitteln zu vereinfachen. In der „Global strategy on diet, physical activity and health“ postuliert sie, dass genaue, standardisierte und verständliche Informationen über den Inhalt von Lebensmitteln nötig sind, um eine gesündere Wahl zu treffen (10).

Das Bundesamt für Gesundheit BAG hat der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE im Rahmen des Nationalen Programms Ernährung und Bewegung NPEB 2008-2012³ im Oktober 2008 den Auftrag erteilt, die Grundlagen zur Einführung eines einheitlichen und einfach verständlichen „Healthy Choice Labels“ zu erarbeiten.

Ein solches Label soll die Konsumentin und den Konsumenten bei der Wahl von „gesunden Lebensmitteln“ unterstützen. Dies scheint dringend nötig zu sein. Eine Studie des ISPM Zürich zeigte, dass viele Schweizer (38% in D-CH, 41% in F-CH, 47% in I-CH) die Wahl eines qualitativ hochstehenden Lebensmittels als komplexe Entscheidung betrachten (9). Es erstaunt daher nicht, dass fast die Hälfte der Befragten der Nutritrend-Studie fand, die Angaben auf Lebensmittelverpackungen seien zu kompliziert und wenig verständlich (6). Auch gemäss einer ACNielsen-Untersuchung verstehen 4% der Schweizer Bevölkerung die Ernährungsinformationen auf Lebensmittelverpackungen überhaupt nicht, 53% nur teilweise und lediglich 42% meistens (1). Zudem kann vermutet werden, dass diese Daten die effektive Lage eher unterschätzen. Studien, in welchen ähnliche Fragestellungen nicht nur mittels Fragebogen oder Interview erfragt wurden, sondern welche die Verwendung und Verständlichkeit von Ernährungsinformationen auf Verpackungen experimentell untersuchten, zeigten, dass diese tendenziell weniger oft gelesen und auch weniger gut verstanden werden, als es die Befragten in Befragungen bzw. Interviews angeben (2-4). Gemäss der bereits erwähnten ISPM-Studie sind gesundheitsbezogene Informationen auf Lebensmitteletiketten sogar weniger verständlich als Informationen auf Medikamenten-Beipackzetteln (8). Erstaunlicherweise scheinen Informationen auf Produkten für Schweizer aber trotzdem die wichtigste Informationsquelle für Fragen zum Thema Ernährung zu sein (7). Massnahmen zur Verbesserung der Verständlichkeit von Ernährungsinformationen auf Lebensmittelverpackungen sind daher nötig.

³ www.bag.admin.ch -> „Themen“ -> „Ernährung und Bewegung“ -> „Präventionsprogramme“ -> NPEB 2008-2012

Nach Auftragserteilung durch das BAG hat die SGE in einem ersten Schritt eine Bestandesaufnahme von „Healthy Choice Labels“ verfasst (5). Dabei wurden Label-Organisationen aus dem In- und Ausland darüber befragt, wie deren Label entwickelt und eingeführt worden sind, wie sie vergeben, kontrolliert und vermarktet werden und welche Daten zu deren Wirksamkeit existierten. Die Bestandesaufnahme kann auf der Webseite der SGE⁴ kostenlos heruntergeladen werden.

In der Bestandesaufnahme wird aufgezeigt, dass aus Sicht der SGE grundsätzlich zwei Varianten bestehen, wie ein „Healthy Choice Label“ in den Schweizer Lebensmittelmarkt eingeführt werden kann:

- A) Entwicklung eines neuen Schweiz-eigenen Labels
- B) Kooperation mit einer bestehenden Label-Organisation

Die SGE ist auf Basis der Erkenntnisse der ersten Projektphase (Bestandesaufnahme) zum Schluss gekommen, dass die Entwicklung eines neuen und rein schweizerischen Labels wenig Sinn macht und favorisiert aus folgenden Gründen die Variante B (Kooperation mit einer bestehenden Label-Organisation):

- Konsumenten profitieren vom Wiedererkennungseffekt (z.B. während Auslandsaufenthalten oder bei importierten Produkten) wie bei anderen bereits bestehenden und in der Schweiz eingesetzten Labels: z.B. Glutenfrei Symbol für glutenfreie Lebensmittel oder V-Label für vegetarische Lebensmittel.
- Bei der Einführung in den Schweizer Lebensmittelmarkt kann von bereits gemachten Erfahrungen im Ausland profitiert werden und auch anschliessend kann der gegenseitige Austausch von Erfahrungen und Ressourcen zeit- und kostensparende Wirkung haben (Netzwerk-Gedanke).
- Die Kriterien müssen nicht von Grund auf neu entwickelt werden (Zeit- und Kosteneinsparung), können aber, falls nötig, angepasst werden.
- Eine multinationale Lösung hat Vorteile für Firmen (z.B. einfachere Logistik, Kostenneutralität, international einheitlichere Verpackungen, keine Sonderlösung für Schweizer Verpackungen usw.).

⁴ www.sge-ssn.ch -> „Für Experten/Innen“ -> „Projekt Healthy Choice Label“

Für Variante B (Kooperation mit einer bestehenden Label-Organisation) kommen prinzipiell drei Organisationen in Frage, deren Labels bereits in lokale europäische Märkte eingeführt worden sind. Es sind dies die Labels „Keyhole“⁵ (in Schweden, Norwegen, Dänemark), „Heart Symbol“⁶ (in Finnland) und „Choices“⁷ (u.a. in Holland, Belgien, Deutschland, Polen, Tschechische Republik). Aus Sicht der SGE ist nur eine Kooperation mit dem Label „Choices“ umsetzbar und sinnvoll. Dies aus den folgenden Gründen:

- Für die Einführung von „Choices“ ist keine gesetzliche Grundlage nötig (im Gegensatz zur Variante „Keyhole“)
- „Choices“ ist das am weitesten verbreitete Label in Europa, d.h. auf mehr Lebensmitteln und Getränken und in mehr Ländern als die anderen beiden europäischen Labels zu finden. Zudem wurde es auch in Brasilien und Südafrika eingeführt.
- „Choices“ (wie auch „Keyhole“) wird im Gegensatz zum „Heart Symbol“, welches gemeinsam von den finnischen Herz- und Diabetes-Gesellschaften vergeben wird, nicht automatisch mit Krankheiten in Zusammenhang gebracht. Dies ist deshalb von Vorteil, weil das vorgesehene Label primär die gesunde Ernährung in den Vordergrund stellen will – und erst sekundär die Prävention von Krankheiten.
- Die Choices-Kriterien werden von einem unabhängigen wissenschaftlichen Gremium regelmässig überprüft und in überarbeiteter Form neu veröffentlicht. Dabei werden die Kriterien schrittweise strenger, um die Lebensmittelproduzenten zu motivieren, ihre Produktrezepturen weiter zu optimieren.
- Choices-Produkte werden von einer unabhängigen und akkreditierten Stelle zertifiziert. Das „Heart Symbol“ hingegen wird „nur“ von einer Expertengruppe (ohne Akkreditierung) vergeben und „Keyhole“ setzt ganz auf die Selbstverantwortung der Hersteller und Anbieter.

⁵ www.slv.se/en-gb/Group1/Food-and-Nutrition/Keyhole-symbol

⁶ www.sydanmerkki.fi/sydanmerkki_tuotteet/etusivu/fi_fi/englanniksi

⁷ www.choicesinternational.org

- Die Choices International Foundation (nachfolgend „Choices-Stiftung“ genannt) schreibt kein spezifisches Finanzierungsmodell für das Label vor. Die Finanzierung kann insofern an die Schweizer Rahmenbedingungen angepasst werden.
- „Choices“ ist in geografischer Hinsicht nicht so weit von der Schweiz entfernt wie „Keyhole“ und das „Heart Symbol“.

Choices-Kriterien für die Schweiz?

Aufgrund der oben aufgeführten Argumente favorisiert die SGE eine Kooperation mit der Choices-Stiftung. Die Choices-Stiftung ihrerseits steht einer möglichen Einführung ihres Labels in der Schweiz positiv gegenüber. Eine erste Kontaktaufnahme hat gezeigt, dass sie den einzelnen teilnehmenden Ländern einen gewissen Spielraum gewährt, um das Label entsprechend länderspezifischer Gegebenheiten (z.B. entsprechend der rechtlichen Rahmenbedingungen) einzuführen. Dies gilt auch für die nährstoffbasierten Label-Kriterien von Choices.

In diesem Zusammenhang hat die SGE im Auftrag des BAG im Sommer 2009 eine Expertengruppe ins Leben gerufen, welche die Aufgabe hatte, die aktuellen Kriterien des Labels „Choices“ daraufhin zu überprüfen, ob diese

- a. mit den Schweizer Ernährungsempfehlungen (Lebensmittelpyramide, DACH Referenzwerte) sowie mit den Schweizer Ernährungsgewohnheiten übereinstimmen,
- b. sich für den Schweizer Lebensmittelmarkt eignen,
- c. mit dem Schweizer Lebensmittelrecht vereinbar sind.

Die Expertengruppe „Kriterien“ setzte sich wie folgt zusammen:

- Dr. sc. techn. Hans-Peter Bachmann (Vorsitz), Lebensmittelingenieur ETH, Leiter des Bereichs Milch- und Fleischverarbeitung, Agroscope Liebefeld-Posieux, Vorstandsmitglied Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE
- Prof. Dr. Marco Bachmann, stv. Direktor Departement Life Sciences und Facility Management, Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften
- Sylvie Borloz, dipl. Ernährungsberaterin HF, Schweizerischer Verband dipl. Ernährungsberater/innen FH/HF
- Esther Infanger (Koordination), dipl. Ernährungsberaterin FH, Master of Nutrition UC, Schweizerische Gesellschaft für Ernährung SGE
- Elisabeth Nellen Regli, dipl. pharm, Leiterin Sektion Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände, Bundesamt für Gesundheit BAG
- Dr. sc. ETH Andrea Renggli, Lebensmittelingenieurin ETH, wissenschaftliche Mitarbeiterin, Sektion Ernährungs- und toxikologische Risiken, Bundesamt für Gesundheit BAG

Die Expertengruppe „Kriterien“ hat sich kritisch mit den Choices-Kriterien auseinandergesetzt und diese intensiv und auch kontrovers diskutiert. Dabei wurde wie folgt vorgegangen:

- a. Vergleich der Kategorisierung von Lebensmitteln bei Choices und der Kategorisierung in der Schweizer Lebensmittelpyramide⁸.
- b. Vergleich der Nährstoffkriterien von Choices mit der Schweizerischen Lebensmittelgesetzgebung sowie bestehenden Bundesstrategien (z.B. Salzstrategie).
- c. Berechnung und Überprüfung der „Label-Würdigkeit“ sämtlicher generischer Lebensmittel der Schweizer Nährwertdatenbank (Swissfir-Datenbank) sowie vieler zusätzlicher Produkte, deren Nährwertangaben der SGE von den jeweiligen Firmen freundlicherweise zur Verfügung gestellt wurden.
- d. Ermitteln des Anteils und der Anzahl Produkte pro Lebensmittelkategorie, welche das Choices-Label erhalten bzw. nicht erhalten würden, um abzuschätzen, ob die Nährstoffkriterien zu streng bzw. zu wenig streng sind.⁹
- e. Überprüfung, ob Produkte, welche das Choices-Label erhalten bzw. nicht erhalten würden, mit den Empfehlungen der Schweizer Lebensmittelpyramide übereinstimmen.
- f. Überprüfung, ob die Nährstoffkriterien von Choices sowie ein „Healthy Choice Label“ per se mit dem Schweizer Lebensmittelrecht vereinbar sind.

Die Expertengruppe „Kriterien“ kam im Oktober 2009 zum Schluss, dass die aktuellen Choices-Kriterien, welche von einem unabhängigen internationalen Expertengremium¹⁰ überarbeitet und im Oktober 2009 publiziert wurden und bereits in Holland, Belgien, Deutschland, Polen, in der Tschechischen Republik, Brasilien und Südafrika eingeführt sind, mit gewissen Anpassungen auch für die Schweiz geeignet sind.

⁸ Lebensmittelpyramide der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE (www.sge-ssn.ch)

⁹ Damit das Label einen gewissen Bekanntheitsgrad erreichen kann, ist eine gewisse Präsenz auf

Lebensmittelverpackungen nötig. Umgekehrt muss der Anteil und die Anzahl Produkte pro Lebensmittelkategorie, welche das Label erhalten, gegen oben begrenzt werden, um glaubwürdig zu bleiben.

¹⁰ www.choicesinternational.org -> "Criteria"

Die aus Sicht der Expertengruppe nötigen Anpassungen der Choices-Kriterien sind nachfolgend in Tabelle 1 zusammengefasst. Weitere Fragen und Anregungen zu Handen der Choices-Stiftung, welche sich aus den Diskussionen im Rahmen der Expertengruppe „Kriterien“ herauskristallisiert haben, sind in Tabelle 2 aufgeführt.

Tabelle 1: Anpassungsvorschläge der Expertengruppe „Kriterien“

	Anpassungsvorschlag	Begründung
Grundsätzlich	Choices-Kriterien sollen nicht zu Widersprüchen mit der Lebensmittelpyramide (LMP) führen.	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP
Grundsätzlich	Für verarbeitete, verpackte Produkte mit einem Label soll eine umfassende Nährwertkennzeichnung (inkl. Big8) vorgeschrieben werden.	Das Choices-Label ist eine gesundheitsbezogene Angabe. Solche Angaben lösen zwingend eine Nährwertkennzeichnung aus.
Grundsätzlich	Produkte mit Süssungsmitteln sollen das Label generell nicht erhalten.	Ersatz von Zucker durch Süssungsmittel verhindern. Keyhole z.B. verbietet Süssungsmittel ebenfalls generell.
Grundsätzlich	Die aufgeführten Beispiele bei den verschiedenen Kategorien müssen CH-spezifisch angepasst/ergänzt werden können.	Übereinstimmung mit CH-Ernährungsgewohnheiten Vereinfachung der Zuordnung von Produkten zu Kategorien.
Grundsätzlich	Die Portionenliste (Annex II von Choices-Kriterien) durch eine aktuelle CH-Liste ersetzen.	Übereinstimmung mit der CH-Lebensmittelindustrie, welche sich im Zusammenhang mit den GDA bereits auf eine Portionenliste geeinigt hat (siehe Anhang IV).

Fortsetzung Tabelle 1:

LM-Kategorie	Anpassungsvorschlag	Begründung
Processed fruit & vegetables	Getrocknete Hülsenfrüchte (Linsen, Kichererbsen etc.) gehören in die Kategorie „Potatoes, pasta, noodles“	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP
Processed fruit & vegetables	Gemüsesäfte sollten gemeinsam mit Fruchtsäften beurteilt werden und gehören in die Kategorie „Fruit Juices“ (welche entsprechend umbenannt werden sollte).	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP und 5amTag-Kampagne
Fruit Juices	Gemüsesäfte gemeinsam mit und gleich wie Fruchtsäfte beurteilen.	Übereinstimmung mit LMP und 5amTag-Kampagne
Fruit Juices	Kein Zusatz von Natrium/Salz (statt <100mg Na)	Analog zu Zucker-Kriterium für Fruchtsäfte, um Salzzugabe zu Gemüsesäften zu verhindern.
Potatoes (processed), pasta, noodles	Auch Fertigteige und getrocknete Hülsenfrüchte gehören in diese Kategorie.	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP
Breakfast cereal products	Zuckerlimite direkt auf 20g/100g senken (nicht erst in 6 Jahren).	Nur 22% der 140 evaluierten Cerealien/Müesli besitzen einen zugesetzten Zuckergehalt von >28g (bzw. nur 8% von Müesli und 38% von den Cerealien) Bei einer Limite von 20g/100g erreichen immerhin noch 63% der Produkte das Kriterium (bzw. 47% der Cerealien und 77% der Müesli)
Meat, poultry, eggs (unpr.)	Eier sollen das Label erhalten -> falls nötig, Bildung einer eigenen Kategorie	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP
Processed fish or fish products	Thon im Öl sollte Label nicht erhalten -> Totalfett als Zusatzkriterium?	Thon im Öl weniger empfehlenswert als Thon im Wasser, da > 5 x mehr Fett und Fettqualität (n6:n3) von zugesetztem Öl nicht gewährleistet.

Fortsetzung Tabelle 1:

LM-Kategorie	Anpassungsvorschlag	Begründung
Milk (-products)	Zuckerlimite auf 7g Zucker (statt 5g) erhöhen und erst in 3 Jahren auf 5g reduzieren.	Ansonsten erhielten in der CH nur nature und (falls erlaubt) künstlich gesüßte Produkte das Label. Aus den 231 evaluierten Joghurts hingegen, würde keines der gezuckerten das Label erhalten. Die Erhöhung der Limite auf 7g würde es immerhin einigen gezuckerten Joghurts auf dem Markt erlauben, bereits das Label zu tragen.
Cheese (-products)	15g SAFA ¹¹ pro 100g benachteiligt Hartkäse gegenüber Weichkäsen -> Kriterium pro Trockenmasse definieren: >= 30g SAFA pro 100g TM	Gleichbehandlung von Käsen aller Härtestufen.
Oils, fats and fat containing spreads	Wenn PUFA ¹² >15F% -> n6:n3 ¹³ = max 10:1	Übereinstimmung mit DACH ¹⁴ -Referenzwerten (n6:n3=max. 5:1 in Gesamternährung) und Botschaft der LMP
Main courses	Kategorie sollte besser definiert werden, zB: - eine Hauptmahlzeit muss eine Stärke- und eine Eiweißbeilage enthalten sowie einen Gemüse- oder Fruchteanteil aufweisen.	Mit Choices-Definition und -Kriterien ist nicht gewährleistet, dass „Main Courses“ ausgewogen zusammengesetzt sind.
Other sauces (on water basis)	Warum kein Zucker-Maximum wie bei „Meal sauces“?	
Other sauces (emulsions)	Salatsaucen müssten separat beurteilt werden, mit zusätzlichem n6/n3-Kriterium (max. 10:1), falls PUFA >15F%	Übereinstimmung mit DACH-Referenzwerten (n6:n3=max. 5:1) und Botschaft der LMP

¹¹ SAFA = saturated fatty acids = gesättigte Fettsäuren

¹² PUFA = poly-unsaturated fatty acids = mehrfach ungesättigte Fettsäuren

¹³ n6:n3 = Omega 6 : Omega 3

¹⁴ Referenzwerte der Deutschen (D), Österreichischen (A) und Schweizerischen (CH) Gesellschaft für Ernährung
Seite 11

Fortsetzung Tabelle 1:

LM-Kategorie	Anpassungsvorschlag	Begründung
Beverages	Max. 20 kcal/100ml (statt 30kcal)	<p>Übereinstimmung mit Botschaft der LMP</p> <p>Übereinstimmung mit lebensmittelrechtlicher Definition von energiearmen Getränken.</p> <p>Ein Energiegehalt von 30kcal/100ml entspricht einem Zuckergehalt von 7.5g. Damit würden alle normal gezuckerten Eistees sowie auch vereinzelte Limonaden das Label erhalten.</p>
All other products	Nüsse/Kerne/Samen brauchen eigene Kategorie: - ohne Zusatz von Salz, Zucker, Fett und Zusatzstoffe (analog „Fresh Fruits/Veg“)	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP

Tabelle 2: Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“ zu Handen der Choices-Stiftung:

Thema	Frage/Anregung
Tolerierte Abweichungen zwischen Analysen und Deklarationen	Wie werden Analysewerte beurteilt? Gibt es tolerierte Abweichungen von Laboranalysen? Falls nein -> Dokument „Empfehlung: Genauigkeit der Angaben bei der Nährwertkennzeichnung“ von fiaf (Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien) und vkcs (Verband der Kantonschemiker der Schweiz) bzw. entsprechendes EU-Dokument, sobald dieses fertig erarbeitet und verabschiedet ist.
Ablehnung von Produkten	Hat die zukünftige Schweizer Label-Organisation das Recht, einzelne Produkte abzulehnen, auch wenn diese die Kriterien erfüllen? Beispiel: Gemäss Choices werden alle Produkte „as sold“ beurteilt. Vorgeschchnittene, gefrorene, unfrittierte Pommes Frites würden so ein Label erhalten, auch wenn sie nach der Zubereitung nicht mehr den Choices-Kriterien entsprechen.
Panierte Produkte	Müssen panierte Produkte (z.B. Cordon Bleu, Fischstäbli) auch der 70%-Regel entsprechen? In welche Kategorie fällt ein Fischstäbli, welches nur zu 65% aus Fisch besteht?
„As sold“	Choices schreibt vor, dass mit wenigen Ausnahmen alle Produkte „as sold“ beurteilt werden müssen. Gewisse Produkte entsprechen jedoch nach der gängigen bzw. auf der Verpackung empfohlenen Zubereitung nicht mehr den Choices-Kriterien. Wie kann verhindert werden, dass solche Produkte ein Label erhalten?
Nahrungsfasern >1.3g/100kcal	Warum wurde die Untergrenze der Nahrungsfasern bei 1.3g/100kcal festgelegt, obwohl EU wie auch CH (LKV, Anhang 7) die Auslobung eines Nahrungsfasergehaltes erst ab einem Gehalt von 1.5g/100kcal (oder 3g/100g) zulassen?
Main courses / filled sandwiches	- Die Abgrenzung zwischen „Main courses“ und „Filled sandwiches“ ist nicht klar. In CH werden Sandwiches auch als Hauptmahlzeiten angeboten und verzehrt. - Warum Natrium-Vorgaben von „Filled sandwiches“ abweichend von „Main courses“? (1.9g/100g vs. 2.2g/100g) - Warum Nahrungsfasern-Vorgaben von „Filled sandwiches“ abweichend von „Main courses“? (0.8g/100kcal vs. 1.25g/100kcal) - Warum Obergrenze von Energie bei Sandwiches tiefer als Untergrenze bei „Main courses“? (<=350kcal / >=400kcal)
Soups	Warum kein Nahrungsfasern-Kriterium?
Sauces	Macht diese Unterteilung in >/<35g Sinn? Sollten Saucen nicht grundsätzlich nach denselben Kriterien beurteilt werden?

Anleitung Konsultation

Die vorliegende Konsultation gibt wichtigen Akteuren, potenziellen Lizenznehmer sowie weiteren interessierten Kreisen die Möglichkeit, Stellung zu nehmen zur möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung sowie zu den nährstoffbasierten Kriterien des bestehenden Labels „Choices“, welches sich aus Sicht der SGE auch für die Schweiz eignet.

Die aktuellen Kriterien des Choices-Labels können auf der Webseite der Choices-Stiftung (www.choicesinternational.org -> Rubrik „Criteria“) heruntergeladen werden und wurden auch dem Schreiben zur Konsultation beigelegt. Die Anpassungsvorschläge und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“ zu Handen der Choices-Stiftung sind im vorangehenden Kapitel aufgeführt. Eine Gesamtübersicht über sämtliche Kriterien inkl. Anpassungsvorschläge und Anregungen der Expertengruppe findet sich in den nachfolgenden Anhängen I bis IV.

Sämtliche Kommentare sind mit dem vorbereiteten **Feedback-Formular (siehe Anhang V)** einzureichen. Sollten gewisse Kommentare bzw. Teile daraus vertraulich behandelt werden, muss dies entsprechend vermerkt wie auch begründet werden. Die Konsultationsphase dauert bis am **Mittwoch, 31. März 2010**. Alle interessierten Kreise sind eingeladen, ihre Stellungnahmen bis spätestens zu diesem Zeitpunkt **per Email an label@sge-ssn.ch** zu senden. Stellungnahmen, welche nach dem 31. März eintreffen, können nicht mehr berücksichtigt werden. Aus organisatorischen Gründen können Kommentare nicht persönlich beantwortet werden.

Die SGE wird die eingegangenen Stellungnahmen sammeln und dem BAG übergeben. Das Bundesamt für Gesundheit BAG wird die eingegangenen Stellungnahmen anschliessend evaluieren und in seinen Entscheidungsfindungsprozess betreffend der Einführung eines „Healthy Choice Labels“ einfließen lassen. Um eine unabhängige Auswertung der Stellungnahmen zu gewährleisten, wird eine externe Stelle beigezogen werden. Das resultierende Dokument kann anschliessend bei der SGE bezogen werden.

Bei Fragen können Sie sich an Frau Esther Infanger, Projektleiterin, wenden:

Tel: 031 385 00 12

Email: e.infanger@sge-ssn.ch

Literaturverzeichnis

1. **ACNielsen**. Nutritional labelling & health foods Nielsen Global, 2008.
2. **Cowburn G, and Stockley L**. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutrition* 8: 21-28, 2005.
3. **Cowburn G, and Stockley L**. A systematic review of the research on consumer understanding of nutrition labelling Brussels: European Heart Network, 2003.
4. **Gorton D**. Nutrition labelling - update of scientific evidence on consumer use and understanding of nutrition labels and claims New Zealand Food Safety Authority, New Zealand Ministry of Health, 2007.
5. **Infanger E**. Label inventory: an inventory of how 'healthy choice labels' and other labels from within and outside of Switzerland have been developed and introduced into the market and are awarded, monitored and managed Bern: Schweizerische Gesellschaft für Ernährung, 2009.
6. **Nestlé**. *Nutri-Trend-Studie 2000: Ernährungsgewohnheiten in der Schweiz 2000 - zwischen Tradition und Moderne*. Vevey: Nestlé Suisse S.A., 2000.
7. **Rudolph T, and Glas A**. *Food Consumption 2008: Ess- und Verzehrverhalten in der Schweiz*. Retail-Lab, Institut für Marketing und Handel, Universität St. Gallen, 2008.
8. **Wang J**. Gesundheitskompetenz der Bevölkerung: Wunsch oder Wirklichkeit? In: *15 Ernährungsplattform*. Bern: 2007.
9. **Wang J, and Schmid M**. Regional differences in health literacy in Switzerland Zürich: University of Zürich - Institute of Social and Preventive Medicine, 2007.
10. **World Health Organization**. Global strategy on diet, physical activity and health: obesity and overweight Geneva: World Health Organization, 2004.

Anhang I: Allgemeine Anpassungsvorschläge der Expertengruppe „Kriterien“ bezüglich der Choices-Kriterien

	Anpassungsvorschläge	Begründung
1.1	Choices-Kriterien sollen nicht zu Widersprüchen mit der Lebensmittelpyramide (LMP) führen.	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP
1.2	Für verarbeitete, verpackte Produkte mit einem Label soll eine umfassende Nährwertkennzeichnung (inkl. Big8) vorgeschrieben werden.	Das Choices-Label ist eine gesundheitsbezogene Angabe. Solche Angaben lösen zwingend eine Nährwertkennzeichnung aus.
1.3	Produkte mit Süßungsmitteln sollen das Label generell nicht erhalten.	Ersatz von Zucker durch Süßungsmittel verhindern. Keyhole z.B. verbietet Süßungsmittel ebenfalls generell.
1.4	Die aufgeführten Beispiele bei den verschiedenen Kategorien müssen CH-spezifisch angepasst/ergänzt werden können.	Übereinstimmung mit CH-Ernährungsgewohnheiten Vereinfachung der Zuordnung von Produkten zu Kategorien.
1.5	Die Portionenliste (Annex II von Choices-Kriterien) durch eine aktuelle CH-Liste ersetzen.	Übereinstimmung mit der CH-Lebensmittelindustrie, welche sich im Zusammenhang mit den GDA bereits auf eine Portionenliste geeinigt hat (siehe Anhang IV).

Anhang II: Choices-Kriterien der „basic product groups“ inkl. Anpassungsvorschläge der Expertengruppe „Kriterien“

	Product group	Criteria	Definition	Anpassungsvorschläge	Begründung
2.1	Fresh or fresh frozen fruit, vegetables and legumes	All products without additives comply	All types of fresh fruit, vegetables, and legumes without additives, including freshly frozen and/or sliced fruit & vegetables. <i>E.g.: pre-cut leek, pre-sliced melon, cucumber, broccoli, deep-frozen spinach (without added cream), and raspberries.</i>	-	-
2.2	Processed fruit & vegetables	SAFA ¹⁵ : ≤ 1.1 g/100g TFA ¹⁶ : ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All types of processed fruit & vegetables, with the exception of fruit juices and frozen or pre-sliced fruit & vegetables without further processing. <i>E.g.: tinned tomatoes, tinned carrots, tinned kidney beans, deep-frozen spinach à la crème, deep-frozen vegetables, tomato juice, dried lentils, pickles, mixed vegetable juices, dried apricots or figs, pine on juice, fruit cocktail in own juice or syrup, apple sauce, candied dates, strawberry purée, olives, mixed fruit & vegetable purées or juices.</i>	-	-

¹⁵ SAFA = saturated fatty acids = gesättigte Fettsäuren

¹⁶ TFA = trans fatty acids = Trans-Fettsäuren

2.3	Fruit juices	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 0.75 g/100kcal* Energy: ≤ 48 kcal/100mL	All kinds of fruit juices with a minimum of 98% own juice. <i>E.g.: orange juice, apple juice, multi-fruit juice.</i>	Gemüsesäfte gemeinsam mit und gleich wie Fruchtsäfte beurteilen. Na not added (statt <100mg)	Übereinstimmung mit LMP und 5amTag-Kampagne Analog zu Zucker-Kriterium für Fruchtsäfte, um Salzzugabe zu Gemüsesäften zu verhindern.
2.4	Water (plain)	Sodium: ≤ 20mg/100mL	Includes natural (mineral) waters and other bottled waters, whether non-carbonated or carbonated.	-	-
2.5	Potatoes (unprocessed)	All products without additives comply	All unprocessed uncooked potatoes, without additives, including peeled, sliced and/or chilled potatoes.	-	-
2.6	Potatoes (processed), pasta & noodles	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of potato products, pasta and similar grain products, used for a main course. <i>E.g.: boiled/fried potatoes, mashed potato, (wholemeal) pasta.</i>	Auch Fertigteige und getrocknete Hülsenfrüchte gehören in diese Kategorie.	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP
2.7	Rice	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 0.7 g/100kcal*	All kinds of rice, used for a main course. <i>E.g.: boiled, dried unpolished rice, white rice, whole grain rice.</i>	-	-

2.8	Bread	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 500mg/100g Added sugar: ≤ 13 en% Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of bread or substitutes for bread with the exception of breakfast cereals. <i>E.g.: wheat bread, wholemeal bread, crisp bread, croissants, rye bread, speciality rolls, and crackers.</i>	-	-
2.9	Grains and cereal products	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of grains and cereal products (other than bread and breakfast cereals). <i>E.g.: flour, breadcrumbs, binding agents, pancake mixes.</i>	-	-
2.10	Breakfast cereal products	SAFA: ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 500 mg/100g Added sugar: ≤ 28 g/100g** Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of breakfast cereal products. <i>E.g.: muesli, cruesli, oats, cornflakes, rice crispies.</i>	Zuckerlimite direkt auf 20g/100g senken (nicht erst in 6 Jahren).	Nur 22% der 140 analysierten Cerealien/Müesli besitzen einen zugesetzten Zuckergehalt von >28g (bzw. nur 8% von Müeslis und 38% von den Cerealien). Bei einer Limite von 20g/100g erreichen immerhin noch 63% der Produkte das Kriterium (bzw. 47% der Cerealien und 77% der Müesli)
2.11	Meat, poultry, eggs (unprocessed)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of unprocessed meat, poultry and eggs (including deep-frozen meat without further processing). <i>E.g.: beef, pork, turkey, egg.</i>	Eier sollen das Label erhalten -> falls nötig, Bildung einer eigenen Kategorie	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP

2.12	Processed meat, meat products and meat substitutes	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Sodium: ≤ 900 mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g	All kinds of processed meat/poultry, meat products and (vegetable) meat substitutes. <i>E.g.: ready-to-eat meatballs, spiced or salted meat (fresh or deep-frozen), salami, smokedried beef, grilled ham, tempeh, tofu, dairy-based meat substitute, fungus-based meat substitute.</i>	-	-
2.13	Fresh or fresh frozen fish, shellfish and crustaceans	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 30 % of total fat TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of unprocessed fish, crustaceans and shellfish (including deep-frozen, steamed or smoked fish without further processing). <i>E.g.: uncooked herring, cod (fresh or deep-frozen), fresh eel, lobster crab, mussel, and shrimp.</i>	-	-
2.14	Processed fish or fish products	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 30 % of total fat TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 450 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of processed fish, processed crustaceans and processed shellfish. <i>E.g.: cod parings, fried fillet of haddock, deep-fried octopus/ squid (cephalopod), pickled mussels, herring in tomato sauce, tinned sardines, tinned tuna, spiced or salted fish (fresh or deep-frozen).</i>	Thon im Öl sollte Label nicht erhalten -> Totalfett als Zusatzkriterium?	Thon im Öl weniger empfehlenswert als Thon im Wasser, da > 5 x mehr Fett und Fettqualität (n6:n3) von zugesetztem Öl nicht gewährleistet.

2.15	Milk (-products)	SAFA: ≤ 1.4 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: ≤ 5 g/100g	All kinds of milk and milk products. <i>E.g.: low fat milk, buttermilk semi-skimmed milk, full-cream milk, low fat yoghurt, semi-skimmed yoghurt, yoghurt drink, low fat custard, low fat fruit yoghurt, evaporated milk, coffee cream, cream (for culinary use), milk substitutes like soymilk.</i>	Zuckerlimite auf 7g Zucker (statt 5g) erhöhen und erst in 3 Jahren auf 5g reduzieren.	Ansonsten erhielten in der CH nur nature und (falls erlaubt) künstlich gesüsste Produkte das Label. Aus den 231 analysierten Jogurten hingegen, würde keines der gezuckerten das Label erhalten. Die Erhöhung der Limite auf 7g würde es immerhin einigen gezuckerten Jogurts auf dem Markt erlauben, bereits das Label zu tragen.
2.16	Cheese (-products)	SAFA: ≤ 15 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Sodium: ≤ 900 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of cheese and cheese products. <i>E.g.: 20+ cheese, 30+ cheese, Edam, Brie 50+, 48+ Gouda cheese, blue cheese, gorgonzola, gruyere, soft herb cheese.</i>	15g SAFA pro 100g benachteiligt Hartkäse gegenüber Weichkäsen -> Kriterium pro Trockenmasse definieren: >= 30g SAFA pro 100g TM	Gleichbehandlung von Käsen aller Härtestufen.
2.17	Oils, fats and fat containing spreads	SAFA: ≤ 30% of total fat**** TFA: ≤ 1.3 en%*** Sodium: ≤ 1.3 mg/kcal Added sugar: not added	All fats and oils used as spreads on bread and/or the preparation of food. <i>E.g.: oil (all types), low-fat margarine, butter, oil/fat products for roasting and frying (solid or liquid).</i>	Wenn PUFA ¹⁷ >15F% -> n6:n3 ¹⁸ = max 10:1	Übereinstimmung mit DACH ¹⁹ -Referenzwerten (n6:n3=max. 5:1) und Botschaft der LMP

¹⁷ PUFA = poly-unsaturated fatty acids = mehrfach ungesättigte Fettsäuren

¹⁸ n6:n3 = Omega 6 : Omega 3

¹⁹ Referenzwerte der Deutschen (D), Österreichischen (A) und Schweizerischen (CH) Gesellschaft für Ernährung

2.18	Main course	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en%*** Sodium: ≤ 2.2 mg/kcal Added sugar: ≤ 2.5g/100g or ≤ 13 en% Fibre: ≥ 1.25g/100kcal* Energy: 400-700kcal/serving	All ready-to-cook meals that are intended to be eaten as a main dish during lunch or dinner. <i>E.g.: meals for steaming, ready-to-cook meals, pizza, deep-frozen meals*****</i>	Kategorie sollte besser definiert werden, z.B.: - eine Hauptmahlzeit muss eine Stärke- und eine Eiweissbeilage enthalten sowie einen Gemüse- oder Früchteanteil aufweisen.	Mit Choices-Definition und -Kriterien ist nicht gewährleistet, dass Main Courses ausgewogen zusammengesetzt sind.
2.19	Sandwiches/rolls	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en%*** Sodium: ≤ 1.9 mg/kcal Added sugar: ≤ 2.5g/100g or ≤ 13 en% Fibre: ≥ 0.8g/100kcal* Energy: ≤ 350 kcal/serving	All ready-to-eat filled sandwiches/rolls. *****	-	-

* The fibre source in a product must be naturally occurring in one of the main ingredients of the product group.

** Will be reduced to 24 g/100g in 3 years and to 20 g/100g in 6 years.

*** Naturally occurring trans fat from meat or milk is excluded.

**** Value only applies to Europe.

***** If all the components of the product comply to the criteria in their respective product group and the product is in line with the energy and fibre criterion for its product group, the product also complies to the criteria.

Anhang III: Choices-Kriterien der „non-basic product groups“ inkl. Anpassungsvorschläge der Expertengruppe „Kriterien“

	Product group	Criteria	Definition	Anpassungsvorschläge	Begründung
3.1	Soups	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 350 mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g Energy: ≤ 100 kcal/100g	All kinds of soups and broths. <i>E.g.: tinned soup, deep-frozen soup, soup in stand-up pouches, soup served by the catering industry.</i>	-	-
3.2	Meal sauces	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 450 mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g Energy: ≤ 100 kcal/100g	All sauces that constitute a substantial component of the meal (portion size > 35 g). <i>E.g.: pasta sauce, béchamel sauce, vegetable sauce, meat sauce, fish sauce, cheese sauce, mustard sauce, gravy.</i>	-	-
3.3	Other sauces (on water basis)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 750 mg/100g Energy: ≤ 100 kcal/100g	All sauces that constitute only a minor component of the meal (portion size < 35 g) without added emulsifying agent AND have a fat content < 10% w/w. <i>E.g.: ketchup, soy sauce, chocolate sauce, fruit sauce, barbecue sauce.</i>	Warum kein Zucker-Maximum wie bei Meal sauces?	-

3.4	Other sauces (emulsions)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 30 % total fat TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 750 mg/100g Added sugar: ≤ 13 en% or ≤ 2.5g/100g Energy: ≤ 350 kcal/100g	All sauces that constitute only a minor component of the meal (portion size < 35 g) to which an emulsifying agent is added OR have a fat content ≥ 10% w/w. <i>E.g.: mayonnaise, salad dressing, dip sauce, marinade, mustard, vinaigrette.</i>	Salatsaucen müssten separat beurteilt werden, mit zusätzlichem n6/n3-Kriterium (max. 10:1), falls PUFA >15F%	Übereinstimmung mit DACH-Referenzwerten (n6:n3=max. 5:1 in Gesamternährung) und Botschaft der LMP
3.5	Snacks (including pastry, edible ice cream, sweet snacks and savoury snacks)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 400 mg/100g Added sugar: ≤ 20 g/100g Energy: ≤ 110 kcal/serving	All kinds of sweet, savoury, and sweet baked products intended to be eaten as a small snack between meals or as a minor component of a meal. <i>E.g.:</i> • <i>Savoury products: potato crisps, popcorn.</i> • <i>Sweet products: sweets, all types of chocolate, candy bars.</i> • <i>Sweet baked products: biscuits, cookies, all types of cake and pastries.</i> • <i>Ice cream: vanilla ice cream, sorbet, yoghurt ice, sorbet ice, milkshake.</i>	-	-

3.6	Beverages	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100 mg/100g Energy: ≤ 30 kcal/100 mL* (* Will be reduced to 20 kcal/100 mL in 3 years.)	Liquid food products that are normally consumed from a cup, mug or glass (incl. products packed in portions in packaging, bottles, etc.), with the exception of plain water, dairy products and fruit juices. <i>E.g.: coffee, tea, (light) soft drinks, fruit drinks.</i>	Max. 20 kcal/100ml (statt 30kcal)	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP Übereinstimmung mit lebensmittelrechtlicher Definition von energiearmen Getränken. Ein Energiegehalt von 30kcal/100ml entspricht einem Zuckergehalt von 7.5g. Damit würden alle normal gezuckerten Eistees sowie auch vereinzelt Limonaden das Label erhalten.
3.7	Bread toppings incl. hummus like products	SAFA: ≤ 13 en% TFA: ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 400 mg/100g Added sugar: ≤ 30 g/100g	All kinds of food product that are meant to be put on bread or toast and not fall under earlier mentioned product groups. <i>E.g.: jam, peanut butter, tuna salad, hummus, tahini.</i>	-	-
3.8	All other products	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 100 mg/100g or ≤ 1.3 mg/kcal Added sugar: ≤ 2.5 g/100g or ≤ 13 en%	All kinds of food product that do not fall within any of the above mentioned product groups. <i>E.g.: baking product, seasonings, vinegar.</i>	Nüsse/Kerne/Samen brauchen eigene Kategorie: - ohne Zusatz von Salz, Zucker, Fett und Zusatzstoffe (analog Fresh Fruits/Vegetables)	Übereinstimmung mit Botschaft der LMP

Anhang IV: Weitere Fragen/Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“

	Thema	Frage/Anregung
4.1	Tolerierte Abweichungen zwischen Analysen und Deklarationen	Wie werden Analysewerte beurteilt? Gibt es tolerierte Abweichungen von Laboranalysen? Falls nein -> Dokument „Empfehlung: Genauigkeit der Angaben bei der Nährwertkennzeichnung“ von fiaf (Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien) und vkcs (Verband der Kantonschemiker der Schweiz) bzw. entsprechendes EU-Dokument, sobald dieses fertig erarbeitet und verabschiedet ist.
4.2	Ablehnung von Produkten	Hat die zukünftige Schweizer Label-Organisation das Recht, einzelne Produkte abzulehnen, auch wenn diese die Kriterien erfüllen? Beispiel: Gemäss Choices werden alle Produkte „as sold“ beurteilt. Vorgeschnittene, gefrorene, unfrittierte Pommes Frites würden so ein Label erhalten, auch wenn sie nach der Zubereitung nicht mehr den Choices-Kriterien entsprechen.
4.3	Panierte Produkte	Müssen panierte Produkte (z.B. Cordon Bleu, Fischstäbli) auch der 70%-Regel entsprechen? In welche Kategorie fällt ein Fischstäbli, welches nur zu 65% aus Fisch besteht?
4.4	„As sold“	Choices schreibt vor, dass mit wenigen Ausnahmen alle Produkte „as sold“ beurteilt werden müssen. Gewisse Produkte entsprechen jedoch nach der gängigen bzw. auf der Verpackung empfohlenen Zubereitung nicht mehr den Choices-Kriterien. Wie kann verhindert werden, dass solche Produkte ein Label erhalten?
4.5	Nahrungsfasern >1.3g/100kcal	Warum wurde die Untergrenze der Nahrungsfasern bei 1.3g/100kcal festgelegt, obwohl EU wie auch CH (LKV, Anhang 7) die Auslobung eines Nahrungsfasergehaltes erst ab einem Gehalt von 1.5g/100kcal (oder 3g/100g) zulassen?
4.6	Main courses / filled sandwiches	- Die Abgrenzung zwischen „Main courses“ und „Filled sandwiches“ ist nicht klar. In CH werden Sandwiches auch als Hauptmahlzeiten angeboten und verzehrt. - Warum Natrium-Vorgaben von „Filled sandwiches“ abweichend von „Main courses“? (1.9g/100g vs. 2.2g/100g) - Warum Nahrungsfasern-Vorgaben von „Filled sandwiches“ abweichend von „Main courses“? (0.8g/100kcal vs. 1.25g/100kcal) - Warum Obergrenze von Energie bei Sandwiches tiefer als Untergrenze bei „Main courses“? (<=350kcal / >=400kcal)
4.7	Soups	Warum kein Kriterium zu Nahrungsfasern?
4.8	Sauces	Macht diese Unterteilung in >/<35g Sinn? Sollten Saucen nicht grundsätzlich nach denselben Kriterien beurteilt werden?



SGE Schweizerische Gesellschaft für Ernährung
SSN Société Suisse de Nutrition
SSN Società Svizzera di Nutrizione

Feedback-Formular

Konsultation zur möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung und zu deren Kriterien bei interessierten Kreisen

Kurzanleitung:

Formular ausfüllen und mit Kommentaren ergänzen. Bis spätestens **31. März 2010 per Email an label@sge-ssn.ch** einreichen. Kommentare, welche nach dem 31. März eintreffen, können nicht mehr berücksichtigt werden. Aus organisatorischen Gründen können Ihre Kommentare nicht persönlich beantwortet werden. Sollten gewisse Kommentare bzw. Teile daraus vertraulich behandelt werden, muss dies entsprechend vermerkt wie auch begründet werden.

Stellungnahme von:

Firma/Organisation:

Vorname/Name:

Funktion:

Email:

Telefon:

Datum:

Stellungnahme:

Bitte geben Sie Ihren Kommentar oder Ihre Kommentare in untenstehende **grau schattierte Felder** ein. Diese passen sich **automatisch der Länge Ihres Textes** an. Wir bitten Sie, Ihre Kommentare **möglichst kurz und prägnant** zu formulieren und wo möglich auch wissenschaftlich zu **begründen bzw. zu belegen**.

Stellungnahme zu den nährstoffbasierten Kriterien von Choices (siehe Anhänge II und III oder „Choices Product Criteria V2.1“)

Kommentar:

Stellungnahme zu den allgemeinen Anpassungsvorschlägen der Expertengruppe „Kriterien“ (siehe Anhang I)

Kommentar:

Stellungnahme zu den Fragen und Anregungen der Expertengruppe „Kriterien“ (siehe Anhang IV)

Kommentar:

Stellungnahme zur Kooperation mit der Choices-Stiftung

Kommentar:

Allgemeine Stellungnahme:

Kommentar:

Weitere Kommentare

Betrifft:

Kommentar:

Abschliessende Fragen

Wir würden es sehr schätzen, wenn Sie zum Abschluss noch die drei nachfolgenden Fragen beantworten könnten.

Frage 1:

Wie stehen Sie der möglichen Einführung eines „Healthy Choice Labels“¹ in den Schweizer Lebensmittelmarkt gegenüber (unabhängig von einer möglichen Kooperation)?

Positiv	Eher positiv	Neutral	Eher negativ	Negativ
<input type="checkbox"/>				

Kommentar/Begründung:

Frage 2:

Wie stehen Sie einer möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung gegenüber?

Positiv	Eher positiv	Neutral	Eher negativ	Negativ
<input type="checkbox"/>				

Kommentar/Begründung:

Frage 3:

Falls Sie ein Produzent oder Inverkehrbringer eines Lebensmittels und/oder Getränkes sind: Können Sie sich *generell* vorstellen, geeignete Lebensmittel und/oder Getränke aus Ihrem Sortiment mit einem „Healthy Choice Label“ zu kennzeichnen?

Ja	Nein	Weiss nicht
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kommentar/Begründung:

¹ = Generische Bezeichnung für ein Label, welches gesündere Alternativen innerhalb definierter Lebensmittelkategorien kennzeichnet. Wird auf der Vorderseite der Verpackung („front-of-pack“) platziert.

Feedback-Formular: Konsultation zur möglichen Kooperation mit der Choices-Stiftung und zu deren Kriterien!



PRODUCT CRITERIA

20 October 2009

Version 2.1

Most recent product criteria of the Choices Programme

In this document the most recent product criteria are given, as developed by the International Scientific Committee, comprised of independent experts on nutrition, food technology and consumer behaviour from around the world.

The International Scientific Committee periodically evaluates the product criteria in order to incorporate the latest developments in the field of science and technology. In this way, the system stays in line with current insights in the area of nutrition & health and continues to stimulate product innovation. After each review, a transition period is applied to allow product innovation to the new criteria.

Due to differences in the dietary pattern, there might be some small deviations on the criteria per country. This means that the criteria being used in some countries or for some products can deviate from the criteria as described in this document. Please contact the local Choices foundation or the Choices International Foundation for more information on the exact criteria that are being applied in your country.

Products excluded

A number of products are excluded from eligibility for the stamp:

1. products containing > 0.5% alcohol;
2. food supplements;
3. products for use under medical supervision;
4. foods for children younger than 1 year old.

Choices International Foundation:
Waterloosquare de la sap 20, B.18
B-1040 Brussels,
Belgium
+32 2 502 1151
www.choicesprogramme.org
info@choicesprogramme.org

Product criteria - Version 2.1 - 20 October 2009

2



Product groups

A product must comply with the product criteria of the product group to which it belongs. There are two sorts of groups defined: basic product groups and non-basic product groups.

Basic product groups (Table 1)

Basic product groups have been defined on the basis of product group classifications used in more than 20 countries from 5 continents. The products from these food groups significantly contribute to the intake of essential nutrients. Categorised in these basic product groups are:

- fruit and vegetables;
- sources of carbohydrates;
- meal, fish, poultry, eggs, and meat substitutes;
- dairy products;
- oils, fats and fat-containing spreads;
- water;
- main courses and sandwiches.

The criteria for saturated fat, trans fat, sodium and added sugar are determined for these groups. Additional criteria have been drawn up for situations in which the intake of essential or useful nutrients (e.g. bread should contribute to the intake of fibre) or the intake of suitable amounts of energy is of importance.

Non-basic product groups (Table 2)

Food products from non-basic product groups generally do not provide a substantial contribution to the intake essential nutrients, but have a large product innovation potential. Categorised as non-basic products are:

- soups;
- sauces;
- snacks (sweet and savoury);
- beverages (excluding water);
- bread toppings.

Besides the criteria for saturated fat, trans fat, sodium and added sugar, an extra energy criterion is set for most of these product groups. Generic criteria for saturated fat, trans fat, sodium and added sugar are applied for products that do not fall under any of the basic or non-basic product groups (defined as "all other products" in Table 2).

Table 1: Criteria for basic product groups

Product group	Criteria	Definition
Fresh or fresh frozen fruit, vegetables and legumes	All products without additives comply	All types of fresh fruit, vegetables, and legumes without additives, including freshly frozen and/or sliced fruit & vegetables. E.g.: pre-cut leek, pre-sliced melon, cucumber, broccoli, deep-frozen spinach (without added cream), and raspberries
Processed fruit & vegetables	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All types of processed fruit & vegetables, with the exception of fruit juices and frozen or pre-sliced fruit & vegetables without further processing. E.g.: tinned tomatoes, tinned carrots, tinned kidney beans, deep-frozen spinach à la crème, deep-frozen vegetables, tomato juice, dried lentils, pickles, mixed vegetable juices, dried apricots or figs, pine or juice, fruit cocktail in own juice or syrup, apple sauce, candied dates, strawberry purée, olives, mixed fruit & vegetable purées or juices
Fruit juices	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 0.75 g/100kcal* Energy: ≤ 48 kcal/100mL	All kinds of fruit juices with a minimum of 98% own juice. E.g.: orange juice, apple juice, multi-fruit juice
Water (plain)	Sodium: ≤ 20 mg/100mL	Includes natural (mineral) waters and other bottled waters, whether non-carbonated or carbonated
Potatoes (unprocessed)	All products without additives comply	All unprocessed uncooked potatoes, without additives, including peeled, sliced and/or chilled potatoes
Potatoes (processed), pasta & noodles	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of potato products, pasta and similar grain products, used for a main course. E.g.: boiled/fried potatoes, mashed potato, (wholemeal) pasta
Rice	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: not added Fibre: ≥ 0.7 g/100kcal*	All kinds of rice, used for a main course. E.g.: boiled, dried unpolished rice, white rice, whole grain rice
Bread	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 500 mg/100g Added sugar: ≤ 13 en% Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of bread or substitutes for bread with the exception of breakfast cereals. E.g.: wheat bread, wholemeal bread, crisp bread, croissants, rye bread, speciality rolls, and crackers



Grains and cereal products	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of grains and cereal products (other than bread and breakfast cereals). <i>E.g.: flour, breadcrumbs, binding agents, pancake mixes.</i>
Breakfast cereal products	SAFA: ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 900 mg/100g Added sugar: ≤ 28 g/100g** Fibre: ≥ 1.3 g/100kcal*	All kinds of breakfast cereal products. <i>E.g.: muesli, cruesli, oats, cornflakes, rice crispies.</i>
Meat, poultry, eggs (unprocessed)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of unprocessed meat, poultry and eggs (including deep-frozen meat without further processing). <i>E.g.: beef, pork, turkey, egg.</i>
Processed meat, meat products and meat substitutes	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Sodium: ≤ 900 mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g	All kinds of processed meat/poultry, meat products and (vegetable) meat substitutes. <i>E.g.: ready-to-eat meatballs, spiced or salted meat (fresh or deep-frozen), salami, smoke-dried beef, grilled ham, topped, tofu, dairy-based meat substitute, fungus-based meat substitute.</i>
Fresh or fresh frozen fish, shellfish and crustaceans	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 30 % of total fat TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of unprocessed fish, crustaceans and shellfish (including deep-frozen, steamed or smoked fish without further processing). <i>E.g.: uncooked herring, cod (fresh or deep-frozen), fresh oel, lobster crab, mussel, and shrimp.</i>
Processed fish or fish products	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 30 % of total fat TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 450 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of processed fish, processed crustaceans and processed shellfish. <i>E.g.: cod parings, fried fillet of haddock, deep-fried octopus/ squid (cephalopod), pickled mussels, herring in tomato sauce, tinned sardines, tinned tuna, spiced or salted fish (fresh or deep-frozen).</i>
Milk (-products)	SAFA: ≤ 1.4 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Sodium: ≤ 100 mg/100g Added sugar: ≤ 5 g/100g	All kinds of milk and milk products. <i>E.g.: low fat milk, buttermilk semi-skimmed milk, full-cream milk, low fat yoghurt, semi-skimmed yoghurt, yoghurt drink, low fat custard, low fat fruit yoghurt, evaporated milk, coffee cream, cream (for culinary use), milk substitutes like soymilk.</i>
Cheese (-products)	SAFA: ≤ 15 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g*** Sodium: ≤ 900 mg/100g Added sugar: not added	All kinds of cheese and cheese products. <i>E.g.: 20+ cheese, 30+ cheese, Edam, Brie 50+, 48+ Gouda cheese, blue cheese, gorgonzola, gruyere, soft herb cheese.</i>
Oils, fats and fat containing spreads	SAFA: ≤ 30% of total fat**** TFA: ≤ 1.3 en%**** Sodium: ≤ 1.3 mg/kcal Added sugar: not added	All fats and oils used as spreads on bread and/or the preparation of food. <i>E.g.: oil (all types), low fat margarine, margarine, butter, oil/fat products for roasting and frying (solid or liquid).</i>

Main course	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en%*** Sodium: ≤ 2.2 mg/kcal Added sugar: ≤ 2.5g/100g or ≤ 13 en% Fibre: ≥ 1.25g/100kcal* Energy: 400-700kcal/serving	All ready-to-cook meals that are intended to be eaten as a main dish during lunch or dinner. <i>E.g.: meals for steaming, ready-to-cook meals, pizza, deep-frozen meals****</i>
Sandwiches/rolls	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en%*** Sodium: ≤ 1.9 mg/kcal Added sugar: ≤ 2.5g/100g or ≤ 13 en% Fibre: ≥ 0.8g/100kcal* Energy: ≤ 350 kcal/serving	All ready-to-eat filled sandwiches/rolls. *****

- * The fibre source in a product must be naturally occurring in one of the main ingredients of the product group.
- ** Will be reduced to 24 g/100g in 3 years and to 20 g/100g in 6 years.
- *** Naturally occurring trans fat from meat or milk is excluded.
- **** Value only applies to Europe.
- ***** If all the components of the product comply to the criteria in their respective product group and the product is in line with the energy and fibre criterion for its product group, the product also complies to the criteria.



Table 2: Criteria for non-basic product groups

Product group	Criteria	Definition
Soups	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 350 mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g Energy: ≤ 100 kcal/100g	All kinds of soups and broths. E.g.: <i>tinned soup, deep-frozen soup, soup in stand-up pouches, soup served by the catering industry.</i>
Meal sauces	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 450 mg/100g Added sugar: ≤ 2.5g/100g Energy: ≤ 100 kcal/100g	All sauces that constitute a substantial component of the meal (portion size > 35 g). E.g.: <i>pasta sauce, béchamel sauce, vegetable sauce, meat sauce, fish sauce, cheese sauce, mustard sauce, gravy.</i>
Other sauces (on water basis)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 750 mg/100g Energy: ≤ 100 kcal/100g	All sauces that constitute only a minor component of the meal (portion size < 35 g) without added emulsifying agent AND have a fat content < 10% w/w. E.g.: <i>ketchup, soy sauce, chocolate sauce, fruit sauce, barbecue sauce.</i>
Other sauces (emulsions)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 30 % total fat TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 750 mg/100g Added sugar: ≤ 13 en% or ≤ 2.5g/100g Energy: ≤ 350 kcal/100g	All sauces that constitute only a minor component of the meal (portion size < 35 g) to which an emulsifying agent is added OR have a fat content ≥ 10% w/w. E.g.: <i>mayonnaise, salad dressing, dip sauce, marinade, mustard, vinaigrette.</i>
Snacks (including pastry, edible ice cream, sweet snacks and savoury snacks)	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 400 mg/100g Added sugar: ≤ 20 g/100g Energy: ≤ 110 kcal/serving	All kinds of sweet, savoury, and sweet baked products intended to be eaten as a small snack between meals or as a minor component of a meal. E.g.: <ul style="list-style-type: none"> • Savoury products: <i>potato crisps, popcorn.</i> • Sweet products: <i>sweets, all types of chocolate, candy bars.</i> • Sweet baked products: <i>biscuits, cookies, all types of cake and pastries.</i> • Ice cream: <i>vanilla ice cream, sorbet, yoghurt ice, sorbet ice, milkshake.</i>
Beverages	SAFA: ≤ 1.1 g/100g TFA: ≤ 0.1 g/100g Sodium: ≤ 100 mg/100g Energy: ≤ 30 kcal/100 mL*	Liquid food products that are normally consumed from a cup, mug or glass (incl. products packed in portions in packaging, bottles, etc.), with the exception of plain water, dairy products and fruit juices. E.g.: <i>coffee, tea, (light) soft drinks, fruit drinks.</i>

Bread toppings incl. hummus like products	SAFA: ≤ 13 en% TFA: ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 400 mg/100g Added sugar: ≤ 30 g/100g	All kinds of food product that are meant to be put on bread or toast and not fall under earlier mentioned product groups. E.g.: <i>jam, peanut butter, tuna salad, hummus, tahini.</i>
All other products	SAFA: ≤ 1.1 g/100g or ≤ 13 en% TFA: ≤ 0.1 g/100g or ≤ 1.3 en% Sodium: ≤ 100 mg/100g or ≤ 1.3 mg/kcal Added sugar: ≤ 2.5 g/100g or ≤ 13 en%	All kinds of food product that do not fall within any of the above mentioned product groups. E.g.: <i>baking product, seasonings, vinegar.</i>

* Will be reduced to 20 kcal/100 mL in 3 years.



Annexes

In Annex I the definitions for the nutrients can be found. Annex II contains descriptions of portion sizes for every product group. Almost all food products can be categorized under one of the specified product groups.

In case of reasonable doubt on the assignment of a product to a basic product group, a product is assessed against the 70% rule: it must constitute for a minimum of 70% of the basic raw material of the main product group. For instance, a dairy product must constitute minimally of 70% dairy. If a product cannot be categorized in any of the product groups, it will then be assessed according to the criteria for "all other products". In the event of uncertainty about categorisation in a product group, the foundation will be contacted and can, if necessary, contact the Scientific Committee. For convenience, a decision tree has been developed to help assigning a product to the right product group (Annex IV).

Equivalence criteria are defined for situations in which uncertainty arises about the product group in which a more specific food product should be classified. The equivalence criteria are only applied for surrogates of main products like meat- or milk substitutes. For other product groups, like processed fruit & vegetables, these equivalence criteria are guidelines. If the stamp clearance authority doubts that the product should be assigned to the basic product group, the producer has to deliver proof; substantiating the assignment to this product group. The equivalence criteria can be found in Annex III.

Preparation

Products are in principle registered and assessed as 'as sold'.

Only in the case of dried products in powder form, concentrated or condensed products, food products may be registered as 'as prepared', but only if the method of preparation (rehydration/dilution with fluid) is unambiguous. This refers for example to dried and concentrated soups, broths, sauces in powder form, potatoes in powder form and syrups. The nutrient declaration for these products is registered for the product as 'as prepared'. The basis for this must be the standard preparation method as marked on the packaging.

- The standard preparation method should be unambiguous, so that consumers do not interpret it their own way. For example: if it is stated that milk should be added, it should be clear if full fat, skimmed or semi-skimmed milk should be added.
- Variable components (in sort or in amount) should **not** be taken into account (for instance the statement that a meal component should be served with rice or pasta).
- For products that are added during the preparation, the nutrient declaration can be calculated using the values from the Dutch NEVO-table (for instance fresh meat or vegetables) or other recognised food composition tables like USDA ARS (<http://www.nal.usda.gov/fnic/foodcomp/search/>).
- Variations on the standard preparation method (like variation tips, suggestions for serving) are not being used for the calculation of the nutrient declaration and are not allowed at the packaging.
- Suggestions for serving that have a clear influence on the criteria nutrients (like the addition of sugar or salt for the taste) are not allowed.
- For products that will be assessed 'as prepared', the standard preparation method should be submitted for assessment as well.

Annex I: Definitions of nutrients

Added sugars – All monosaccharides and disaccharides with a calorific value of > 3.5 kcal/g and polyols, from sources other than fresh fruit & vegetables and milk products. Sugar from products that (mainly) contain natural sugars such as honey, syrups and (more than 2 times) concentrated fruit drinks is considered as added sugar. When glucose-fructose syrups are added to a fruit product, the sugars from the syrup have to be counted as added sugars.

Examples of sugars and sugar containing ingredients that are considered as "added sugars":

- monosaccharides: glucose/dextrose, (liquid) fructose, galactose;
- disaccharides: sucrose, lactose, maltose, trehalose;
- sugars: white sugar, brown sugar, raw sugar, invert sugar, granulated sugar, powdered/solved sugar, fruit sugar, etc.;
- polyols: xylitol, mannitol, etc.;
- syrups: (dried) corn syrup, corn syrup high in fructose, malt syrup, maple syrup, pancake syrup, fructose/glucose syrup, starch syrup, brown-rice syrup, etc.;
- miscellaneous: honey, malt, molasses, fruit and vegetable extracts (of which one or more components of fruit or vegetables are used), fruit concentrates except lemon juice concentrates (> 2 x concentrated).

Examples that do not fall under "added sugars":

- fruit: fresh fruit, fruit juice, fruit pulp, fruit concentrate (up to a maximum 2x the concentration), tinned fruit, dried fruit, deep-frozen fruit; When glucose-fructose syrups are added to a fruit product, the sugars from the syrup have to be counted as added sugars
- vegetables: fresh or frozen vegetables, vegetable juice, vegetable pulp, tinned vegetables;
- dairy: all kinds of (non isolated) ingredients, in liquid or powdered form, of milk (i.e. milk, powder milk, cream, yoghurt). Lactose may be restored to the original level in dairy products.

Carbohydrates – The carbohydrates that are metabolised in the human organism.

Dietary fibre – The collective term for those substances that are not digested or taken up by the human small intestine and which have the chemical character of carbohydrates (suitable for human consumption) or compounds analogous to carbohydrates.

Dietary fibre consists of one or more:

- carbohydrates naturally occurring in food products at the moment of consumption;
- carbohydrates that are obtained from the raw materials of food products by means of physical, enzymatic or chemical methods, and;
- synthetic carbohydrates.

Examples of substances that fall under this definition of dietary fibre are: cellulose, hemicellulose, pectin, inulin, galacto-oligosaccharides, non-digestible dextrins, polydextrose, and lignin. The fibre source in a product must be naturally occurring in one of the main ingredients of the product group. This means that added oligosaccharides are



not counted as fibre in fruit or vegetable products and that inulin cannot be counted as fibre in products from for instance the bread or breakfast cereal product group.

The method of analysis is as proposed by the Association of Official Analytical Chemists (AOAC), methods 991.43 and 997.06. Measurement of the total amount of fibre is done by enzymatic-gravimetric method. This is based on digestion resistance. The method uses enzymatic digestion in order to remove non-fibres from the product, after which quantification is carried out by weighing the residues.

Energy – The amount of energy from food products that is available for the metabolism of the body, expressed in kJ or kcal.

The following conversion factors should be used in the calculation of the energy value:

- carbohydrates (with the exception of polyols) 4 kcal/g or 17 kJ/g,
- polyols: 2.4 kcal/g or 10 kJ/g,
- protein: 4 kcal/g or 17 kJ/g,
- fat: 9 kcal/g or 37 kJ/g,
- alcohol (ethanol): 7 kcal/g or 29 kJ/g,
- fibre: 2 kcal/g or 8 kJ/g,
- organic acids:
 - citric acid: 2.5 kcal/g or 10 kJ/g,
 - lactic acid: 3.6 kcal/g or 15 kJ/g,
 - malic acid: 2.5 kcal/g or 10 kJ/g,
 - tartaric acid: 2.5 kcal/g or 10 kJ/g,
 - oxalic acid: 2.5 kcal/g or 10 kJ/g.

Energy percentage (energy%) – The part of the total energy content of a food product that is provided by one nutrient. For example: energy% (SAFA) = [amount of energy from SAFA per 100g / amount of total energy per 100g] * 100%

Fat – All kinds of lipids, including triglycerides and phospholipids.

Portion – The portion size of a product as indicated by the supplier (e.g. in separate packets or as indicated on the packaging). In the event that it is not clear from the packaging what is constituted by a portion, use is made of (internationally) available, standardized portion sizes (see Annex II). The logo clearance authority will use either the mentioned standardized portion sizes of the VCN (Voedingscentrum Nederland – Netherlands Nutrition Centre) or of the FNLI (Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie – Federation of the Dutch Food and Grocery Industry) as points of reference.

Protein – The protein content is calculated using the following formula: protein = total Kjeldahl-nitrogen × 6.25. In dairy products; a multiplication factor of 6.38 is applied.

Saturated fat – The sum of all types and sources of saturated fatty acids.

Sodium – This includes both added sodium (e.g. via salt or monosodium glutamate; MSG) and sodium that is naturally present in one of the ingredients (e.g. in yeast extract or in protein hydrolysates).

Trans fat – All the geometric isomers of mono- and polyunsaturated fatty acids with non-conjugated, double carbon-carbon conjugations in the trans-configuration, and which are separated by at least 1 methylene group. Natural trans fatty acids from meat and milk are not included. The amount of TFA present can be calculated by: [total trans fat – natural trans fat from meat/dairy].

Annex II: Description of portion sizes

The table hereunder gives an overview of the standard portion sizes that can be used if the portion size is not clearly defined on the packaging. The stamp clearance authority can use either the mentioned standardised portion sizes of the VCN (Voedingscentrum Nederland – Netherlands Nutrition Centre) or of the FNLI (Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie – Federation of the Dutch Food and Grocery Industry) as points of reference.

Product group	Product	Portion	Amount
Bread	Bread, uncut	slice	35 g
	Currant loaf, with or without almond paste	slice	35 g
	Gingerbread, uncut	slice	25 g*
	Spiced gingerbread, uncut*	slice	35 g*
	Luxury pastries, uncut*	slice	32 g*
	Rye bread, light brown	slice	25 g
	Rye bread, dark brown	slice	50 g
Butter and margarine	Fat products used for spreading*	on 1 slice*	5 g
	Oils and liquid fats*	1 tablespoon	15 g*
Sandwich filling, savoury	Hard and semi-hard cheese	on 1 slice*	20 g
	Cheese products, "fresh"	on 1 slice*	10 g*
	Cheese spread products	on 1 slice*	15 g
	Smoked cheese	on 1 slice*	20 g
	Fish	on 1 slice*	40 g
	Meat products	on 1 slice*	15 g
	Other fillings: peanut butter etc.	on 1 slice*	15 g
Sandwich filling, sweet	For spreading	on 1 slice*	15 g
	For sprinkling	on 1 slice*	20 g*
Milk and milk products	Liquid dairy products, thin*	glass/mug	200 ml*
	Liquid dairy products, thick*	glass/mug	150 ml*
	Solid dairy (dessert) products*	small dish	125 g
	Whipped solid (dessert) products*	small dish	115 ml
	Curd products	small dish	150 ml*
	Cream products, unsweetened*	tablespoon	9 g
	Cream products, sweetened (incl. spray cans)*	tablespoon	10 g
	Sour cream products*	tablespoon	20 g
	Liquid coffee creamers	individual cup	7 ml*
	Powdered coffee creamers*	sachet	2,5 g
	Grated cheese products*	-	20 g*
	Ice dish	small dish (3 scoops)	100 ml / 50 g*

Beverages	Soft drink	glass	250 ml*	
	Squash syrup*	glass	200 ml*	
	Coffee	cup	6 g*	
	Tea	cup	1 g*	
	Tomato juice	glass	200 ml	
	Fruit juice, fruit drink*	glass	200 ml*	
	Water, mineral water	glass	250 ml	
Beverages, alcoholic (< 0.5 %)	Beer	glass	200 ml	
Soup	Soup	bowl/cup	250 ml	
	Broth	mug*	175 ml*	
Meat	Meat	slice	100 g	
	Meat on the bone	slice	160 g	
Fish	Fish	slice	100 g	
Sauce	Gravy	gravy ladle	25 ml	
	Sauce, savoury, cold/hot	tablespoon*	15 ml*	
	Sauce, sweet, dessert	tablespoon*	15 ml*	
Vegetables	Vegetables, prepared	4 serving spoons*	200 g	
	Leaf vegetables, without dressing, uncooked	small dish	35 g	
	Solid vegetables, without dressing, uncooked	small dish	70 g	
Fruit	Fruit, prepared	small dish	125 g	
	Fruit conserved	small dish	125 g	
	Fruit, dried, steeped	small dish	125 g	
Potatoes, rice, pasta	Potatoes	200 g peeled* or 4 serving spoons *	200 g* prep. product	
	Mashed potatoes	4 serving spoons *	200 g*	
	Pasta, dried	80 g uncooked	200 g prepared*	
	Chips	135 g deep-frozen*	100 g prepared	
	Rice	3 serving spoons *	150 g	
Legumes	Legumes	4 serving spoons	200 g	
Snacks, savoury snacks, sweets (candy)	Cheese, pâté and other fillings	on Melba toast, large	10 g	
	Cheese, pâté and other fillings	on Melba toast, small	5 g	
	Seasoned sausage*	slice*	15 g*	
	Crisps	small dish, 300 ml*	equivalent weight	
	Peanuts and nuts	tablespoon	30 g	
	Satay (sate) with sauce	3 skewers	150 g	
	Chocolate	small piece	10 g	
	Liquorice	3-5 pieces	10 g	
	Cake and pastry	Cake	slice	30 g
	Sugar	Sugar	teaspoon	2 g*

* Differs from the VCN food quantities table.

Annex III: Equivalence criteria

Equivalence criteria are defined for situations in which uncertainty arises about the product group in which a food product can be classified. If products contain >70% of the main ingredient of a product group, the product is considered as a product of that product group. For instance a yoghurt drink with > 70% milk is a dairy product. If the product contains 50% milk, 25% water and 25% fruit juices, it is considered to be a beverage. Also see Annex IV below. The equivalence criteria are only applied for surrogates of main products like meat- and milk substitutes. For other product groups, these equivalence values are merely indicative for the contents of a product. If the stamp clearance authority doubts that the product should be assigned to the basic product group, the producer has to deliver proof to substantiate the assignment to this product group.

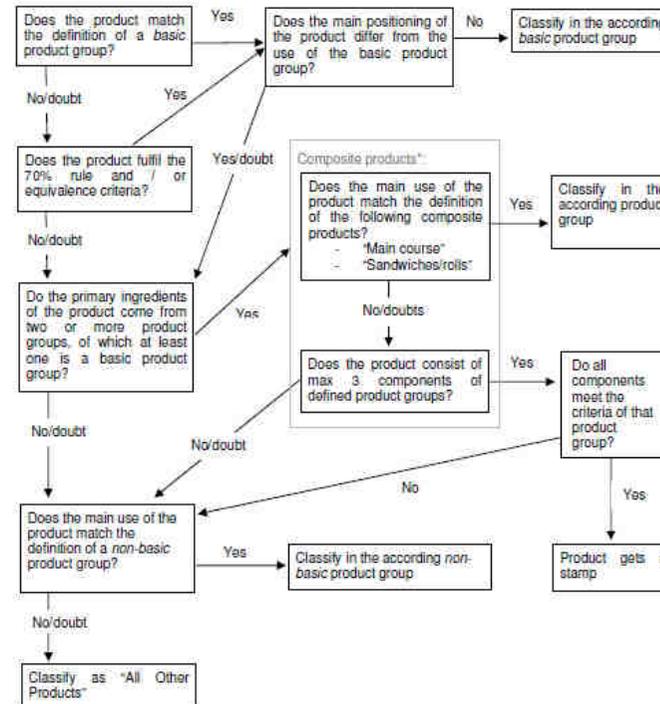
An equivalent food product must contain a minimal quantity of two of the following nutrients:

- for fruit & vegetables: vitamin C, dietary fibre, folic acid and vitamin A.
- for bread and grains: dietary fibre, vitamin B6, folic acid, iron, vitamin B1.
- for milk(-products): calcium, vitamin B2, folic acid, vitamin B12.
- for meat, poultry, fish: vitamin A, vitamin B1, vitamin D, iron, vitamin B12.
- for fats, oils and fat containing spreads: vitamin D, vitamin E, vitamin A.

From two of the above mentioned nutrients, a product has to contain at least the following amount per 100 gram:

Nutrient	Value per 100g
Vitamin A (retinol equivalents)	70 µg
Vitamin E	1.5 mg
Vitamin D	0.5 µg
Vitamin B1	0.11 mg
Vitamin B2	0.11 mg
Vitamin B6	0.13 mg
Vitamin B12	0.24 µg
Folic acid	40 µg
Vitamin C	7.5 mg
Calcium	100 mg
Iron	0.8 mg
Dietary fibre	2.5 g

Annex IV: Decision tree for product group classification





Note

- Products are in principle registered and assessed as "as sold". Only in the case of dried products in powder form, concentrated or condensed products, food products may be registered as "as prepared", but only if the method of preparation (rehydration) is unambiguous. In this case, in the decision tree, "product" can be referred to as "product as prepared according to the standard preparation method as marked on the packaging".
- A *main course* is a food that is sold [e.g. based on FDA definition]:
 - Is representing, or is intended to be eaten as (part of) a main dish during lunch or dinner, and;
 - Contains per serving (as sold) at least 40 grams of food, or combination of foods, from at least 2 of the 4 main product group clusters: sources of carbohydrates (1), vegetables (2), dairy products (3), meat, fish, poultry, eggs, and meat substitutes (4).

Decision tree instructions

The decision tree has been developed to support the assignment of a product to a product group. When the product group and the use of the product is clear, this decision tree is not needed. Especially, when the use of the product is doubtful or the composition of the product raises questions, the decision tree can help to assign a product to a certain product group.