



Ein Jahr „Tested in Germany“. ÖKO-TEST in China ist OKOer. Fast 30 Mio. User in den ersten zwölf Monaten.

Am 15. Mai 2015 startete die erste unabhängige digitale Verbraucherplattform in China: ► www.okoer.com. Fast vier Jahre Vorbereitungsarbeit in China und Deutschland waren dem Augenblick vorangegangen, bis der Chefredakteur von ÖKO-Test Deutschland Jürgen Stellpflug und der Chefredakteur von OKOer, der bekannte chinesische Journalist Luo Changping, den Startknopf für ein bis dahin in China beispielloses Vorhaben drücken konnten. Und: Der erste gemeinsame Test, den die beiden Journalisten der anwesenden Presse und Öffentlichkeit vor genau einem Jahr präsentierten, hatte es in sich: Babymilchpulver von internationalen Herstellern, oft und viel von um das Wohl ihrer Kinder besorgten Eltern gekauft, entpuppte sich im Testergebnis als Desaster. 6 von 10 sehr bekannten internationalen Produkten erhielten von den Testern ein „ungenügend“ oder wie es OKOer in China ausdrückt ein „D-“.



„Die chinesischen Verbraucher zahlen oft einen sehr hohen Preis für internationale Produkte, weil sie so hoffen, auch eine gute Qualität zu erhalten“, erklärt Thomas Böwer von der DDVG-China GmbH. Böwer koordiniert in Peking das Projekt für die ddvg, die Medienholding der SPD. „Durch die gemeinsame Testarbeit von ÖKO-Test und OKOer mussten wir allerdings leider oft feststellen, dass auch bekannte internationale Marken sehr unterschiedliche Qualitäten in Europa oder China zeitgleich dem Verbraucher anbieten“, fasst Thomas Böwer die ersten 12 Monate zusammen. So musste eine in Deutschland sehr bekannte Kosmetikfirma nach Veröffentlichung von Testergebnissen zum sehr sensiblen Thema Babycreme einräumen, dass die Babycreme zwar in Deutschland hergestellt würde, aber mit dem gleichnamigen Produkt in Deutschland nicht vergleichbar sei. Viel schlimmer noch: Die Tester von ÖKO-Test und OKOer mussten feststellen, dass die so für den chinesischen Markt produzierte Babycreme in Europa wegen hier verbotener Inhaltsstoffe nicht verkauft werden dürfte.

Heute arbeiten 50 Mitarbeiter in einer alten Fabriketage im zentralen Pekinger Stadtteil Sanlitun gemeinsam an dem Projekt, die chinesischen Verbraucher mit täglichen Berichten und aktuellen wöchentlichen Testergebnissen auf allen in China bekannten digitalen Informationskanälen (Weibo, Wechat) und einer eigenen Homepage (► www.okoer.com) sowie einer APP zu informieren. „Bis heute haben knapp 30 Mio. User unser Angebot allein auf unserer Homepage genutzt“, sagt nicht ohne Stolz der chinesische Chefredakteur Luo Changping. Hinzu kämen mehr als 380.000 Follower auf Weibo (dem chinesischen Facebook) sowie über 50.000 Abonnenten in Wechat (dem Pendant von Twitter) fügt der Journalist hinzu. Changping koordiniert in enger Kooperation mit der deutschen Redaktion von ÖKO-Test, welche Produkte für die chinesischen Verbraucher in chinesischen Läden eingekauft werden, um diese dann in deutschen Laboren testen zu lassen. Seit dem Start von OKOer veröffentlichte das Team um Luo Changping über 45 Testergebnisse. „Tested in Germany“ ist, so Luo Changping ein wichtiges Argument auch des Vertrauens für die wachsende chinesische Mittelschicht, und die Zahlen geben ihm Recht: Täglich greifen derzeit über 300.000 User auf das Angebot auf ► www.okoer.com zurück. Tendenz stark steigend.

Anlässlich des einjährigen Bestehens der ersten digitalen chinesischen Verbraucherplattform weiten die Macher von www.okoer.com das Testprogramm deutlich aus: Ab Ende Mai werden nicht nur doppelt so viele Tests veröffentlicht (pro Woche zwei), sondern neben den internationalen werden auch chinesische Produkte aus den Bereichen Kosmetik, Mother & Care, Lebensmittel und Lifestyle getestet werden. Für Jürgen Stellpflug ein weiterer Meilenstein: „Schon jetzt können wir angesichts der ersten vorliegenden Ergebnisse feststellen, dass chinesische und internationale Produkte mitunter genauso gut oder genauso schlecht sind. OKOer gibt so den Verbrauchern eine echte Chance der Auswahl“. Eine Auswahl übrigens, die den Verbrauchern auch hilft Geld zu sparen, sind die chinesischen Produkte doch oftmals im Preis deutlich günstiger.

Angesichts dieser Entwicklung resümiert Thomas Böwer: „Die Anstrengungen der letzten Jahren haben sich gelohnt“. Und damit meint der Deutsche nicht zuletzt die aufwändige Vertragskonstruktion, die die ddvg angesichts der chinesischen Rechtslagen zusammen mit den chinesischen Partnern entwickeln musste, um das Projekt verwirklichen zu können.

► www.okoer.com gehört der Pekinger Firma Youke, die auch Betreiber der Plattform ist. Die ddvg ist mehrheitlich an dem Joint-Venture Cavete Beijing Consulting Ltd. beteiligt. Cavete ist mit der Vermarktung von OKOer betraut. Die ddvg ist zugleich Mehrheits-gesellschafter des ÖKO-TEST Verlags, der als Kooperationspartner die Tests liefert und die Erfahrungen aus über 30 Jahren ÖKO-TEST in Deutschland beisteuert.