

## **Anfahrtsbeschreibung**

### **Öffentliche Verkehrsmittel**

Buslinien: 120, 123, 147, 240, 245

Haltestelle: Invalidenpark

U-Bahn: U 6

Haltestelle: Zinnowitzer Straße

S-Bahn: S 3, S 5, S 7, S 75

Halttestelle Berlin Hauptbahnhof

### **Fernbahn**

Berlin Hauptbahnhof

### **Verkehrsverbindung vom Flughafen Tegel**

Bus 109 oder X 9 bis Zoologischer Garten,

Bus 128 bis Kurt-Schumacher-Platz,

danach U6 bis Haltestelle: Zinnowitzer Str.

Es gibt vor Ort keine Parkmöglichkeiten.

Zugang zum Konferenzzentrum im  
Bundesministerium für Wirtschaft und  
Technologie

über: Invalidenstraße 48

Gefördert durch das



**Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Technologie**

### **Tagungskonzeption:**

Prof. Dr. Bernd Steffensen

Dipl. jur. (FH) Nicola Below

### **Sonderforschungsgruppe Institutionenanalyse, Darmstadt**

### **Anmeldung:**

Nicola Below 06151 / 16-8146

Fax: 06151 / 16-8925

ein elektronisches Anmeldeformular finden sie  
unter: [www.sofia-darmstadt.de](http://www.sofia-darmstadt.de)

Bitte melden Sie sich frühzeitig an. Sie erhalten  
eine Anmeldebestätigung und eine Anfahrtsbe-  
schreibung.

**Anmeldeschluss ist der 16. Juni 2008**

**i/f/h**

Volkswirtschaftliches Institut für Mittelstand  
und Handwerk an der Universität Göttingen

**sofia**

Sonderforschungsgruppe  
Institutionenanalyse

## **Von Produktlabeln bis „Consumpedia“?**

**verbesserte  
Produktinformationen vor dem  
Hintergrund der Anforderungen  
von REACH, GHS und  
Nanotechnologie**

**20. Juni 2008**

**Konferenzzentrum im  
Bundesministerium für  
Wirtschaft und Technologie**

## **Zum Vorhaben**

### **„Neue Ansätze zur Risikokommunikation vor dem Hintergrund von REACH, GHS und Nanotechnologie“**

(D 4 - 02 08 15 - 33/07)

sofia-Darmstadt hat gemeinsam mit dem ifh Göttingen von Juli 2007 bis Mai 2008 am Beispiel von Produkten, die in Haushalten vertraut sind bzw. deren Budget wenig belasten (Textilien, Farben und Lacke, Baumarktchemikalien) untersucht

- wie sich Kund(inn)en über diese Produkte informieren;
- welche Medien sie dabei nutzen;
- welche Bedeutung Inhaltsstoffe für die Produktauswahl haben und
- inwieweit die Auswirkungen von Inhaltsstoffen bei der Anwendung berücksichtigt werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass Verbraucher(innen) sich nicht ausreichend informiert fühlen:

- 72 % der Befragten gehen davon aus, dass Produkte heutzutage nicht frei von gesundheits- und umweltbedenklichen Inhaltsstoffen sind;
- 70 % der Befragten sind der Meinung, nicht ausreichend über heutige Produkte informiert zu sein;
- aber nur 29 % geben an, dass sie sich regelmäßig vor dem Kauf über Produkte wie Farben/Lacke oder Textilien informieren.

Zudem spielen Inhaltsstoffe als Kaufkriterium eine eher untergeordnete Rolle;

- 55 % der Befragten halten die Angaben, die Hersteller zu den angebotenen Produkten machen, nicht für vertrauenswürdig

Zugleich berichten Konsument(inn)en, dass sie eher unbedarft mit Produkten umgehen. Das Wissen über die enthaltenen Inhaltsstoffe und die damit verbundenen potentiellen Beeinträchtigungen für Gesundheit und Umwelt führen nicht zu einem sicheren Umgang mit den Produkten.

## **Veranstaltungsprogramm**

### **10:00 Begrüßung**

Ministerialrat Dr. Dietmar Kopp

### **10:15 Vorstellung des Vorhabens**

Prof. Dr. Bernd Steffensen

- Ausgangslage
- Vorgehensweise
- Fragen

### **10:45 REACH und GHS – Anforderungen mit Blick auf Konsument(inn)en und Endverbraucher(innen)**

RAin Dipl.-Informationswirtin Chemie (FH) Stefanie Merenyi

11:15 *Kaffeepause*

### **11:30 „Der Totenkopf beeindruckt mich schon ...“**

Informationsverhalten, Bewertung und Umgang mit Alltagsprodukten  
Prof. Dr. Bernd Steffensen

- empirische Ergebnisse
- Diskussion

12:30 *Mittagspause*

### **13:15 „Ich drück' dann schon mal ein Auge zu ...“**

Anforderungen an veränderte Formen der Risikokommunikation  
Prof. Dr. Bernd Steffensen  
Dipl. jur. (FH) Nicola Below

14:00 *Kaffeepause*

### **14:15 „Wenn ich die kleine Schrift schon sehe ...“**

Veränderte Instrumente der Risikokommunikation

Dipl. jur. (FH) Nicola Below

- Risikobewusstsein
- Informationen am Point of sale
- Informationen am Point of use

15:15 **Abschluss-Diskussion**