

**April 2013**

## **Projektvorstellung Lebensmittelklarheit 2.0**

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv  
Fachbereich Gesundheit/Ernährung  
Markgrafenstr. 66  
10969 Berlin  
ernaehrung@vzbv.de  
[www.vzbv.de](http://www.vzbv.de)

Das vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) im Rahmen der Initiative „Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“ geförderte Projekt Lebensmittelklarheit der Verbraucherzentralen konnte in den gut zwei Jahren seiner Förderung erfolgreich das Portal [www.lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de) einrichten. Seit dem Onlinegang erfüllt dieses die ursprünglich gestellten Projektziele: umfassende Verbraucherinformation, Darstellung des Täuschungsempfindens von Verbrauchern, Dialog mit der anbietenden Wirtschaft und Offenlegung von rechtlichem Änderungsbedarf im Bereich der Kennzeichnung von Lebensmitteln.

## **1. Allgemein**

Als Ergebnis der gesammelten Hinweise und der bereits gewonnenen Erkenntnisse ergeben sich neue Zielstellungen und Ansätze für eine Fortführung des Projekts.

Das Internetportal [www.lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de) soll als zentrale Diskussionsplattform für Verbraucher, Verbrauchervertreter und Lebensmittelproduzenten dienen. Verbraucher können Produkte melden, bei deren Kennzeichnung und Aufmachung sie sich getäuscht fühlen. Das Portal soll weiterhin interessierten Verbrauchern Informationen zur Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln bieten.

Zusätzlich soll sich auf Veränderungen in der Produktaufmachung konzentriert werden. Der Diskussionsprozess, der im Portal [www.lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de) und in seinem Umfeld entstanden ist, soll vorrangig dafür genutzt werden, Veränderungen in der Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln zu erreichen. Durch einen verstärkten Dialog mit Anbietern und teilweise auch dem Handel sollen sowohl konkrete produktgruppen- und themenspezifische Veränderungen erreicht werden, als auch allgemeine Grundsätze der klaren Kennzeichnung von Lebensmitteln mit Anbietern diskutiert werden.

## **2. Umsetzung**

### **2.1 Vom Produkt zum Unternehmen – mehr Dialog mit Anbietern**

Die derzeitige Änderungsquote von mehr als 30 Prozent der im Portal eingestellten Produkte belegt das Interesse der Anbieter an verbrauchergerechteren Produktaufmachungen. Dieses konstruktive Interesse der Anbieter kann genutzt werden, um in vertiefenden Gesprächen und auf der Basis konkreter Ergebnisse aus der projektbegleitenden Verbraucherbeforschung produktübergreifende Verbesserungen zu bewirken. Dabei sollen verbindliche weiterreichende Vereinbarungen mit Branchen oder einzelnen Handelsunternehmen angestrebt werden.

Zur Vorbereitung des Dialogs erfolgt eine Aufbereitung der Produktmeldungen und Forenanfragen unter verschiedenen thematischen Aspekten (bspw. Kennzeichnungsprobleme, Hersteller, Produktgruppen oder Verkaufsstätte). Dies führt zu den Themen, die in vertiefenden Gesprächen mit Lebensmittelproduzenten, dem Handel und weiteren Akteuren der Ernährungswirtschaft diskutiert werden sollen.

Über die neue Form des Dialogs, die Ziele und sein Fortschreiten wird auf [www.lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de) in einer neuen Rubrik „Im Dialog“ informiert. Ebenso soll über relevante Verbesserungen der Aufmachung einzelner Produkte oder Produktgruppen auf der Startseite berichtet werden. Per Umfragen sollen die Erwartungen der Nutzer des Portals an diese Gespräche abgefragt werden. Dies ermöglicht eine Einbeziehung und Aktivierung der Verbraucher und spiegelt den Teilnehmern der Diskussionsrunden die Sicht von Verbrauchern wider.

Über den konkreten Änderungsbedarf hinaus sollen in einem zweiten Schritt allgemeine Kriterien formuliert werden, die übergeordnet eine klare und wahre Lebensmittelkennzeichnung in der Unternehmenspolitik verankern könnten. Hierbei werden sowohl die Erkenntnisse aus dem Portal, die bisherigen Forschungsergebnisse und die Vorarbeiten der Verbrauchervertreter, die für die Diskussion des Horizontalen Leitsatzes im Rahmen der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission geleistet wurden, berücksichtigt.

## **2.2 Vom Produkt zum Portal – Partizipation und Interaktivität stärken**

Aufbauend auf den bereits bestehenden Angeboten im und mit dem Internetportal werden weitere Aktivitäten durchgeführt, um die Attraktivität zu steigern.

In Zukunft wird das Portal deutliche Themenschwerpunkte setzen. Die durch die Verbraucher gewählten Themen stellen über einen längeren Zeitraum (bis zu drei Monate) einen inhaltlichen Schwerpunkt des Portals dar, der anhand von Produktbeschwerden, Forenanfragen und Meldungen bearbeitet wird.

Verschiedene Angebote zum „Mitmachen“ sollen die Attraktivität und die Interaktivität des Portals steigern. Ergänzend zu dem dargestellten Prozess der Schwerpunktsetzung im Portal wird den Verbrauchern die Möglichkeit gegeben, die jeweiligen Schwerpunktaktionen zu kommentieren. Zu diesem Zweck wird ein Kommentarfeld eingerichtet, in dem die Verbraucher ihre Meinung zu dem jeweils ausgewählten Thema äußern können. Für die Kommentierung wird es leicht auffindbare Kommunikationsregeln geben. Die eingehenden Verbraucherkommentare werden erst nach vorheriger Überprüfung der Inhalte durch die Redaktion in das Internet eingestellt und somit sichtbar.

Außerdem erhalten die Nutzer des Portals die Möglichkeit, durch einfache Feedbackfunktionen an Informationsartikeln oder Kurzmeldungen, wie „hat mir geholfen“/„hat mir nicht geholfen“ oder „gefällt mir“/„gefällt mir nicht“ eine Rückmeldung zu geben.

Durch die Nutzung des Onlinedienstes Twitter sollen vor allem jüngere Zielgruppen aber auch Multiplikatoren aus Presse und Politik angesprochen werden.

## **2.3 Vom Produkt zum Marktgeschehen – wissenschaftliche Auswertung**

Es wird auch in Zukunft notwendig sein, die im Portal erfassten Täuschungsaspekte auf ihre Repräsentativität hin zu überprüfen. Denn die im Portal aufgearbeiteten Verbrauchermeldungen spiegeln zunächst nur nichtrepräsentative von der Verbraucherzentrale nachvollziehbare Einzelmeinungen von Verbraucher/innen wider. Auch die Themen der Täuschungsproblematiken, die auf Grundlage der Kriterien für die Bearbeitung der Problemfelder verwendet werden, sind zunächst nicht repräsentativ. Daher sollen Forschungsaufträge an wissenschaftliche Institute oder

Marktforschungsunternehmen vergeben werden, die wissenschaftlich abgesicherte und anerkannte Methoden anwenden.

### **3. Projektbeteiligte und Zeitplan**

Das Projekt ist ein Gemeinschaftsprojekt des vzbv und der Verbraucherzentralen der Länder. Die Umsetzung erfolgt gemeinschaftlich zwischen vzbv und der Verbraucherzentrale Hessen.

Die Umsetzung soll innerhalb von 24 Monaten erfolgen.