



**Initiative „Klarheit und Wahrheit bei der  
Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“  
des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)**

**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 das Bundesernährungsministerium 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 BMEL.

Lebensmittelhersteller und -händler dürfen Verbraucherinnen und 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, wo fühlen sich Verbraucherinnen und Verbraucher durch die Kennzeichnung oder Aufmachung eines Lebensmittels getäuscht, obwohl sich der Hersteller an die gesetzlichen Vorgaben hält?

Welche Aufmachung oder Kennzeichnung von Verbraucherinnen und Verbrauchern als täuschend bewertet werden und wie die Verbraucherschaft und Unternehmen jeweils die bestehenden rechtlichen Regelungen verstehen, wird im Rahmen der Initiative ermittelt. Durch verschiedene Maßnahmen sollen Informationsgrundlagen verbessert, Markttransparenz erhöht und ein Dialog zwischen Verbrauchern und Unternehmen initiiert werden.

## 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 Anzahl 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 mitunter schwierig, mit dieser Entwicklung Schritt zu halten. Gerade bei hoch verarbeiteten Produkten sind die Angaben auf der Lebensmittelverpackung oftmals komplex und für die Verbraucherinnen und Verbraucher gerade in der Einkaufssituation nicht immer erfassbar. Gleichzeitig verlangt die Bevölkerung 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 Verbraucherinnen und 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 des Artikels 7 der EU-Lebensmittel-Informationsverordnung (Verordnung (EU) Nr. 1169/2011). Es genügt schon die

Eignung zur Täuschung - eine tatsächliche Täuschung oder ein Vermögensschaden müssen nicht vorliegen. Täuschungen können auch als unlautere geschäftliche Handlung nach den Vorschriften des Lauterkeitsrechts 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 vom 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 Verbraucherinnen und 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 berechtigte Verbrauchererwartung berücksichtigt. Maßstab für die Ermittlung der Verbrauchererwartung ist ein durchschnittlich informierter, situationsadäquat aufmerksamer und verständiger Verbraucher.

Die Frage, ob gegen das Irreführungsverbot verstoßen wurde, ist in der Praxis nicht immer leicht 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 Verbraucherinnen und 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 Verbraucherinnen und 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 wird etwa mit der so genannten EU-Health-Claims-Verordnung die Anwendung von **nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben** über Lebensmittel geregelt. Damit reagierte der Gesetzgeber auf den Marketing-

trend, zunehmend mit diesen Angaben zu werben. Gemäß dieser Verordnung dürfen in der EU nur noch diejenigen gesundheitsbezogenen Angaben verwendet werden, die wissenschaftlich abgesichert und EU-weit zugelassen sind.

Auch das EU-weit harmonisierte Lebensmittelkennzeichnungsrecht sorgt für mehr Klarheit. Seit Dezember 2014 gilt die o.g. „**EU-Lebensmittel-Informationsverordnung - LMIV**“ (Verordnung (EU) Nr. 1169/2011) unmittelbar in allen Mitgliedstaaten. Sie enthält u. a. Vorgaben zur besseren Lesbarkeit (u. a. eine Mindestschriftgröße), eine klarere Kennzeichnung von Lebensmittel-Imitaten, eine verbesserte Allergenkennzeichnung verpackter Lebensmittel und die obligatorische Allergenkennzeichnung auch unverpackter Lebensmittel sowie Befugnisse und Prüfaufträge der Europäischen Kommission zur Ausdehnung der Herkunftskennzeichnung. Ab 13. Dezember 2016 ist die Nährwertkennzeichnung auf der Verpackung verpflichtend vorgeschrieben.

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 2.000 Lebensmittel, vom Apfelkompott bis zur Zwiebelmettwurst, aber auch Eigenschaften ganzer Produktgruppen, wie beispielsweise 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 o.g. allgemeine Verkehrsauffassung beschrieben, die den redlichen Hersteller- und Handelsbrauch sowie die berechtigte Verbrauchererwartung berücksichtigt.

Die Leitsätze werden von der unabhängigen Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission im Konsens erarbeitet. Ihr gehören **jeweils acht** Vertreterinnen und Vertreter aus den Kreisen der **Wissenschaft**, der **Lebensmittelüberwachung**, der **Verbraucherschaft** und der **Lebensmittelwirtschaft** an. Das BMEL unterstützt die Arbeit der Kommission, indem es die anfallenden Kosten übernimmt und ihr ein Sekretariat zur Verfügung stellt. Das BMEL 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. Verbraucherorganisationen beklagen, viele Lebensmittelhersteller führten die Verbraucher mit trickrei-

chen 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 Verbraucherinnen und Verbraucher wissen offenbar in vielen Fällen nicht, was sich hinter bestimmten Produktgestaltungen verbirgt. Gleichzeitig erfahren die Unternehmen nur zum Teil, wo sich Verbraucherinnen und 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 Verbraucherinnen und Verbraucher nicht in die Irre führen. Auch der **Lebensmittelhandel** 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.

### *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 Verbraucherinnen und Verbraucher. Hier gilt es, für mehr Markttransparenz zu sorgen, indem sie 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 Verbraucherinnen und Verbrauchern als täuschend bewertet werden und wie Verbraucher und Unternehmen die bestehenden rechtlichen Regelungen verstehen. **Verbraucherinnen und 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 könnten. Sie können die Chance nutzen, in einen offenen Dialog mit den Kunden zu treten und zu kritischen Fragen Stellung zu nehmen.

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

#### *4. Verbraucherinnen und Verbraucher intensiver aufklären*

Zum Teil beruhen Beschwerden der Verbraucherinnen und Verbraucher auf deren unzureichender Kenntnis der Rechtslage und aktueller Trends im Marketing. Zwar sind die Verbraucherinnen und Verbraucher gefragt, sich beim Kauf der Produkte die Verpackung, insbesondere das Zutatenverzeichnis, anzusehen und sich über die Lebensmittel zu informieren. Sie haben aber offenbar in größerem Umfang Schwierigkeiten, die Bedeutung der Kennzeichnungselemente zu verstehen und die tatsächlichen Eigenschaften der Produkte beim Einkauf zu erkennen. Notwendig ist es daher, Verbraucherinnen und 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 Verbraucherinnen und Verbraucher geschärft. Sie werden in die Lage versetzt, sich beim Einkauf ein realistisches Bild von den Produkten zu machen.

Es ist auch Aufgabe des BMEL, 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 den aid Infodienst Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz e.V. sowie durch im Rahmen der Projektförderung finanzierte Aufklärungs- und Informationsmaßnahmen, insbesondere der Verbraucherzentralen.

#### *5. Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuchs verbessern*

Die Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuchs können nur dann eine gute Orientierung bieten, wenn die beschriebene Verkehrsauffassung noch aktuell ist. Vor dem Hintergrund der beschriebenen Schnelligkeit 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. Datengrundlage erweitern*

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 BMEL durch die Förderung der 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 ist dies bereits durch die Verabschiedung der o.g. **EU-Lebensmittel-Informationsverordnung** geschehen.

## **V. Ziele der Initiative „Klarheit und Wahrheit“**

Vor diesem Hintergrund wurde 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 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 „Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“ wird begleitet durch eine **Beraterrunde**, die aus Vertreterinnen und Vertretern der Verbraucher, der Wirtschaft, der Länder und der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission 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, beinhaltet die Initiative folgende Maßnahmen:

## **1. Förderung des Internetportals [www.lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de) (vzbv-Projekt)**

### **Ziel der Förderung:**

Verbraucherinnen und Verbraucher über die Lebensmittelkennzeichnung und Marketing-trends aufklären, den Dialog zwischen Verbrauchern und Wirtschaft fördern sowie die Datengrundlagen für die Entscheidungsfindung verbessern.

### **Akteure:**

Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv), unterstützt durch die Verbraucherzentrale Hessen, gefördert durch das BMEL. Das Projekt wurde vom 01.09.2010 bis zum 31.12.2012 mit insgesamt 983.000 Euro gefördert. Das Folgeprojekt Lebensmittelklarheit 2.0 mit einem Volumen von rund einer Million Euro vom 1.1.2013 bis zum 31.12.2014 wurde bewilligt und nochmals mit einem Fördervolumen von rund 400.000 Euro bis zum 31. Dezember 2015 verlängert.

### **Inhalt** (Aufbau und Struktur siehe [www.lebensmittelklarheit.de](http://www.lebensmittelklarheit.de)):

Durch das Portal werden Verbraucherinnen und 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 haben die Möglichkeit zur Stellungnahme. Die Beschwerde sowie die Einschätzung der Verbraucherzentrale und die Stellungnahme des Herstellers werden im Portal veröffentlicht. Halten die Hersteller die Beschwerden für nachvollziehbar und ändern ihre Produkte, so wird auch dies im Portal bekannt gegeben. Im Forum des Portals beantworten Expertinnen und Experten konkrete Nutzerfragen.

Das Portal hat außerdem eine Sensorfunktion für die Verbrauchererwartung hinsichtlich bestimmter Kennzeichnungselemente und es erfasst die aktuellen Entwicklungen im Marketing von Lebensmitteln. Zudem wurden bis Ende 2014 repräsentative Verbraucherbefragungen gefördert, die der vzbv an unabhängige Forschungseinrichtungen vergeben hatte, damit ermittelt werden konnte, ob die im Portal geäußerten Meinungen verallgemeinerbar sind. Durch den öffentlichen Meinungs austausch im Portal und die wissenschaftliche Auswertung der Verbraucherbeschwerden erhält das BMEL Erkenntnisse darüber, wo weiterer Handlungsbedarf im Täuschungsschutz besteht.

Das Internetportal bietet somit 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 erhal-



ten sie eine höhere Sensibilität für die rechtlichen Anforderungen an die Lebensmittelkennzeichnung und die angebotene Qualität. So sorgt das Portal – ähnlich wie die Tests der Stiftung Warentest – für mehr Markttransparenz und schärft den Blick der Verbraucherinnen und Verbraucher. Dies könnte die Anbieter insgesamt veranlassen, ihre Produkte verständlicher zu gestalten. Damit dient das Portal nicht nur den Verbraucherinnen und Verbrauchern, sondern auch den Herstellern, die ihre Produkte verbraucherfreundlich kennzeichnen.

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 Verbraucherinnen und Verbraucher von einem Lebensmittel getäuscht fühlen, und nicht, ob eine Gesundheitsgefahr besteht.

**Laufzeit:** Verlängert bis zum 31. Dezember 2015.

## 2. Deutsches Lebensmittelbuch

### Ziel:

Markttransparenz verbessern, indem die in den Leitsätzen für bestimmte Lebensmittel niedergelegte Verkehrsauffassung überprüft und bei Bedarf aktualisiert wird.

### Akteure:

Mitglieder der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission.

### Inhalt:

Die **Leitsätze** des Deutschen Lebensmittelbuchs sollen sukzessive auf Klarheit und Verständlichkeit überprüft und ggf. angepasst werden: Das Ministerium hatte vorgeschlagen,

1. die Verständlichkeit der Leitsätze zu verbessern (als permanente Aufgabe),
2. die bereits in den Leitsätzen enthaltenen Aussagen zur Aufmachung auf Erweiterungsbedarf zu überprüfen und, wo dies nötig ist, Ergänzungen vorzunehmen sowie
3. allgemeine Grundsätze zu Bezeichnungen, Angaben und Aufmachungen beim Inverkehrbringen von Lebensmitteln zu erstellen.

Die unabhängige Deutsche Lebensmittelbuch-Kommission hat die Vorschläge des Ministeriums zur Erarbeitung von allgemeinen Grundsätzen zur Bezeichnung und Aufmachung und zur Überprüfung der bestehenden Leitsätze auf Ergänzungsbedarf in Bezug auf die Beschreibungen zur Aufmachung anlässlich seiner 42. Präsidiumssitzung und 25. Plenarversammlung am 29. Oktober 2009 aufgegriffen und diskutiert. Im Ergebnis hat das Präsidium alle Fachausschüsse beauftragt, sukzessive **alle Leitsätze** auf eine hinreichend ausführliche Beschreibung der Aufmachung, insbesondere der bildlichen Darstellungen, **zu überprüfen** und, soweit notwendig, entsprechende Ergänzungen vorzunehmen.

Zusätzlich zu dieser vertikalen Prüfung hat das Präsidium eine Arbeitsgruppe, bestehend aus allen Präsidiumsmitgliedern, beauftragt, sich mit der Erarbeitung von **allgemeinen Grundsätzen** zur Bezeichnung und Aufmachung zu befassen. Diese Arbeitsgruppe hat einen Entwurf für einen „Leitsatz mit allgemeinen Grundsätzen zu Bezeichnungen, Angaben und Aufmachungen beim Inverkehrbringen von Lebensmitteln“ erstellt. Der Leitsatz verfehlte die nach der Geschäftsordnung für die zweite Abstimmung notwendige Mehrheit (mehr als drei Viertel der Mitglieder müssen zustimmen). Hauptargument der Kommissionsmitglieder, die nicht für den Leitsatz stimmten, war der umfassende Geltungsbereich des Leitsatzes für die gesamte Lebensmittelbranche. Ein Teil der Kommission ist der Auffassung, dass eine Verkehrsauffas-

sung nur Produkt bezogen in den einzelnen Produktleitsätzen beschrieben werden kann.

Mit der im zweiten Baustein genannten Überprüfung der Leitsätze auf Erweiterungsbedarf, insbesondere in Bezug auf bildliche Darstellungen, befassen sich die Fachausschüsse der Kommission sukzessive, wenn sie ohnehin tagen, um Anträge zu bearbeiten. Diesbezüglich vorgelegte Änderungsanträge werden dann mit beraten. Die Fachausschüsse bereiten entsprechende Empfehlungen vor, über die die Kommission beschließen wird. Zum Beispiel wurden die „Leitsätze für Fische, Krebs- und Weichtiere und Erzeugnisse daraus“ bereits dahingehend angepasst, dass auch in bildlichen Darstellungen eine Zutat nur hervorgehoben wird, wenn sie in deutlich Geschmack prägender Menge vorhanden ist.

Die Ergebnisse der Diskussionen im Internetportal sollen diese Arbeit unterstützen, indem sie Informationen zur aktuellen Verbrauchererwartung hervorbringen, die für die Beratungen in der Lebensmittelbuch-Kommission genutzt werden können.

**Laufzeit:** Seit September 2009.

### **3. Freiwillige Verhaltensregeln der Wirtschaft initiieren**

**Ziel:**

Mehr Markttransparenz durch freiwillige Regelungen.

**Akteure:**

Wirtschaftsverbände, Verbraucherverbände

**Inhalt:**

Das BMEL möchte die Etablierung von freiwilligen Verhaltensregeln der Wirtschaft zur Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln fördern. Indem sich die Unternehmen freiwillig Verhaltensregeln vorgeben, können bestimmte Vermarktungspraktiken eingeschränkt und es kann damit für mehr Klarheit für die Verbraucherinnen und Verbraucher, aber auch für die Unternehmen, gesorgt werden. Derartige Verhaltensregeln liegen in der alleinigen Verantwortung der Wirtschaft, so dass die Einhaltung der Regeln im Rahmen der Selbstkontrolle erfolgt.

In seinem Projekt Lebensmittelklarheit 2.0, das vom BMEL gefördert wird, strebt der vzbv Vereinbarungen mit der Wirtschaft an. Während sich der Dialog mit der Wirtschaft im bisherigen Projekt im Wesentlichen auf die Kommunikation über die konkreten Produktmeldungen konzentrierte, wurde er nun auf themenübergreifende Vereinbarungen mit Teilen der Lebens-

mittelbranche ausgeweitet. Zum Beispiel haben sich der vzbv und der Deutsche Brauer-Bund (DBB) darauf geeinigt, dass Brauereien künftig freiwillig auf den Restalkoholgehalt in alkoholfreiem Bier hinweisen.

**Laufzeit:** Seit dem Frühjahr 2013.

#### **4. Fachtagung zum Täuschungsschutz**

**Ziel:**

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

**Akteur:**

BMEL

**Inhalt:**

Im Rahmen der am 27. und 28. November 2012 in Berlin durchgeführten Fachtagung „Täuschungsschutz bei Lebensmitteln. Erfahrungen – Herausforderungen - Lösungsansätze“ haben rund 180 Expertinnen und Experten Fragen der Rechtsetzung, des Vollzugs und der Stärkung der Verbraucherposition im Hinblick auf Aufmachung und Kennzeichnung von Lebensmitteln erörtert. Ein Tagungsband wurde im Juni 2013 veröffentlicht und ist im Internet abrufbar.

**Laufzeit:** Abgeschlossen.