



„Initiative Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln Handlungsbedarf, Ziele und Maßnahmen

Gliederung:

- I. Zusammenfassung
- II. Marktlage
- III. Täuschungsschutz: Rechtslage und Überwachung
- IV. Handlungsbedarf
- V. Ziele der Initiative „Klarheit und Wahrheit“
- VI. Maßnahmen der Initiative „Klarheit und Wahrheit“

Im September 2009 hat Frau Bundesministerin Ilse Aigner die Initiative „Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“ auf den Weg gebracht. Im Folgenden werden die Hintergründe, Ziele und Maßnahmen der Initiative erläutert.

I. Zusammenfassung

Den Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Täuschung verbessern und Unternehmen im Wettbewerb stärken, die ihre Produkte verbraucherfreundlich kennzeichnen – das sind die Ziele der Initiative „Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“ des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV).

Lebensmittelhersteller und -händler dürfen Verbraucher durch die Kennzeichnung und Aufmachung ihrer Produkte oder durch Werbeaussagen nicht täuschen und in die Irre führen. Doch wo fängt vorsätzliche, bewusste Verbrauchertäuschung an und wo fühlen sich Verbraucher durch die Kennzeichnung oder Aufmachung eines Lebensmittels getäuscht, obwohl sich der Hersteller an die gesetzlichen Vorgaben gehalten hat? Welche Aufmachung oder Kennzeichnung von den Verbrauchern als täuschend bewertet wird und wie Verbraucher und Unternehmen jeweils die bestehenden rechtlichen Regelungen verstehen, soll im Rahmen der Initiative ermittelt werden. Verbesserungsvorschläge, die sich daraus ergeben, könnten zum Beispiel in eine Selbstverpflichtung der Unternehmen, Änderungen der Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuches oder der Rechtsvorschriften münden.

Kern der Initiative und Grundlage für die Ermittlung der Verbraucher- und Unternehmerwahrnehmung zur Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln bildet das Internetportal lebensmittelklarheit.de. Es wird vom Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) mit Unterstützung der Verbraucherzentrale Hessen betrieben und vom BMELV gefördert. Hier werden Verbraucher kompakt und verständlich über rechtliche Regelungen zur Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln informiert. Sie können darüber hinaus Produkte nennen, von denen sie sich getäuscht fühlen, und deren Kennzeichnung und Aufmachung durch die Verbraucherzentrale einschätzen lassen. Die betreffenden Unternehmen können dazu Stellung nehmen. Halten sie die Beschwerden der Verbraucher für nachvollziehbar und ändern ihre Produkte, so wird dies im Portal bekannt gegeben. Ein Diskussionsbereich gibt Verbrauchern die Möglichkeit, Aufmachungs- und Kennzeichnungspraktiken bei Lebensmitteln zu diskutieren und sich von Experten beraten zu lassen. Begleitend sollen Verbraucherbefragungen ermitteln, ob sich ein relevanter Anteil der Bevölkerung von den diskutierten Praktiken getäuscht fühlt oder ob es sich um Einzelmeinungen handelt.

Vertreter der Verbraucher, der Wirtschaft und der Länder begleiten die gesamte Initiative in einer Beraterrunde.

II. Marktlage

Die Märkte für Lebensmittel in den heutigen Industrieländern sind gesättigt. Verbraucherinnen und Verbraucher sind ausreichend mit Lebensmitteln versorgt. Die Möglichkeiten **für die Unternehmen**, neue Märkte zu erschließen, sind dadurch begrenzt und bestehende Märkte werden hart umkämpft. Um Marktanteile halten und ausbauen zu können, müssen die Unternehmen ständig neue Produkte entwickeln und offensiv vermarkten. In Deutschland wird dieser Trend durch die vorhandene Discounterlandschaft zusätzlich verstärkt.

Im Zuge der Modernisierung und Globalisierung der Lebensmittelmärkte hat sich außerdem das Angebot an Lebensmitteln stark erweitert. Nicht selten enthält ein Lebensmittel Zutaten aus mehreren Ländern, und die Zahl neuer Rezepturen und Herstellungsverfahren, Zutaten, Zusatzstoffe und Produkte nimmt laufend zu. Verbraucherinnen und Verbraucher fragen zunehmend verarbeitete Lebensmittel nach.

Damit geht die Ausweitung der Produktpalette vor allem verpackter Lebensmittel einher. Laut Lebensmittelbranche gibt es rund 170.000 Lebensmittel und Getränke auf dem deutschen Markt. Täglich werden neue Produkte entwickelt, andere werden vom Markt genommen. Die

Produktgestaltung wird immer vielfältiger, ist kontinuierlichen Änderungen unterworfen und folgt wechselnden Marketingtrends.

Für die **Verbraucherinnen und Verbraucher** ist es schwierig, mit dieser Entwicklung Schritt zu halten. Gerade bei hoch verarbeiteten Produkten sind die Angaben im Zutatenverzeichnis oftmals komplex und für die Verbraucher schwer verständlich. Gleichzeitig verlangen die Verbraucher zunehmend nach **mehr Transparenz** bezüglich der verwendeten Inhaltsstoffe und Zusatzstoffe, aber auch der sozialen und ökologischen Bedingungen, unter denen die Produkte hergestellt wurden. Beispielsweise legen heute immer mehr Verbraucher Wert darauf, über die Herkunft der Produkte informiert zu werden. Die Möglichkeiten der Information über das Internet oder entsprechender Programme auf Smartphones wecken zusätzlich höhere Erwartungen an schnell und einfach verfügbare Informationen über Lebensmittel.

III. Täuschungsschutz: Rechtslage und Überwachung

Es ist verboten, Lebensmittel unter irreführender Bezeichnung, Angabe oder Aufmachung in den Verkehr zu bringen oder für Lebensmittel mit irreführenden Darstellungen oder sonstigen Aussagen zu werben. Dies regeln insbesondere die „Vorschriften zum Schutz vor Täuschung“ in § 11 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches (LFGB). Hier genügt schon die Eignung zur Täuschung - eine tatsächliche Täuschung oder ein Vermögensschaden müssen nicht vorliegen. Täuschungen können auch als unlautere geschäftliche Handlung nach § 3 und § 5 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) geahndet werden. Damit werden neben den Verbraucherinnen und Verbrauchern redliche Unternehmen geschützt, die anderenfalls gegenüber ihren unredlichen Wettbewerbern finanzielle Nachteile in Kauf nehmen müssten.

Ob ein Verbraucher getäuscht wird, hängt von dem Gesamterscheinungsbild des Lebensmittels in seiner Verpackung ab, das sich aus dem Zusammenspiel zwischen u. a. Kennzeichnung, Aufmachung und werblichen Aussagen ergibt. Das bedeutet, selbst wenn ein Hersteller die Kennzeichnungsvorgaben exakt einhält, kann durch die gesamte Aufmachung des Produkts (z.B. Abbildungen auf der Verpackung) oder die Werbung für das Produkt bei Verbrauchern ein irreführender Eindruck entstehen.

Die **Überwachung** der Einhaltung der Vorschriften ist Aufgabe der zuständigen **Lebensmittelüberwachungsbehörden** der Länder. Im Streitfall entscheidet ein **Gericht**, ob ein Verstoß vorliegt. Überwachungsbehörden und Gerichte legen dabei die allgemeine Verkehrsauffassung zugrunde, die den redlichen Hersteller- und Handelsbrauch sowie die berechnete Ver-

brauchererwartung berücksichtigt. Maßstab für die Ermittlung der Verbrauchererwartung ist nach weitgehend gefestigter Rechtsprechung ein durchschnittlich informierter, aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher.

Die Frage, ob gegen das Irreführungsverbot verstoßen wurde, ist in der Praxis nicht immer einfach zu beantworten. Die große Vielfalt der Produktgestaltung und -vermarktung bringt zahlreiche verschiedene Anordnungen von Abbildungen, Bezeichnungen und dazu gehörigen Werbeaussagen mit sich, die jeweils im Einzelfall zu beurteilen sind. Zwischen klar verständlicher Gestaltung der Produkte und bewusster Irreführung der Verbraucher gibt es damit naturgemäß einen **Graubereich**, der für die Überwachungsbehörden und die Marktteilnehmer schwer zu beurteilen ist. Es stellt sich in diesen Fällen die Frage, wo die Irreführung oder Täuschung der Verbraucher beginnt. Hier müssen die Vorstellungen der Unternehmen und der Verbraucher nicht übereinstimmen. Erschwerend kommt hinzu, dass die Erwartung der Verbraucher an die Lebensmittel individuell verschieden sein kann, vom Wissensstand über die rechtlichen Grundlagen der Kennzeichnung abhängt und außerdem im Lauf der Zeit einem Wandel unterliegen kann.

Der **Gesetzgeber** kann nur abstrakt-generelle Regelungen erlassen und nicht jeden Einzelfall regeln. Zeichnen sich jedoch verallgemeinerbare Trends ab, bei denen eine allgemeingültige Regelung die mögliche Täuschung der Verbraucher abwenden kann, so besteht u. U. die Möglichkeit, den Graubereich an dieser Stelle aufzulösen. So wurde mit der so genannten EU-Health-Claims-Verordnung die Anwendung von **nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben** geregelt. Damit reagierte der Gesetzgeber auf den Marketingtrend, zunehmend mit diesen Angaben zu werben. Gemäß der neuen Verordnung dürfen zukünftig in Europa nur noch diejenigen gesundheitsbezogenen Angaben verwendet werden, die wissenschaftlich abgesichert und zugelassen sind. Derzeit warten noch über 4000 gesundheitsbezogene Angaben auf die Zulassung durch die Europäische Kommission. Auch das EU-weit harmonisierte Lebensmittelkennzeichnungsrecht kann für mehr Klarheit sorgen. Die **EU-Lebensmittel-Informationsverordnung**, mit der die bisher geltende so genannte Etikettierungsrichtlinie abgelöst werden soll, steht kurz vor dem Abschluss. Die Verordnung enthält u. a. Regelungen zur verpflichtenden Nährwertkennzeichnung auf der Verpackung, Vorgaben zur besseren Lesbarkeit, eine klarere Kennzeichnung von Lebensmittelimitaten und von so genanntem Klebefleisch, bestimmte Vorgaben zur Herkunftskennzeichnung sowie zur Allergenkennzeichnung unverpackter Lebensmittel.

Eine Orientierungshilfe für Unternehmen, Verbraucher, Lebensmittelüberwachung und die Gerichte bietet darüber hinaus das **Deutsche Lebensmittelbuch**. Dabei handelt es sich um eine Sammlung von Leitsätzen, in denen Herstellung, Beschaffenheit oder sonstige Merkmale von Lebensmitteln beschrieben werden. Mehr als 2000 Lebensmittel, vom Apfelkompott bis

zur Zwiebelmettwurst, aber auch Eigenschaften ganzer Produktgruppen, wie Teigwaren, werden in den Leitsätzen beschrieben.

Die **Leitsätze** sind **keine gesetzlichen Vorschriften**, sondern sie ergänzen diese und haben den Charakter objektivierter Sachverständigengutachten, die u. a. den Gerichten als Auslegungshilfe dienen. In den Leitsätzen wird die allgemeine Verkehrsauffassung beschrieben, die den redlichen Hersteller- und Handelsbrauch sowie die berechnete Verbrauchererwartung berücksichtigt.

Die Leitsätze werden von der unabhängigen Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission im Konsens erarbeitet. Ihr gehören derzeit **jeweils acht** Vertreterinnen und Vertreter aus den Kreisen der **Wissenschaft**, der **Lebensmittelüberwachung**, der **Verbraucherschaft** und der **Lebensmittelwirtschaft** an. Das BMELV unterstützt die Arbeit der Kommission, indem es die anfallenden Kosten übernimmt und ihr ein Sekretariat zur Verfügung stellt. Das BMELV ist nicht selbst Mitglied der Kommission und hat daher auch kein Stimmrecht.

IV. Handlungsbedarf

Im Jahr 2009 lösten Käse- und Schinken-Imitate eine Diskussion um irreführende und täuschende Lebensmittelkennzeichnung und -aufmachung aus, die bis heute anhält. Es besteht Handlungsbedarf, weil mittlerweile eine große Anzahl an Verbraucherinnen und Verbrauchern den Eindruck hat, durch die Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln getäuscht zu werden. Verbraucherorganisationen beklagen, viele Lebensmittelhersteller führten die Verbraucher mit trickreichen Aufmachungen bewusst in die Irre und würden somit „Etikettenschwindel“ betreiben. Die Vorstellungen von Unternehmen und Verbrauchern darüber, welche Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln verständlich ist, liegen zum Teil weit auseinander. Die Verbraucher wissen offenbar in vielen Fällen nicht, was sich hinter bestimmten Produktgestaltungen verbirgt. Gleichzeitig erfahren die Unternehmen nur zum Teil, wo sich Verbraucher durch die Aufmachung und Kennzeichnung von Produkten getäuscht fühlen.

Folgende Maßnahmen sind auf unterschiedlichen Ebenen notwendig, um für mehr Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln zu sorgen:

1. Hersteller und Händler müssen das Irreführungsverbot einhalten

Gemäß Lebensmittelrecht und Lauterkeitsrecht dürfen die **Lebensmittelhersteller** nur solche Produkte in Verkehr bringen, die die Verbraucher nicht in die Irre führen. Auch der **Lebens-**

mittelhandel ist gefragt, durch die entsprechende Präsentation der Produkte oder werbliche Aussagen in den Verkaufsstellen eine Täuschung der Verbraucher auszuschließen.

2. „Schwarze Schafe“ bestrafen

Verstoßen Unternehmen gegen das Irreführungsverbot, so ist es Aufgabe der Überwachungsbehörden der **Länder**, dies aufzudecken und zu ahnden. Frau Bundesministerin Aigner hat bereits im Jahr 2009 ihre zuständigen Länderkollegen gebeten, bei der Lebensmittelüberwachung dafür zu sorgen, die Kontrollen zu täuschenden Aufmachungen und Kennzeichnungen der Produkte zu intensivieren. Werden dabei Unternehmen des Verstoßes überführt, so sollten die bestehenden rechtlichen Möglichkeiten zur Verfolgung von Ordnungswidrigkeiten und zur Namensnennung ausgeschöpft werden.

3. Mehr Transparenz im Graubereich durch Dialog

Ein Großteil der bemängelten Kennzeichnung und Aufmachung von Produkten bewegt sich in dem beschriebenen **Graubereich** zwischen klar verständlicher Gestaltung der Produkte und bewusster Irreführung der Verbraucher. Hier gilt es, für mehr Markttransparenz zu sorgen, indem die Verbraucher über die Marketingtrends und Kennzeichnungsfragen besser aufgeklärt werden (s. u.) und sich Verbraucher und Unternehmen über die Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln unmittelbar austauschen.

Auf diese Weise kann insbesondere ermittelt werden, welche Aufmachung oder Kennzeichnung von den Verbrauchern als täuschend bewertet wird und wie Verbraucher und Unternehmen die bestehenden rechtlichen Regelungen verstehen. **Verbraucher** müssen sich täglich vielfach mit der Aufmachung und Kennzeichnung von Produkten auseinandersetzen. Sie sollen so die Möglichkeit erhalten, auf diese Weise die notwendigen Informationen zu bekommen und zu hinterfragen. **Unternehmen** erhalten Hinweise, inwieweit sie ihre Produkte verbessern sollten. Sie können die Chance nutzen, in einen offenen Dialog mit den Kunden zu treten und zu kritischen Fragen Stellung zu nehmen.

Das BMELV will diesen Dialog zwischen Wirtschaft und Verbrauchern über die Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln befördern.

4. Verbraucher intensiver aufklären

Zum Teil beruhen Beschwerden der Verbraucher auf deren unzureichender Kenntnis der Rechtslage und aktueller Trends im Marketing. Zwar sind die Verbraucher gefragt, sich beim Kauf der Produkte die Verpackung, insbesondere das Zutatenverzeichnis, anzusehen und sich über Lebensmittel zu informieren. Sie haben aber offenbar Schwierigkeiten, die Bedeutung der Kennzeichnungselemente zu verstehen und die tatsächlichen Eigenschaften der Produkte beim Einkauf zu erkennen.

Notwendig ist es daher, Verbraucher durch allgemeine Erläuterungen zu den Kennzeichnungsregelungen und anhand konkreter Beispiele über neue Marketingtrends und die Hintergründe der jeweiligen Produktaufmachungen besser zu informieren. Damit wird der Blick der Verbraucher geschärft. Sie werden in die Lage versetzt, sich beim Einkauf ein realistisches Bild von den Produkten zu machen.

Es ist auch Aufgabe des BMELV, zur Aufklärung der Verbraucherinnen und Verbraucher beizutragen. Neben eigenen Informationsmaßnahmen, zum Beispiel über Broschüren oder Internetangebote, geschieht dies insbesondere durch die Förderung von Verbraucherorganisationen bzw. Informationseinrichtungen wie die Stiftung Warentest, den Verbraucherzentrale Bundesverband oder den aid Infodienst Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz e.V. sowie durch im Rahmen der Projektförderung finanzierte Aufklärungs- und Informationsmaßnahmen.

5. Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuchs verbessern

Die Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuchs können nur eine gute Orientierung bieten, wenn die beschriebene Verkehrsauffassung noch aktuell ist. Vor dem Hintergrund der beschriebenen Schnelllebigkeit der Produkte und der aufwändigen Einigungsprozesse innerhalb der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission, muss dies nicht immer gegeben sein. Hier sind die Mitglieder der **Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission** gefragt, die Leitsätze so zu gestalten, dass sie die aktuelle Verkehrsauffassung der Hersteller, Händler und Verbraucher abbilden.

6. Datengrundlagen verbessern

Zur Verbesserung der Entscheidungsgrundlagen für staatliche Maßnahmen oder die Anpassung der Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuchs fehlt es darüber hinaus an ausreichenden und verlässlichen Informationen über die aktuelle Verbrauchererwartung. Hier kann u. a. das BMELV durch die Förderung von Verbraucherforschung für eine bessere Datenausstattung sorgen.

7. Rechtsvorschriften anpassen

Notwendig ist es darüber hinaus, bei konkreten Hinweisen die rechtlichen Regeln zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen. Da das Lebensmittelkennzeichnungsrecht größtenteils EU-weit geregelt ist, bedeutet dies vor allem, sich erforderlichenfalls in Brüssel für eine bessere Kennzeichnung einzusetzen. In Bezug auf eine bessere Kennzeichnung von Lebensmittelimitaten oder so genanntem Klebefleisch ist dies bereits bei der Diskussion zur **EU-Lebensmittel-Informationsverordnung** geschehen.

V. Ziele der Initiative „Klarheit und Wahrheit“

Vor diesem Hintergrund hat Frau Bundesministerin Ilse Aigner im September 2009 die Initiative „Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“ auf den Weg gebracht.

Die Initiative hat zum **Ziel**, den Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Täuschung zu verbessern und Unternehmen im Wettbewerb zu stärken, die ihre Produkte verbraucherfreundlich kennzeichnen und aufmachen, indem

- mehr Markttransparenz geschaffen und der Graubereich zwischen klar verständlicher Gestaltung der Produkte und Irreführung der Verbraucher beleuchtet wird,
- ein Dialog zwischen Verbraucherinnen, Verbrauchern und Unternehmen gefördert wird,
- die Verbraucherinnen und Verbraucher aufgeklärt und informiert werden,
- Informationsgrundlagen für die Lebensmittelüberwachung ausgebaut werden und
- die Entscheidungsgrundlagen für mögliche staatliche Maßnahmen bzw. für die Überarbeitung des Lebensmittelbuchs verbessert werden.

Die Initiative wird begleitet durch eine **Beraterrunde**, die aus Vertreterinnen und Vertretern der Verbraucher, der Wirtschaft und der Länder besteht. Durch die Einrichtung der Beraterrunde können sich die Beteiligten frühzeitig und unmittelbar über etwaige Probleme austauschen. Das Gremium hat eine beratende, keine steuernde Funktion.

VI. Maßnahmen der Initiative „Klarheit und Wahrheit“

Um diese Ziele zu erreichen, wurden für die Jahre 2010 bis 2012 folgende Maßnahmen vorgesehen:

1. Förderung des Internetportals www.lebensmittelklarheit.de (vzbv-Projekt)

Ziel der Förderung:

Verbraucher über die Lebensmittelkennzeichnung und Marketingtrends aufklären und den Dialog zwischen Verbrauchern und Wirtschaft fördern. Datengrundlagen zur Verbesserung staatlicher Maßnahmen sowie der Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuchs erweitern.

Akteure:

Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv), unterstützt durch die Verbraucherzentrale Hessen, gefördert durch das BMELV mit rd. 775.000 Euro.

Inhalt (Aufbau und Struktur siehe www.lebensmittelklarheit.de):

Das Internetportal bietet eine zentrale Anlaufstelle für Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich über die Kennzeichnung von Lebensmitteln informieren wollen oder sich durch ein konkretes Produkt getäuscht fühlen. Durch die Diskussion über konkrete Produkte erhalten die Verbraucher eine höhere Sensibilität für die rechtlichen Anforderungen an die Lebensmittelkennzeichnung und die angebotene Qualität. Zudem sollen aktuelle Trends der Lebensmittelkennzeichnung dargestellt und erläutert werden.

So sorgt das Portal – ähnlich wie die Tests der Stiftung Warentest – für mehr Markttransparenz und schärft den Blick der Verbraucher. Die Anbieter insgesamt könnte dies veranlassen, ihre Produkte verständlicher zu gestalten. Damit dient das Portal nicht nur den Verbrauchern, sondern auch den Herstellern, die ihre Produkte verbraucherfreundlich kennzeichnen.

Das Internetportal hat außerdem eine Sensorfunktion für die Verbrauchererwartung hinsichtlich bestimmter Kennzeichnungselemente, und es erfasst die aktuellen Entwicklungen im Marketing von Lebensmitteln. Gefördert werden zudem Verbraucherbefragungen, die der vzbv an unabhängige Forschungseinrichtungen vergeben will, damit ermittelt werden kann, ob die im Portal geäußerten Meinungen verallgemeinerbar sind. Durch den öffentlichen Meinungs austausch im Portal und die wissenschaftliche Auswertung der Verbraucherbeschwerden erhält das BMELV Erkenntnisse darüber, wo weiterer Handlungsbedarf im Täuschungsschutz besteht.

Konkreter Nutzen des Portals für die Verbraucherinnen und Verbraucher:

- Wer sich durch die Gestaltung eines Lebensmittels getäuscht fühlt, kann dies mitteilen und bewerten lassen,
- Verbraucher bekommen eine Erläuterung durch die Verbraucherzentrale,
- sie erhalten in der Regel eine Antwort des Unternehmens auf der Internetseite,
- möglicherweise ändert das Unternehmen sein Produkt,
- Fragen zur Kennzeichnung und Täuschung werden im Expertenforum beantwortet,
- Einfache und verständliche Informationen rund um die Kennzeichnung und Täuschung gibt es im Informationsteil des Portals.

Nicht Inhalt des Portals:

- Das Portal ist **kein amtliches Beanstandungsportal**. Es gibt die Meinung der Verbraucherzentralen wieder, die das Projekt eigenverantwortlich durchführen. Es werden dort keine verbindlichen rechtlichen Urteile über die gemeldeten Produkte gefällt. Es kann nicht abschließend geklärt werden, ob die jeweilige Produktgestaltung rechtmäßig ist oder nicht. Dies ist **Aufgabe der Lebensmittelüberwachung** und der **Gerichte**.
- Das Portal enthält **keine Lebensmittelwarnungen**. Es geht allein um die Frage, ob sich Verbraucher von einem Lebensmittel getäuscht fühlen, nicht ob eine Gesundheitsgefahr besteht.

Laufzeit:

2 Jahre 4 Monate, 1. September 2010 bis 31. Dezember 2012

2. Deutsches Lebensmittelbuch überarbeiten

Ziel: Markttransparenz verbessern, indem die in den Leitsätzen für bestimmte Lebensmittel niedergelegte Verkehrsauffassung überprüft und ggf. aktualisiert wird.

Akteure:

Mitglieder der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission

Inhalt:

Das Deutsche Lebensmittelbuch sollte aus Sicht des BMELV die Leitsätze sukzessive auf Klarheit und Verständlichkeit überprüft und ggf. angepasst werden.

Die Lebensmittelbuch-Kommission hat diesen Vorschlag des BMELV konstruktiv aufgegriffen. Es hat zudem den Auftrag angenommen, in den Fachausschüssen bei künftigen Arbeiten an Leitsätzen verstärkt auf Klarheit und Verständlichkeit zu achten und dort, wo dies notwendig ist, weitere Aussagen zur Aufmachung der Lebensmittel zu treffen.

Die Ergebnisse der Diskussionen im Internetportal sowie der begleitenden Verbraucherbefragungen sollen diese Arbeit unterstützen, indem sie Informationen zur aktuellen Verbrauchererwartung hervorbringen.

Laufzeit: Seit Ende 2009

3. Verhaltenskodex der Wirtschaft initiieren

Ziel:

Mehr Markttransparenz im Graubereich durch freiwillige Regelungen, wo Gesetze nicht zielführend sind.

Akteure:

Wirtschaftverbände

Inhalt:

Das BMELV möchte die Etablierung eines Verhaltenskodex der Wirtschaft zur Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln befördern. Indem sich die Unternehmen Verhaltensregeln freiwillig vorgeben, können bestimmte Vermarktungspraktiken eingeschränkt und damit für mehr Klarheit für die Verbraucher gesorgt werden. Ein Verhaltenskodex liegt in der alleinigen Verantwortung der Wirtschaft, so dass die Einhaltung der Regeln im Rahmen der Selbstkontrolle erfolgen würde. Auf der Grundlage der Ergebnisse des Internetportals und der Begleitforschung soll ermittelt werden, in welchen Bereichen ein derartiger Verhaltenskodex notwendig und gegenüber einer gesetzlichen Regelung von Vorteil sein könnte.

Laufzeit: Ab Mitte 2012 nach Auswertung erster Ergebnisse des Portals

4. Juristische Fachtagung zum Lauterkeits- und Lebensmittelrecht fördern

Ziel:

Vertiefte wissenschaftliche Diskussion zur Irreführung und Täuschung bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln anregen, Handlungsansätze zur Verbesserung des Täuschungsschutzes ermitteln.

Akteure:

Wissenschaftliche Einrichtung, mit Förderung des BMELV

Inhalt:

Im Rahmen einer für 2012 geplanten Fachtagung zum Lauterkeits- und Lebensmittelrecht sollen Fragen der Rechtsetzung, des Vollzugs und der Stärkung der Verbraucherposition im Hinblick auf Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln erörtert werden.

Laufzeit: Anfang/Mitte 2012, nach Auswertung erster Ergebnisse des Portals.