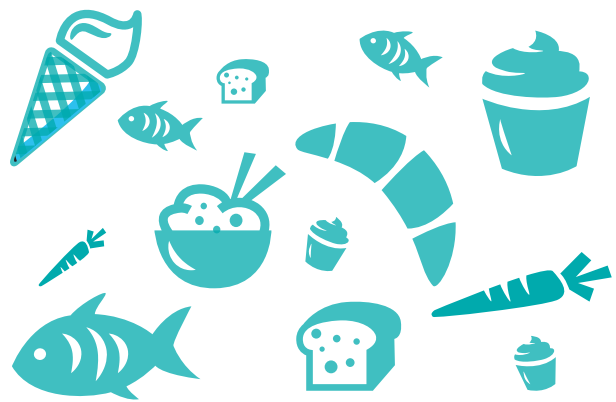


REGIONALE LEBENSMITTEL: ZWISCHEN ERWARTUNGSHALTUNG UND REALITÄT

Die regionale Herkunft von Lebensmitteln ist laut Umfragen für mehr als die Hälfte der Menschen beim Einkauf wichtig.¹ Regionalität ist damit eine hoch emotional besetzte Eigenschaft. Wirklich überprüfen können das die Kunden im Supermarkt nur schwer. Für den Handel ist Regionalität ebenfalls von zentraler Bedeutung und rangiert hinter dem Kostendruck auf Rang zwei der wichtigsten Themen. Die Unschärfe des Begriffes „Region“ macht sich der Handel deswegen zunutze. Mit Begriffen wie „Heimat“ oder „von hier“ werden Produkte, die vermeintlich aus der Region stammen, emotionalisiert. Es gibt eine Vielzahl an Begriffen und werblichen Aussagen, die jedoch unterschiedlich belastbar sind und am Point of Sale häufig nicht transparent zeigen, was am Produkt „regional“ ist. Für Kunden mündet das nicht selten im Wirr-Warr, das immer wieder die Frage hinterlässt:

Sind die Rohstoffe, der Herstellungsprozess, die Rezeptur oder nur der Markenname regional?

! Aus wissenschaftlicher Sicht werden als regionale Lebensmittel solche verstanden, deren Herkunft geografisch verortet und eingegrenzt werden kann. Allerdings gibt es keine gesetzliche Definition des Begriffes der „Region“. Dementsprechend ist auch nicht gesetzlich vorgegeben, ob die mit Regionalbezug beworbenen Lebensmittel beispielsweise aus einem bestimmten Umkreis stammen müssen, wie hoch der Anteil an Zutaten aus der Region sein muss, ob das Lebensmittel auch in der entsprechenden Region hergestellt und verpackt werden muss usw.. Diese Fragen müssen vielmehr mithilfe des allgemein geltenden Irreführungsverbot es beantwortet werden.



DIE VERBRAUCHERZENTRALE SACHSEN EMPFIEHLT:

Regionale Lebensmittel müssen **transparent** und für Verbraucher **nachvollziehbar** gekennzeichnet sein und vom **Kontrollsystem** effektiv überwacht werden.

Monoprodukte mit Regionalwerbung: 100 Prozent der landwirtschaftlichen Rohstoffe müssen aus der jeweils definierten Region stammen bzw. dort erzeugt sein. Bei Monoprodukten mit Gewürzen oder geschmacksgebenden Zutaten dürfen diese nicht mehr als 5 Prozent ausmachen.

Rezeptur und Herstellung: Der regionale Bezug sollte auf dem Etikett zusammen mit der Bezeichnung ausgewiesen werden. Beispiel: „Schwarzwälder Schinken: auf traditionelle Art im Schwarzwald geräuchert“

Regionalkennzeichnung: Bei einer Kennzeichnung als „regionales Produkt“ müssen Rohstoffherzeugung, Verarbeitung und Herstellung in der genannten geografischen Region erfolgt sein, die auf der Verpackung genannt ist.

Werbung mit der Region: In der Werbung auf Flyern, Wurfungen, in Printanzeigen, Fernsehwerbung, im Internet etc. zur regionalen Herkunft von Lebensmitteln muss zwingend die betreffende Region genannt werden, aus der die beworbenen Produkte stammen.

Verarbeitete und zusammengesetzte Produkte: Eindeutige Angaben, auf welche wertgebende Zutat sich die Regionalkennzeichnung bezieht, müssen eingehalten werden. Beispiel: „Vogtländische Kartoffelklöße mit Kartoffeln aus Sachsen“.

Kontrolle der regionalen Herkunftsangaben: Eine unabhängige und obligatorische, effektive Kontrollinstanz, die die wirksame Sanktion von Verstößen inkludiert, ist dringend notwendig.

verbraucherzentrale

Sachsen

Bei Lebensmitteln, die mit regionaler Herkunft werben, muss die Kennzeichnung nachvollziehbar darstellen, welcher Teil der Produktion aus der Region stammt. Das ist derzeit nicht der Fall. Sinnvoll ist es deshalb, ein rechtlich verbindliches System zu schaffen, damit Täuschung und Irreführung vermieden und bewusste Kaufentscheidungen getroffen werden können. Weder die bestehenden gesetzlichen Regelungen, beispielsweise das Irreführungsverbot, das Markengesetz oder geschützte geografische Angaben, noch die unterschiedlichen Gütezeichen der Bundesländer reichen aus, um einen transparenten und nachvollziehbaren Einkauf regionaler Produkte zu ermöglichen.

BESTEHENDE KENNZEICHNUNGEN UNZUREICHEND

Gesetzliche Herkunftskennzeichnung

Die gesetzlichen Kennzeichnungen bleiben auf der Ebene des Herkunftslandes für einzelne unverarbeitete Lebensmittel. Dazu zählen frisches Obst, Gemüse, Kartoffeln, Fleisch, Eier. Bei Bioprodukten darf die Angabe noch großzügiger bemessen werden: Es reicht die Unterscheidung zwischen EU- und Nicht-EU-Herkunft. In der breiten Angebotspalette der verarbeiteten Lebensmittel sind diese Produkte jedoch wie ein Tropfen auf den heißen Stein.

Europäische Union

Rechtliche Regelungen für die Angabe kleinerer Regionen existieren aktuell nur in sehr geringem Umfang. Hierzu zählen die EU-Gütezeichen.

- Geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.), bei der Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung in einem bestimmten geografischen Gebiet nach einem anerkannten und festgelegten Verfahren erfolgen müssen
- Geschützte geografische Angabe (g.g.A.), bei der mindestens eine Produktionsstufe, wie Erzeugung, Verarbeitung oder Herstellung in einem bestimmten Herkunftsgebiet stattfinden

Bundesländer

Einige Bundesländer haben eigene Ländergütezeichen entwickelt. Sie weisen einerseits auf die Herkunft dieser Produkte hin. Andererseits stellen sie auch zusätzliche Qualitätsanforderungen über den gesetzlichen Standard hinaus. Die Kriterien dieser Zeichen variieren. Für Verbraucher sind die Ländergütezeichen in Hinblick auf die Herkunft eine Orientierung. Über die konkreten Kriterien muss man sich jedoch Zeichen für Zeichen immer wieder neu informieren. In Sachsen wird kein Regionalzeichen vergeben.

Gemäß Markengesetz können Anbieter geografische Bezeichnungen als Marke schützen lassen. Es gibt dabei jedoch keine verbindlichen Regeln, die vorgeben, dass bestimmte Produktionsschritte in der Region stattfinden müssen. Diese Marken dienen daher nicht der Informativon, sondern führen oft zu Fehleinschätzungen.

Privatrechtlich

Daneben gibt es zahlreiche definierte Zeichen, die auf freiwilliger und privatrechtlicher Grundlage basieren. Ein prominentes Beispiel dafür ist das Regionalfenster, bei dem

DATEN UND FAKTEN



Für die Mehrheit der deutschen Verbraucher ist Regionalität das wichtigste Entscheidungsmerkmal beim Lebensmitteleinkauf (Eigenauskunft)².



Verbraucher erwarten die Fertigung des Endproduktes in der Region. Die Landwirtschaft nur in den Fällen, in denen dies auch möglich erscheint.



Ortsbezeichnungen sind für Verbraucher keine unbestimmten Werbebegriffe. Sie stehen vielmehr eindeutig für regionale Rezepturen und Produktidentitäten. Die Erwartung, dass auch Teile der Produktion in der angegebenen Region stattfinden, ist produktspezifisch sehr unterschiedlich ausgeprägt.

¹ FNL, 2011

² Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: Einkaufs- und Ernährungsverhalten in Deutschland, TNS-Emnid-Umfrage des BMEL, 2014.