



The Global Language of Business

**GS1 Standards**

# Anwendungsempfehlung zur Lebensmittelinformations-Verordnung Nr. 1169/2011 (LMIV) auf Basis der GS1 Standards

*Version 1.1, September 2020*

---

## Dokumenteninformation

Titel des Dokuments	Anwendungsempfehlung zur Umsetzung der LMIV auf Basis der GS1 Standards
Letztes Änderungsdatum	September 2020
Aktuelle Dokumentenausgabe	Ausgabe 1.1
Status	veröffentlicht
Beschreibung des Dokuments	Diese Anwendungsempfehlung soll Herstellern und Händlern Hilfestellung bei der Umsetzung der EU- Lebensmittel-informations-Verordnung Nr. 1169/2011 (LMIV) auf Basis der GS1 Standards geben. Es werden insbesondere die Themen Produkthaftung, Datenqualität, Stammdatenmanagement und Artikel-identifikation behandelt.

## Änderungshistorie

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Zusammenfassung der Änderung
1.0	November 2019	Marcus Moritz	Erstveröffentlichung
1.1	September 2020	Carolin Prinz	Aktualisierung des Dokuments hinsichtlich der bereits stattgefundenen Umsetzung der LMIV in 2014

## Haftungsfreistellung

GS1® bemüht sich in ihrer Intellectual Property Policy, Unsicherheiten zu vermeiden, indem die Teilnehmer in den Arbeitsgruppen, die diesen Standard, die Allgemeinen GS1 Spezifikationen, entwickeln, sich verpflichten, allen GS1 Teilnehmern eine kostenfreie Lizenz zu gewähren oder eine FRAND Lizenz. Darüber hinaus wird darauf hingewiesen, dass die Umsetzung eines oder mehrerer Wesensmerkmale eines Standards ein Patent oder ein anderes geistiges Eigentumsrecht berühren kann. Solche Patente oder geistigen Eigentumsrechte sind nicht Teil der Lizenzverpflichtung von GS1. Die Vereinbarung, eine Lizenz, die der GS1 IP Policy unterliegt, zu erteilen, betrifft nicht geistige Eigentumsrechte und Ansprüche von Dritten, die nicht in den Arbeitsgruppen mitgearbeitet haben.

Bei der Erstellung dieser Dokumente und der darin enthaltenen GS1 Standards wurde die größtmögliche Sorgfalt angewandt. GS1, GS1 Germany und alle Dritten, die an der Erarbeitung dieses Dokuments beteiligt waren, halten hierdurch fest, dass sie keinerlei Gewährleistung im Zusammenhang mit diesem Dokument und keinerlei Haftung für irgendeinen Schaden Dritter, einschließlich direkter und indirekter Schäden sowie entgangenen Gewinn im Zusammenhang mit der Nutzung dieser Standards übernehmen.

Dieses Dokument kann jederzeit abgeändert werden oder an neue Entwicklungen angepasst werden. Die in diesem Dokument dargestellten Standards können jederzeit neuen Anforderungen – insbesondere gesetzlichen Anforderungen – angepasst werden. Dieses Dokument kann geschützte Markenzeichen oder Logos enthalten, die Dritte nicht ohne Erlaubnis des Rechteinhabers reproduzieren dürfen.

## GS1 Germany GmbH

Es begann mit einem einfachen Beep.

1974 wurde in einem Supermarkt zum ersten Mal ein Barcode gescannt. Dies war der Beginn des automatisierten Kassierens – und der Anfang der Erfolgsgeschichte von GS1. Der maschinenlesbare GS1 Barcode mit der enthaltenen GTIN ist mittlerweile der universelle Standard im globalen Warenaustausch und wird sechs Milliarden Mal täglich auf Produkten gescannt. Die Standards von GS1 sind die globale Sprache für effiziente und sichere Geschäftsprozesse, die über Unternehmensgrenzen und Kontinente hinweg Gültigkeit hat. Als Teil eines weltweiten Netzwerks entwickeln wir mit unseren Kunden und Partnern gemeinsam marktgerechte und zukunftsorientierte Lösungen, die auf ihren Unternehmenserfolg unmittelbar einzahlen. Zwei Millionen Unternehmen aus über 20 Branchen weltweit nutzen heute diese Sprache, um Produkte, Standorte und Assets eindeutig zu identifizieren, um relevante Daten zu erfassen und um diese mit Geschäftspartnern in den Wertschöpfungsnetzwerken zu teilen. GS1 – The Global Language of Business.



## Zu dieser Schrift

Diese Anwendungsempfehlung soll Herstellern und Händlern Hilfestellung bei der Umsetzung der EU-Lebensmittel-informations-Verordnung Nr. 1169/2011 (LMIV) auf Basis der GS1 Standards geben. Es werden insbesondere die Themen Produkthaftung, Datenqualität, Stammdatenmanagement und Artikelidentifikation behandelt.

Köln, im September 2020

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>6</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>7</b>
<b>2 Kernanforderungen der Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV) .....</b>	<b>8</b>
2.1 Allgemeine Bestimmungen und Begriffsdefinitionen .....	8
2.2 Pflichtangaben .....	8
2.3 Fernabsatz .....	10
<b>3 Produkthaftung.....</b>	<b>12</b>
<b>4 Datenqualität.....</b>	<b>13</b>
<b>5 Stammdatenmanagement.....</b>	<b>14</b>
<b>6 Identifikation von Artikelvarianten im Fernabsatz.....</b>	<b>15</b>
<b>7 Ausblick.....</b>	<b>18</b>
<b>Impressum.....</b>	<b>19</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2 – 1: Mehr Transparenz für Verbraucher durch die LMIV .....	8
Abbildung 2 – 2: Die im Online-Shop angezeigten Produktdaten müssen identisch zu den Angaben auf dem Etikett des physischen Produkts sein .....	10
Abbildung 6 – 1: Problematik der eindeutigen Identifikation von leicht unterschiedlich deklarierten Produkten im Fernabsatz.....	15
Abbildung 6 – 2: Zwei grundsätzliche Alternativen zur Artikelunterscheidung.....	16

## 1 Einleitung

Die LMIV verpflichtet Lebensmittelunternehmer, ab dem 13. Dezember 2014 die Informationen über Lebensmittel an die Vorgaben der Verordnung anzupassen. Der Verordnungsgeber hat u. a. berücksichtigt, dass sich der Einkauf von Produkten auch im Bereich der Lebensmittel zunehmend in die digitale Welt des Internets verlagert, und zum Schutz der Verbraucher umfangreiche Informationspflichten für den Fernabsatz eingeführt (z. B. bei Verkauf per Online-Shop, Telefon oder Katalog). Insbesondere aufgrund der gestiegenen Anforderungen im Fernabsatz stehen Lebensmittelhersteller und -händler vor der Herausforderung, die Informationspflichten der LMIV ab dem 13. Dezember 2014 vollumfänglich zu erfüllen.

Ab diesem Zeitpunkt geht es mit der Bereitstellung von glaubwürdigen Produktinformationen nicht mehr allein darum, Verbrauchervertrauen mittels Transparenz zu gewinnen. Vielmehr wurden zahlreiche Informationen im Fernabsatz zur Pflicht, die bislang freiwillig bereitgestellt wurden. Fehlende oder fehlerhafte Informationen können zu einer Haftung gegenüber Verbrauchern, zu Abmahnungen von Wettbewerbern oder zu behördlichen Beanstandungen führen, wobei der leichte Zugang zu den Informationen im Internet die Sichtbarkeit der Dateninhalte und damit die Gefahr erhöht, dass Akteure unrichtige Informationen angreifen.

Um die vielfältigen Informationen effizient und gemäß den Vorgaben der Verordnung bereitstellen zu können, empfiehlt GS1 Germany den Wirtschaftsbeteiligten, auf etablierte GS1 Standards zu setzen. Die Bereitstellung valider Produktinformationen über das Global Data Synchronization Network (GDSN) sowie die eindeutige Identifikation über globale Artikelnummern (Global Trade Item Numbers, GTIN) bilden dabei die Basis. Produktstammdaten können auf diese Weise leicht zwischen den verschiedenen Stufen der Lebensmittelwertschöpfungskette ausgetauscht werden – und zwar verbraucherfreundlich und im rechtlich vorgegebenen Rahmen.

### Infobox: Weitere Informationen zur LMIV

Der [Gesetzestext der LMIV](#) steht auf den Web-Seiten der Europäischen Kommission als Download zur Verfügung. Zudem bieten Behörden (z. B. [Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft](#)) und Verbände (z. B. [FoodDrinkEurope](#)) Hilfestellung bei der Umsetzung an.

## 2 Kernanforderungen der Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV)

Verpackungen sollen klarer als bisher Auskunft über den Inhalt geben und so die Kaufentscheidung der Konsumenten auf eine breitere Informationsgrundlage stellen. Mit dieser Forderung reagiert die Politik auf die Vertrauenskrise im Lebensmittelbereich (siehe Abbildung 2 – 1). Die LMIV führt verschiedene Rechtsvorgaben mit dem Ziel einer stärkeren Harmonisierung zusammen und schreibt detailliert vor, mit welchen Informationen Lebensmittel zukünftig zu kennzeichnen sind und auf welche Weise dies zu geschehen hat.

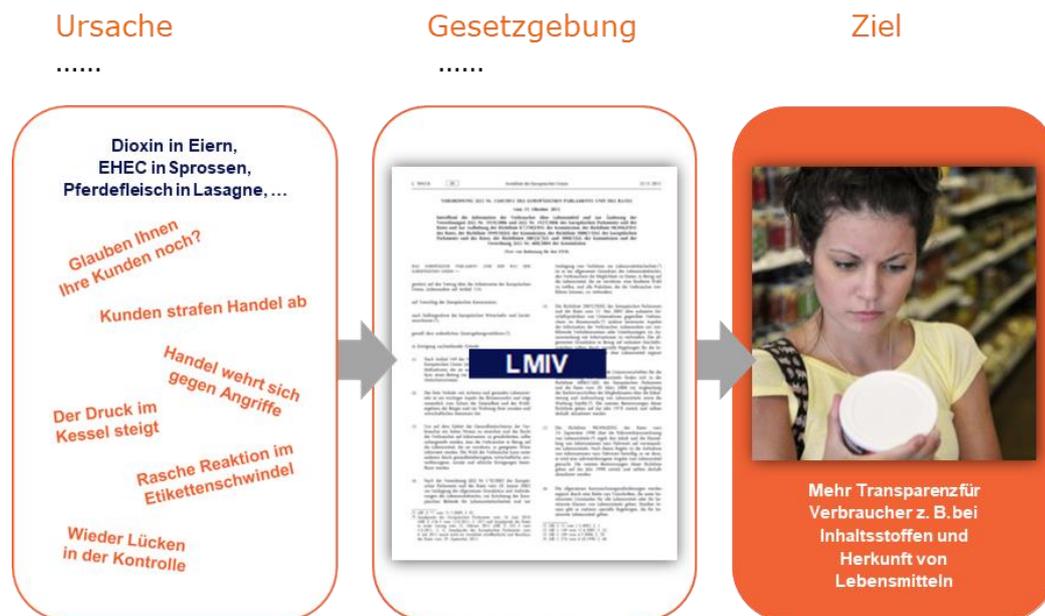


Abbildung 2 – 1: Mehr Transparenz für Verbraucher durch die LMIV

### 2.1 Allgemeine Bestimmungen und Begriffsdefinitionen

Von der Verordnung betroffen sind alle Lebensmittelunternehmer auf allen Stufen der Lebensmittelkette, sofern ihre Tätigkeiten die Bereitstellung von Informationen über Lebensmittel an den Verbraucher betreffen. Unter den Begriff „Lebensmittelunternehmer“ fasst die Verordnung all jene, die dafür verantwortlich sind, dass die Anforderungen des Lebensmittelrechts in dem ihrer Kontrolle unterstehenden Lebensmittelunternehmen erfüllt werden. Sämtliche Hersteller und Händler von Lebensmitteln sind Lebensmittelunternehmen im Sinne des Lebensmittelrechts.

Die Vorschriften gelten zum einen für Lebensmittel, die für den Endverbraucher bestimmt sind. Zum anderen jedoch auch für Produkte, die an Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung geliefert oder von diesen abgegeben werden.

Die LMIV sieht zudem vor, dass sämtliche verpflichtende Informationen über Lebensmittel, die ihre Grundlage in anderen europäischen Rechtsvorschriften haben, zur Verfügung gestellt werden müssen. Hierzu gehören beispielsweise auch die Informationspflichten nach der Nahrungsergänzungsmittel-Verordnung (NemV), der Diät-Verordnung (DiätV) oder den europäischen Vermarktungsnormen.

### 2.2 Pflichtangaben

Unter dem Motto „Information statt Kennzeichnung“ schreibt die LMIV vor, wie Lebensmittel gekennzeichnet und bezeichnet werden müssen. Die LMIV regelt insbesondere in Artikel 9 die verpflichtenden Angaben und in Artikel 10 die zusätzlichen verpflichtenden Angaben für bestimmte Arten oder Klassen von Lebensmitteln.

### Infobox: Pflichtangaben gemäß Artikel 9 der LMIV

Ab Dezember 2014 sind folgende Angaben zu Lebensmitteln verpflichtend:

- a. Bezeichnung des Lebensmittels,
- b. Verzeichnis der Zutaten,
- c. Zutaten und Verarbeitungshilfsstoffe, die Allergien und Unverträglichkeiten auslösen,
- d. Menge bestimmter Zutaten oder Klassen von Zutaten,
- e. Nettofüllmenge des Lebensmittels,
- f. Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatum,
- g. ggf. besondere Anweisungen für Aufbewahrung und/oder Anweisung für die Verwendung,
- h. Name oder Firma und Anschrift des Unternehmens,
- i. ggf. Ursprungsland oder Herkunftsort,
- j. Gebrauchsanleitung, falls es schwierig wäre, das Lebensmittel ohne eine solche angemessen zu verwenden,
- k. für Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Vol. % die Angabe des vorhandenen Alkoholgehalts,
- l. Nährwertdeklaration, d. h. Brennwert und Angaben zu sechs Nährstoffen (Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß, Salz).

Auf einen Blick muss auch erkennbar sein, ob das Produkt Stoffe enthält, die allergische Reaktionen oder Unverträglichkeiten auslösen können. Solche Stoffe müssen im Zutatenverzeichnis deutlich hervorgehoben werden. Auch bei nicht vorverpackter, lose angebotener Ware – beispielsweise Backartikeln und zahlreichen Lebensmitteln, die an der Bedientheke angeboten werden (Feinkostsalate, Käsezubereitungen etc.) – wird die Allergenkennzeichnung zur Pflicht.

Die LMIV sieht auch die Angabe von Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) bzw. Verbrauchsdatum vor. Eine Neuerung der LMIV besteht darüber hinaus in der Pflicht zur Angabe des Einfrierdatums, wenn Fleisch, Fleischzubereitungen oder Fischereierzeugnisse eingefroren wurden.

In verschiedenen Fällen ist auch eine Information über die Herkunft eines Lebensmittels verpflichtend. Dies gilt nicht nur dann, wenn ohne eine solche Klarstellung der Verbraucher über die tatsächliche Herkunft eines Lebensmittels getäuscht würde, beispielsweise aufgrund einer „landestypischen“ Produktaufmachung mittels Fahnen, Landesfarben oder der Abbildung typischer Gebäude („Schiefer Turm von Pisa“) oder Landestrachten.

Die LMIV beschreibt ebenfalls eine Pflicht zur Herkunftsinformation bei Angeboten von Frischfleischprodukten aus Schwein, Geflügel, Schaf oder Ziege. Bei diesen Erzeugnissen sind regelmäßig der Aufzuchtort und der Schlachtort der jeweiligen Tiere zu benennen. Ein Filet vom Schwein muss also ausweisen, dass das Nutztier beispielsweise in Belgien aufgezogen und in Deutschland geschlachtet wurde.

Darüber hinaus ist der Herkunftsort der so genannten primären Zutat anzugeben, wenn dieser vom ausgelobten Herkunftsort des Verarbeitungserzeugnisses selbst abweicht. Wird also ein Mozzarella-Käse als „Italienischer Mozzarella“ angeboten, wobei die Milch aus Frankreich stammt, muss es zukünftig lauten „Italienischer Mozzarella aus französischer Milch“. Alternativ darf aber auch angegeben werden, dass die primäre Zutat eine andere Herkunft als das Verarbeitungserzeugnis hat, um auf diese Weise eine Irreführung des Verbrauchers auszuschließen.

**Infobox: Herkunftsnachweis für Frischfleisch**

Ob Schwein, Schaf, Ziege oder Geflügel: Wer künftig Frischfleisch in Verkehr bringt, muss Angaben zur Herkunft mitliefern. Wie das genau aussehen soll, regelt die [Durchführungsverordnung \(EU\) Nr. 1337/2013](#). Im Kern liegt sie drei Pflichtangaben fest: „aufgezogen in: [Name des Mitgliedstaates bzw. Drittlandes]“, „geschlachtet in: [Name des Mitgliedstaates bzw. Drittlandes]“ sowie die Losnummer. Die Verordnung gilt anders als die meisten restlichen Bestimmungen der LMIV ab dem 1. April 2015.

Auf nahezu allen vorverpackten Lebensmitteln müssen der Brennwert und Nährwertangaben zu sechs Nährstoffen (Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß und Salz je 100 g/ml) in einem übersichtlichen Format in der Regel in Tabellenform angegeben werden (sog. „Big Seven“). Ausgenommen von der verpflichtenden Nährwertdeklaration sind z. B. unverarbeitete Erzeugnisse, die nur aus einer Zutat oder Zutatengruppe bestehen, oder aber andere Lebensmittel wie Kräuter, Salz, Tafelsüßen oder Gelatine. Obligatorisch ist eine Nährwertdeklaration für vorverpackte Ware aber stets dann, wenn eine nährwert- oder gesundheitsbezogene Angabe im Sinne der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 („Health- Claims-Verordnung“ – HCVO) gemacht wird.

Ab dem 13. Dezember 2014 müssen alle in der Produktion eingesetzten Verpackungen der LMIV entsprechen.

**2.3 Fernabsatz**

Die Vorschriften der LMIV sind nicht ausschließlich auf die physische Lebensmittelwelt beschränkt: Für Produkte, die Lebensmittelunternehmer im Fernabsatz vertreiben, gelten mit Ausnahme des MHD bzw. Verbrauchsdatums (und damit auch für die Loskennzeichnung) sowie der Angabe des Einfrierdatums dieselben Informationspflichten wie für solche, die stationär im Einzelhandel verkauft werden (siehe Abbildung 2 – 2). Neben dem Online-Handel werden auch andere Formen des Fernabsatzes wie z. B. der Verkauf per Telefon, Katalog oder E-Mail von diesen Informationspflichten erfasst. Lediglich Lebensmittel, die in Automaten oder automatisierten Anlagen zum Verkauf angeboten werden, sind von den Informationspflichten ausgenommen.



Abbildung 2 – 2: Die im Online-Shop angezeigten Produktdaten müssen identisch zu den Angaben auf dem Etikett des physischen Produkts sein

Freiwillig dürfen das MHD bzw. Verbrauchsdatum natürlich auch im Fernabsatz zur Verfügung gestellt werden. Statt ein konkretes MHD oder Verbrauchsdatum zu benennen, ist es möglich, freiwillig Hinweise wie „Dieses Produkt ist mindestens noch drei Monate ab Bestellung haltbar“ oder „Dieses Produkt trägt regelmäßig ein Mindesthaltbarkeitsdatum von drei Monaten“ zu erteilen. Auf diese Weise kann der Verbraucher die Haltbarkeit der von ihm online bestellten Produkte erkennen, ohne dass der Anbieter jeweils chargengenaue MHD bereitstellen muss.

Darüber hinaus sind auch solche Informationen im Fernabsatz bereitzustellen, die aufgrund einer anderen freiwilligen Angabe zu erteilen sind. Wird beispielsweise eine gesundheitsbezogene Angabe im Sinne der HCVO, wie beispielsweise „Vitamin C trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems bei“ im Internet platziert, so müssen zukünftig auch die Pflichtwarnhinweise gemäß HCVO vor Kaufabschluss verfügbar sein.

Pflichtinformationen müssen in der leicht verständlichen Sprache des Landes gemacht werden, in dem das Lebensmittel vermarktet wird. Ist eine Internetseite darauf ausgerichtet, dass Versendungen in verschiedene EU-Staaten stattfinden, so sind die Pflichtinformationen auch in den entsprechenden leicht verständlichen Sprachen dieser Mitgliedstaaten zu machen. Ein Online-Shop richtet sich immer dann an Käufer eines Landes, wenn diese Käufer angesprochen werden, indem beispielsweise auf spezifische Versandkosten für Sendungen in das betreffende Land hingewiesen wird.

Beim Fernabsatz von Lebensmitteln verlangt die LMIV, die geforderten Informationen vor dem Kauf eines Produktes für den Verbraucher im Rahmen des Bestellmediums verfügbar zu machen. So müssen beispielsweise im Online-Handel die Informationen direkt im Online-Shop auf der jeweiligen Web-Seite bereitgestellt werden.

Sofern Lebensmittel im rein gewerblichen Verkehr angeboten werden und zur späteren Abgabe an den Endverbraucher bestimmt sind, ist zu differenzieren, ob der gewerbliche Abnehmer ein Betreiber von Gemeinschaftsverpflegung ist oder nicht. Findet das Angebot im reinen „Business-to-Business“-Bereich statt (ohne Gemeinschaftsverpflegung) genügt die Bereitstellung von Pflichtinformationen in Handelspapieren, wobei hier auch die elektronische Vorhaltung von Informationen ausreichend ist. Entsprechend müssen Online-Shops, die sich ausschließlich an gewerbliche Abnehmer richten, die keine Gemeinschaftsverpfleger sind, nicht die Pflichtinformationen aufweisen. Anders verhält es sich, sobald Gemeinschaftsverpfleger über die Online-Shops Produkte beziehen können. Die Gemeinschaftsverpfleger werden mit Blick auf ihr Informationsinteresse dem Endverbraucher gewissermaßen gleichgestellt, sodass dann die Online-Shops alle Pflichtinformationen aufweisen müssen.

#### **Infobox: Allgemeine Geschäftsbedingungen**

Im Fernabsatz müssen die verpflichtenden Informationen über Lebensmittel vor Abschluss des Kaufvertrags bzw. vor Abgabe der Vertragserklärung des Käufers verfügbar sein, damit der Käufer seine Kaufentscheidung auf eine umfassende Informationsgrundlage stützen kann. Der Zeitpunkt des Vertragsabschlusses kann je nach Online-Shop-Modell in den allgemeinen Geschäftsbedingungen unterschiedlich festgelegt sein.

### 3 Produkthaftung

Mit den Regelungen will der Gesetzgeber größtmögliche Transparenz erreichen. Doch wer trägt die Verantwortung dafür, dass die Angaben zu Inhaltsstoffen, Nährwerten & Co. richtig, aktuell, vollständig und somit gesetzeskonform sind? Wer haftet, wenn etwa Allergene falsch deklariert wurden und ein Konsument deshalb einer ärztlichen Behandlung bedarf?

Grundsätzlich gilt: Haftbar ist derjenige, der Produktdaten in Verkehr bringt oder sie verändert – egal ob bewusst oder unbewusst. Zudem muss jede gesetzlich geforderte Angabe eindeutig einem Produkt zugeordnet werden können.

Hinweise wie z. B. „Der Verbraucher muss die Daten auf der Verpackung prüfen“, die derzeit teilweise im Fernabsatz verwendet werden, sind als Haftungsausschluss („Disclaimer“) unwirksam. Dies ist nachvollziehbar, da Verbraucher beim Online-Kauf keine Möglichkeit haben, die Angaben auf dem Produkt vor dem Kauf selbst in Augenschein zu nehmen. Abzuwarten bleibt inwiefern Online-Händler mit dem Angebot kundenfreundlicher/kulanter Rückgaberegungen zukünftig aktiv Einfluss auf mögliche Reaktionen von Verbrauchern oder Verbraucherschutzorganisationen aufgrund fehlerhafter oder unvollständiger Daten nehmen können.

Der Händler bzw. Online-Händler haftet gegenüber dem Abnehmer aufgrund zivilrechtlicher Ansprüche, insbesondere aufgrund der kaufvertraglichen Vereinbarung und den zugehörigen gesetzlichen Bestimmungen. Besteht ein Produktfehler darin, dass der Hersteller falsche Angaben zu seinem Erzeugnis bereitgestellt hat, kann der betroffene Online-Händler, dem hierdurch Schäden entstehen (Produktrückruf, Produktrücknahme, Reklamationen, Bearbeitungsaufwände), den Hersteller in Regress nehmen, wenn dieser den Mangel der Sache zu vertreten hat, wobei fahrlässiges Verhalten des Herstellers hierfür genügt.

Hätte der Online-Händler erkennen können, dass die Angaben falsch sind, besteht darüber hinaus gemäß LMIV auch eine öffentlich-rechtliche Informationsverantwortlichkeit, d. h. der Händler bzw. Online-Händler kann staatlicherseits für den Fehler sanktioniert werden (z. B. durch ein Bußgeld).

#### **Infobox: Haftungsfragenkatalog**

Eine juristische Expertengruppe aus Industrie und Handel hat unter Federführung von GS1 Germany einen [Haftungsfragenkatalog](#) erarbeitet, der rechtliche Haftungsszenarien innerhalb der Liefer-/Informationskette (B2B/B2C) beschreibt.

## 4 Datenqualität

Qualitativ hochwertige Stammdaten sind Grundvoraussetzung für die Erfüllung der in der LMIV beschriebenen Informationspflichten und eine wichtige Grundlage für die reibungslose Zusammenarbeit zwischen Unternehmen. Die Datenqualität wird dabei maßgeblich durch die Vollständigkeit (alle notwendigen Werte sind elektronisch erfasst), Genauigkeit (Datenwerte stimmen), Gültigkeit (eindeutiger zeitlicher Gültigkeitsbereich/Zeitstempel), Standardkonformität (basiert auf Standards) und Konsistenz (Datenwerte sind über Systeme hinweg abgestimmt) bestimmt.

## 5 Stammdatenmanagement

Innerhalb von Wertschöpfungsketten können Unternehmen mit Hilfe von GS1 Standards unterschiedliche Daten – inklusive aller von der LMIV geforderten Daten – elektronisch mit Partnern austauschen und Prozesse unternehmensübergreifend und effizient steuern.

Der Austausch gut gepflegter Stammdaten ist eine große Herausforderung für Unternehmen. Die LMIV, die eine korrekte Weitergabe der Daten über die verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette vorschreibt, stellt die Lebensmittelunternehmer vor eine zusätzliche Aufgabe. Denn häufig befinden sich bei ihnen die geforderten Daten nicht in einem zentralen unternehmensinternen Datensatz, der einfach weitergegeben werden könnte.

Längst nicht alle Anbieter – insbesondere viele Online-Händler – sind auf die Vorschriften der LMIV vorbereitet. Um den Anforderungen zukünftig zu entsprechen, müssen (IT-) Prozesse zur Aufbereitung, Optimierung und Bereitstellung von Produktstammdaten in vielen Lebensmittelunternehmen angepasst oder gar neu aufgesetzt werden. Häufig stellen sich Verantwortliche bei Markenartiklern und Online-Händlern daher die Fragen: Wie kann ich diesen vielfältigen Anforderungen gerecht werden? Und wie lässt sich die entstehende Flut an Daten entlang der Wertschöpfungskette möglichst effizient beherrschen?

Die präferierte Lösung zum Austausch der in der LMIV geforderten Daten ist das Global Data Synchronisation Network (GDSN). Dafür liefern Hersteller von Lebensmitteln Produktdaten an einen zertifizierten und in das GDSN eingebundenen Artikelstammdatenpool. Die Dateneinsteller sind dafür verantwortlich, dass die eingestellten Daten auch korrekt sind. Diese Daten werden dann für den Online-Verkauf von Lebensmitteln abgerufen und an der geforderten Stelle im Verkaufsprozess für den Verbraucher zur Verfügung gestellt. Das geschieht etwa durch Online-Händler oder aber auch durch Anbieter mobiler Apps, über die ein Verkauf der Lebensmittel stattfindet. Der Verbraucher kann dann letztlich die entsprechenden Produktinformationen lesen und darauf vertrauen, dass diese vollständig, korrekt und aktuell sind. Denn sie stammen immer aus der gleichen, vertrauenswürdigen Quelle.

### **Infobox: LMIV-GDSN-Mappingtabelle und GDSN-Umsetzungsleitfaden**

GS1 Germany hat zusammen mit Rechts- und Datenexperten aus Industrie und Handel die Anforderungen der LMIV in Bezug auf relevante Stammdaten im GDSN analysiert und die Ergebnisse in einer [LMIV-GDSN-Mappingtabelle](#) veröffentlicht. Zudem wurde ein [GDSN-Umsetzungsleitfaden](#) für die LMIV erstellt, der den Unternehmen bei der vollständigen und fehlerfreien Datenerfassung und -zuordnung Hilfestellung bieten soll. Die LMIV-GDSN-Mappingtabelle und der GDSN-Umsetzungsleitfaden stehen für alle [GS1 Complete](#) Kunden zum Download bereit.

## 6 Identifikation von Artikelvarianten im Fernabsatz

Wie in Kapitel 2.3 zum Thema Fernabsatz bereits beschrieben, beschränken sich die Vorschriften der LMIV nicht allein auf die physische Lebensmittelwelt, sondern umfassen auch sämtliche Formen des Fernabsatzes. Gefordert ist, dass dem Konsumenten vor Abschluss des Kaufvertrages sämtliche Pflichtangaben zur Verfügung gestellt werden müssen. Während der Konsument im stationären Handel das physische Produktetikett inklusive aller Pflichtangaben vor dem Kauf durchlesen kann, muss er sich im Online-Shop auf die elektronisch angezeigten Informationen über das Lebensmittel verlassen können.

Online-Käufer haben grundsätzlich einen Anspruch darauf, dass das bestellte Produkt hundertprozentig mit dem gelieferten Produkt übereinstimmt. Ist das nicht der Fall, so können Gewährleistungsrechte und darüberhinausgehende Schadensersatzansprüche des Käufers entstehen und es können sanktionierungsfähige Verstöße gegen die LMIV vorliegen.

Lebensmittel mit einer gemäß LMIV unterschiedlichen oder veränderten Deklaration müssen im Datenmanagement daher eindeutig identifiziert und voneinander unterschieden werden können, um zu gewährleisten, dass die im Fernabsatz kommunizierten Informationen und die Verpackungsangaben des gelieferten Produkts jederzeit identisch sind.

Konkreter Handlungsbedarf besteht in diesem Zusammenhang für Lebensmittelunternehmer vor allem bei der eindeutigen Identifikation von nahezu identischen Lebensmittelprodukten mit unterschiedlichen Deklarationen im Fernabsatz. Diese können z. B. durch Rezepturänderungen hervorgerufen werden und in veränderten Zutatenlisten und Angaben in der Nährwerttabelle auf dem Produktetikett resultieren.

Da Hersteller und Händler (für Eigenmarken) in solchen Fällen heute in der Regel neben der Deklarationsänderung auf dem physischen Produktetikett keine neue globale Artikelidentnummer (Global Trade Item Number, GTIN) vergeben, ist das unterschiedlich deklarierte Produkt im Fernabsatz allein auf Basis der GTIN nicht eindeutig zu identifizieren. Dieses Vorgehen wäre nicht LMIV-konform (siehe Abbildung 6 – 1).

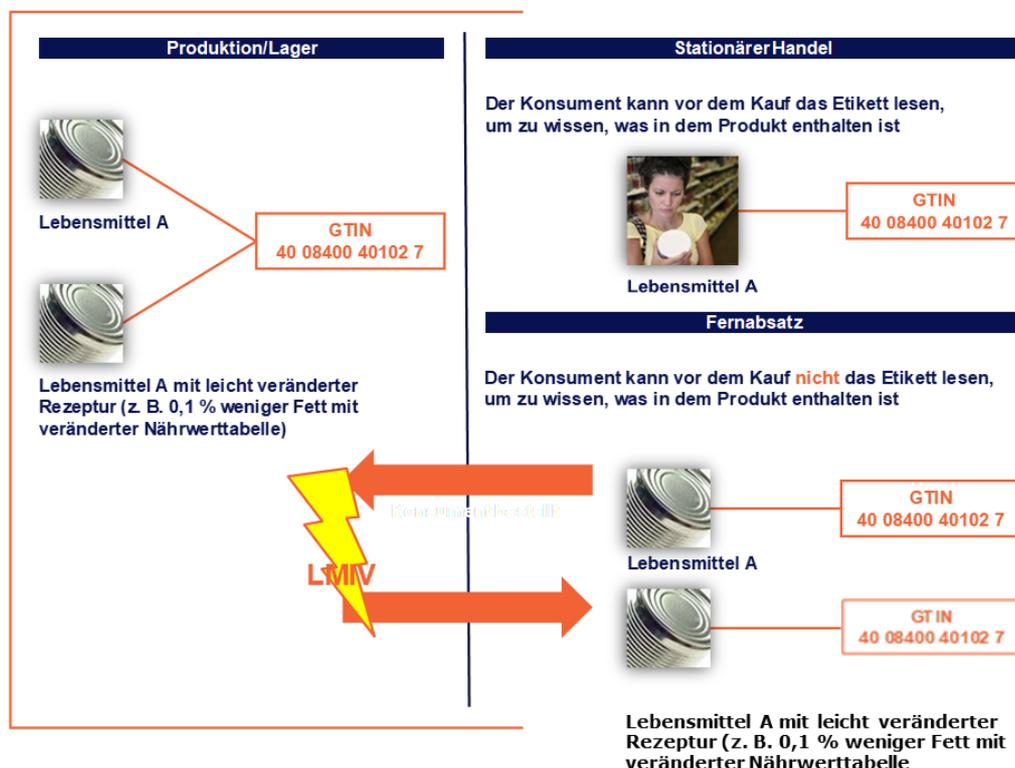


Abbildung 6 – 1: Problematik der eindeutigen Identifikation von leicht unterschiedlich deklarierten Produkten im Fernabsatz

Insbesondere in der zeitlichen Übergangsphase, in der sich zwei oder mehr Lebensmittelprodukte mit unterschiedlichen Deklarationen in der Versorgungskette befinden können, kann der Lebensmittel-Online-Händler auf Basis der GTIN allein nicht immer sicherstellen, dass exakt die Produktvariante geliefert wird, die z. B. online bestellt wurde.

Ein gemeinsam von Industrie und Handel unter dem Dach von GS1 Germany verabschiedetes Positionspapier beschreibt zwei Alternativen für die künftige Artikelidentifikation (siehe Abbildung 6 – 2):

1. Bei jeder unterschiedlichen Deklaration gemäß LMIV erhält das Produkt eine neue GTIN.
2. Das Produkt erhält eine GTIN und eine zusätzliche Identifikation, z. B. in Form einer Variantennummer.

Für beide Lösungen müssen die Prozesse und IT-Systeme der Unternehmen angepasst werden.

### Infobox: Positionspapier

Das von Industrie und Handel verabschiedete [Positionspapier zur Identifikation von Produkten mit unterschiedlicher Deklaration](#) im Fernabsatz steht in deutscher und englischer Sprache zum kostenlosen Download bereit.

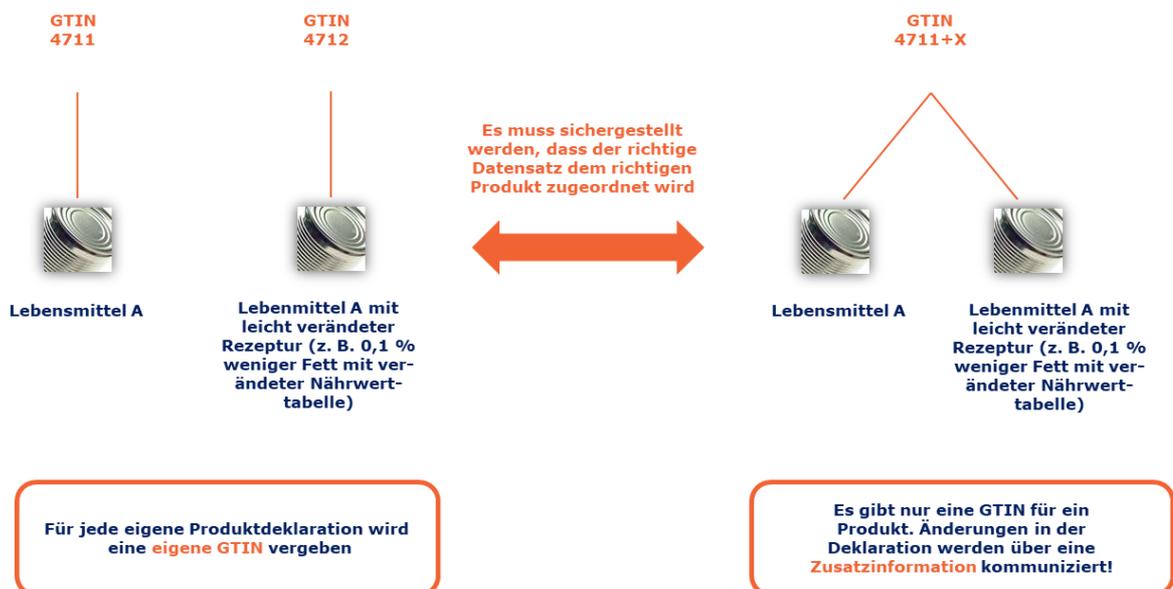


Abbildung 6 – 2: Zwei grundsätzliche Alternativen zur Artikelunterscheidung

Für die kurzfristige Umsetzung der LMIV im Fernabsatz ab Dezember 2014 ist die Vergabe neuer GTINs die sicherste Lösung zur eindeutigen Identifikation von unterschiedlich deklarierten Produkten. Aufgrund der LMIV kann es daher je nach Produktkategorie zu einer Erhöhung bis zu einer deutlichen Erhöhung der GTIN-Anzahl kommen.

Die vorhandenen IT-Systeme sind zwar grundsätzlich in der Lage die ggf. häufigeren GTIN-Wechsel zu verarbeiten, jedoch sind die dazugehörigen Prozesse aktuell nicht auf die zu erwartende Anzahl zusätzlicher GTINs ausgerichtet. Technische Anpassungen sind insbesondere in den Prozessen vorzunehmen, in denen Vorgänger- und Nachfolger-GTINs verknüpft werden müssen.

#### **Infobox: Empfehlung für die Kommunikation von Produktänderungen im GDSN**

GS1 Germany hat gemeinsam mit Industrie und Handel eine Empfehlung veröffentlicht, in der die technische Kommunikation von Änderungen an bestehenden Produkten zwischen Industrie und Handel über das GDSN beschrieben wird. Die Nutzung des GDSN ermöglicht eine elektronische und fehlerfreie Verarbeitung geänderter Datensätze auf Basis derselben GTIN bzw. die Verknüpfung neuer mit bestehenden Datensätzen bei GTIN-Wechsel. Die [Empfehlung für die technische Kommunikation von Produktänderungen im GDSN](#) steht für alle GS1 Complete Kunden zum Download bereit.

Insbesondere bei allen potenziell gesundheitsrelevanten Produktänderungen (z. B. Verwendung einer als allergen eingestuftes Zutat), sollten zwingend neue GTINs vergeben werden, um eine eindeutige Unterscheidbarkeit der Produkte auch im Fernabsatz zu gewährleisten. Zudem sollte eine neue GTIN vergeben werden, falls von einer Produktänderung anzunehmen ist, dass sie die Kaufentscheidung des Konsumenten beeinflusst. Gemäß LMIV kann die Kaufentscheidung des Verbrauchers neben gesundheitsbezogenen u. a. auch von wirtschaftlichen, umweltbezogenen, sozialen und ethischen Erwägungen beeinflusst werden. Lebensmittelunternehmen sollten insbesondere jene Informationsbereiche beachten, die politisch hoch gehandelt werden, wie beispielsweise die Herkunft eines Lebensmittels sowie der Täuschungsschutz.

Die letztendliche Entscheidung darüber, ob für eine deklarationspflichtige Produktänderung eine neue GTIN vergeben wird, liegt grundsätzlich in der individuellen Verantwortung eines jeden Herstellers bzw. Markeninhabers. Bei der Entscheidung können neben rechtlichen auch unternehmerische Argumente eine Rolle spielen. Unternehmen müssen in der Praxis abwägen zwischen dem Grad der Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen und dem damit verbundenen administrativen und organisatorischen Aufwand.

#### **Infobox: GTIN-Vergaberegeln**

Die Entscheidung, in welchen Fällen eine neue GTIN zu vergeben ist, liegt in der individuellen Verantwortung eines jeden Herstellers bzw. Markeninhabers. Die von GS1 veröffentlichten GTIN-Vergaberegeln bieten den Unternehmen dabei Hilfestellung. Die aktuellen, global gültigen GTIN-Vergaberegeln stehen im Internet unter <http://www.gs1.org/gtinrules/> zur Verfügung.

Sofern Unternehmen für geringfügig eingestufte Produktänderungen die Vergabe neuer GTINs nicht in Erwägung ziehen, um eine GTIN-Flut zu vermeiden, müssen sie andere effektive Maßnahmen (z. B. aktueller Stammdatenaustausch, manuelle Kontrollen) etablieren, die die exakte Lieferung des (z. B. online) bestellten Produkts sicherstellen. Andernfalls würde das Risiko in Kauf genommen, dass sich bestellte und gelieferte Artikel insbesondere in der Übergangsphase zwischen alter und neuer Produktdeklaration nicht entsprechen.

Die in diesem Dokument beschriebenen, aufgrund leicht veränderter Produktdeklarationen durchgeführten GTIN-Änderungen sind nicht mit klassischen Produktneueinführungen gleichzusetzen.

#### **Infobox: Warnhinweis**

Der Einsatz eines Warnhinweises („Caution Note“), der darauf hinweist, dass das im Online-Shop angezeigte Produkt während einer begrenzten Übergangsphase von dem tatsächlich gelieferten Produkt leicht abweichen kann, besitzt keine rechtliche Relevanz im Sinne eines Haftungsausschlusses. Dennoch könnte ein solcher Warnhinweis dazu dienen die Transparenz gegenüber dem Verbraucher zu erhöhen. Der Einsatz eines Warnhinweises entfällt bei sämtlichen potenziell gesundheitsrelevanten Produktänderungen, da in diesen Fällen neue GTINs zur eindeutigen Produktunterscheidung genutzt werden.

## 7 **Ausblick**

Im Januar 2014 wurden die Ergebnisse des „The Consumer Goods Forum (TCGF)“ – einem globalen Zusammenschluss der führenden Industrie- und Handelsunternehmen der Lebensmittelbranche – zur so genannten „Next Generation Product Identification (NGPI)“ an den globalen Standardisierungsprozess von GS1 übergeben. Im Rahmen der Standardisierungsarbeit wird eine Identifikationslösung auf Basis der GTIN und zusätzlicher Identifikationsmerkmale untersucht, um übereinstimmende Daten auf dem physischen Produkt und im Fernabsatz für geringfügige Verpackungsvarianten zu ermöglichen.

Als Zusatzident zur GTIN diskutieren Industrie und Handel derzeit fünf Alternativen auf Ebene der Endkonsumenteneinheit: Verpackungsvariantennummer (Package Variant Number, PVN), Chargennummer, Seriennummer, URL und/oder Verfallsdatum. Als Datenträger für diese Zusatzidente wird langfristig ein GS1 2D-Code (QR oder DataMatrix) auf der Verbrauchereinheit favorisiert.

## Impressum

Herausgeber:  
GS1 Germany GmbH

Geschäftsführer:  
Thomas Fell

Text:  
Marcus Moritz  
Carolin Prinz

GS1 Germany GmbH  
Maarweg 133, D-50825 Köln

Postfach 30 02 51  
D-50772 Köln

Tel: +49 (0)221 94714-0  
Fax: +49 (0)221 94714-990

E-Mail: [info@gs1.de](mailto:info@gs1.de)  
Homepage: [www.gs1.de](http://www.gs1.de)

© GS1 Germany GmbH, Köln