

VERBRAUCHERSCHUTZ

Ungeliebte Transparenz

In einem neuen Internetportal können sich Kunden über Täuschungen bei Lebensmitteln beschweren – zum Ärger der Industrie. Der geht die Offenheit viel zu weit.

verdient haben, ohne dafür zu arbeiten. Im Gegenzug, so die Fahnder, habe der Anwalt die SMI Hyundai der Stadt wärmstens empfohlen und auch als Erster den Anschein erweckt, sie sei eng verbunden mit dem Hyundai-Konzern. Thielbeer sei es „nur auf seinen eigenen Profit“ angekommen, heißt es in der Anklage; dass die Stadt Bonn dabei Geld verlieren würde, sei ihm egal gewesen.

Dem widerspricht Thielbeers Rechtsbeistand Joachim Albert. Sein Mandant habe für die 300 000 Euro eine Leistung erbracht, „allerdings nicht für den ursprünglichen Vertragspartner, die SMI Hyundai“. Das sehe inzwischen auch die Staatsanwaltschaft so. Von Bereicherung könne daher keine Rede sein, und außerdem habe Thielbeer weder die SMI Hyundai bevorzugt noch mit dem großen Konzern in Verbindung gebracht. Thielbeer will sogar die Stadt ab 2007 vor dem „mittlerweile erkennbar undurchsichtigen Geschäftsgebaren von Dr. Kim gewarnt“ haben. Allerdings erfolglos.

Aber auch Hübner und Zwiebler wollen sich nichts haben zuschulden kommen lassen. Über ihre Anwälte richteten sie aus, sie hätten den Zuschlag an Kim keineswegs davon abhängig gemacht, dass die Firma die Thielbeer-Rechnung bezahlt. Schon deshalb: keine Bestechung, auch nicht, wie von den Ermittlern angenommen, zugunsten der Stadt.

Und Kims Anwalt Walther Graf erklärt: „Sicher hat mein Mandant Managementfehler begangen – aber sich nicht bereichert. Ich fürchte jedoch, dass er im Prozess als Sündenbock für den Dilettantismus der Stadt herhalten muss.“ Es ist also das Übliche: Der Schaden geht in die zig Millionen – und keiner ist es gewesen.

Der Prozess gegen Kim und Thielbeer soll am 30. September beginnen. Dass es auch zu Anklagen gegen Hübner und Zwiebler kommt, gilt als sicher. Und sollte auch gegen Ex-Oberbürgermeisterin Dieckmann verhandelt werden, dann gleichzeitig mit ihnen. Dieckmann hatte 2009 noch dafür gesorgt, dass die Sparkasse eine zweite Bürgschaft der Stadt erhielt, diesmal über 30 Millionen Euro. Dieckmanns Anwalt Rainer Hamm gibt sich aber zuversichtlich, dass es am Ende nicht zur Anklage kommen wird.

Ihr Nachfolger Jürgen Nimptsch hat andere Sorgen: Weitere 75 Millionen Euro, so Schätzungen, wird es kosten, bis der Bau fertig ist. Die Stadt will den Gesamtkomplex in die Hand bekommen, der sogenannte Heimfall, doch zunächst muss sie sich mit der Sparkasse einigen. Die fordert 104 Millionen Euro aus den Bürgschaften, die Stadt sperrt sich. Auch der Insolvenzverwalter verlangt beim Heimfall noch 8,5 Millionen Euro für die Gläubiger. Es wird also teuer, und fest steht deshalb: Selten hat ein Prestigeprojekt so viel Prestige gekostet.

JÜRGEN DAHLKAMP, JÖRG SCHMITT

Wer wissen will, was er wirklich zu sich nimmt, der sollte bei Lebensmitteln auf das Kleingedruckte achten, auch wenn er dafür gelegentlich eine Brille braucht. Fein säuerlich waren etwa die Zutaten für die „Extra feine Puten Cervelatwurst“ der Firma Gutfried auf der Rückseite der Verpackung aufgelistet.

Tatsächlich steckte hinter der Entscheidung des Unternehmens, das Schweinefleisch aus der Putenwurst zu verbannen, weniger der Wunsch als vielmehr der massive Druck der Verbraucher. Tausende Kunden hatten sich bei Gutfried bitter beschwert, nachdem die Verbraucherorganisation Foodwatch auf die „Mogelpackung“ hingewiesen hatte. Deshalb



Ministerin Aigner: Verhaltenskodex für die Wirtschaft

Doch was da in einer nicht einmal zwei Millimeter großen Schrift zu lesen war, gefiel nicht allen Kunden. Der Geflügelabschnitt enthielt fast so viel Schweinefleisch, dazu kamen Nitritpökelsalz und Glucosesirup, Farbstoff und Natriumascorbat, Gewürzextrakte und Rauch.

Inzwischen ist das Rezept Makulatur, die Cervelatwurst wird nur noch aus reinem Putenfleisch hergestellt. Die Verbraucher hätten sich gewünscht, dass Gutfried auf Schweinefleisch verzichtete, teilte das Unternehmen im März mit. Darauf habe man reagiert, denn „für Deutschlands Nummer 1 bei Geflügelwurst ist es wirklich wichtig, Kunden mit ihren Hinweisen und Emotionen ernst zu nehmen“.

musste das Unternehmen reagieren – obwohl das Lebensmittelrecht Schweinefleisch in der Putenwurst erlaubt.

Der Fall Gutfried zeigt, wie sehr sich das Interesse an Lebensmitteln verändert hat – und wie mächtig Verbraucher inzwischen sind. Bislang wurde die Intransparenz der Lebensmittelindustrie von Politik und Kunden stillschweigend geduldet. Doch das scheint vorbei.

Nun bekommen die Verbraucher Unterstützung von einer Politikerin, die zwar qua Amt zuständig ist, bisher aber nicht als große Kritikerin der Lebensmittelindustrie aufgefallen war: Am Mittwoch stellt Verbraucherschutzministerin Ilse Aigner ihre „Initiative Klarheit und Wahrheit“ vor. Kernstück der Kampagne

ist ein Internetportal namens www.lebensmittelklarheit.de, das Kunden besser über Lebensmittel informieren soll.

Auf der Seite werden künftig Produkte vorgestellt, von denen sich Kunden getäuscht fühlen. Weil zum Beispiel „Mit 100 Prozent Hähnchenbrust“ auf der Packung steht, aber genau das nicht drin ist. Weil „Voller Geschmack ohne Zusatzstoffe“ versprochen wird, sich in der Zutatenliste dann aber doch der Geschmacksverstärker Hefeextrakt findet. Weil auf der Verpackung einer Tafel Schokolade eine Ananas abgebildet ist, das Produkt aber tatsächlich null Prozent Ananas enthält.

All diese Beschwerden sollen veröffentlicht werden, mit Bild, dem Namen des Produkts und dem des Herstellers. Dass die Seite von der Ministerin mit rund 775 000 Euro gefördert wird, gibt ihr quasi einen amtlichen Anstrich.

materieller Unterstützung des Bundesministeriums“ berühre massiv die grundgesetzlich garantierte Berufsfreiheit sowie Eigentumsrechte.

Die zuständige Gewerkschaft sieht das ähnlich. Mit der Kampagne Sorge man dafür, dass die Menschen glaubten, bisher werde gelogen und betrogen, kritisiert Franz-Josef Möllenberg, Chef der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten.

Die Aufregung überrascht nicht, denn tatsächlich bedeutet das Portal mehr Transparenz, als den Unternehmen lieb ist: Wer sich als Kunde von einem Produkt getäuscht fühlt, kann sich mit seiner Beschwerde an die Verbraucherzentrale Hessen wenden, die das Portal federführend betreibt. Deren Internetredaktion prüft den Vorwurf nach bestimmten Kriterien, wenn sie ihn für stichhaltig hält, legt sie ihn den betroffenen Herstellern

Das Portal setze auf gefühlte Täuschung, heißt es dagegen bei den großen Lebensmittelherstellern, Fakten spielten keine große Rolle, dahinter stecke politischer Druck und Opportunismus. Was rechtens sei und was nicht, müssten die Gerichte entscheiden und nicht „selbstberufene Anwälte der Konsumenten“, wettern Branchenvertreter.

Der BLL hat den ehemaligen Vizepräsidenten des Bundesverfassungsgerichts, Winfried Hassemer, um eine rechtliche Stellungnahme gebeten. Sein Urteil: Die Konstruktion des Portals sei rechtswidrig. Hersteller, die von der Verbraucherzentrale Hessen bereits um Stellungnahmen gebeten wurden, reagierten mit Anwaltschreiben und Klagedrohungen.

Die Macher der Seite und die Verantwortlichen im Ministerium teilen die rechtlichen Bedenken nicht. Sie erinnert der Streit an die anfängliche Diskussion um die Stiftung Warentest – auch dort habe die Veröffentlichung von Testergebnissen nicht zu Firmenpleiten geführt.

„Ob ein Produkt täuscht oder nicht, entscheidet kein Unternehmen und keine Kanzlei, sondern allein der Verbraucher, der sich getäuscht oder falsch informiert fühlt“, wundert sich Verbraucherschützer König über die Haltung der Industrie. Die könne das Ganze doch auch als Chance begreifen, darüber nachzudenken, welche Informationen Verbraucher wollen.

Immer häufiger misstrauen Kunden offenbar den Werbeversprechen. Sie haben genug von der ländlichen Idylle, die viele Industrieprodukte suggerieren. Und vom angeblichen gesundheitlichen Zusatznutzen, der kaum nachweisbar ist.

Kaum ein Unternehmen hat das so leidvoll erfahren müssen wie Danone. Der Milch-Multi gehört zu den Lieblingsfeinden von Foodwatch, immer wieder wurde Danones Topseller Actimel, der das Immunsystem stärken soll, angeprangert. Zu teuer und überzuckert sei der Joghurt-Drink, fanden die Verbraucherschützer. Seit der ersten Veröffentlichung im Frühjahr 2009 hat das Image der Marke deutlich gelitten, bis heute bezweifeln Kunden die Qualität von Actimel deutlich häufiger als noch vor zwei Jahren. „Wir fordern, dass die Web-Seite sachlich korrekt bleibt und keine Foodwatch-analoge Inszenierung wird“, heißt es beim BLL.

Verbraucherschutzministerin Aigner sieht das offenbar anders: Sie fordert – zusätzlich zum neuen Internetportal – einen Verhaltenskodex der Wirtschaft. Die Unternehmen sollten sich freiwillig darauf verständigen, bestimmte Vermarktungspraktiken einzuschränken, so der Plan. Die Einhaltung dieser Regeln solle die Industrie auch selbst überwachen.

Als Grundlage für die Entwicklung eines solchen Kodexes könnten ja die Ergebnisse des Internetportals dienen.

SUSANNE AMANN



DIRK KRÜLL / WIRTSCHAFTSWOCHEN

Kunden im Discount-Markt: „Anfragen belanglos beantwortet“

Die Industrie bleibt außen vor. Zwar sind die Branchenverbände in einem sogenannten Beraterkreis eingebunden, der hat aber nicht viel zu sagen. „Wir können unsere Bedenken vortragen, mehr aber auch nicht“, klagt ein Teilnehmer.

Bei den Verbänden der Lebensmittelindustrie herrscht deshalb helles Entsetzen. Lebensmittel generell würden unterschwellig mit dem Täuschungsvorwurf belegt, ein ganzer Wirtschaftszweig werde an den Pranger gestellt, beschwert man sich beim Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL), dem größten Lobbyverband. Und beim Verband der Fleischwirtschaft heißt es, die „öffentliche Vorführung von Unternehmen auf Anregung und mit ideeller und

vor. Diese können innerhalb von sieben Tagen eine Stellungnahme abgeben. Die wird dann gemeinsam mit dem beanstandeten Produkt online gestellt – also für alle öffentlich gemacht.

„Aus der Vergangenheit wissen wir, dass es Unternehmen gibt, die Anfragen von Kunden völlig belanglos und inhaltend beantworten. Um den Verbraucher endgültig ruhigzustellen, werden dann noch ein, zwei Gratisprodukte beigelegt – und das war es dann“, sagt Hartmut König, Projektleiter bei der Verbraucherzentrale Hessen. Mit dem Portal werde jetzt aber die Verbraucherkritik an den Produkten für alle einsehbar und transparent – was die Hersteller unter massiven Rechtfertigungsdruck bringe.