

Schafft REACH „den informierten  
Verbraucher“?

Position der Verbraucherverbände

Dr. Gabriela Fleischer  
Verbraucherzentrale Bundesverband

# Gliederung

- Grundrechte der Verbraucher
- Was steht im Weißbuch?
- Welche „Stoff-Informationen“ finden Verbraucher heute auf Produkten?
- Studie „Was Verbraucher wissen wollen“
- Schlussfolgerungen

# Grundrechte der Verbraucher

- Das Recht auf Sicherheit
- Das Recht auf Information
- Das Recht auf Wahlfreiheit zwischen Produkten
- Das Recht, Gehör zu finden

John F. Kennedy, 15.März 1962

# Was steht im WEISSBUCH Strategie für eine zukünftige Chemikalienpolitik

## 2.2. Politische Ziele der vorgeschlagenen Strategie

Um das vorrangige Ziel einer nachhaltigen Entwicklung zu verwirklichen, hat die Kommission einige Vorgaben formuliert, die für die Verwirklichung einer nachhaltigen Entwicklung in der chemischen Industrie im Rahmen des Binnenmarktes unabdingbar sind.

- Schutz der menschlichen Gesundheit und der Umwelt.
- Erhöhte Transparenz. Die Verbraucher müssen Zugang zu Informationen über Chemikalien haben, damit sie selbst entscheiden können, welche Chemikalien sie benutzen wollen. Der ordnungspolitische Prozess muss auch für Unternehmen verständlich sein.

# Was steht im WEISSBUCH Strategie für eine zukünftige Chemikalienpolitik

## 2.3. Schlüsselemente der vorgeschlagenen Strategie

### Erhöhung der Transparenz

Veröffentlichung vollständiger Informationen: Die Öffentlichkeit hat das Recht auf Informationen über Chemikalien, denen sie ausgesetzt ist. Auf diese Weise wird der Verbraucher in die Lage versetzt, Entscheidungen auf Grund von Informationen zu treffen und Produkte zu vermeiden, die schädliche chemische Stoffe enthalten, wodurch Druck auf die Industrie ausgeübt wird, sicherere Ersatzstoffe zu entwickeln. Wirtschaftlich sensible Informationen werden jedoch angemessen geschützt.

# Was steht im WEISSBUCH Strategie für eine zukünftige Chemikalienpolitik

## 5.4. Informationen der Hersteller und Importeure für die nachgeschalteten Anwender, andere kommerzielle Anwender und Verbraucher

Informationen, die für die sichere Verwendung von Chemikalien relevant sind, müssen allen Anwendern, einschließlich der Endverbraucher, zur Verfügung stehen. Grundsätzlich hängt das Sicherheitssystem von der Qualität und der Verständlichkeit der Informationen ab, die an nachgeschaltete Abnehmer in der Produktionskette weitergeleitet werden.

Sicherheitsdatenblätter und die Kennzeichnung auf der Verpackung sind die wichtigsten Informationsträger. Mängel sind bei beiden Informationssystemen festgestellt worden.

# Was steht im WEISSBUCH Strategie für eine zukünftige Chemikalienpolitik

## 9. INFORMATION DER ÖFFENTLICHKEIT

Die Kommission erkennt die „Entscheidungsfreiheit“ der Verbraucher an. Die Informationen sollten den Verbrauchern ein Urteil darüber erlauben, ob alternative auf dem Markt angebotene Produkte in Bezug auf ihre inhärenten Eigenschaften und Risiken vorteilhafter sind.

Die Erkenntnisse der Überprüfung unterstreichen den Bedarf der Verbraucher an Informationen über Gesundheitsfolgen, Umweltfolgen und andere gravierende Gefahren sowie an Anweisungen für den sicheren Umgang mit chemischen Erzeugnissen. Die Kommission ist der Meinung, dass die Industrie, einschließlich der nachgeschalteten Anwender, in erster Linie dafür Verantwortung trägt, den Verbrauchern diese Informationen an die Hand zu geben. So können die Verbraucher ihre Kaufentscheidungen auf der Grundlage der erforderlichen Informationen treffen.

# Was steht im WEISSBUCH Strategie für eine zukünftige Chemikalienpolitik

**FAZIT:** Das Weißbuch betont und unterstreicht die Bedeutung des informierten Verbraucher. Der REACH-Verordnungsentwurf setzt bisher diese Vorgabe nicht um.

# Welche „Stoff-Informationen“ finden Verbraucher heute auf Produkten?

- Farben, Lacke, Lampenöle und andere Zubereitungen: Kennzeichnung nach Zubereitungs-Richtlinie 1999/45/45 ggf. Gefahrstoffverordnung
- Wasch- und Reinigungsmittel:  
Wasch- und Reinigungsmittelgesetz §7: Angabe der Wirkstoffgruppen und Inhaltsstoffe,  
Dosierempfehlungen. Ggf. Kennzeichnung nach Gefahrstoffverordnung

# Welche „Stoff-Informationen“ finden Verbraucher heute auf Produkten?

- Textilien: nach Textilkennzeichnungsverordnung  
Angabe der textilen Rohstoffe und  
Nettotextilgewichtsanteile
- Erzeugnisse beispielsweise Spielzeugball: keine  
generelle verpflichtende Stoff-Informationen

FAZIT: Verbraucher erhalten bei Produkten sehr  
unterschiedliche Stoff-Informationen

# Was Verbraucher wissen wollen

Ergebnisse einer empirischen Studie zum  
Informationsbedarf der Verbraucher

Berlin, April 2004

Herausgeber: Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

[http://www.vzbv.de/mediapics/verbraucherinformation\\_studie\\_imug\\_vzbv.pdf](http://www.vzbv.de/mediapics/verbraucherinformation_studie_imug_vzbv.pdf)

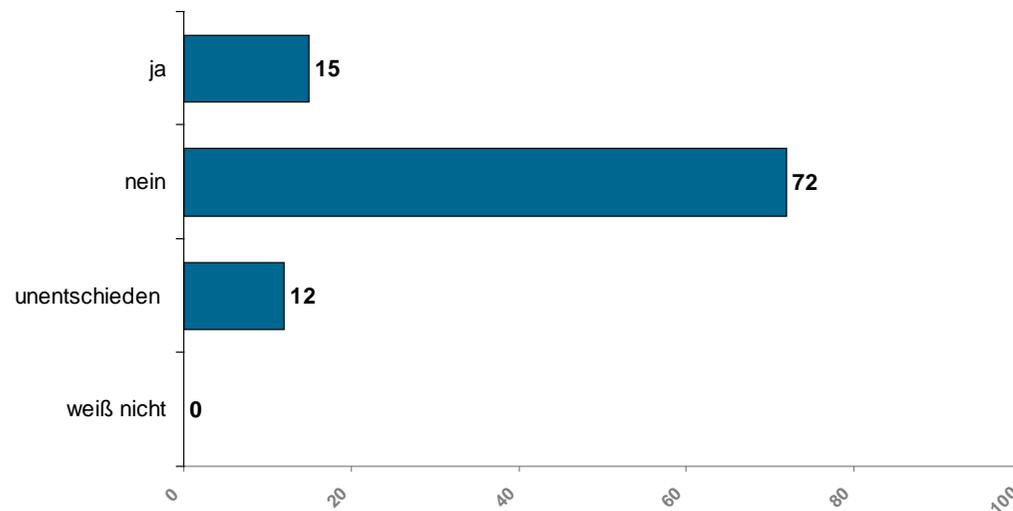
>> Produkte und informationsrelevante Eigenschaften -  
Beispiele

	Such- eigenschaften	Erfahrungs- eigenschaften	Vertrauens- eigenschaften
Lebensmittel	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Preis</li> <li>▪ Aussehen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Geschmack</li> <li>▪ Verarbeitung</li> <li>▪ Lagerfähigkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inhaltsstoffe (Gentechnik)</li> <li>▪ Art der Tierhaltung</li> <li>▪ ökologische Herstellung</li> </ul>
Textilien	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Preis</li> <li>▪ Stil, Mode</li> <li>▪ Passform</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pflegeeigenschaften</li> <li>▪ Verarbeitung</li> <li>▪ Haltbarkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gesundheit/ allerg. Reaktionen</li> <li>▪ umweltverträgliche Herstellung</li> <li>▪ Einhaltung Sozialstandards</li> </ul>

Auszug aus der Studie: Was Verbraucher wissen wollen

## >> Verzichtbarkeit von Informationsinhalten auf Lebensmittelverpackungen

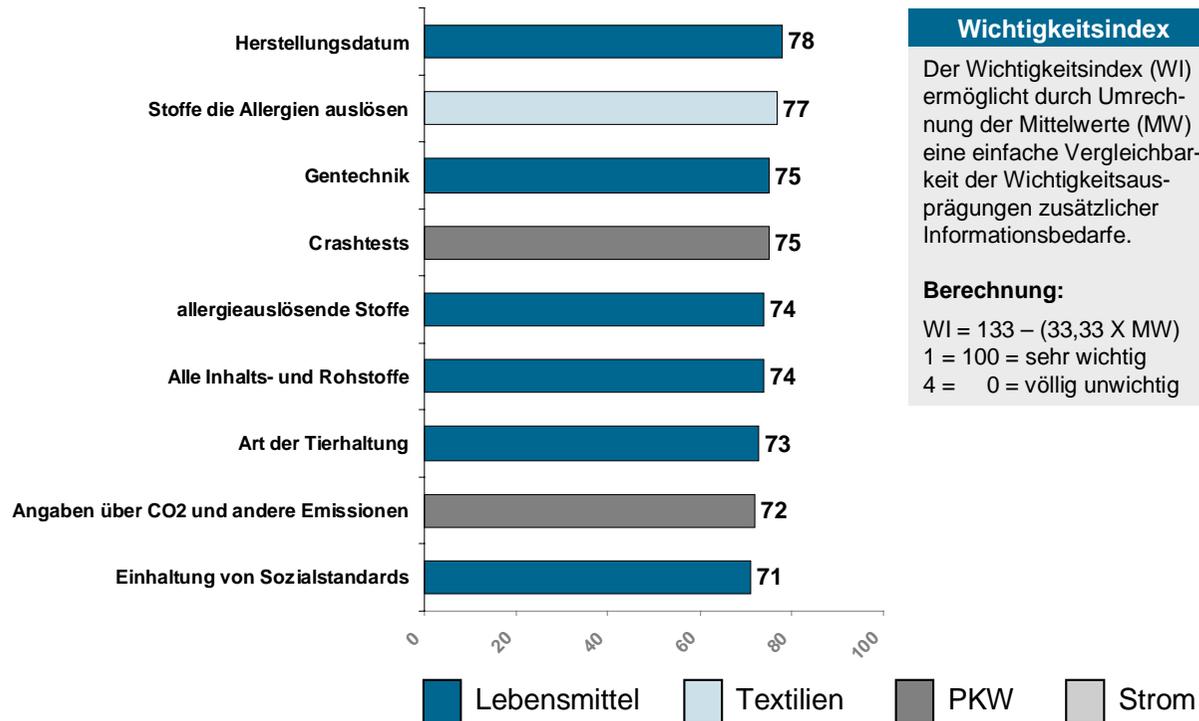
„Sollten die Informationen, die Sie selten oder nie beachten, auf den Verpackungen nicht mehr aufgedruckt werden, damit z.B. Platz für andere Informationen gespart wird?“



Basis: Gesamtbevölkerung ab 18 Jahre;  
 Filter: achtet selten/ nie auf einzelne Angaben der Verpackungen  
 Stichprobe n = 822; Angaben in Prozent

## >> Zusätzlicher Informationsbedarf – Top-Liste

Wichtigkeitsindex bei weiteren Informationsangeboten, die Hersteller in den untersuchten Produktbereichen bereit stellen können:



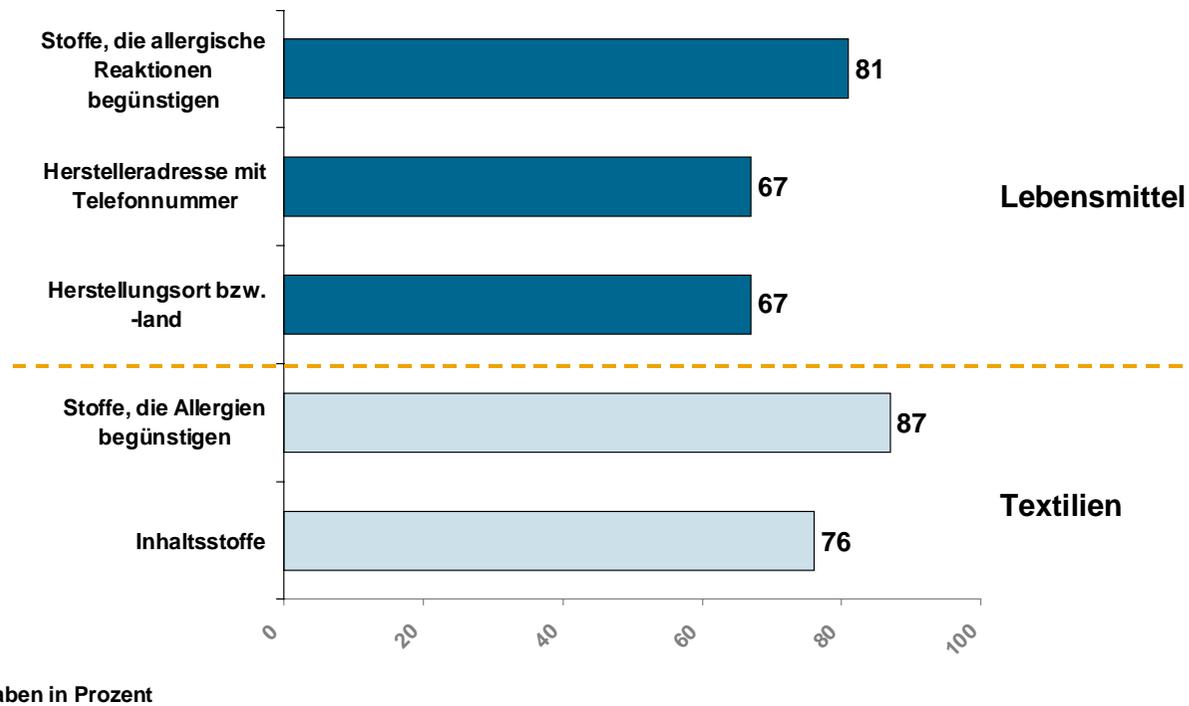
Auszug aus der Studie: Was Verbraucher wissen wollen

Dr. Gabriela Fleischer

## >> Verpackung und Etikett als Informationsmedium

„Ich lesen Ihnen jetzt noch einmal einige Informationen vor. Bitte sagen Sie mir, ob diese Angaben Ihrer Meinung nach auf jeden Fall auf der Verpackung bzw. dem Etikett stehen sollten oder ob Sie gegebenenfalls auch anders zur Verfügung gestellt werden kann?“

### Top-Nennungen:



Auszug aus der Studie: Was Verbraucher wissen wollen

Dr. Gabriela Fleischer

# Thesen der Studie „Was Verbraucher wissen wollen“

- Vor dem Hintergrund einer weitgehenden Annäherung von Produktqualitäten richtet sich der Informationsbedarf der Verbraucher verstärkt auf die „verborgenen“ Qualitäten von Produkten.
- Verbraucher wollen auf keines der gesetzlich vorgeschriebenen Informationsangebote im Bereich der Lebensmittel – selbst wenn sie diese Information nur selten nutzen - verzichten.
- Es existiert ein deutlicher zusätzlicher Informationsbedarf bei den Verbrauchern, der sich vornehmlich auf die gesundheitliche Sicherheit und die Herstellungsqualitäten von Produkten und Dienstleistungen bezieht.
- Bei Lebensmitteln und Textilien sind das Etikett oder die Verpackung die favorisierten Medien für die leichte Zugänglichkeit zu Informationen.

# Schlussfolgerungen/Ausblick

➤ **Der informierte Verbraucher muss integraler Bestandteil von REACH sein!**

Nur der informierte Verbraucher kann sich frei entscheiden. UND nur mit dem informierten Verbraucher funktioniert der Markt in dem Sinne, dass sich gute Produktqualitäten durchsetzen können. Weder Argumente wie „das kostet zuviel“ noch „das will der Verbraucher ja alles gar nicht wissen“ sind hier überzeugend.

➤ **Verbraucher haben insbesondere zur gesundheitlichen Sicherheit von Produkten einen zusätzlichen Informationsbedarf!**

Erzeugnisse und Zubereitungen mit gefährlichen Stoffen müssen im Hinblick auf die Kennzeichnung gleich behandelt werden.

Verbraucher müssen einen Anspruch auf die Sicherheitsdatenblätter haben – diese müssen um verbraucherrelevante Informationen dringend ergänzt werden. Die (Risiko)Kommunikation muss produkt- und verwendungsbezogene Informationen berücksichtigen.

# Schlussfolgerungen/Ausblick

- **Verbraucherinformationen müssen verlässlich, wahr, vergleichbar, leicht zugänglich und verständlich aufbereitet sein**  
Die innerhalb von REACH generierten Informationen müssen verlässlich und wahr sein. Diese Produkteigenschaften kann der Verbraucher selbst nicht beurteilen, daher muss er den Angaben trauen können. Um dies zu erreichen muss die Qualität der Informationen extern gesichert werden.  
Der Zugang zu nicht vertraulichen Informationen bei der Europäischen Agentur muss leicht gestaltet sein – daher sollte nicht vertrauliche Informationen in die öffentlich zugängliche Datenbank eingestellt werden. Die Informationen müssen verständlich aufbereitet sein
- **Verbraucher wollen produktbezogene Informationen. Erkenntnisse aus dem Stoffrecht müssen auf die Produktebene übertragen werden**