

## Hintergrund

### 100 Tage Internetauftritt [www.Lebensmittelklarheit.de](http://www.Lebensmittelklarheit.de)

## Häufig gestellte Fragen

Am 28. Oktober ist das neue Internetportal der Verbraucherzentralen [www.Lebensmittelklarheit.de](http://www.Lebensmittelklarheit.de) **100 Tage** online. Die Verbraucherzentralen haben mit dem Angebot den Nerv der Verbraucher getroffen. Finanziert wird das Projekt durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

### Wie lautet die Zwischenbilanz nach 100 Tagen?

Über **3880 (25.10.2011) Produktmeldungen** sind seit dem Start des Portals eingegangen. Davon sind **920** bearbeitet oder werden gerade noch bearbeitet. Das sind circa 25 Prozent. Täglich kommen mittlerweile circa 20-30 Produktmeldungen hinzu. Im Portal selbst sind bisher **72 Produkte** eingestellt.

### Was wird gemeldet?

Von den bearbeiteten, vollständig erfassten **362 Produkten** beziehen sich die meisten Beschwerden auf die Portalrubriken „Kennzeichnung“ (43 Prozent), „Zutaten und Zusatzstoffe“ (25 Prozent) und auf die „Aufmachung und Erscheinungsbild der Produkte“ (16,3 Prozent).

Anzahl je Rubrik		
Rubrik	Ergebnis	Prozent
Erscheinungsbild	59	16,3%
Füllmenge + Preis	7	1,9%
Gesundheit	12	3,3%
Zutaten, Zusatzstoffe +Imitate	91	25,1%
Kennzeichnung	156	43,1%
Kinder, Sportler+ andere	2	0,6%
Natur + Region (Leer)	35	9,7%
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>362*</b>	<b>100,0%</b>

\* eingestellte und in der Bearbeitung befindliche Produktbeschwerden, die für das Portal geeignet sind

### Wie lauten die häufigsten Beschwerdegründe?

Die meisten Beschwerdegründe beziehen sich mit fast 35 Prozent auf „Zutaten und Zusatzstoffe“. Clean Label-Beschwerden, Fruchtabbildungen ohne Frucht in der Zutatenliste bilden hier den Hintergrund. An nächster Stelle kommen mit fast 15 Prozent „Preisprobleme“ und „Mogelpackungen“. „Vorspiegelung von besonderen Qualitäten“, die dann nicht eingehalten werden sind mit neun Prozent vertreten.

Anzahl von Beschwerdegrund		
Beschwerdegrund	Ergebnis	Prozent
Abbildung, Aufmachung	21	2,7%
Clean Label	61	7,8%
Gesundheitsbezogene Angaben	12	1,5%
Herkunft	46	5,9%
Nährwertangaben	25	3,2%
Natürlichkeit + Tradition	20	2,6%
sonstige Pflichtkennzeichnung	45	5,8%
Preise + Mogelpackung	115	14,7%
Qualität	70	9,0%
Verkehrsbezeichnung	64	8,2%
Zielgruppenwerbung	6	0,8%
Zutaten + Zusatzstoffe	271	34,7%
Sonstiges	26	3,3%
Gesamtergebnis	782*	100,0%

\* eingestellte und in der Bearbeitung befindliche Beschwerden ohne Fälle vor Portalstart

### Welche Anbieter sind betroffen?

Die große Masse der Beschwerden verteilt sich auf viele unterschiedliche Unternehmen. Produkte von großen Firmen und Handelsunternehmen mit großer Produktpalette werden etwas häufiger genannt. Dabei handelt es sich vor allem um Firmen wie Unilever, Nestle, Netto Markendiscount, Aldi Süd und Nord, Edeka, Schwartau-Werke oder die Iglo GmbH. Dies kann mit der breiten Produktpalette und den hohen Umsatzraten der Unternehmen zusammen hängen und zum derzeitigen Zeitpunkt von uns noch nicht abschließend bewertet werden. Aussagen zu Häufungen von bestimmten Unternehmen bei den Produktmeldungen können erst im weiteren Verlauf bilanziert werden. Bei den eingestellten Produkten ist jedoch heute schon erkennbar, dass mehrfach die Firma Knorr mit ihrer Clean-Label-Werbestrategie bei Suppen und Soßen gemeldet wird.

**Wie viele Produkte sind unter den Rubriken „getäuscht?“, „geändert“ und „erlaubt!“ eingestellt? Was steckt hinter den Bearbeitungszeiten?**

72 Produkte sind in den Rubriken „getäuscht?“, „geändert“ und „erlaubt!“ eingestellt. Jede Produktmeldung wird zuerst geprüft und statistisch erfasst. Zuerst prüfen wir, ob es sich um einen Fall für das Portal handelt. Daher erscheint nicht jede bearbeitete Produktmeldung im Portal. Was uns beschäftigt, ist der „Graubereich“. Ein Bereich, der nur schwer gesetzlich zu regeln ist und Interpretationen offen lässt. Eine korrekte rechtliche Einschätzung ist daher manchmal schwierig und dauert seine Zeit.

Ganz klare Verstöße gegen das Kennzeichnungsrecht für Lebensmittel, wie zum Beispiel fehlendes Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD), leiten wir direkt an die zuständige Behörde weiter. Bei Beschwerden über die Produktqualität, wie zum Beispiel zum Geschmack oder zu Zusatzstoffen, verweisen wir an die Lebensmittelüberwachung. Hier sind spezielle Tests und Analysen notwendig. Die Dauer der Bearbeitung hängt zudem mit der meist intensiven rechtlichen Prüfung der Fälle, der Stellungnahmen und der Kommunikation mit den Anbietern zusammen. Die Bearbeitung ist daher oft bis zum endgültigen Ergebnis sehr zeitintensiv. Auch sinkt dadurch die anfänglich als täuschend gemeldete Anzahl an Produkten nochmals drastisch.

**Über welche Produkte ärgern und beschweren sich die Verbraucher am häufigsten?**

Es sind viele unterschiedliche Kennzeichnungen, mit denen die Verbraucher an der Nase herumgeführt werden. Meist handelt es sich um Beschwerden über Produkte, die von der Werbung und Aufmachung her etwas vorgaukeln, was diese nicht einhalten.

Sehr häufig werden Produkte gemeldet, weil auf der Vorderseite des Etiketts wertvolle, leckere Zutaten abgebildet sind und erst beim Drehen und Wenden der Verpackung und genauem Studieren der Zutatenliste auffällt, dass die Zutaten - wenn überhaupt - nur in kleinen oder winzigen Mengen enthalten sind. Zum Beispiel: in Wort und Bild wird ein vermeintlich hoher Kakaoanteil eines Puddings suggeriert, der aber de facto nur in dem geringen Schokoladenanteil des Puddings vorhanden ist. Oder der Birne-Holundersirup enthält Apfelsaftkonzentrat als Hauptzutat. Oder ein Getränk mit Mango enthält kaum Mango.

Oft beschweren sich Verbraucher auch darüber, dass Hersteller ihr Produkt irreführend mit sogenannten Clean-Labels bewerben. So prangt zum Bei-

spiel auf einer Tütensuppe die Werbung „Ohne Geschmacksverstärker Glutamat“. In der Zutatenliste findet sich dann aber ein geschmacksverstärkender Ersatzstoff wie Hefeextrakt. Oder auf der Vorderseite einer Wurst wird mit „Ohne umrötendes Nitritpökelsalz“ geworben, aber die Wurst ist durch nitrathaltiges Pflanzenextrakt rot gefärbt.

Ein weiterer Bereich sind irreführende Darstellungen von regionalen Bezügen zum Beispiel der Bezug zu einer bekannten Urlaubsinsel, ohne dass das Produkt etwas mit der Insel zu tun hat, oder die Milch, die nach einer Region benannt wird, aber in einer hunderte Kilometer weit entfernten Stadt abgefüllt wurde.

**Bei eingestellten Produkten liest man häufig, dass sich der Hersteller mit der Kennzeichnung an die gesetzlichen Vorschriften gehalten hat. Hat der Verbraucher dadurch etwas gewonnen?**

Ja - denn wir wollen mit unserem Portal vor allem den Graubereich der Lebensmittelkennzeichnung aufzeigen. Allein durch unsere Veröffentlichung lenken wir den Blick auf das Produkt und bestimmte Kennzeichnungslücken oder Marketingtricks. Der Hersteller bekommt die Gelegenheit, auf die aus unserer Sicht berechtigten Vorwürfe der Verbraucher zu reagieren. Wenn er dabei aber nur auf den gesetzlichen Vorgaben beharrt, muss er damit leben, dass die Verbraucher bei uns jetzt auf das irreführende Potential hingewiesen werden und sich ihre Meinung bilden können.

**In den Medien ist teils von "Mecker-Portal" die Rede. Zu Recht?**

Nein. Bei vielen Beschwerden zeigt sich, dass sich Verbraucher durchaus nachvollziehbar durch Kennzeichnungen, Produktaufmachungen oder Bewerbung der Produkte getäuscht fühlen und auch sehr viele Anfragen berechtigt sind. Verbraucher wollen nicht getäuscht werden und haben ein Recht auf eine wahre und klare Kennzeichnung der Lebensmittel. Die neue Internetplattform ist ein notwendiger Weg dahin.

**Wie reagieren die Anbieter?**

Die veröffentlichten Beschwerden der Verbraucher spiegeln die Realität im Supermarkt wider. Unternehmen bekommen Hinweise, wie sie ihre Produkte besser und erfolgreicher gestalten können. Die ersten Erfahrungen zeigen, dass einige Hersteller das Prinzip des Portals verstanden haben. Sie nehmen die Verunsicherung der Kunden ernst, reagieren teilweise sehr kooperativ und nehmen rasch Stellung. Andere Hersteller haben Änderungen der Kennzeichnung und Aufmachung ihrer Produkte angekündigt oder bereits durchgeführt. Diese Produkte verschieben wir in den „Geändert“- Bereich der Internetseite.

Anbieter verändern nicht nur die Schriftgröße auf ihren Verpackungen, sie ändern auch die Rezeptur: So enthält der Curry-Orangen-Ketchup nun auch bald wirklich Orangenschalen, die Bananenschokolade ein Bananenpüree und auch die Wasabi-Erdnüsse werden demnächst also wirklich Wasabi enthalten. Dies kann man als erste Erfolge werten. Nichts desto trotz geht uns manche Änderung nicht weit genug. Denn wir benötigen klarere Regelungen und Vorschriften, die die beschriebenen täuschenden Angaben in der Produktgestaltung verhindern. Die konkreten Zahlen von 43 Produkten in „getäuscht?“ und 19 in „geändert“ zeigen, dass überraschend viele Anbieter sich ernsthaft mit den Verbraucherbeschwerden befassen und ihre Produkte ändern.

Die Ernährungsindustrie begrüßt zwar grundsätzlich den Informationsaustausch. Aber die Anbieter kritisieren auch, dass die Namen der Produkte genannt werden, was dann mit einem Pranger verglichen wird. Es handelt sich deshalb jedoch nicht um einen Pranger, weil der Hersteller selbst die Gründe für seine Werbung darlegen kann. Tatsächlich wird auch dokumentiert, wenn sich ein Anbieter eines Besseren besinnt und sein Produkt schnell und verbrauchergerecht ändert. Natürlich erleben wir aber auch, dass mit Unverständnis reagiert wird, nur auf die rechtlichen Vorgaben gepocht und keine Stellung bezogen wird.

### **Ist der Gesetzgeber fein raus, weil das Problem auf den Verbraucher und den Hersteller verlagert wird?**

Nein, denn würden wir das Thema Lebensmittelkennzeichnung nicht öffentlich diskutieren, wäre niemand zum Handeln gezwungen. Mit dem Portal können wir die Verbraucherbeschwerden kanalisieren. Wir erfassen nun nachvollziehbar Täuschungen und machen sie in dem Meer von Produkten dingfest. Und wenn der Verbraucher erst einmal darauf aufmerksam geworden ist, schaut er genauer auf die Zutatenliste und kann so endlich selbst aktiv werden. Der Gesetzgeber sieht bei uns, aus welchen Gründen die Käufer unzufrieden sind.

### **Wie hoch ist die Erfolgsquote?**

Wie viele Produkte letztlich geändert werden, ist ungewiss. Denn viele Produktmeldungen bearbeiten wir noch. Ganz unabhängig von der Zahl der geänderten Produkte können wir aber insgesamt schon von einem riesigen Erfolg sprechen. Dass die Verbraucherzentralen mit dem Angebot den Nerv der Verbraucher getroffen haben und Verbraucher ihr Recht auf wahre und klare Lebensmittelkennzeichnung einfordern, zeigen die knapp **zwei Millionen Seitenaufrufe** allein in den ersten vier Tagen, die **3880 Produktmeldungen** und die etwa **1850 Anfragen** an das Expertenforum. Es bestätigt sich auch, dass das Interesse der Verbraucher an mehr Informationen rund um das Thema Lebensmittel sehr hoch ist.

### **Welche Fragen werden im Expertenforum gestellt?**

Die Fragen gehen über alle Bereiche der Lebensmittelkennzeichnung, Erzeugung und Verarbeitung, also weit über die Ziele des Portals, hinaus. Viele Fragen beantworten wir direkt. Nur die interessantesten kommen in das Portal. Bisher sind im Forum **84 Anfragen und Antworten** eingestellt. Davon beziehen sich die meisten Anfragen auf einzelne konkrete Lebensmittel (33), auf Kennzeichnungselemente (25) sowie Zutaten und Zusatzstoffe (21).

### **Welche Forumsfragen werden nicht eingestellt?**

Fragen, die im Info- oder Produktbereich schon beantwortet sind oder Fragen, die bereits beantwortet wurden, werden nicht eingestellt.

### **Kann das neue Portal langfristig etwas bewirken und verbessern?**

Wir sehen unser Portal nicht nur als Gewinn für Verbraucher, sondern als eine echte Chance für die Anbieter, in einen ehrlichen Dialog mit den Verbrauchern zu treten. Wenn der Anbieter versteht, was der Verbraucher wünscht und der Verbraucher die Position des Anbieters versteht, kann dies mittel- und langfristig zu mehr Klarheit und Wahrheit bei der Lebensmittelkennzeichnung führen

Außerdem schafft das Portal mehr Transparenz für Verbraucher: Sie werden in die Lage versetzt, Kennzeichnungselemente zu verstehen und selbst beurteilen zu können. Zudem werden sie über die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Lebensmittelkennzeichnung aufgeklärt. Letztendlich gehen wir auch von einer **präventiven Wirkung des Portals** aus. Viele Hersteller werden sich nämlich schon aufgrund der hier gegebenen Informationen genauer überlegen, was sie künftig auf ihre Verpackungen schreiben.

### **Was ist der wichtigste Teil des Portals?**

Das wichtigste Element unseres Portals ist die Darstellung täuschender, aber legaler Kennzeichnungen in der Rubrik „**Erlaubt!**“. Verbraucher ärgern sich gerade über solche Kennzeichnungen besonders: Bayerischer Leberkäse ohne Leber oder niederländische Eier in deutschen Eierkartons. Hier hat das Portal die klare Aufgabe, Argumente zu sammeln, um solche fragwürdigen Kennzeichnungsregeln zu ändern.

### **Welche Aufgabe hat die Abfragemöglichkeit im Portal?**

Umfragen unter Verbrauchern können zukünftig helfen, unsere Forderungen, bestehende Kennzeichnungsmängel oder -Lücken zu beheben, zu unter-

mauern. Die erste Umfrage unter den Nutzern von [www.lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de) zum Thema „Kalbswiener“ hat gezeigt, dass die Verbraucher sich aktiv beteiligen und sich Veränderungen auch in den rechtlichen Vorschriften oder den Leitsätzen für Lebensmittel wünschen. Insgesamt haben an der nicht repräsentativen Umfrage, die seit Portalstart am 20.7. bis 31.8.2011 eingestellt war, fast **31.000 Verbraucher** teilgenommen. Mehr als die Hälfte der Teilnehmer erwarten, dass Kalbswiener aus 100 Prozent Kalbfleisch bestehen sollten und nicht aus einem zulässigen Mindestgehalt von nur 15 Prozent Kalbfleisch. Insgesamt erwarten über 90 Prozent der Verbraucher zumindest mehr als 50 Prozent Kalbfleisch.

#### **Kommen Sie mit dem Bearbeiten der Meldungen und Anfragen nach?**

Wir sichten und bearbeiten derzeit mit Hochdruck die angelaufene Menge an Produktmeldungen, Forenanfragen und Kontaktanfragen. Um die Bearbeitung zu beschleunigen, haben wir uns zusätzliche Unterstützung von unseren Lebensmittelexperten in den anderen Verbraucherzentralen geholt. Durch zusätzlich bewilligte Mittel des Verbraucherschutzministeriums (BMELV) konnten Stellen aufgestockt und die Bearbeitung auf mehrere Verbraucherzentralen verteilt werden. Durch die gute Kooperation im „Bearbeitungsnetzwerk der Verbraucherzentralen“ und die Verstärkung des Teams in der Zentralredaktion in Hessen, werden wir die Anfragen weiter zügig bearbeiten und jedem Verbraucher eine Antwort zukommen lassen. Allerdings kann es einige Monate dauern, bis ein Verbraucher seine erste Antwort erhält. Daher arbeiten wir zurzeit daran, den Verbrauchern eine Zwischen- nachricht zukommen zu lassen.

#### **Aus welchen Bundesländern kommen die Anfragen?**

Die Produktmeldungen und Anfragen verteilen sich über alle Bundesländer. Nach derzeitigem Wissen kommen die Anfragen besonders häufig aus den großen Bundesländern wie Nordrhein-Westfalen (21,4 Prozent), Bayern (12,4 Prozent), Baden-Württemberg (12,1 Prozent) bei 920 ausgewerteten Produktmeldungen. Hessen und Niedersachsen folgen mit jeweils 10 Prozent der Anfragen.

