

Internetportal lebensmittelklarheit.de

Projektvorstellung

Lebensmittelindustrie unter Beobachtung

- Welche Lehren sind aus den Lebensmittelskandalen zu ziehen -
Verband der Ernährungswirtschaft Niedersachsen/Bremen/Sachsen-Anhalt

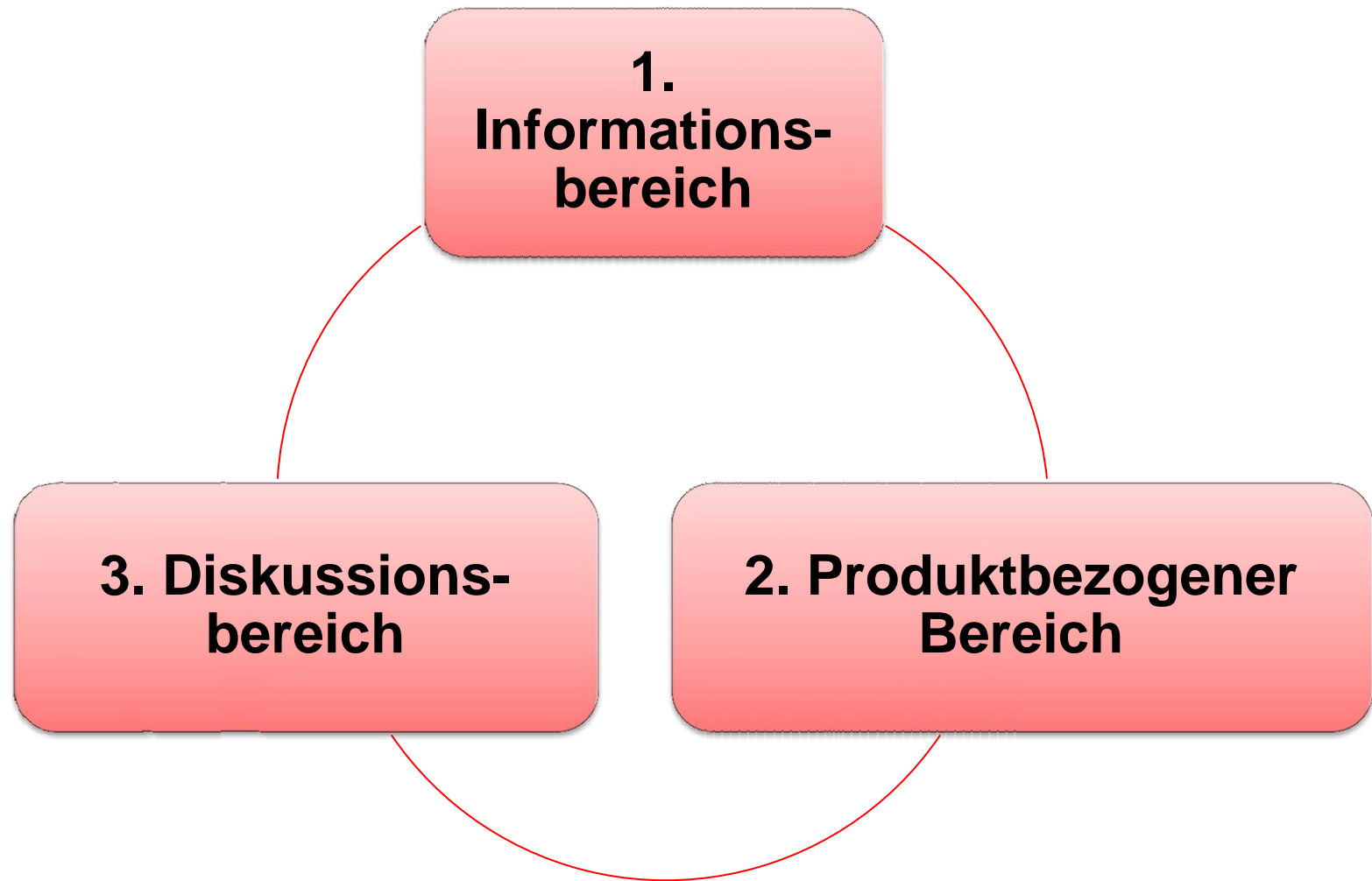
31. März 2011

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Janina Löbel, Projektkoordinatorin lebensmittelklarheit.de

- ❖ vom Verbraucherzentrale Bundesverband (Projektträger) und der Verbraucherzentrale Hessen betrieben
 - ❖ Projektkoordination: vzbv
 - ❖ Internetredaktion: Verbraucherzentrale Hessen e.V.
 - ❖ Projektleitung: Hartmut König

- ❖ Erkenntnisgewinn über den **Graubereich** zwischen offensichtlichem Rechtsverstoß und subjektiv wahrgenommener Täuschung
- ❖ **Vermeidung** von Irreführung
- ❖ **Verbesserungen** der Kennzeichnung
- ❖ Veränderung der **Rahmenbedingungen** (z.B. Lebensmittelbuchkommission)
- ❖ Aufbau eines **Diskussionsforums** für alle Akteure



1. Informationsbereich

Ziel: Verbraucher in die Lage versetzen,
Kennzeichnung auf Lebensmittelverpackungen zu
verstehen und selbst zu beurteilen

3 Rubriken:

- a)** Kennzeichnung am Beispiel (Produkt-Dummy)
- b)** Informationen rund um die Kennzeichnung
- c)** Lebensmittel konkret

a) Kennzeichnung am Beispiel

Diese Angaben gehören auf jedes Lebensmittel:

- ❖ Verkehrsbezeichnung
- ❖ Zutatenverzeichnis
- ❖ Mindesthaltbarkeitsdatum
- ❖ Füllmenge
- ❖ Firmenanschrift
- ❖ Preis/Grundpreisangabe



Diese Angaben können Sie zusätzlich finden:

- ❖ EAN-Code
- ❖ Identitätskennzeichen
- ❖ Regionale Herkunft
- ❖ Nährwertkennzeichnung (Tabellenform, GDA)
- ❖ „Ohne Gentechnik“
- ❖ „Ökologisch“ (Logo, Öko-Kontrollstelle)
- ❖ Nährwertbezogene Angaben
- ❖ Gesundheitsbezogene Angaben
- ❖ Hinweis für Allergiker
- ❖ “Ohne Zusatzstoffe““

b) Informationen rund um die Kennzeichnung

Informationen rund um die Kennzeichnung

1. Kennzeichnung + Recht

- z.B.: Kennzeichnung loser Ware, Kennzeichnung im Internet, Allergenkennzeichnung

2. Füllmenge + Preis

- z.B.: Grundpreisangabe, Mogelpackung

3. Imitate + Zusatzstoffe

- z.B. Imitate, Aromen, Azofarbstoffe

...

...

4. Werbung mit Natur + Region

- z.B.: Herkunftsangaben, Öko-Kennzeichnung, Clean Label

5. Lebensmittel für Kinder, Senioren ...

- z.B.: Werbung für Kinderlebensmittel, Lebensmittel für Senioren etc.

6. Werbung mit Nährstoffen + Gesundheit

- z.B.: Nährwertangaben, nährwertbezogene Angaben, gesundheitsbezogene Angaben

7. Siegel + Zeichen

- z.B.: Öko-Label, Herkunft-Label, Zeichen für Fairen Handel

c) Lebensmittel konkret

- ❖ Kennzeichnungsvorschriften und Verbraucherprobleme bei bestimmten Lebensmitteln
- ❖ Beispiele:
 - Fleisch unter Schutzgas verpackt
 - Käseimitat
 - Schinkenimitat
 - Klebeschinken
 - Kaffee mit Zuckerzusatz
 - Speiseeis mit Pflanzenfett

2. Produktbezogener Bereich

- ❖ **Verbraucher** sollen konkrete Produktbeispiele einsenden können, bei denen sie sich durch die Aufmachung oder Kennzeichnung getäuscht fühlen.
- ❖ Betroffene **Hersteller** werden um **Stellungnahmen** gebeten, um eine Beteiligung der Anbieter sicher zu stellen.
- ❖ Die **Internetredaktion** stellt die Produkte nach einer fachlichen Überprüfung ergänzt mit eigener Stellungnahme online.
- ❖ **Statusinformation** was weiter mit dem Produkt geschieht
- ❖ **Verbraucher** erhalten grundsätzlich eine Antwort auf ihre Einsendungen.

Anfragen für das Portal:

- ❖ Voraussetzung: Es gibt **Anhaltspunkte für eine Irreführung** des Verbrauchers, z.B. indem Verbraucher sich getäuscht fühlen
- ❖ Irreführung kann der Fall sein, **wenn Angaben und Aufmachung eines Lebensmittels oder die Werbung** dafür über die tatsächlichen Eigenschaften **täuschen**, insbesondere über Art, Beschaffenheit, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprung, Herkunft oder Art der Herstellung oder Gewinnung des Produktes (§11 LFGB).

Eingestellt werden:

- ❖ **Grundsätzlich alle Verbraucheranfragen, bei denen auch die Internetredaktion ein Täuschungspotenzial in der Kennzeichnung und Aufmachung sieht (Plausibilitätsprüfung)**

z.B.

- Pizza Margherita enthält keinen echten Käse ohne entsprechende Kennzeichnung
- Fruchtabbildungen ohne Fruchtzusatz

Nennung eines konkreten Produkts oder Anbieters, wenn

- ❖ Verbraucher ein Produkt melden,
 - ❖ bei dem auch aus Sicht der Internetredaktion Täuschungspotenzial besteht und
 - ❖ der Täuschungsvorwurf durch die Internetredaktion überprüfbar ist

Darstellung als anbieterneutrales Produkt:

- ❖ Produkte, die alle geltenden Kennzeichnungsvorschriften korrekt einhalten, aber
- ❖ aus Sicht der Internetredaktion das Täuschungspotenzial in den zugrunde liegenden rechtlichen Regelungen besteht
- ❖ **Ziel:** Verbesserung der bestehenden Kennzeichnungsregeln

Ausnahme: Produkt enthält zusätzliche Elemente mit Täuschungspotenzial

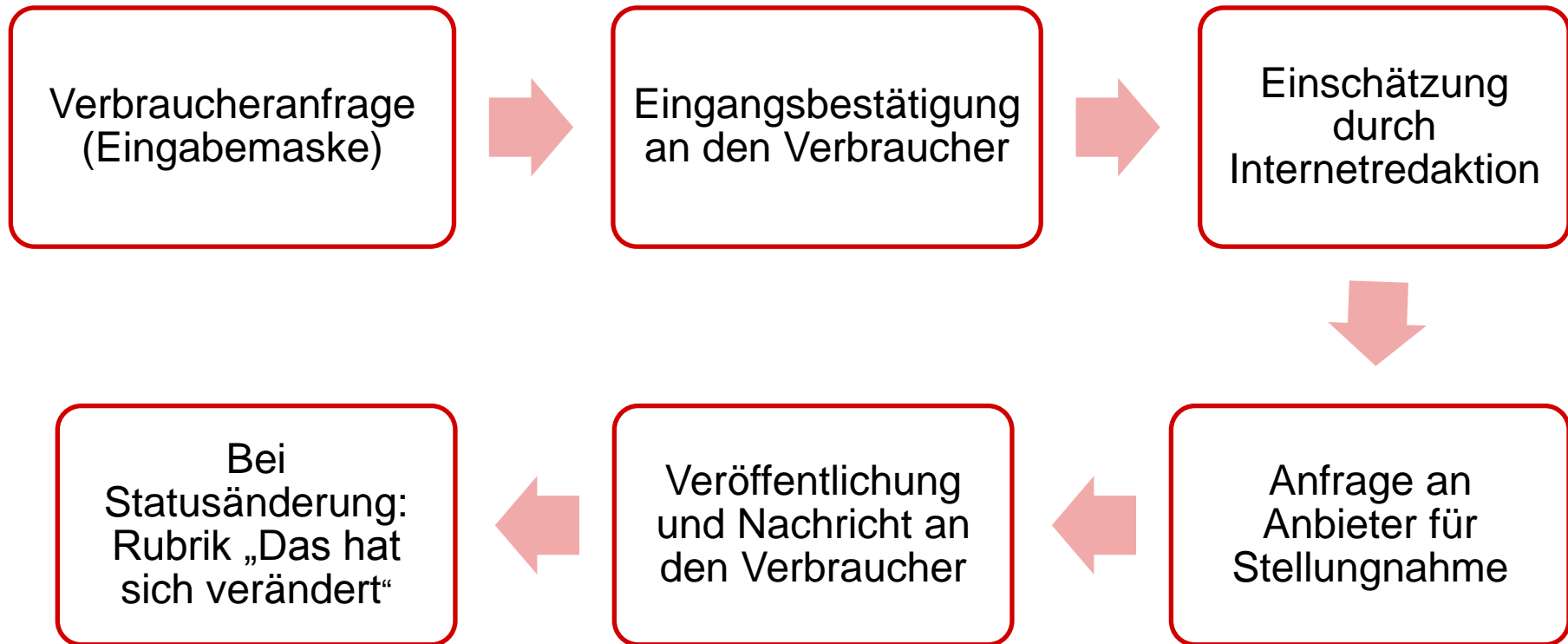
Nicht eingestellt werden (1)

- ❖ **Anfrage ist nicht Thema des Portals**
z. B. Beanstandungen im Bereich der Lebensmittelhygiene oder zu Lebensmittelunverträglichkeiten
- ❖ **Täuschungsvorwurf ist nicht ernst gemeint oder abwegig**
z. B. „Wo sind die Studenten im Studentenfutter?“
- ❖ **Anfragen lassen auf Informationsbedarf des Verbrauchers schließen**
z. B. Beschwerden ohne Täuschungspotenzial, die auf einem Missverständnis des Verbrauchers beruhen

Nicht eingestellt werden (2)

- ❖ **Anfrage ist durch Verbraucherzentrale nicht überprüfbar**
z. B. Anfragen, für die Laboruntersuchungen oder ähnliches erforderlich sind
- ❖ **Anfragen stellen einen eindeutigen Verstoß dar, der zur direkten Entfernung des Produktes aus dem Markt führen muss**
z. B. Zutatenverzeichnis fehlt

Die Handhabung der Anfragen



Anfragen – Seiteninhalte

Foto von Produkt
oder Werbung

+

+

+

Detailfoto
– optional –

Detailfoto
– optional –

Detailfoto
– optional –

Anfrage des Verbrauches
Wodurch fühlt er/sie sich getäuscht?

Einschätzung VZ

Stellungnahme Anbieter

Statusbericht – optional

3. Diskussionsbereich

- ❖ **Ziel:** Verbraucher erhalten die Möglichkeit, über aktuelle Kennzeichnungsfragen zu diskutieren.
- ❖ moderierte Chats und Foren
- ❖ zusätzliche Expertenforen für spezielle Fragen
- ❖ **2. Phase:** Bedienen von sozialen Netzwerken
- ❖ Es gelten klare Regeln: keine Produktwerbung, keine Verunglimpfung von Produkten oder Herstellern

- ❖ Untersuchung über die wichtigsten Marketingstrategien der Anbieter
- ❖ Befragungen, ob es sich bei Problemen mit der Kennzeichnung um Einzelfälle handelt
- ❖ Werden bestimmte Produktaufmachungen von größeren Verbrauchergruppen als problematisch angesehen?
- ❖ ggf. Vorschläge für Änderungen im Lebensmittelrecht oder anderen Normen

1. Nutzen für den Verbraucher

- ❖ aktive Teilhabe durch Problembeschreibung
- ❖ Kontakt mit dem verantwortlichen Anbieter
- ❖ Transparenz über die Hintergründe der Aufmachung
- ❖ Schnelle Beseitigung fragwürdiger Kennzeichnungen

2. Nutzen für die Wirtschaft

- ❖ Rückspiegelung von konkreten Verbraucherproblemen
- ❖ Selbstdarstellung/Erklärung von Beweggründen
- ❖ Fragwürdige Aufmachungen können ohne rechtliche Auseinandersetzung schnell geändert werden

3. Nutzen für die Politik

- ❖ Handlungs- und Verbesserungsbedarf wird sichtbar
- ❖ Verbesserung der Entscheidungsgrundlage

- ❖ Teil der Gesamtinitiative „Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“ des BMELV
- ❖ Regelmäßige Beraterrunden
 - ❖ Vertreter des BMELV
 - ❖ Vertreter des vzbv
 - ❖ Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL)
 - ❖ Handelsverband Deutschland (HDE)
 - ❖ Zentralrat der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW)
 - ❖ Vertreterinnen/Vertreter der Lebensmittelüberwachung

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**