



---

## Aktueller Begriff

### Lebensmittelklarheit:

### Ein Jahr Internetportal zur Verbraucherinformation

---

Seit dem 20. Juli 2011 ist das Internetportal [www.lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de) online. Es ist Teil der Initiative „Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung von Lebensmitteln“ des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) und wird von der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) mit Unterstützung der Verbraucherzentrale Hessen betrieben. Das Portal wird vom 1. September 2010 bis zum 31. Dezember 2012 mit rund 975.000 Euro aus dem Haushalt des BMELV gefördert. Es soll ein Angebot für Verbraucher sein, von ihnen als irreführend wahrgenommene Lebensmittelkennzeichnung zu melden oder sich hierüber zu informieren, unabhängig von der Frage, ob Hersteller den gesetzlichen Anforderungen an die Lebensmittelkennzeichnung entsprechen. Auch die Hersteller kommen dabei zu Wort und können Erläuterungen zu der von ihnen gewählten Form der Werbung oder Kennzeichnung geben. Ins Internet werden nur diejenigen Meldungen eingestellt, bei denen auch die Internetredaktion von lebensmittelklarheit.de Täuschungspotenzial sieht. Wann konkrete Produkte benannt werden, wird von den Betreibern auf ihrem Internetportal erklärt, wobei die Begriffe „Anbieter“ und „Hersteller“ synonym verwendet werden:

„`Ross und Reiter´ werden genannt, wenn folgende Kriterien anwendbar sind:

- Es besteht **Täuschungspotenzial** aus Sicht der Fachredaktion von lebensmittelklarheit.de,
- der Täuschungsvorwurf ist **nachvollziehbar** (überprüfbar) durch die Fachredaktion und
- der Täuschungsvorwurf bewegt sich im **Graubereich** zwischen anscheinend eindeutigen Rechtsverstoß und eindeutiger Rechtmäßigkeit.“

Anbieterneutrale Darstellungen erfolgen danach,

„wenn

- die Produkte alle geltenden **Kennzeichnungsvorschriften einhalten**, aber
- aus Sicht der Verbraucherzentrale **Täuschungspotenzial in den zugrunde liegenden rechtlichen Regelungen** besteht, so dass der einzelne Hersteller dafür nicht oder nicht in erster Linie verantwortlich gemacht werden kann.“

Meldungen, die nicht in das Themenspektrum passen, z. B. wenn sie sich auf Probleme bei der Lebensmittelhygiene beziehen oder die Lebensmittelüberwachung betreffen, werden nicht veröffentlicht.

Das Internetportal war schon vor seiner Freischaltung umstritten. Insbesondere wegen der Nen-

---

Nr. 24/12 (17. August 2012)

Ausarbeitungen und andere Informationsangebote der Wissenschaftlichen Dienste geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Der Deutsche Bundestag behält sich die Rechte der Veröffentlichung und Verbreitung vor. Beides bedarf der Zustimmung der Leitung der Abteilung W, Platz der Republik 1, 11011 Berlin.

nung konkreter von den Verbrauchern kritisierter Produkte wird teilweise eine „Prangerwirkung“ befürchtet, die auch nach Recht und Gesetz hergestellte und deklarierte Produkte einem Täuschungsverdacht aussetze.

Im ersten Jahr haben sich nun etwa 5.600 Verbraucher mit Produktmeldungen an das Portal gewandt (Stand 15. Juli 2012), von denen sich zahlreiche jeweils auf das gleiche Produkt bezogen haben. Nach Darstellung auf der Internetseite entsprechen die auf den Seiten „Getäuscht?“, „Geändert“ und „Erlaubt!“ eingestellten 230 Produkte in etwa 900 Verbraucherbeschwerden. Ungefähr 1.350 Beschwerden bezogen sich auf ähnliche Vorwürfe. Im Ergebnis wurde ca. ein Drittel der gemeldeten Produkte, die auch aus Sicht der Verbraucherzentrale Täuschungspotenzial aufwiesen, von den Anbietern aufgrund der Meldungen verbraucherfreundlicher gestaltet. Das Portal bietet außerdem ein Forum an, in dem Verbraucherfragen zur Kennzeichnung, zu Zutaten und Zusatzstoffen, Gesundheit und Nährwert und anderem mehr beantwortet werden. Dort gingen im ersten Jahr rund 2.900 Anfragen ein. Ferner werden auf dem Portal Verbraucherumfragen durchgeführt. Die am 31.7.2012 noch laufende Umfrage bezog sich auf die vom Verbraucher erwartete Fleischqualität beim Wiener Schnitzel. Die Ergebnisse anderer Umfragen können dort ebenfalls eingesehen werden.

Im Zusammenhang mit der parallel stattfindenden Begleitforschung erschien im Januar 2012 eine Marktstudie mit dem Titel „Trends in der Lebensmittelvermarktung“. Sie kommt zum Ergebnis, dass sowohl die Ernährungswirtschaft als auch der Gesetzgeber zur „Aufhellung“ der Grauzone in der Lebensmittelkommunikation beitragen könnten. In der Pressepräsentation der Hessischen Verbraucherzentrale am 18. April 2012 finden sich Beispiele für Produktkritik. Thematisch werden verschiedene Kategorien unterschieden, z. B. eine irreführende Hervorhebung von Zutaten, Täuschungen bezüglich der traditionellen Herstellung oder auch irreführende Angaben über die Herkunft des Produkts. Endgültige Ergebnisse der Begleitforschung wie auch die Auswertung der Diskussionen im Internetportal werden für den Herbst 2012 erwartet. Für November 2012 ist dann eine Fachtagung zur Verbesserung des Täuschungsschutzes bei Lebensmitteln geplant.

Quellen (Internetquellen zuletzt abgerufen am 31.7.2012):

- [http://www.bmelv.de/DE/Ernaehrung/Kennzeichnung/Lebensmittelklarheit/lebensmittelklarheit\\_node.html](http://www.bmelv.de/DE/Ernaehrung/Kennzeichnung/Lebensmittelklarheit/lebensmittelklarheit_node.html)
- <http://www.lebensmittelklarheit.de/cps/rde/xchg/lebensmittelklarheit/hs.xsl/3446.htm>
- König, Hartmut, Verbraucherzentrale Hessen e.V., Beispiele für Marketingtrends aus dem Portal lebensmittelklarheit.de, Pressegespräch am 18.4.2012 in Berlin, [http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Lebensmittelvermarktung-Beispiele\\_Lebensmittelklarheit-2012.pdf](http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Lebensmittelvermarktung-Beispiele_Lebensmittelklarheit-2012.pdf)
- Agrifood Consulting GmbH, Marktstudie „Trends in der Lebensmittelvermarktung“, Göttingen, Januar 2012, [http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Lebensmittelvermarktung\\_Marktstudie\\_2012.pdf](http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Lebensmittelvermarktung_Marktstudie_2012.pdf)
- [http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Lebensmittelvermarktung-Marktstudie\\_Ergebnisse-Zuehlsdorf-2012.pdf](http://www.vzbv.de/cps/rde/xbcr/vzbv/Lebensmittelvermarktung-Marktstudie_Ergebnisse-Zuehlsdorf-2012.pdf)
- <http://www.lebensmittelklarheit.de/cps/rde/xchg/lebensmittelklarheit/hs.xsl/5006.htm>
- <http://www.lebensmittelklarheit.de/cps/rde/xchg/lebensmittelklarheit/hs.xsl/1307.htm>
- <http://www.lebensmittelklarheit.de/cps/rde/xchg/lebensmittelklarheit/hs.xsl/umfrage.htm>
- Unterrichtung durch die Bundesregierung, Verbraucherpolitischer Bericht 2012, BT-Drs. 17/8998 vom 15.3.2012