

MARKTCHECK „GEÄNDERT-QUOTE“ BEI LEBENSMITTELKLARHEIT

Überblick der Produktinformationen, die nach der Verbraucherkritik bei Lebensmittelklarheit.de verbessert wurden

31. Mai 2024

Impressum

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

Team Lebensmittel / Projekt Lebensmittelklarheit
presse-lebensmittelklarheit@vzbv.de

Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).

INHALT

VERBRAUCHERRELEVANZ	3
ZUSAMMENFASSUNG	3
I. DER MARKTCHECK „GEÄNDERT-QUOTE“ 2023/2024	4
1. Hintergrund	4
2. Ziel des Marktchecks	7
3. Vorgehen im Marktcheck	8
4. Ergebnisse	8
5. Bewertung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen	9
II. ANLAGE: PRODUKTLISTE ZUM MARKTCHECK „GEÄNDERT-QUOTE“	11
III. ABBILDUNGSVERZEICHNIS	15
IV. TABELLENVERZEICHNIS	15

VERBRAUCHERRELEVANZ

Eine „Safransoße“ ohne Safran, ein „Beerenmüsli“, in dem kaum Beeren stecken oder ein Pflanzenpulver, das mit dem Schutz vor schwerer Grippe wirbt, obwohl es dafür keinen wissenschaftlichen Nachweis gibt – Verbraucher:innen beschwerten sich fortlaufend bei [Lebensmittelklarheit.de](https://www.lebensmittelklarheit.de) über unklare oder als täuschend wahrgenommene Produktinformationen. Diese finden sie auf Produktetiketten in Supermärkten, auf Anbieter-Websites, in Webshops und in Influencer-Werbung bei Social Media.

Im Rahmen der Bearbeitung von Beschwerden werden die Anbieter durch Lebensmittelklarheit.de über die Beschwerde informiert. Ein Teil der Anbieter informiert Lebensmittelklarheit.de mit ihrer Stellungnahme darüber, dass sie die Produktinformation im Sinne der Kritik ändern werden, ein Teil aber auch nicht.

Einen Überblick über die tatsächliche „Geändert-Quote“ zu erhalten ist aufschlussreich. Schließlich ist ein zentrales Ziel des Projekts Lebensmittelklarheit, verbraucherfreundlichere Lebensmittelinformationen am Markt zu erreichen.

Verbraucher:innen sollen transparente und sofort verständliche Produktinformationen beim Einkauf oder bei der Recherche zu Lebensmitteln vorfinden. Nur so können sie als Marktteilnehmer:innen abgewogene Kaufentscheidungen im Sinne der persönlichen Ernährungsziele treffen.

ZUSAMMENFASSUNG

LEBENSMITTELKLARHEIT WIRKT

Der Marktcheck ergibt: 33 von 84 der in den ersten sieben Monaten des Jahres 2022 als „Getäuscht?“ kritisierten Produktinformationen waren ein Jahr später verbessert.

ANBIETER KÖNNEN MEHR TUN

40 Anbieter¹ haben die kritisierte Produktinformation nach Veröffentlichung der Beschwerde bei Lebensmittelklarheit.de bis ein Jahr nach der Kritik beibehalten.

Generell gilt: Mehr Ehrgeiz, rechtliche Mindeststandards zu überbieten und Verbraucher:innen transparent und nicht beschönigend über die Qualität der Lebensmittel zu informieren, sollte die Produktinformation über Lebensmittel bestimmen.

¹ Bei 11 Produktbeschwerden konnte die Produktinformation nicht geprüft werden, weil diese nicht gefunden wurde.

I. DER MARKTCHECK „GEÄNDERT-QUOTE“ 2023/2024

1. HINTERGRUND

Das Projekt Lebensmittelklarheit betreibt als zentralen Baustein das Verbraucherportal Lebensmittelklarheit.de. Verbraucher:innen können auf Lebensmittelklarheit.de Produkte melden, deren Informationen sie als unverständlich oder täuschend ansehen. Die Information kann auf einem Etikett, auf einer Website oder in einer gedruckten Anzeige stehen. Die Fachredaktion von Lebensmittelklarheit.de prüft die Meldung. Kann sie die Kritik nachvollziehen, wird die Produktinformation online gestellt. Der Darstellung der Produktinformation und der Beschwerde werden – soweit vorliegend – die Stellungnahme des Anbieters und immer eine fachliche Stellungnahme der Verbraucherzentrale hinzugefügt.

Derzeit gehen im Durchschnitt 37 Beschwerden² monatlich bei Lebensmittelklarheit.de ein. Knapp die Hälfte der Beschwerden sind nach einer ausführlichen, unter anderem juristischen Prüfung nachvollziehbar und werden daher auf Lebensmittelklarheit.de veröffentlicht. Einige Anbieter kündigen bereits mit dem Einreichen ihrer Stellungnahme an, dass sie die Produktinformation verbessern werden. Lebensmittelklarheit.de überprüft die vorgenommene Änderung, zum Beispiel anhand eines zugesandten neuen Etiketts des Anbieters. Sofern die Änderung das Täuschungspotenzial der Information aus Sicht von Lebensmittelklarheit.de maßgeblich verringert, wird das Produkt auf der Website als „Geändert“ positiv gelabelt.

² Gesamtes Jahr 2023: 438 Meldungen, geteilt durch 52 Wochen, Faustregel zur Errechnung eines Monatsdurchschnitts bei unterschiedlichen Monatslängen: x 13, geteilt durch 3, Ergebnis: 36,5, kaufmännisch gerundet

Die folgende Abbildung zeigt eine signifikante Änderung. Nachdem diese durch die Fachredaktion geprüft wurde, wurde das Produkt positiv mit „Geändert“ gelabelt.

Abbildung 1: Label „Geändert“ im Portal Lebensmittelklarheit.de am Beispiel eines geänderten Produkts nach Marktcheck³



³ Projekt Lebensmittelklarheit: Mogli erwähnt nun Apfel im Produktnamen, 2023, <https://www.lebensmittelklarheit.de/produktmeldungen/mogli-erwaehnt-nun-afel-im-produktnamen>, 19.04.2024

Das folgende Beispiel stammt ebenfalls aus dem Marktcheck. Es wurde ebenfalls überprüft, die Kritik blieb allerdings bestehen.

Abbildung 2: „Getäuscht“-Label anhand eines Beispielprodukts aus dem Marktcheck, das laut Marktcheck nicht geändert wurde⁴



⁴ Projekt Lebensmittelklarheit: Spielberger Mühle Braunhirsebällchen, 2022, <https://www.lebensmittelklarheit.de/produkt-meldungen/spielberger-muehle-braunhirsebaellchen>, 19.04.2024

Ein Beispiel für ein Produkt, das zwar im Untersuchungszeitraum in der Kennzeichnung verändert wurde, bei dem aus Sicht von Lebensmittelklarheit.de die Transparenz jedoch nicht signifikant erhöht wurde, zeigt Abbildung 3. Die kritisierte Werbung mit Selbstverständlichkeiten, dass die vegane Salami „zuckerarm“ sei, wurde entfernt. Das Unternehmen wirbt aber weiterhin mit „Proteinquelle“. Die rechtlichen Voraussetzungen hierfür sind erfüllt. Dennoch können sich Verbraucher:innen in die Irre geleitet fühlen:

Abbildung 3: Verändertes Etikett, aber die kritisierte Information bleibt bestehen⁵



2. ZIEL DES MARKTCHECKS

Nicht alle Anbieter informieren die Fachredaktion von Lebensmittelklarheit.de im Anschluss an die Kritik über eine Änderung, so dass zusätzlich ein Marktcheck erforderlich ist, um die tatsächliche Änderungsquote zu ermitteln. Die Änderungsquote beschreibt das Verhältnis der Produkte, die im Portal mit dem Label „Geändert“ stehen, zu der gesamten Zahl der derzeit veröffentlichten Produktmeldungen. Der Anteil der „Geändert“-Produktinformationen im Portal lag Ende 2023 bei 32 Prozent.

⁵ Projekt Lebensmittelklarheit: Für die Werbung „Proteinquelle“ ist zu wenig Eiweiß in einer üblicher Verzehrsmenge, 2024, <https://www.lebensmittelklarheit.de/produktmeldungen/fuer-werbung-proteinquelle-ist-zu-wenig-eiweiss-ueblicher-verzehrsmenge>, 19.04.2024

Das Projekt definiert es als positiv, wenn bezogen auf die Produktveröffentlichungen in einem konkreten Zeitraum, mehr als 32 Prozent der Anbieter ihre Produktinformationen verbessert haben.

3. VORGEHEN IM MARKTCHECK

Lebensmittelklarheit.de hat 63 Produktmeldungen untersucht, diese sind zwischen dem 01. Januar und 31. Juli 2022 erstmals als „Getäuscht?“ veröffentlicht worden und standen zum Stichtag 31. Juli 2023 immer noch als „Getäuscht?“ auf der Website Lebensmittelklarheit.de.

Dazu wurden die Produktinformationen an der ursprünglichen Fundstelle überprüft. Fundstellen können das Supermarkt- oder Discounterregal, die Anbieterwebsite, ein Webshop oder ein Post auf einem Social Media-Account sein. Zeitungsanzeigen wurden nicht einbezogen, da ihr erneutes Erscheinen nur schwer zu prüfen ist.

Der Untersuchungszeitraum wurde auf den 01. August bis 30. November 2023 festgelegt. Nach den Erfahrungen des Fachteams von Lebensmittelklarheit.de sind ein bis eineinhalb Jahre nach der ersten Veröffentlichung ein genügend langer Zeitraum, um festzustellen, ob die Anbieter die Kritik bei Lebensmittelklarheit.de berücksichtigen. Nimmt man einen deutlich späteren Zeitraum, sind eine Reihe von Produkten und die dazugehörigen Informationen gegebenenfalls bereits wieder vom Markt genommen worden (kurzer Produktlebenszyklus vieler Produkte).

Als „nicht gefunden“ wurde eine Produktinformation oder ein Etikett dann bezeichnet, wenn es weder online auf einer Website oder bei Etiketten weder in einer Suchmaschine, noch vor Ort in zwei Filialen des ursprünglichen Handelsunternehmens auffindbar war.

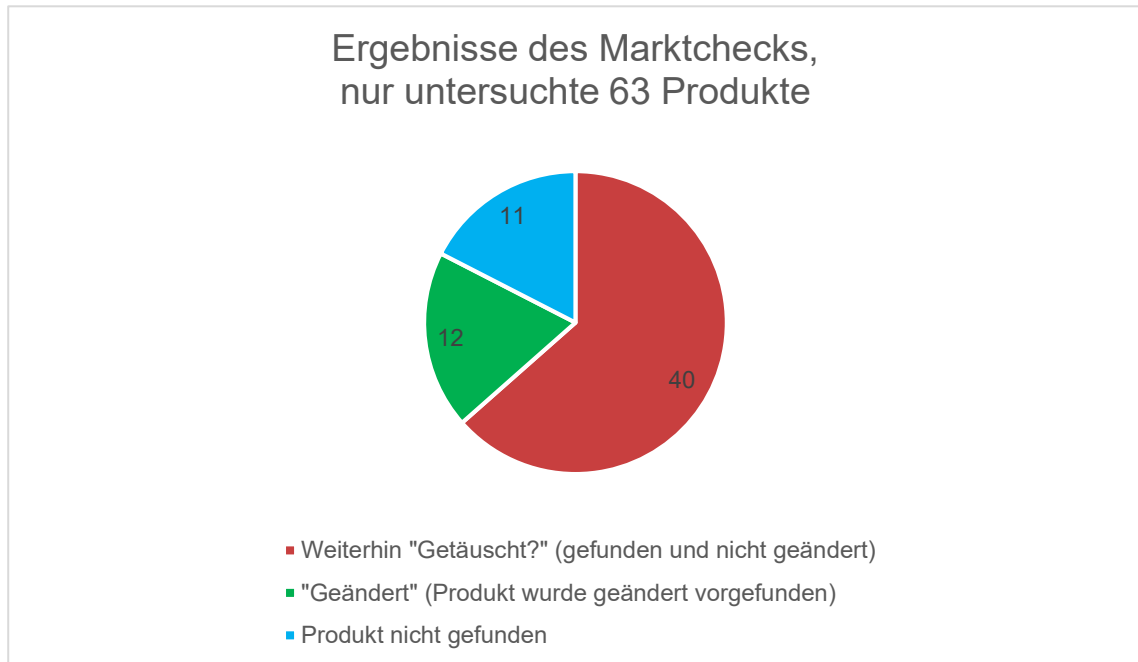
4. ERGEBNISSE

Insgesamt wurden im Bezugszeitraum 01. Januar bis 31. Juli 2022 84 Produktmeldungen mit dem Label „Getäuscht?“ online gestellt. 63 Produkte trugen ein Jahr später immer noch das Label „Getäuscht?“. Bei den anderen war die Berücksichtigung der Kritik Lebensmittelklarheit.de bereits mitgeteilt worden.

Im Rahmen des Marktchecks wurden 12 weitere Produkte identifiziert, die nach fachlich-inhaltlicher und juristischer Prüfung im Sinne der Kritik geändert waren. Das heißt, weitere 12 der untersuchten Produkte konnten nach dem Marktcheck als „Geändert“ positiv gelabelt werden. 11 Produkte wurden im Marktcheck nicht mehr gefunden.

Das Verhältnis „Getäuscht?“, „Geändert“ und „nicht gefunden“ zeigt die folgende Grafik:

Abbildung 4: Zusammenfassung der Ergebnisse



Am Schluss dieses Berichts findet sich eine Auflistung aller Produktlinks im Portal mit der entsprechenden Auswertung (siehe Tabelle 1).

Die Zahl der geänderten Produkte kann zum Veröffentlichungszeitpunkt dieses Berichts höher liegen. So ist es möglich, dass die Produkte oder Produktinformationen weder online, noch in zwei Supermärkten oder Discountern aufgefunden waren, aber dennoch weiter am Markt existieren und im Sinne der Kritik geändert sind. Auch ist möglich, dass Produkte erst später, nach November 2023 geändert wurden und von diesem Marktcheck nicht mehr erfasst wurden.

So ergibt sich nach diesem Marktcheck eine Gesamtänderungsrate von 33 (21 vor Marktcheck plus 12 weitere im Marktcheck gefundene) bei 84 „Getäuscht?“-Produkten. Das bedeutet, rund vier von zehn Anbietern nahmen sich die Kritik bei Lebensmittelklarheit.de innerhalb eines Jahres zu Herzen.

5. BEWERTUNG DER ERGEBNISSE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Der Marktcheck „Geändert-Quote“ 2023 zeigt: Das Projekt Lebensmittelklarheit wirkt. Ein deutlicher Anteil der Produktkennzeichnungen on- und offline wird anschließend im Sinne der Kritik verbessert.

Damit wird ein wesentliches Ziel des Produktbeschwerdebereichs von Lebensmittelklarheit.de erreicht. Bedauerlicherweise teilten 12 der bis ein Jahr nach Veröffentlichung ändernden Anbieter Lebensmittelklarheit.de die Änderung nicht mit. Sie wurden „im stillen Kämmerlein“ vollzogen. Das ist schade, könnten die Anbieter doch mit einer Information an Lebensmittelklarheit.de leicht zu einer besseren PR in eigener Sache beitragen.

Die 40 nicht verbesserten Produktinformationen stellen den Anbietern ein weniger gutes Zeugnis aus. In ihren Stellungnahmen ziehen sich die Hersteller oder Informationsanbieter oft auf den Standpunkt zurück, dass ihre Kennzeichnung rechtskonform sei. Das ist ein schwaches Argument. Auch die Anbieter sollten ein Interesse daran haben, mit ihren Produktinformationen korrekt verstanden zu werden und nicht nur dem rechtlichen Minimum zu entsprechen.

Die maßgebliche Verbraucherkritik bei Lebensmittelklarheit.de lautet, dass Anbieter mittels Werbung ihre Produkte besser darstellen, als sie eigentlich sind. Dieses Verhalten der Anbieter ist noch in anderer Hinsicht problematisch: Verbraucher:innen wird es auf diese Weise erschwert, ausgelobte Qualitäten von tatsächlich vorhandenen hohen Qualitäten, zum Beispiel bei der Zutatenauswahl zu unterscheiden. Der Qualitätswettbewerb wird ausgehebelt. Verbraucher:innen sind somit nicht mehr in der Lage, die „gut“ produzierenden Anbieter mit ihrem Kaufverhalten zu belohnen, weil sie sie schlicht nicht auf Anhieb erkennen. Eine ehrliche und transparente Kennzeichnung ist also auch aus Sicht vieler Anbieter wünschenswert.

II. ANLAGE: PRODUKTLISTE ZUM MARKT-CHECK „GEÄNDERT-QUOTE“

Tabelle 1: verlinkte Übersicht der Produkte aus dem Marktcheck

Nr.	Titel mit Linkverweis auf Lebensmittelklarheit.de	Ergebnis ⁶
1	Teekanne fresh Früchte Tee Granatapfel Pfirsich	X gefunden und NICHT geändert
2	Käserei Altenburger Land, Altenburger Ziegenkäse	X gefunden und NICHT geändert
3	Teekanne Beispiel Sorte Italienische Limone	X gefunden und NICHT geändert
4	Tessiner Senfsauce, Beispiel Fruchtart Birne	X gefunden und NICHT geändert
5	Maggi Werbung „mit natürlichen Zutaten“ am Beispiel Grießklößchensuppe	X gefunden und NICHT geändert
6	Werbung für Essig-Essenz auf kuehne.de	X gefunden und NICHT geändert
7	Milsani Cremiger Quark Genuss	X gefunden und NICHT geändert
8	Milbona Frische Weide-Vollmilch	✓ gefunden und geändert
9	Angebot Knorr Kräuterlinge zum Streuen Gartenkräuter auf knorr.com	✓ gefunden und geändert
10	Snack!t exclusive Kabanossi Geflügel	X gefunden und NICHT geändert
11	Sicilia Style Italiano Orangenblütenhonig	Ø NICHT gefunden, NICHT geändert
12	Sanchon Brotaufstrich Crème Zwiebel-Walnuss	X gefunden und NICHT geändert
13	Snack Day Tortilla Guacamole Style	✓ gefunden und geändert

⁶ Es wird dargestellt, ob das Produkt auf dem Markt gefunden wurde oder nicht und, ob es geändert wurde oder nicht.

Nr.	Titel mit Linkverweis auf Lebensmittelklarheit.de	Ergebnis ⁶
14	Gepa Grand Chocolat Fleur de Sel	✗ gefunden und NICHT geändert
15	Dextro Energy* Zero Calories°	✗ gefunden und NICHT geändert
16	Mogli Erdbeer Streifen mit Chia	✓ gefunden und geändert
17	Amecke Sanfte Säfte Multi Vitamin	✗ gefunden und NICHT geändert
18	Zikoffee Zichorienkaffee auf zackeneule.de	✓ gefunden und geändert
19	Seitenbacher Natur Sauerteig	⊘ NICHT gefunden, NICHT geändert
20	Frau Carsten's Lemon Ginger	✓ gefunden und geändert
21	Dr. Oetker La Mia Pinsa	✗ gefunden und NICHT geändert
22	Maggi Gemüsebrühe	✗ gefunden und NICHT geändert
23	Old Amsterdam Frisch & Käse	⊘ NICHT gefunden, NICHT geändert
24	Deluxe Ruby Creme	⊘ NICHT gefunden, NICHT geändert
25	Ovomaltine Extra Schoko	✗ gefunden und NICHT geändert
26	K-Classic Teegetränk Zitronen Geschmack, 50 % kalorienreduziert	✗ gefunden und NICHT geändert
27	Florette Feldsalat	✓ gefunden und geändert
28	Schweppes Fruity Mango & Passionsfrucht	⊘ NICHT gefunden, NICHT geändert
29	Spielberger Mühle Braunhirsebällchen	✗ gefunden und NICHT geändert
30	Baked for you Pizza Toastbrötchen	⊘ NICHT gefunden, NICHT geändert

Nr.	Titel mit Linkverweis auf Lebensmittelklarheit.de	Ergebnis⁶
31	Alnatura Goldsirup	X gefunden und NICHT geändert
32	Krüger Chai Latte weniger süß	X gefunden und NICHT geändert
33	Käpt'n Iglo 8 Lachs-Stäbchen	X gefunden und NICHT geändert
34	Angebot Omega-3 Steinpilzöl auf gefro.de	X gefunden und NICHT geändert
35	EcoNature Stevia Kristall	X gefunden und NICHT geändert
36	Müllermilch Zero	X gefunden und NICHT geändert
37	Purland Frisches Puten-Hackfleisch, küchenfertig zubereitet	X gefunden und NICHT geändert
38	Angebot Schattkuchen Eierlikör von Kuchenkurier Pillepp	X gefunden und NICHT geändert
39	Vegane Mühlen Salami	X gefunden und NICHT geändert
40	8 Panda Gyoza mit Gemüsefüllung	X gefunden und NICHT geändert
41	Original S & B Wasabi Sauce	X gefunden und NICHT geändert
42	My little garden Chickpea & Quinoa Wavies	Ø NICHT gefunden, NICHT geändert
43	Metzgerei Esser, Flyer „#Tierwohlweitergedacht“	X gefunden und NICHT geändert
44	Alpirsbacher Kloostergarten Saftschorle	✓ gefunden und geändert
45	Angebot „OneK Zunehm Shake“ auf healthymass.de	X gefunden und NICHT geändert
46	Dulano Leichte Geflügelsalami mit pflanzlichem Fett	Ø NICHT gefunden, NICHT geändert
47	Mamba Cola & Friends	✓ gefunden und geändert

Nr.	Titel mit Linkverweis auf Lebensmittelklarheit.de	Ergebnis ⁶
48	Steinhaus Steinpilz-Champignon-Tortelli	✗ gefunden und NICHT geändert
49	Orangetti Zartbitter-Orangen-Confect	✗ gefunden und NICHT geändert
50	Funny-frisch Zwiebli-Ringe	✗ gefunden und NICHT geändert
51	Langnese Magnum Double Gold Caramel Billionaire	✗ gefunden und NICHT geändert
52	Bio-Kürbiskerne auf widu-muehlenbau.de	✓ gefunden und geändert
53	Deluxe Salami mit ‚Puglia g.g.A.‘-Wein und Trester-Mantel	∅ NICHT gefunden, NICHT geändert
54	Aqua Römer Still	✓ gefunden und geändert
55	Miree mit feinem Lachs	✗ gefunden und NICHT geändert
56	Heinz Tomato Ketchup	✗ gefunden und NICHT geändert
57	Reformhaus Ingwer Goldstücke, süße Schärfe	✓ gefunden und geändert
58	Ehrmann Obstgarten Vanilla Erdbeere	✗ gefunden und NICHT geändert
59	Eußenheimer Manufaktur® ProTop Base Bio	✗ gefunden und NICHT geändert
60	Münchner Kind'l Zitronen Mayonnaise	✗ gefunden und NICHT geändert
61	Seeberger Bananenchips	✗ gefunden und NICHT geändert
62	Ehrmann High Tiger Pudding + Energy*	∅ NICHT gefunden, NICHT geändert
63	Laekker Blätterteig-Apfeltaschen	∅ NICHT gefunden, NICHT geändert

III. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Label „Geändert“ im Portal Lebensmittelklarheit.de am Beispiel eines geänderten Produkts nach Marktcheck	5
Abbildung 2: „Getäuscht“-Label anhand eines Beispielprodukts aus dem Marktcheck, das laut Marktcheck nicht geändert wurde	6
Abbildung 3: Verändertes Etikett, aber die kritisierte Information bleibt bestehen	7
Abbildung 4: Zusammenfassung der Ergebnisse.....	9

IV. TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: verlinkte Übersicht der Produkte aus dem Marktcheck.....	11
---	----