

VERBRAUCHERPOLITISCHES FORUM „WOHER KOMMEN UNSERE LEBENSMITTEL?“ am 13.11.2017 in Rostock

VIELE VERBRAUCHER WOLLEN BEIM EINKAUF WISSEN, WOHER IHRE LEBENSMITTEL KOMMEN. DIES ZU ERKENNEN, IST HÄUFIG NICHT EINFACH.

WIE VERSTÄNDLICH SIND HERKUNFTSANGABEN?

- Die Herkunftskennzeichnung von Lebensmitteln ist umfangreich, kompliziert und uneinheitlich und für Verbraucher deshalb intransparent. Die Unterschiede zwischen der allgemeinen Pflichtkennzeichnung, den gesetzlichen Regelungen für bestimmte Lebensmittel und den freiwilligen Angaben, sind von Verbrauchern nur schwer zu durchschauen.
- Grundsätzlich dürfen Angaben auf Lebensmitteln nicht täuschen oder irreführen. Die Angabe des Ursprungslands oder des Herkunftsorts ist deshalb dann verpflichtend, wenn ohne diese Angabe eine Irreführung der Verbraucher über die tatsächliche Herkunft des Lebensmittels möglich wäre.

Pflichtkennzeichnung für verpackte Lebensmittel – wenig aussagefähig!

- Auf fertig verpackten Lebensmitteln müssen nur Name oder Firma und die Anschrift des Herstellers, des Verpackers oder des Verkäufers angegeben werden. Zweck dieser Vorschrift ist es, den Verantwortlichen für das Lebensmittel zu kennen. Für Verbraucher, die sich für die Herkunft des Lebensmittels - egal ob Herkunft der einzelnen Zutaten oder Herkunft des verarbeiteten Produktes - interessieren, ist diese Angabe oft wertlos. Sie ermöglicht ihnen nur, Kontakt mit dem Unternehmen herzustellen. Wenn Verbraucher dort gezielt nach der Herkunft fragen, haben sie jedoch keinen Rechtsanspruch auf eine solche Auskunft.

Gesetzliche Regelungen für bestimmte Lebensmittel – manchmal missverständlich!

- Eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung gibt es nur für wenige unverarbeitete Lebensmittel. Das betrifft Obst und Gemüse, Eier, Fisch, Fleisch, natives Olivenöl und Honig.
- Bei Obst und Gemüse muss, bis auf wenige Ausnahmen wie z.B. Bananen, das Ursprungsland angegeben werden. Die Angabe „Ursprungsland Deutschland“ ist vielen Verbrauchern jedoch zu ungenau, insbesondere dann, wenn mit „Region“ geworben wird.
- Der Erzeugercode auf dem Ei gibt eindeutig Auskunft über dessen Herkunft, allerdings verschlüsselt. Hinzu kommt, dass diese Nummer nicht mit der Packstellenummer auf dem Eierkarton übereinstimmen muss. So können durchaus Eier aus anderen Bundesländern oder EU-Staaten von einer Packstelle in Mecklenburg-Vorpommern verpackt werden. Will man also konkret die Herkunft des Eies wissen, muss man den Karton öffnen und den Erzeugercode entschlüsseln.
- Für verpacktes Fleisch von Schwein, Schaf, Ziege, Geflügel - frisch, gekühlt und gefroren - ist seit dem 1. April 2015 eine Herkunftsangabe verpflichtend. Auf dem Etikett erhält der Verbraucher die Information, in welchem EU-Land das Tier aufgezogen und in welchem es

geschlachtet wurde. Sobald diese Lebensmittel einer Be- oder Verarbeitung unterzogen wurden, ist eine Herkunftsangabe aber nicht mehr verpflichtend.

- Honig muss eine Angabe zur Herkunft tragen, die viele Verbraucher allerdings nicht zufrieden stellt. Es genügt z.B. die Angabe „Mischung von Honigen aus EU- und Nicht-EU-Ländern“. In Verbindung mit einer Aufmachung, die eine Herkunft aus bestimmten Regionen Deutschlands vermuten lässt, führt das immer wieder zu Missverständnissen und Ärger bei Verbrauchern.
- Für verpackte Bio-Produkte gibt es eine ähnliche Vorgabe zu den Herkunftsländern der Rohstoffe. Stammen alle Rohstoffe aus demselben Land, kann der Name dieses Landes angegeben werden, z. B. Spanien. Die Aussagekraft der Herkunftsangaben „EU“ oder „Nicht-EU“ ist sehr gering. Vor allem die Kennzeichnung „EU-/Nicht-EU-Landwirtschaft“ ist nicht hilfreich, da die Rohstoffe in dem Fall aus der ganzen Welt kommen können.

Freiwillige Angaben, deren Nutzung gesetzlich geregelt ist – oft unbekannt!

- Eine Orientierung kann der EU-weit geregelte Herkunftsschutz bieten. Die Zeichen sind allerdings nur wenigen Verbrauchern bekannt.

- Geschützte Ursprungsbezeichnung „g. U.“:
Dieses EU-Kennzeichen gibt eindeutig Auskunft über die Herkunft. Produkte, die dieses Logo tragen, müssen im festgelegten Gebiet nach bestimmten Kriterien erzeugt, verarbeitet und hergestellt werden. Ein Beispiel ist der „Allgäuer Emmentaler“ oder der „Parmaschinken“. Dieses Zeichen ist allerdings nur auf sehr wenigen Lebensmitteln zu finden.



Logo der geschützten Ursprungsbezeichnung (g. U.)

- Geschützte geografische Angabe „g. g. A.“:
Dieses Logo bedeutet, es muss lediglich eine Stufe der Produktion im genannten Gebiet stattfinden. So muss das Schweinefleisch für die „Thüringer Rostbratwurst“ nicht aus Thüringen stammen, sondern kann z.B. auch aus Dänemark kommen.



Logo für geschützte geografische Angabe g. g. A.

Freiwillige Angaben – für Verbraucher sehr undurchsichtig!

- Freiwillige Herkunftsangaben bieten den Verbrauchern nur unzureichende Informationen über die Herkunft. Die Kriterien für Namen, Siegel und Zeichen sind zu unterschiedlich. Für den Käufer ist ohne die Nutzung weiterer Informationsquellen, wie die Homepage der Hersteller, kaum ersichtlich worauf sich die Herkunftsangaben beziehen.
- Produkt- oder Firmennamen tragen häufig einen Ort oder eine Region im Wort, z.B. Eberswalder Fleischwaren. Meist ist unklar, ob es sich dabei um eine echte Herkunftsangabe handelt, z.B. dass die Produktion dort erfolgte oder die Rohstoffe dort erzeugt wurden. Während Verbraucher ein Wiener Schnitzel oder einen Berliner kaum mit den jeweiligen Städten in Verbindung bringen, sieht es bei einem Rügener Badejungen schon ganz anders aus.
- Als Gattungsbezeichnung gilt der Name eines Produktes, der sich zwar auf den Ort oder die Gegend bezieht, wo das betreffende Erzeugnis ursprünglich hergestellt wurde. Im

Laufe der Zeit ist diese Ortsangabe zur allgemein üblichen Bezeichnung für das Lebensmittel geworden. Beispiele hierfür sind das Pils oder die Standardkäsesorten Brie, Camembert oder Gouda.

- Hersteller können sich für Deutschland Marken schützen lassen. Jedoch gibt es nur bei wenigen Marken einen Zusammenhang mit der geografischen Herkunft des Produktes, wie es z. B. bei Frankfurter Würstchen der Fall ist. Auch hier bleibt dem Verbraucher nur die Möglichkeit, sich konkret zu jeder einzelnen Marke zu informieren.
- Beim Deutschen Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung (RAL) können auch geographische Bezeichnungen geschützt werden. Das bedeutet aber nicht, dass der Ort oder die Region, die in der Bezeichnung des Lebensmittels vorkommen, etwas mit den Zutaten oder der Verarbeitung zu tun haben müssen, wie z. B. bei der Rügenwalder Teewurst.

Das Regionalfenster – hilfreich, aber verbesserungswürdig!

- Ein so genanntes „Regionalfenster“ als freiwillige (regionale) Herkunftsangabe, welches mit einem Zertifizierungs- und Kontrollsystem verbunden ist, wird seit Januar 2014 bundesweit vergeben. Es ist zurzeit hauptsächlich auf unverarbeitetem Obst und Gemüse zu finden und vielen Verbrauchern noch unbekannt.
- Das „Regionalfenster“ ist als zusätzliches Informationsfeld vorgesehen, in dem die Herkunft der Zutaten deklariert wird. Das Informationsfeld besteht aus drei Bereichen: der Information über die Herkunft der Hauptzutat(en), dem Verarbeitungsort sowie bei zusammengesetzten Produkten dem Anteil der regionalen Zutaten in Prozent. Zusätzlich gibt es einem Hinweis auf die neutrale Überprüfung der Angaben.
- Im Regionalfenster muss die Region klar benannt werden und kleiner als Deutschland sein.
- Dem Regionalgedanken widerspricht sicher, wenn im Regionalfenster mehrere Bundesländer genannt werden und auch die 51-Prozent-Regel gibt Verbrauchern häufig Anlass zur Kritik.
- In den Regelungen des Regionalfensters gibt es keine Vorschriften, dass die regional erzeugten Produkte auch regional vermarktet werden müssen.



Wenn Produkte mit Regionalfenster aus Süddeutschland in Mecklenburg Vorpommern vermarktet werden, widerspricht dies dem Regionalgedanken vieler Verbraucher.

Regionalwerbung auf Produkten und im Lebensmittelmarkt – wenig aussagefähig!

- Im Supermarkt, auf dem Wochenmarkt, im Bioladen – überall finden sich Werbung, Plakate und Hinweise auf Lebensmittel „aus der Region“. Viele Hersteller oder Händler nutzen den Trend zu regionalen Lebensmitteln und werben mit Begriffen wie „Region“, „von Hier“, „Heimat“ oder „nah“, ohne diese Begriffe weiter zu definieren oder zu erklären.
- Für die Regionalangaben gibt es keine gesetzlichen Regelungen, weder für die Verwendung des Begriffes „Region“ noch für die Festlegung der Größe einer bestimmten

Region. Allerdings gilt auch hier der allgemeine Grundsatz, dass Täuschung und Irreführung verboten sind.

- Häufig zeigt sich, dass viele dieser derart beworbenen Lebensmittel alles andere als regional sind, sondern teilweise erhebliche Entfernungen zurückgelegt haben. Ein in einer bestimmten Region erzeugtes Produkt ist bei der Vermarktung in einer entfernten Region kaum noch als regionales Produkt zu bezeichnen, vor allen Dingen vor dem Hintergrund, dass sich Verbraucher von diesen Produkten eine besondere Frische und die Stärkung der regionalen Wirtschaft versprechen.

NOCH SCHWIERIGER WIRD ES FÜR DIE VERBRAUCHER, WENN SIE REGIONALE PRODUKTE KAUFEN. DASS SIE VERSTÄRKT ZU DIESEN PRODUKTEN GREIFEN WOLLEN, HAT DIE NICHT REPRÄSENTATIVE UMFRAGE DER VERBRAUCHERZENTRALE MV ZUM THEMA „REGIONALE LEBENSMITTEL“ AUF DER MELA 2017 BESTÄTIGT.

WELCHE ERWARTUNGEN HABEN VERBRAUCHER AN „REGIONALE LEBENSMITTEL“?

Insgesamt 132 Verbraucher (95 Frauen, 37 Männer) beantworteten die Fragen am Infostand der Verbraucherzentrale auf der MeLa 2017. Die Ergebnisse der Befragung im Einzelnen:

Regionalität – ein wichtiges Einkaufskriterium!

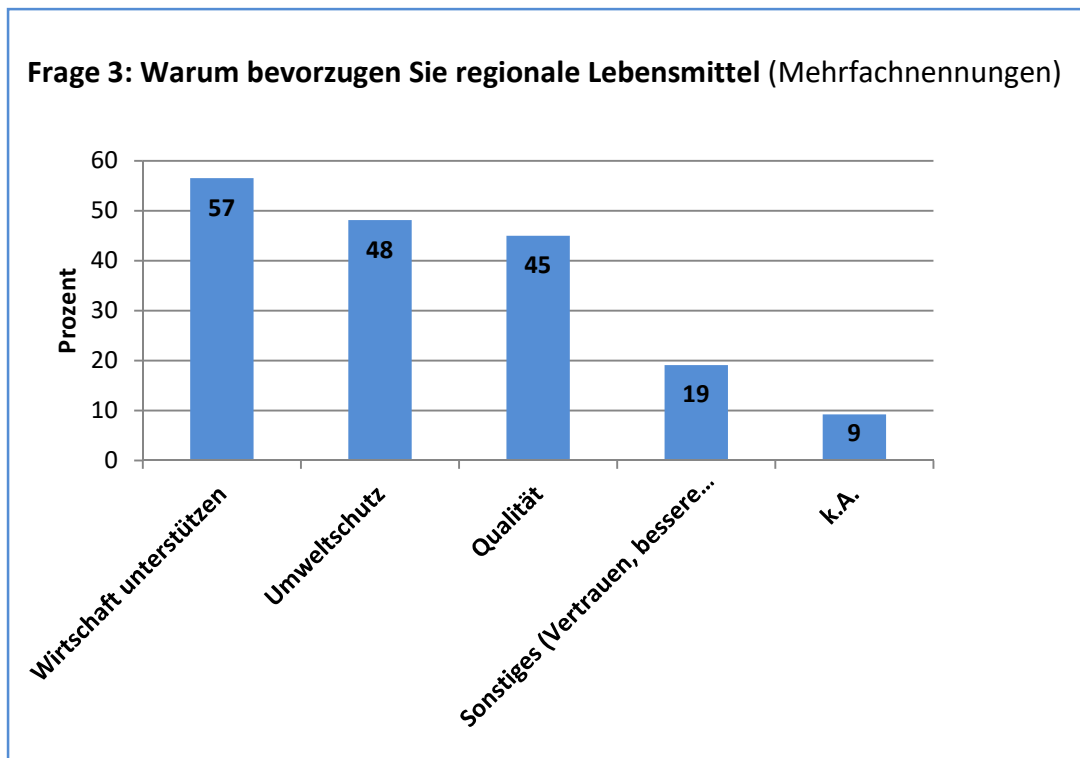
- 87 Verbraucher (65 %) gaben an, häufig Lebensmittel aus der Region zu kaufen, 44 Verbraucher kaufen manchmal regional.

Regionalität – vor allem bei Obst und Gemüse, aber auch bei Fleisch- und Wurstwaren und Milch und Milchprodukten wichtig!

- Die Wichtigkeit der regionalen Herkunft hängt von der Art des Lebensmittels ab.
- 80 % der Befragten halten Regionalität bei der Lebensmittelgruppe Obst und Gemüse für besonders wichtig. Für Fleisch- und Wurstwaren bzw. Milch und Milchprodukte entschieden sich 68 % bzw. 63 % der Befragten (Mehrfachnennungen möglich).

Unterstützung der regionalen Wirtschaft – meist genanntes Motiv!

- Die befragten Verbraucher möchten mit dem Kauf regionaler Lebensmittel vor allem die Wirtschaft in der Region unterstützen. Weiterhin gaben sie Umweltschutz (kurze Transportwege) und Qualität für die Auswahl regionaler Produkte an. Unter Qualität wurde das am meisten genannte Qualitätskriterium „Frische“ sowie weitere Nennungen wie „schmecken besser“ oder „gesünder“ zusammengefasst.



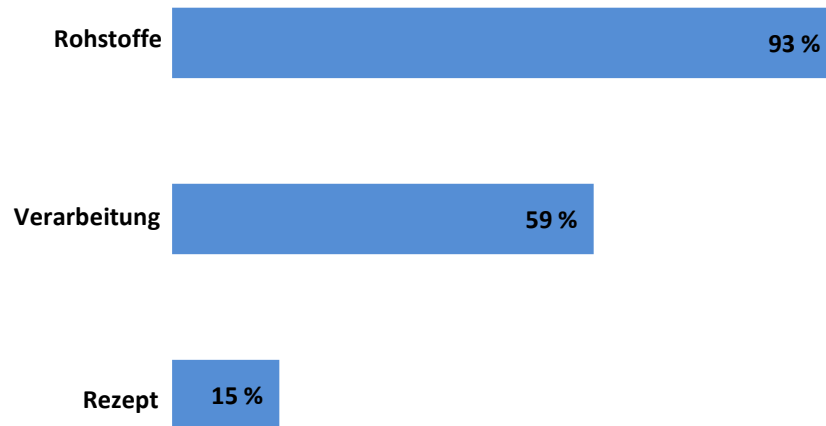
Region bedeutet für Viele das eigene Bundesland!

- Bei der Frage, „Was bedeutet für Sie „Region“ im Zusammenhang mit regionalen Lebensmitteln?“ gaben die meisten befragten Verbraucher (79 %) „Bundesland“ an. „Bestimmter Umkreis um einen Ort“ gaben 41 % und „Mehrere Bundesländer“ 15 % der befragten Verbraucher an (ein Teil der Befragten wählte bei dieser Frage mehrere Antworten aus).

Rohstoffe sollen aus der Region stammen

- Den wenigsten Befragten genügt es, wenn nur das Rezept eines als regional beworbenen Produktes aus der genannten Region stammt. Stattdessen ist es fast allen Befragten wichtig, dass die verwendeten Rohstoffe aus der Region kommen, gefolgt von dem Kriterium, dass die Verarbeitung in dieser Region erfolgt.
- Bei dieser Frage gab ein Großteil der befragten Verbraucher mehrere Antworten. Bei Denjenigen, die sich nur für eines der drei Kriterien entschieden haben, wird die Bedeutung der Regionalität der Rohstoffe besonders deutlich: 49 Verbraucher kreuzten nur ein Kriterium an, davon 44 mal Rohstoffe, viermal Verarbeitung und einmal Rezept.

Frage 5: Welches Kriterium ist Ihnen am Wichtigsten, wenn mit „regional“ geworben wird? (Mehrfachnennungen)



Fazit:

- Verbraucher wollen sich bewusst für regionale Lebensmittel entscheiden.
- Die regionale Herkunft der Rohstoffe ist ihnen dabei besonders wichtig.
- Bei der Auswahl regionaler Produkte geht es Verbrauchern vor allem um die Unterstützung der regionalen Wirtschaft, kurze Transportwege und Frische.

In die gleiche Richtung wie die Ergebnisse der Befragung der Verbraucherzentrale MV gehen die Ergebnisse deutschlandweiter repräsentativer Befragungen zum Kauf regionalen Lebensmitteln.

WIE ALLTAGSTAUGLICH SIND DER WUNSCH BZW. DIE EMPFEHLUNG, REGIONALE PRODUKTE IN SUPERMÄRKTEN UND DISCOUNTERN EINZUKAUFEN?

REGIONAL EINKAUFEN – EIN PRAXISTEST

Wenig zusätzliche Informationen zu regionalen Produkten in Angebotsflyern



Viele Siegel, Logos, Sprüche: intransparente Informationen auf Produkten, auf Internetseiten, im Handel und an den Regalen



Unterschiedliche, intransparente, unkonkrete Angaben zur Region auf den Internetseiten

verbraucherzentrale Mecklenburg-Vorpommern

Was genau bedeutet „Region“ für die Handelsketten?

Aus Ihrer Region für Ihre Region

Rohstoffe aus der Region

Die Produkte stammen ausschließlich aus unserem Absatzgebiet, also aus Schleswig-Holstein, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern und dem nördlichen Niedersachsen. Sie werden von unseren regionalen Vertragslieferanten in unsere drei Logistikzentren Neumünster, Zarrentin und Malchow geliefert, die im "Herzen" unseres Absatzgebietes liegen.

Unsere lokalen Produzenten.

Produkte aus einem Umkreis von maximal 40 km

Regionale Lebensmittel

Zu Hause schmeckt's am besten!

Wir fühlen uns der Heimat verbunden: Den Menschen, der Landschaft und natürlich auch dem Geschmack der heimischen Produkte. Deshalb sorgen wir dafür, dass Sie bei real heimische Spezialitäten von verlässlichen Herstellern aus Ihrer Region kaufen können.

???

Wissenswertes
Regionale Produkte – was genau

Gemüse, Obst, Molkereiprodukte, Wurstspezialitäten, Backwaren, Mineralwasser, Wein oder Bier: Die Liste an regional erzeugten Produkten aus unserem Sortiment ist lang. Wie Bezeichnung bereits verrät, stammen sie von Erzeugern aus Ihrer Heimat.

Lokalität statt Regionalität.

Wir bieten unseren Kunden ein deutschlandweit einzigartiges Angebot an lokalen Produkten. Und wir meinen lokal ernst, denn hier ist ein Radius von maximal 20 km um jeden unserer Märkte gemeint! Davon partizipieren nicht nur Sie als Geniesser, sondern auch die örtliche Landwirtschaft. Das schmeckt uns.

VERBRAUCHER ERWARTEN FÜR DIE ZUKUNFT, DASS BEI REGIONALEN VERSPRECHEN VERPFLICHTEND KLAR UND DEUTLICH ANGEGEBEN WIRD, WIE GROß DIE REGION IST, OB AUS DIESER REGION DIE ROHSTOFFE KOMMEN UND / ODER OB HIER DIE VERARBEITUNG STATTGEFUNDEN HAT ODER OB NUR DAS REZEPT AUS DER REGION STAMMT.

Bei Bezeichnungen wie Verbraucher oder Konsument meint die gewählte Formulierung ausdrücklich beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichteren Lesbarkeit die männliche steht.