

## Der „Name“ von Lebensmitteln:

### Bei vielen Verkehrsbezeichnungen muss nachgebessert werden

Appetitanregende Bilder, Phantasienamen oder vollmundige Werbung mit Zutaten: Viele Informationen auf der Verpackung versprechen mehr als sie halten können oder sind schwer zu durchschauen. Die Qualität der meist hoch verarbeiteten Lebensmittel ist für die meisten Verbraucher schwer zu erkennen. Bei der Suche nach der ungeschönten Wahrheit, also der tatsächlichen Zusammensetzung, wird häufig übersehen: Jedes Lebensmittel muss einen „Namen“ – also eine verpflichtende Bezeichnung haben. Rechtlich betrachtet heißt dieser Name **Verkehrsbezeichnung**. Diese muss klar und eindeutig sein, über wesentliche Zutaten und die charakteristischen Eigenschaften informieren. Sie führt häufig ein Schattendasein auf der Rückseite der Verpackung und wird als Einkaufshilfe zu wenig wahrgenommen.

### Die Untersuchungsergebnisse: Zu wenig Transparenz bei den Verkehrsbezeichnungen

Das bestätigt eine bundesweite Überprüfung von 119 ausgewählten Lebensmitteln: **Die Verkehrsbezeichnung ist teilweise schwer zu finden, schlecht zu lesen und stellt nicht immer eine angemessene Verbraucherinformation dar.** Hersteller und Gesetzgeber müssen nachbessern, damit Verbraucher tatsächlich auf den ersten Blick erkennen können, was sich wirklich in der Verpackung verbirgt.

### Die Untersuchung in Zahlen

- **Rechtliche Vorgaben nicht eingehalten:** Bei **14 % der Produkte wurden rechtliche Vorgaben zur Verkehrsbezeichnung nicht eingehalten**. So hatten vier Produkte gar keine Verkehrsbezeichnung, z.B. „*emuesli*“.
- **Qualitätsbeurteilung schwierig:** **44 % der Verkehrsbezeichnungen waren beschönigend**, d.h. sie täuschten eine höhere Qualität vor als tatsächlich vorhanden war. 29 % waren nicht aussagekräftig oder nicht eindeutig. Beispiele: „*Spargelcremesuppe*“ mit nur 4 % Spargel, aber mit zugesetztem Aroma; „*Asiatischer Nudelsnack Typ Ente*“, der kein Entenfleisch, sondern nur Aroma enthält.
- **Benennung widersprüchlich:** In **27 % der Fälle wich die Phantasiebezeichnung deutlich von der Verkehrsbezeichnung ab**. Beispiel: das Produkt „*Birne Granatapfel*“, dessen Verkehrsbezeichnung „*Früchtetee aromatisiert Birne Granatapfel*“ die Zutaten besser beschrieb, doch erst in der Zutatenliste preis gab, dass weder Birne noch Granatapfel die Hauptzutat waren, sondern Äpfel.
- **Nur mit der Lupe:** Die **Schrift war bei 27 % der Bezeichnungen zu klein** (unter 1,2 mm) oder bei ebenfalls 27% **nicht hervorgehoben**. Die schlechte Lesbarkeit stellt für alle Altersgruppen ein Problem dar, insbesondere jedoch

für ältere Menschen. Hinzu kommt, dass bei **8 % der Produkte die schlechten Kontraste**, z.B. durch glänzende Etiketten oder dunkelgraue Schrift auf hellgrauem Hintergrund, die Lesbarkeit noch zusätzlich erschweren.

- **Im Kleingedruckten versteckt:** Bei **63 % der Verpackungen** wurde den Verbrauchern eine aufwendige Suche zugemutet, da man die Verkehrsbezeichnung **nicht auf der Schauseite** finden konnte. Bei 25 % der Produkte war sie nur mit Mühe zu finden, weil sie beispielsweise in zu vielen Sprachen oder im Falz angebracht waren.

## **Informationsmöglichkeiten für Verbraucher verbessern**

Lebensmittelanbieter geizen mit wichtigen Informationen: Obwohl mehr Transparenz eine wichtige Zielsetzung in der Europäischen Ernährungspolitik darstellt, tappen Verbraucher bei Angaben auf Lebensmittelverpackungen oft im Dunkeln. Für wichtige Kennzeichnungselemente gilt allzu oft „mein Name ist Hase“, die Informationen wirken eher verschleiern als informierend. Verbraucher und Anbieter können sich beim Einkauf nicht auf Augenhöhe begegnen.

### **Eine angemessene Information der Verbraucher sieht anders aus:**

**Gesicht zeigen:** Die Verkehrsbezeichnung gehört auf die Vorderseite der Verpackung und ein zweites Mal vor die Zutatenliste. Auf der Schauseite sollte ihre Größe mindestens 75 % vom Phantasienamen betragen.

**Mut zur Größe:** Eine Mindestschriftgröße von in der Regel 3 mm und deutliche Kontraste sind die Grundvoraussetzung für bessere Lesbarkeit der Verkehrsbezeichnung.

**Farbe bekennen:** Die Verkehrsbezeichnung darf keine falschen Erwartungen wecken, d.h. nicht beschönigend sein.

**Klartext reden:** Die Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuchs müssen an die geänderten Verbrauchererwartungen angepasst werden.

**Aromatisierung deutlich deklarieren:** Mit Aromen aufgepeppte Lebensmittel müssen auf dem ersten Blick als solche erkennbar sein, d.h. ein Hinweis sollte in die Verkehrsbezeichnung.

April 2012