

Berlin/Hamburg/Greven/Gerstetten, im August 2018

### **Redaktioneller Umgang mit Produktwarnungen – Bitte um Unterstützung**

Sehr geehrte Chefredakteurinnen und Chefredakteure,  
sehr geehrte Damen und Herren leitende Redakteurinnen/Redakteure,

wir wenden uns auf diesem ungewöhnlichen Weg an Sie, da unser Anliegen Ihren Leserinnen und Lesern nützen könnte. Um Ihre Unterstützung bitten wir vor allem deshalb, weil Lebensmittel- und Produktwarnungen, die zu Verletzungen oder schwerwiegenden Gesundheitsbeschwerden führen können, viele Menschen nicht erreichen. Zahlreiche Erkrankungs-, mitunter sogar Todesfälle, ließen sich vermeiden, wenn die Informationen über Rückrufaktionen schnell und zuverlässig verbreitet werden!

Wie Sie den Logos auf dieser Seite entnehmen können, haben sich vier Organisationen dazu entschlossen, sich gemeinsam an Sie zu wenden, weil uns das Thema „unter den Nägeln brennt“. Unsere tägliche Arbeit im Umgang mit Verbraucherinnen und Verbrauchern zeigt immer wieder, dass viele Menschen mit der jetzigen Situation im Hinblick auf Produktwarnungen unzufrieden sind und sich eine konsequente und kontinuierliche Information wünschen. Die gesetzlichen Grundlagen halten wir für unzureichend. Umso bedeutsamer ist die Rolle von Medien.

**Für Ihr Publikum wäre es eine große Hilfe und ein echter Mehrwert, wenn Sie regelmäßig und prominent über Rückrufaktionen und Produktwarnungen berichten könnten – nicht nur in Einzelfällen und nicht nur dann, wenn beispielsweise aufgrund eines prominenten Firmennamens ein besonderes nachrichtliches Interesse besteht.**

Vielleicht finden Sie einen festen Platz, eine wiederkehrende Rubrik für aktuelle Warnungen vor salmonellenbelasteten Eiern, Glassplittern in Babygläsern oder Elektrogeräten mit gefährlichen technischen Fehlern? Damit vermitteln Sie nicht nur wichtige Informationen und bewahren Menschen vor möglichen Gesundheitsrisiken, sondern binden womöglich auch Ihr Publikum an Sie.

Können wir auf Sie zählen?

**Wir haben uns erlaubt, unsere Empfehlungen für den redaktionellen Umgang mit Produktrückrufen diesem Schreiben beizufügen. Wir bitten Sie, diese in Ihrer Redaktion zu verbreiten und sie in Ihrer Arbeit zu berücksichtigen.**

Für Fragen und Rückmeldungen stehen wir gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen



Kontaktdaten:

- **foodwatch e.V.**  
Martin Rücker (Geschäftsführer)  
Telefon: +49 (0) 30 24 04 76 – 0  
E-Mail: [martin.ruecker@foodwatch.de](mailto:martin.ruecker@foodwatch.de)
- **Verbraucherzentrale Hamburg**  
Silke Schwartau, Abteilungsleiterin Lebensmittel und Ernährung  
Telefon +49 (0) 4 02 48 32 – 1 42  
E-Mail: [schwartau@vzhh.de](mailto:schwartau@vzhh.de)
- **produktrueckrufe.de**  
Gert Kretschmann  
Telefon: +49 (0) 2 57 19 92 99 50  
E-Mail: [kontakt@produktrueckrufe.de](mailto:kontakt@produktrueckrufe.de)
- **produktwarnung.eu**  
Oliver Barthel  
Telefon: +49 (0) 73 23 50 36 27  
Mobil: +49 (0) 17 49 28 96 16  
E-Mail: [redaktion@produktwarnung.eu](mailto:redaktion@produktwarnung.eu)

## Empfehlungen für den redaktionellen Umgang mit Produktrückrufen

Statistisch gesehen werden jede Woche drei Lebensmittel in Deutschland zurückgerufen. Hinzu kommen Kinderspielzeug, Elektrogeräte und weitere Produkte. In vielen Fällen gehen erhebliche Gefahren von diesen Produkten aus. Daher ist es essentiell, dass die betroffenen Menschen gewarnt werden. In der Realität bekommen die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher von vielen Rückrufaktionen jedoch nichts mit: Die unzureichende Gesetzeslage macht es möglich, dass Hersteller nur unzureichend informieren. Sie lässt es zu, dass Handelsunternehmen über Rückrufe von Markenprodukten aus dem eigenen Sortiment gar nicht informieren, Hersteller auf eine Information z.B. in Social-Media-Kanälen verzichten, obwohl sie darüber viele Tausende von Menschen erreichen könnten. Die Behörden haben nur äußerst eingeschränkte Informationen und Befugnisse gehen daher selten offensiv an die Öffentlichkeit.

**Den Medien – und damit Ihnen als Medienmacherinnen und -machern – kommt daher eine wichtige Rolle bei der Warnung vor gefährlichen Produkten zu. Mit den folgenden 8 Hinweisen möchten wir Ihnen Empfehlungen geben, wie Sie Ihr Publikum zuverlässig und seriös informieren können, mit welchen Quellen Sie sich selbst informieren und Warnungen verifizieren können:**

1. **Bitte berichten Sie möglichst zeitnah und konsequent über alle Rückrufaktionen.** Gehen Sie dabei nicht nach den klassischen Nachrichtenwert-Theorien vor, werfen Sie eine Pressemitteilung zu einem Rückruf also nicht einfach deshalb in den Papierkorb, weil Ihnen der Absender kein Begriff ist. Ruft zum Beispiel ein kaum bekannter Hersteller ein nur in geringer Stückzahl regional verbreitetes Lebensmittel zurück, so handelt es sich dabei dennoch um eine relevante und berichtenswerte Information. So führen beispielsweise Salmonellen- oder Listerienbelastungen jedes Jahr zu schwerwiegenden Erkrankungen und sogar Todesfällen – wenn nur ein solcher Fall durch eine ausreichend verbreitete Warnung verhindert werden kann, hat die Berichterstattung konkreten Wert.
2. **Bitte geben Sie die Warnungen auch über Ihre Social-Media-Kanäle weiter.** Durch die „Share“-Funktionen der Netzwerke können die Informationen schnell eine große Anzahl potenziell gefährdeter Menschen erreichen.
3. **Bitte berichten Sie so schnell wie möglich.** Viele Rückrufinformationen werden am Wochenende oder am Freitagnachmittag verbreitet. Verzichten Sie nicht deshalb auf die Berichterstattung, weil zu diesem Zeitpunkt alle redaktionellen Plätze bereits verplant sind. Bitte verschieben Sie eine Berichterstattung aus diesen Gründen auch nicht auf den nächsten Erscheinungstag – denn je früher eine Warnung erfolgt, umso mehr Menschen können rechtzeitig erreicht werden.
4. **Bitte informieren Sie über Rückrufe an einem festen Platz in Ihrem Medium, ggf. mit einer festen Rubrik,** damit sich Ihr Publikum daran orientieren kann.
5. **Positiv wäre zudem die Benennung fester Ansprechpartnerinnen oder Ansprechpartner in Ihrer Redaktion,** die sich in einschlägige Verteiler (s.u.) eintragen können, sich mit der

Thematik auskennen und eine Routine bei der Überprüfung und Berichterstattung über Produktwarnungen entwickeln können.

6. **Bitte benennen Sie möglichst klar und verständlich die von einem Produkt potenziell ausgehenden Gefahren** für die Verbraucherinnen und Verbraucher. Immer wieder verzichten Hersteller in ihren Pressemitteilungen auf konkrete Formulierungen oder verstecken die Hinweise hinter abstrakten, unpräzisen Formulierungen. Bitte fragen Sie in solchen Fällen bei Behörden oder Experten nach (Empfehlungen s.u.).
7. **Bitte veröffentlichen Sie, wann immer möglich, Bilder der betroffenen Produkte.** Dies steigert die Wahrscheinlichkeit, dass betroffene Verbraucherinnen und Verbraucher die zurückgerufenen Waren wiedererkennen und die Warnung auf sich beziehen.
8. **Recherchequellen:** Es gibt keine „offizielle“ Informationsquelle, mit der Sie sich über *alle* Rückrufaktionen auf dem Laufenden halten können. Die gesetzliche Verantwortung für die Information liegt in erster Linie bei den Herstellern der betroffenen Produkte – es gibt jedoch keine konkreten Vorgaben, wie diese zu erfolgen hat, und entsprechend unterschiedlich handhaben dies die Unternehmen. Manche richten sich mit einer Pressemitteilung an einen großen Verteiler, andere wenden sich nur an einzelne Adressaten.

**Die folgenden Quellen empfehlen wir Ihnen:**

- a. Auf der Seite [www.lebensmittelwarnung.de](http://www.lebensmittelwarnung.de) informieren Bund- und Länderbehörden direkt über viele Lebensmittelrückrufe. (Leider steckt das System auch nach vielen Jahren immer noch in den Kinderschuhen – zu beachten ist, dass insbesondere die Angaben zu betroffenen Bundesländern selten von Beginn an vollständig sind. Wir empfehlen daher, auf einschränkende Hinweise bezüglich der regionalen Betroffenheit zu verzichten, sondern stattdessen die bekanntermaßen betroffenen Produkte und Chargennummern zu benennen.)
- b. Das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL), das die Seite betreibt, verbreitet Warnungen auch via twitter (@LMWarnung) oder RSS.
- c. Zudem betreibt es einen Presseverteiler, der jedoch aus nicht nachvollziehbaren Gründen nicht über die Seite beworben wird. Um in den Verteiler aufgenommen zu werden, müssen Sie bei der Pressestelle des BVL darum bitten – einfach per E-Mail an [pressestelle@bvl.bund.de](mailto:pressestelle@bvl.bund.de).
- d. Die privaten, nicht-kommerziellen Portale [www.produktrueckrufe.de](http://www.produktrueckrufe.de) und [www.produktwarnung.eu](http://www.produktwarnung.eu) recherchieren pro-aktiv Informationen über aktuelle Rückrufaktionen – zu Lebensmitteln *und* anderen Produkten. Sie informieren häufig schneller als die Behörden und verlinken auf Quellen und Originaldokumente zu den Rückrufen, so dass die Informationen zuverlässig und überprüfbar sind. Beide Portale verbreiten die Informationen auch über soziale Netzwerke, mit kostenlosen Newsletter- oder WhatsApp-Nachrichten, die über die Internetseiten beworben werden.
- e. Grundsätzlich ist neben dem Hersteller auch eine Behörde an einer Rückrufaktion beteiligt. Neben dem verantwortlichen Unternehmen gibt es damit eine weitere,

zuverlässige Quelle, um eine Warnung zu verifizieren. Da z.B. bei Lebensmitteln meist kommunale Ämter zuständig sind, ist es oft jedoch nicht ganz einfach herauszufinden, welche Behörde zuständig ist. Insofern Sie den Sitz des verantwortlichen Herstellers kennen, empfehlen wir Ihnen daher die Nachfrage bei dem für Verbraucherschutz verantwortlichen Landesministerium; im Zweifelsfall empfehlen wir eine Nachfrage beim Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL; Kontaktdaten der Pressestelle: Telefon (0 30) 1 84 44 - 00211 oder -00218; [pressestelle@bvl.bund.de](mailto:pressestelle@bvl.bund.de)).

- f. Für Einschätzungen zu potenziellen Gesundheitsgefahren empfehlen wir Ihnen eine Recherche beim staatlichen Robert-Koch-Institut (im Falle mikrobiologischer Belastungen) oder beim Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR).

#### Weiterführende Informationen:

- Aktuelle Rückrufmeldungen: [www.produktwarnung.eu](http://www.produktwarnung.eu) und [www.produktrueckrufe.de](http://www.produktrueckrufe.de)
- Um Rückruf wird gebeten – Warum Lebensmittelwarnungen oft zu spät oder gar nicht kommen“: Umfassender foodwatch-Report, Download: <https://tinyurl.com/rueckruf-report>
- Vorsicht, Lebensmittelwarnung! Untersuchung der Verbraucherzentrale Hamburg über die unzureichende Benennung von Gesundheitsgefahren in Rückrufmeldungen: <https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/schadstoffe-lebensmitteln/vorsicht-lebensmittelwarnung>

Veröffentlicht im August 2018.

#### Ansprechpartner/Verantwortlich für diese Empfehlungen:

- **foodwatch e.V.**  
Martin Rücker, Geschäftsführer  
Telefon: +49 (0) 30 24 04 76 – 0  
E-Mail: [martin.ruecker@foodwatch.de](mailto:martin.ruecker@foodwatch.de)
- **Verbraucherzentrale Hamburg**  
Silke Schwartau, Abteilungsleiterin Lebensmittel und Ernährung  
Telefon +49 (0) 4 02 48 32 – 1 42  
E-Mail: [schwartau@vzhh.de](mailto:schwartau@vzhh.de)
- **produktrueckrufe.de**  
Gert Kretschmann  
Telefon: +49 (0) 2 57 19 92 99 50  
E-Mail: [kontakt@produktrueckrufe.de](mailto:kontakt@produktrueckrufe.de)
- **produktwarnung.eu**  
Oliver Barthel  
Telefon: +49 (0) 73 23 50 36 27  
Mobil: +49 (0) 17 49 28 96 16  
E-Mail: [redaktion@produktwarnung.eu](mailto:redaktion@produktwarnung.eu)