

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung	1
A. Bedeutung der Lebensmittel für die europäische Wirtschaft	3
B. Fortgang der Arbeit	5
Der Entwicklungskontext der Information im Lebensmittelrecht – eine Rekonstruktion des Informationsmodells.....	7
A. Die Evolution des Informationsmodells	8
I. Phase I: Verwirklichung des Binnenmarkts und Abbau von Hemmnissen.....	9
1. Regulierung	10
a) Richtlinie 70/50/EWG & <i>Dassonville</i>	15
b) <i>Cassis</i>	17
c) Die post- <i>Cassis</i> -Rechtsprechung	20
aa) Fortschreibung in	20
bb) Übertragung dieser Grundsätze auf äußere Merkmale des Produkts	23
cc) Zusammensetzungs- und Qualitätsvorschriften der Mitgliedstaaten.....	25
dd) Nationale (Werbe-)Kampagnen und Werberegulierungen	32
ee) Verbraucherschutzerwägungen	34
ff) Gesundheitsschutz	34
d) Einordnung und Fazit	40
II. Phase II: Reaktion der Gesetzgebung auf <i>Cassis</i>	43
1. Die „neue Strategie“	44
2. Durchschlagen von institutionellen Veränderungen	46
3. Kontext der „neuen Strategie“ im Lebensmittelrecht.....	47
4. Entwicklung.....	53
e) Spezifische Entwicklung der Lebensmittelinformation.....	54
III. Phase III: Fokus auf Lebensmittelsicherheit	55
IV. Phase IV: Ernährungs- und Gesundheitspolitik.....	58
B. Judikative und legislative Prägung der Lebensmittelinformation	60
Die Lebensmittelinformation als Regulierungsinstrument	63
A. Die Grundzüge des Informationsmodells	64
I. Implikationen und Kontext des Informationsmodells	65
1. Informationslösung als einfaches Regulierungsinstrument.....	66
2. Informationsbedarf	66

3. Auflösung eines Spannungsfelds – Öffnung der Märkte	67
4. Nationales Verbraucherschutzrecht als Handelshemmnis.....	68
5. Zeitlich späteres Aufkommen der Behavioral Science	69
6. Institutioneller Kontext und politische Infrastruktur	70
7. Kontextsensibilität und unterschiedliche Verbraucherpräferenzen.....	70
8. Kosten und Komplexität der Informationspflichten.....	72
9. Gesundheitsschutz	72
10. Verbraucherpolitische Regime	73
11. Kontext der Verbraucherrechte	73
12. Qualitative Aufwertung der Verbraucherrolle.....	75
13. Politisch-wirtschaftlicher Hintergrund	76
14. Implikationen für die Lebensmittelqualität	77
15. Unterschied zwischen negativer und positiver Harmonisierung	78
B. Ökonomische und rechtliche Einbettung der Lebensmittelinformation	79
I. Die Ökonomie der Lebensmittelinformation.....	79
II. Einfluss der Informationsökonomie	81
1. Informationsökonomische Erkenntnisse	82
b) Informationsökonomie.....	84
c) Neue Institutionenökonomik.....	87
2. Regulierungsstrategien	87
a) Vertragstheoretische Einbettung.....	88
b) Rechtliche Rezeption	89
aa) Keine Notwendigkeit für Informationspflichten	89
bb) Informationsmodell als Schutz der Verbraucherautonomie.....	89
c) Lebensmittelrechtliche Einordnung	90
d) Unternehmerfreiheit gem. Art. 16 GRCh	93
C. Verbraucherleitbild	94
I. Gleichlauf mit dem Informationsmodell	94
II. Ausgestaltung durch den EuGH.....	95
3. Bedeutung der Einordnung	98
III. Unterstützung des (mündigen) Verbrauchers	99
IV. Besondere Schutzbedürftigkeit.....	100
V. Das Verbraucherbild im Lebensmittelrecht	102
VI. Fazit.....	103

Das Rationalitätspostulat und die Verhaltenswissenschaften.....	105
A. <i>Behavioral Economics</i>	106
I. Die Grundlage: Der <i>homo oeconomicus</i>	106
II. Die Entwicklung der Verhaltensökonomik	109
III. Kritik an den <i>Behavioral Economics</i>	114
1. Verteidigung des <i>Rational-Choice</i> -Modells	114
2. Schule um <i>Gerd Gigerenzer</i> und <i>Reinhard Selten</i>	115
B. <i>Behavioral Law and Economics</i>	116
I. Die ökonomische Analyse des Rechts und Überblick	116
II. Paternalismuskonzepte	119
1. Ursprung des Paternalismus in der Verhaltensökonomie	119
2. <i>Nudging</i> von <i>Thaler/Sunstein</i>	119
3. Praxis	123
C. Die Verhaltensökonomik und das Informationsmodell	125
I. Zweifel am Informationsmodell	125
1. Kritik am Verbraucherleitbild	126
2. Kritik am Informationsmodell	127
II. Verhaltensökonomische Anknüpfungspunkte für die Lebensmittelinformation ..	129
D. Fazit	130
Die Information als ernährungspolitische Maßnahme.....	131
A. Übergewicht und Adipositas.....	132
I. Ursachen und Gesundheitsrisiken.....	132
II. Aufkommen von Übergewicht und Adipositas	134
III. Wirtschaftliche Kosten.....	135
IV. Prävention von Übergewicht.....	136
1. Gesunde Ernährung	136
2. Ungesunde Lebensführung und ihre Faktoren	137
B. Ernährungspolitik.....	139
I. Überblick	139
II. Ernährungspolitische Maßnahmen der EU-Gesetzgebung.....	141
1. Rechtsgrundlage	141
2. Initiativen der Kommission	141
3. Gesundheits- und nährwertbezogene Angaben	144
a) Nährwertprofile	145

b) Gesundheitsbezogene Angaben	147
4. LMIV	147
5. Gesamtbetrachtung	150
III. Entsprechung in der europäischen Rechtsprechung	152
C. Aufladung des Lebensmitteletiketts	154
Kennzeichnung von Lebensmitteln – eine Analyse	157
A. Ernährungspolitik in der EU	158
B. Tatsächliche Nutzung der Lebensmittelkennzeichnung	159
I. Bedeutung der Ernährungsbildung	161
II. Tatsächliche Nutzung der Lebensmittelinformation	162
III. Entscheidungskriterien	164
C. Nutzung von Nährwertinformationen	165
I. Grundlage: Erhoffter Nutzen	166
II. Voraussetzungen	167
III. Motivation und Interesse	167
IV. Variablen	168
1. Soziodemographische Variable	168
2. Gesundheitsbezogene Verhaltensvariable	169
4. Zusammenspiel der Variablen	170
V. Aufnahme und Konsultation von Nährwertinformationen – Ebene I und II	171
VI. Verständnis – Ebene III	173
VII. Informationsnutzung und gute Ernährungsentscheidungen – Ebene IV und V	175
VIII. Reformulierung	177
D. Fazit	177
Die LMIV – Eine Einordnung und Analyse	181
A. Überblick	181
I. Richtlinie 79/112/EWG	181
II. Konsultation	183
III. Einführung der LMIV	184
1. Verordnung als dominierende Rechtsetzungsform	186
2. Konsolidierung	189
IV. Anforderungen	190
V. Grundsätzliche Ausrichtung	191
VI. Regelungssystem	193

1. Geltungs- und Adressatenkreis	193
2. Lauterkeit der Informationspraxis	194
3. Grundkanon der Information	194
4. Bezeichnung des Lebensmittels und Pflichthinweise.....	196
5. Zutatenverzeichnis.....	198
6. Allergenkennzeichnung	199
7. Weitere Deklarationen.....	199
B. Analyse der Informationspflichten	201
I. Dynamik der LMIV	201
II. Sprache der Kennzeichnung	204
III. Nanokennzeichnung	209
IV. Wasserzufügung in Lebensmitteln.....	215
V. Herkunftskennzeichnung.....	216
1. Ausweitung der Herkunftskennzeichnung	217
2. System der Herkunftskennzeichnung	219
3. Transparenzkennzeichnung	224
a) Diskrepanz: Wunsch und Nutzen.....	225
b) Ethnozentrische Lebensmittelwahl und diskriminierende Wirkung	227
c) Überfrachtung	228
d) Qualität und Sicherheit	228
e) Kosten	229
f) EU/Nicht-EU	229
4. Komplexität des Kennzeichnungsrechts.....	230
5. Fazit zur Herkunft.....	231
VI. Synthese	232
Nährwertdeklarationen und Informationspräsentation.....	235
A. Nährwertkennzeichnung	236
I. Entstehungsgeschichte	236
II. Ausgestaltung	237
III. Analyse der Ausgestaltung in der LMIV	238
1. Querschnitt der Kritik.....	238
2. Umrechnungsfaktoren für die Brennwertberechnung	239
3. Trans-Fettsäuren	241
4. Angaben zur Portion und Verzehrereinheit	242

5. Effektivität	245
B. Darstellungsart der Lebensmittelinformationen	246
I. Verhaltenswissenschaftlicher Hintergrund	247
II. Freiwillige Kennzeichnung und Referenzmengen	249
III. Interpretative Darstellungsarten für die Lebensmittelinformation.....	249
1. Entstehungsgeschichte.....	251
2. Regelungsgehalt.....	252
a) Voraussetzungen für die Zulässigkeit einer weiteren Form der Darstellung.	253
b) Betrachtung und Kritik	255
IV. Ampelkennzeichnung & FOP-Kennzeichnung	257
1. FOP-Kennzeichnung	257
2. Alternativen zu FOP-Kennzeichnung: Salienz.....	259
3. Ampelkennzeichnung	260
a) Funktionsweise	261
b) Ernährungs- und Verbraucherbewissenschaften	262
c) Kritik; Einordnung als <i>nudge</i>	265
V. Fazit.....	266
Einfluss und Vermittlung durch den EuGH.....	269
A. Rechtsprechung.....	270
I. <i>Newby Foods</i> und <i>Lidl</i>	270
II. <i>Dextro Energy</i>	272
III. <i>Breitsamer</i>	274
IV. <i>TofuTown.com</i>	276
V. <i>Teekanne</i>	277
1. Grundzüge der Entscheidung	277
2. Wirkungskraft des Urteils.....	279
a) Kritik in der Literatur.....	279
b) Ganzheitliche Betrachtung des Produktdesigns	280
B. Einordnung des Einflusses der Rechtsprechung	282
I. Verschiebung des Verbraucherleitbildes	282
1) Ausprägungen in der Gesetzgebung.....	282
2) Einordnung der <i>Teekanne</i> -Entscheidung	283
II. Orientierung an den Verhaltenswissenschaften?.....	285
C. Fazit.....	286

Ideologien in der LMIV: <i>nutritionism</i>	287
A. <i>Nutritionism</i> und <i>nutritional scientism</i>	289
B. <i>Nutritionism</i> im europäischen Lebensmittelrecht	291
I. Kontextuelle Einkleidung	291
II. <i>Nutritionism</i> in der LMIV	292
1. Erwägungsgründe	292
2. Ausgestaltung	293
3. Brennwert	294
4. FOP-Kennzeichnung und <i>nudging</i>	294
III. Gesundheits- und nährwertbezogene Angaben	295
IV. Zusammenfassung	296
C. Implikationen und der Ideologie inhärente Gefahren	297
I. Reduktionismus	297
II. Verständnis	299
III. Abhängigkeit von Experten	300
D. Kategoriendifferenzierung und Qualitätsregulierung	301
I. Differenzierungen nach dem Grad der Verarbeitung	301
II. Qualitätsregulierung im weiteren Sinne	303
E. Fazit	305
Ernährung und Biopolitik	307
A. Gouvernamentalität und Biopolitik	309
I. Analyse von <i>Foucault</i>	310
1. Biomacht und Biopolitik	310
2. Gouvernamentalität	312
II. <i>Castel</i>	314
III. Gesundheit in der Betrachtung in der Nachfolge von <i>Foucault</i>	315
B. Übertragung der Analyse auf die Ernährung	317
I. Lebensmittelinformation	318
II. Individualisierung	320
III. Körper	321
IV. Politischer Körper	323
V. Stigmatisierung	325
VI. Fazit	327
Ernährung – Eine Kontextualisierung	329

A. Bedeutungsebenen	330
B. Bedeutung für die Lebensmittelregulierung	334
C. Berücksichtigung des Kontextes durch Unionsgesetzgeber und EuGH.....	336
Ausblick.....	337
A. Verbesserung der Darstellung der Lebensmittelinformation.....	338
B. <i>Nudging</i>	339
I. Verhaltenswissenschaften und Paternalismus	340
1. Verhaltenswissenschaftlich informierte Steuerungsinstrumente.....	341
2. Die Rhetorik des libertären Paternalismus	342
a) Bedeutung des Formats (<i>Gigerenzer</i>).....	343
b) Zwischenebene: Lerneffekt der Konsumenten	344
c) Intermediäre	345
d) Bedeutung des individuellen Fehlers.....	346
e) Fazit.....	346
3. Rechtliche Einordnung	347
a) Unternehmen	347
b) Verbraucher	348
c) Ermessensspielraum des Gesetzgebers	349
II. Konkrete Ausgestaltung im Lebensmittelbereich	349
1. <i>Default rules</i> und Informationspräsentation nach <i>Thaler</i> und <i>Sunstein</i>	349
2. Verhaltenswissenschaftliche Grundierung von <i>nudges</i>	351
3. Anwendung im Lebensmittelrecht	353
a) <i>Choice Architecture</i>	353
b) Erreichbarkeit und Annehmlichkeit.....	353
c) Nährwertinformationen.....	354
d) „ <i>Precommitment</i> “	355
e) Soziale Normen.....	355
4. <i>Nudge</i> und seine Akzeptanz auf europäischer Ebene im Lebensmittelbereich .	355
5. Fazit	357
C. Steuern	359
I. Zuspruch und Kritik.....	359
II. Lektionen aus der Fettsteuer in Dänemark.....	360
III. Fazit.....	362
D. Maßnahmen der Ernährungspolitik	363

I. Verfügbarkeit von Obst und Gemüse	363
II. Personalisierte Informationen und online zugängliche Informationen	364
III. Ernährungskennntnisse und -bildung.....	365
IV. Maßnahmen betreffend Kinder und Jugendliche.....	366
V. Qualitätsbezogene Regulierung.....	366
E. Fazit.....	366
Zusammenfassung.....	369