



Dr. Christina Rempe

Herkunftskennzeichnung bei Lebensmitteln – leichter gesagt als getan

Für viele Verbraucher steht Regionalität für Nachhaltigkeit. Im Sinne einer bewussten Kaufentscheidung sollen eine gesetzlich verbindliche Herkunftskennzeichnung und konkrete Leitplanken für die Regionalwerbung eine mögliche Irreführung des Käufers ausmerzen und für mehr Transparenz sorgen.

Zu einer sachgerechten Kaufentscheidung zählt für viele Menschen auch das Wissen um die Herkunft von Lebensmitteln. Das zum einen, weil lange Transportwege von Rohwaren und Fertigerzeugnissen enorme Umwelt- und Klimabelastungen bedeuten, zum anderen, weil mit einer „enträumlichten“, oft über viele Standorte verteilten Lebensmittelproduktion Qualität und Sicherheit von Produkten immer schwieriger nachvollziehbar sind. Dieser Umstand gibt betrügerischen Machenschaften Raum, wie der Nachweis nichtdeklarierten Pferdefleisches in Fertiglernsmitteln im Jahr 2013 beispielhaft verdeutlicht. Sicher vermag eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung allein Betrug nicht verhindern. Dennoch schaffen Informationen über die Herkunft von Lebensmitteln Vertrauen.

Der Begriff „Herkunft“ beschreibt, wo etwas herkommt, im soziokulturellen, genetischen oder räumlichen Sinn. Etymologisch betrachtet gilt der Begriff „Ursprung“ als synonym. Die Herkunft eines Lebensmittels im Sinne seines geografischen Ursprungs klar zu benennen ist schwierig, denn der Begriff ist unscharf: Ob mit entsprechenden Werbebotschaften der Produktionsort oder ein Prozessschritt gemeint ist, die Herkunft einzelner oder aller Rohstoffe oder allein die geografische Verortung einer Rezeptur, erschließt sich aus den Angaben oft nicht und wird von Fall zu Fall verschieden sein. So erstrecken sich

heute die einzelnen Schritte der Fleischgewinnung (Geburt, Mast, Schlachtung und Zerlegung) in der Regel auf mehrere Standorte. Milch, Getreide oder anderes Schüttgut wird oft über Ländergrenzen hinweg zusammengeführt. Und die einzelnen Zutaten zusammengesetzter Lebensmittel stammen nicht erst seit heute aus aller Herren Länder. Je mehr Zutaten und je mehr Schritte die Produktion eines Lebensmittels also umfasst, desto schwieriger ist es, seine Herkunft eindeutig zu benennen.

Der Herkunftsbegriff im Zollrecht

Das Zollrecht definiert Kriterien, wann ein Lebensmittel als „Ursprungsware eines Landes“ gilt. Hintergrund dieser Definition ist die Erhebung von Import- und Exportabgaben, die beim Warenverkehr zwischen den EU-Mitgliedstaaten und Drittländern anfallen. Ein Lebensmittel gilt als „Ursprungsware eines Landes“, wenn es vollständig in dem betreffenden Land gewonnen oder hergestellt wurde. Hat die Herstellung in mehreren Ländern stattgefunden, bestimmt das Zollrecht dasjenige Land als Ursprungsland, in dem die Ware den „letzten wesentlichen und wirtschaftlich gerechtfertigten Be- oder Verarbeitungsschritt“ erfahren hat (VO (EWG) 2913/92 des Rates vom 12.10.1992 zur Festlegung des Zollkodex der Gemeinschaften (ABl. L 302/1 vom 19.10.1992, Art. 24). Dabei muss ein neues Erzeugnis entstanden oder eine bedeutende Herstellungsstufe durchlaufen worden sein. Das Räuchern eines Schinkens etwa gilt als „bedeutende Herstellungsstufe“, Mischen, Sortieren, Abfüllen und Verpacken als „Minimalbehandlung“ dagegen nicht (Meyer 2014).

Herkunftsinformationen am Beispiel Fleisch

Geht es um die Herkunftskennzeichnung von Lebensmitteln zur besseren Verbraucherinformation, gibt es ganz ähnliche Überlegungen. Angesichts gängiger Beschaffungs- und Produktionsmodalitäten erscheint es fraglich, ob mit einer einheitlichen, gesetzlich verbindlichen Herkunftskennzeichnung tatsächlich die gewünschte Transparenz am Markt erzielbar ist. Das verdeutlicht beispielhaft die neue Pflichtkennzeichnung für frisches Fleisch nach der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 betreffend die Information der Verbraucher vom 25. Oktober 2011 (Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) (ABl. 304/26 vom 22.11.2011)). Denn unweigerlich entfallen beim Erlass allgemeingültiger, gesetzlicher Verpflichtungen Teilinformationen über die Produktionskette – aus finanziellen oder praktischen Erwägungen oder mit dem Argument, die Information sei für die Kaufentscheidung nicht relevant. Artikel 26 Absatz 2 Buchstabe b LMIV verpflichtet dazu, bei vorverpacktem frischem Fleisch von Schwein, Schaf, Ziege und Geflügel seit 1. April 2015 das Ursprungsland oder den Herkunftsort anzugeben. Als Herkunftsort gilt dabei eine im Vergleich zum Land kleinere örtliche Einheit, etwa eine Stadt oder eine Region. Konkretere Vorgaben finden sich in der Durchführungsverordnung (EU) 1337/2013 der Kommission vom 13. Dezember 2013 (mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EU) 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates hinsichtlich der Angabe des Ursprungslandes/Herkunftsortes von frischem, gekühltem oder gefrorenem Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Geflügelfleisch (ABl. L 335/19 vom 14.12.2013)). Diese lehnen sich im Grundsatz an die bereits seit 2000 bestehenden Regelungen zur Herkunftskennzeichnung von Rindfleisch an, weichen jedoch in einzelnen Punkten von diesen vergleichsweise strengen Vorgaben ab. So müssen bei Fleisch von Schwein, Schaf, Ziege und Geflügel künftig der Ort der Schlachtung, die Partie und die Pflichtangabe „Aufgezogen in: [Name des Mitgliedstaates/Drittlandes]“ auf dem Etikett stehen, nicht aber – wie bei Rindfleisch – der Geburtsort der Tiere. Was im Einzelfall als Ort der Aufzucht gilt, hängt von Tierart, Alter und Gewicht des Tieres vor der Schlachtung ab. So ist beispielsweise der Aufzuchtort eines Schweines, das im Alter von zehn Monaten geschlachtet wird und die letzten vier Monate seines Lebens in Deutschland verbracht hat, Deutschland – selbst wenn es den größeren Teil seines Lebens in einem anderen Land lebte. Weitere Sonderregelungen betreffen etwa die Kennzeichnung von Hackfleisch der genannten Tierarten: Hier genügt die Angabe, dass das Fleisch von Tieren stammt, die „in der EU“ oder „außerhalb der EU“ aufgezogen und geschlachtet wurden – für Rinderhackfleisch gelten dagegen dieselben Vorgaben wie bei gewachsenem Rindfleisch. Die EU-Kommission begründet den Verzicht auf Teilinformationen mit der finanziellen Mehrbelastung von Unternehmen und Behörden, die sich schließlich auch im Verkaufspreis der Erzeugnisse niederschlagen würden. Auch habe eine eigens beauftragte Studie ergeben, dass der Verbraucher insbesondere am Aufzuchtort der Tiere

interessiert sei (Erwägungsgrund 1 der Durchführungsverordnung). Diese Argumentation ist nachvollziehbar, erweckt allerdings Kritik, unter anderem vom Europäischen Parlament. In einem rechtlich unverbindlichen, in seiner Aussage aber beispiellosen Entschließungsantrag vom 29. Januar 2014 fordert das Parlament die Kommission auf, ihre Durchführungsbestimmungen zur Herkunftskennzeichnung zu überarbeiten, da sich der Verbraucher so kein umfassendes Bild zur Herkunft des Fleisches machen könne (www.europarl.europa.eu/news/de/news-room/content/20140205IPR35028/html/Country-of-origin-labelling-rules-for-pigs-and-poultry-need-beefing-up-say-MEPs).

Etablierte Herkunftsregelungen

Für einige Lebensmittelgruppen ist die Angabe ihrer Herkunft seit langer Zeit Pflicht, etwa für Rindfleisch (BSE-Krise) sowie für Obst und Gemüse, Olivenöl oder Eier. Bei Eiern ist vor allem die Absatzförderung landwirtschaftlicher Erzeugnisse Zweck der Pflichtangabe (Erwägungsgrund 49 der Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 des Rates vom 22.10.2007 über eine gemeinsame Organisation der Agrarmärkte (ABl. L 299/1 vom 16.11.2010)). Davon abgesehen steht es jedem Hersteller frei, eindeutige und richtige Angaben über die Herkunft seiner Erzeugnisse zu machen. Missverständliche und unwahre Informationen fallen grundsätzlich unter den Tatbestand der Irreführung und sind verboten. Das hat den europäischen Gesetzgeber jedoch nicht daran gehindert, Kennzeichnungsregelungen zu erlassen, die den Verbraucher täuschen könnten. So gibt es seit 1992 auf europäischer Ebene den gesetzlichen Schutz der Bezeichnungen „geschützte geografische Angabe“ und „geschützte Ursprungsbezeichnung“ (mittlerweile geregelt über die Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21.11.2012 über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel (ABl. L 343/1 vom 14.12.2012)). Beim Erlass dieser Regelungen stand die Absatzförderung landwirtschaftlicher Erzeugnisse im Vordergrund, doch sollte auch das steigende Verbraucherinteresse an Lebensmitteln mit geografischer Herkunft bedient werden. „Aufgrund der be-

Rindfleischkennzeichnung

Jedes Stück Rindfleisch, egal ob vorverpackt oder lose, muss folgende Angaben tragen:

- Referenznummer/Code: ...
- Geboren in: ...
- Gemästet in: ... oder aufgezogen in: ...
- Geschlachtet in: ... Zulassungsnummer des Schlachthofs: ...
- Zerlegt in: ... Zulassungsnummer des/der Zerlegungsbetriebe/s

Erfolgt Geburt, Mast und Schlachtung in demselben Land, darf es vereinfacht „Herkunft: ...“ gefolgt vom Namen des EU-Mitgliedstaates oder Drittstaates. Die Zerlegung fällt definitionsgemäß nicht unter den Begriff der Herkunft und muss daher gesondert ausgewiesen werden.

Bestehende gesetzliche Pflichten zur Herkunftskennzeichnung

Für folgende Lebensmittelgruppen gibt es gesetzliche Vorschriften zur Herkunftskennzeichnung. Auch hier ist der Herkunftsbegriff unterschiedlich weit gefasst – teilweise muss das Herkunftsland angegeben werden, teilweise reicht die Angabe „EU“ oder „Nicht-EU“.

- Rindfleisch: VO (EG) Nr. 1760/2000
- Honig: RL 2001/110/EG, umgesetzt in die nationale HonigV
- Eier: VO (EG) Nr. 589/2008 mit Durchführungsbestimmungen zur VO (EG) Nr. 1234/2007
- Obst und Gemüse: VO (EG) Nr. 543/2011 mit Durchführungsbestimmungen zur VO (EG) Nr. 1234/2007
- Fisch: VO (EG) Nr. 404/2011 mit Durchführungsbestimmungen zu der VO (EG) Nr. 1224/2009
- Natives Olivenöl: VO (EG) Nr. 29/2012
- Geflügelfleisch aus Drittländern: VO (EG) Nr. 543/2008
- Bio-Lebensmittel: VO (EG) Nr. 834/2007

stehenden Gepflogenheiten“ (Erwägungsgründe der VO (EGW) Nr. 2081/92) legte man zwei verschiedene Kategorien von geografischen Angaben fest: die geschützte geografische Angabe („g. g. A.“) und die geschützte Ursprungsbezeichnung („g. U.“).

Bezeichnungsschutz mit unklarer Herkunftsaussage

Um diese geschützten Bezeichnungen nutzen zu können, müssen Hersteller nachweisen, dass ein Zusammenhang zwischen den Eigenschaften und der geografischen Herkunft des Produkts besteht. Im Fall der „g. g. A.“ (**Abb. 1a**) muss sich dieser nicht über die gesamte Wertschöpfungskette erstrecken. Hier reicht ein Verarbeitungsschritt in dem genannten Gebiet. Der Schutz kann für Lebensmittel gelten, die dort ein spezielles Renommee genießen. Ein konkreter und objektiv messbarer geografischer Bezug zu Zusammensetzung und Herstellung ist nicht gefordert. Die „g. g. A.“ ist folglich nicht als Herkunftskennzeichnung im engeren Sinne zu verstehen. Anders die „g. U.“ (**Abb. 1b**): Sie wird nur für Produkte vergeben, die in einem bestimmten geografischen Gebiet nach einem anerkannten Verfahren erzeugt, hergestellt und verarbeitet wurden. Das ist beispielsweise bei „Allgäuer Emmentaler“ der Fall, der nur in den Allgäu-



Abbildung 1a: Das Logo „g. g. A.“



Abbildung 1b: Das Logo „g. U.“

er Alpen im Landkreis Lindau am Bodensee, Oberallgäu, Ostallgäu, Unterallgäu, Ravensburg und Bodensee sowie den Städten Kaufbeuren, Kempten und Memmingen hergestellt werden darf. Auch die für die Herstellung benötigte Milch muss aus dem genannten Gebiet stammen.

Neun deutsche Produkte tragen bis dato die Angabe „g. U.“, 65 Produkte die Bezeichnung „g. g. A.“, darunter der viel kritisierte „Schwarzwälder Schinken“, dessen Rohware nicht zwingend aus dem Schwarzwald stammen muss. Die Kritik verwundert angesichts der Bedeutung von Herkunftsangaben wenig. Darüber hinaus sind sich sowohl Begrifflichkeiten als auch Logos zum Verwechseln ähnlich (vgl. **Abb. 1a** und **1b**).

Fließende Grenzen zwischen Herkunfts- oder Gattungsbezeichnungen

Ob die Bezeichnung eines Lebensmittels nach dem europarechtlichen System überhaupt geschützt werden kann, hängt wesentlich davon ab, ob sie innerhalb der EU nicht schon als allgemein üblicher Name (Gattungsbezeichnung) bekannt ist. Das zu beurteilen, ist mitunter aufwendig, wie der Rechtsstreit um die Bezeichnung „Feta“ beispielhaft verdeutlicht: 2002 registrierte die EU-Kommission „Feta“ als geschützte Ursprungsbezeichnung für einen in einer bestimmten Region Griechenlands hergestellten, in Salzlake gereiften Weichkäse auf Schafs- oder Ziegenmilchbasis. Deutschland und Dänemark beantragten, den Schutz für nichtig zu erklären, da Weißkäse in Salzlake schon seit langem nicht nur in Griechenland hergestellt werde. „Feta“ sei eine Gattungsbezeichnung geworden und könne europarechtlich nicht geschützt werden. Das lehnte der Europäische Gerichtshof mit Urteil vom 25. Oktober 2005 ab (*Rs. C-465/02, C-466/02*). Damit darf die Bezeichnung „Feta“ nur für einen Käse verwandt werden, dessen gesamte Wertschöpfung in einem bestimmten Gebiet Griechenlands erfolgt.

Heute gibt es unzählige Beispiele für Bezeichnungen, die als Hinweis auf die Herkunft verstanden werden könnten, letztlich aber traditionell verwandt werden und somit für eine bestimmte Rezeptur oder sonstige besondere Qualität eines Lebensmittels stehen. Die meisten davon allerdings sind den Verbrauchern so in Fleisch und Blut übergegangen, dass sie sie gar nicht als Herkunftsbezeichnung verstehen, etwa Hamburger, Wiener Schnitzel, Pils, Camembert, Gouda oder Brie.

Das „Frankfurter Würstchen“ ist jedoch eine echte Herkunftsangabe, wie der Zehnte Zivilsenat des Kammergerichts in Berlin 1929 offiziell feststellte. Das Urteil wurde im Jahr 1955 vom BGH als rechtskräftig bestätigt. Einen Schutz als „g. U.“ genießt das „Frankfurter Würstchen“ nicht (www.ghk-neu-isenburg.de/forschung06.php).

„Nürnberger Rostbratwürstchen“ dagegen wurden 2003 von der EU-Kommission als „g. g. A.“ registriert und damit in eine qualifizierte Herkunftsangabe zurückverwandelt (VO (EG) Nr. 1257/2003 vom 15.07.2003) (*AbI. EU L 177/3 vom 16.7.2003*).

Mögliche Täuschungen durch Herkunftsangaben ausgeräumt

Auch wenn die geschützten Bezeichnungen „g. g. A.“ und „g. U.“ von den Regelungen der LMIV unberührt bleiben (Meyer 2014, 68), muss nach Artikel 26 Absatz 2 Buchstabe a LMIV die Herkunft in den Fällen explizit genannt werden, in denen der Verbraucher irregeführt werden könnte, beispielsweise beim „Warsteiner Bier“, das nicht in Warstein, sondern in Paderborn gebraut wird. Hier muss der tatsächliche Brauort genannt werden. Die LMIV bestätigt diese Pflicht letztlich nur formalgesetzlich. Sie besteht im Grundsatz seit jeher. Neu ist dagegen die Regelung nach Artikel 26 Absatz 3 LMIV: Eine „Pizza Salami“, die mit deutscher Salami hergestellt wurde, könnte aufgrund der Abbildung einer italienischen Flagge den Eindruck erwecken, auch die Salami käme aus Italien. Sie müsste daher einen Hinweis tragen wie „Die Salami kommt nicht aus Italien“ oder „mit deutscher Salami“. Bei den zu nennenden „primären Zutaten“ handelt es sich laut Begriffsbestimmung in Artikel 2 Absatz 1 lit. q LMIV entweder um solche, die mehr als 50 Prozent des Erzeugnisses ausmachen oder um Zutaten, „für die in den meisten Fällen eine mengenmäßige Angabe vorgeschrieben ist“. Hier wird Bezug auf die QUID-Regelung genommen: Zutaten müssen aufgrund ihrer werblichen Hervorhebung mengenmäßig im Zutatenverzeichnis aufgeführt sein. Diese Pflicht war Ende der 1990er-Jahre in das europäische Kennzeichnungsrecht eingegangen und hatte zunächst große Schwierigkeiten bei ihrer praktischen Anwendung ausgelöst. Heute ist die Anwendung der Regelung weitgehend etabliert. Da verwundert es, dass sich der europäische Gesetzgeber bei der Definition der primären Zutat nicht gänzlich auf das gut passende und etablierte System stützt. Es könnte Herstellern die Kennzeichnung und Verbrauchern die Information erleichtern.

Mehr Klarheit dank Regionalwerbung?

Lebensmittel, die Hinweise auf eine regionale Herkunft tragen, scheinen auf den ersten Blick eine ortsnahe Erzeugung und geringe Transportwege zu bedeuten und damit Vertrauen zu schaffen. Doch ähnlich der allgemeinen Herkunftskennzeichnung, die sich meist auf Länder bezieht, steckt auch hier der Teufel im Detail. Denn schon der Begriff „Region“ lässt sich inhaltlich nur schwer fassen und wirft als erstes die Frage nach der räumlichen Ausdehnung des benannten Gebietes auf. Dass diese von Fall zu Fall sehr unterschiedlich ist, zeigen Umfragen, etwa der Stiftung Warentest (Abb. 3). Zudem ist unklar, ob sämtliche Zutaten aus der benannten Region stammen müssen, ob allein eine bestimmte Rezeptur Regionalität begründen kann oder ob der Vertrieb nur regional erfolgen sollte.

Welche Irritationen und Missverständnisse sich speziell um die regionale Herkunft von Lebensmitteln ranken, zeigen beispielhaft die Ergebnisse des Ökobarometers 2013: Als wichtigsten Grund für den Kauf von Bio-Lebensmitteln nennen 87 Prozent der Befragten zum ers-

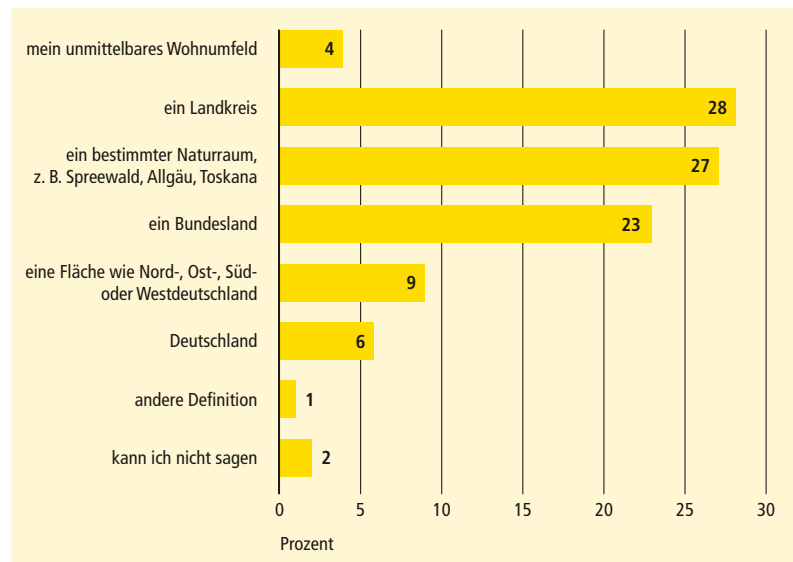


Abbildung 3: Antworten auf die Frage: „Was ist für Sie eine Region?“ [repräsentative Umfrage (bundesweit) im Auftrag der Stiftung Warentest im Juni/Juli 2012, n = 1000, 16 bis 64 Jahre]

ten Mal die regionale Herkunft – und das, obwohl diese nach geltender Rechtslage kein verbindliches Kriterium der ökologischen Produktionsweise ist und sich selbst die privatrechtlichen Standards der Öko-Anbauverbände in diesem Punkt bedeckt halten. Historisch betrachtet erweist sich die Assoziation „bio = regio“ jedoch plausibel. Schließlich waren noch vor rund 25 Jahren die üblichen Vertriebswege für ökologisch erzeugte Lebensmittel Wochenmärkte, der Ab-Hof-Verkauf oder einzelne kleine Naturkostläden. Möglicherweise hat sich das in den Köpfen vieler Verbraucher weit mehr verankert als der Umstand, dass die ökologisch bewirtschaftete Fläche Deutschlands längst nicht in dem Maße wächst wie die Konsumentennachfrage nach Bio-Lebensmitteln (www.boelw.de/uploads/media/pdf/Themen/Argumentationsleitfaden/Bio-Argumente_BOELW_Auflage4_2012_02.pdf) und folglich ein Großteil des Angebots Importware sein muss.

Regionale (Siegel-)Vielfalt sorgt für Verwirrung

Über die Jahre haben sich zahlreiche privatrechtliche Standards und Siegel zur Regionalwerbung etabliert – angefangen bei kleinen, oft im ländlichen Raum angesiedelten Direktvermarktungsinitiativen, staatlich geförderten Siegeln der Bundesländer bis hin zu Handelsmarken von Supermärkten und Discountern. Und genau mit dem ubiquitären Angebot an „Regionalware“ fing das Dilemma mangelnder Information oder etwaiger Täuschung an: Je mehr unterschiedliche Regional-Standards und -Label sich im Lebensmittelhandel finden, desto vielfältiger werden die Festlegungen darüber, was der Begriff „Region“ meint, welche konkreten Anforderungen damit verbunden werden können und inwiefern deren Einhaltung geprüft wird. Das erschwert nicht nur den Vergleich regional beworbener Produkte untereinander. Dazu kommt, dass die unzähligen Gütestempel, Prüfnachweise, Regionalmarken, Testlabels und Umweltzeichen auf dem deutschen Markt – die Verbraucher Initiative e. V. geht von rund tausend verschiedenen Zeichen aus – viele Ver-

braucher mehr verwirren als informieren. Das bestätigt die repräsentative Verbraucherbefragung der Marktforscher Dr. Grieger & Cie. aus dem Jahr 2013. Die Hälfte aller Deutschen gab an, bei der Vielzahl an Siegeln längst den Durchblick verloren zu haben (*SGS-Verbraucherstudie 2014 „Vertrauen und Skepsis: Was leitet die Deutschen beim Lebensmitteleinkauf“*, www.sgsgroup.de).



Abbildung 4: Das Regionalfenster informiert über die Herkunft eines Lebensmittels (www.regionalfenster.de).

Das „Regionalfenster“ als Lösung?

Ob deshalb das im Januar 2014 vom seinerzeit zuständigen Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) aus der Taufe gehobene „Regionalfenster“ kein Siegel sein will, sondern ein „Informationsfeld zur Deklaration der Herkunft“? In grafisch minimalistisch gehaltener Darstellung informiert es über die Herkunft der eingesetzten landwirtschaftlichen Zutaten, ihren Gesamtanteil im Produkt und den Ort ihrer Verarbeitung (**Abb. 5**). Weitere Qualitätsaussagen, etwa zum Tierschutz, zählen – anders als bei vielen bestehenden privatrechtlichen Regionalsiegeln – nicht zu den Vergabekriterien (www.regionalfenster.de). Die Besonderheit des Regionalfensters ist einerseits seine Flexibilität: Es gibt verschiedenen Erscheinungsformen von Regionalwerbung Raum. So kann der Hersteller die räumliche Ausdehnung einer Region praktisch frei wählen, solange sie für den Verbraucher eindeutig nachvollziehbar ist. Andererseits beruht die Vergabe des Regionalfensters deutschlandweit auf einem einheitlichen Prüfsystem durch unabhängige Dritte: Das schafft Vertrauen sowie eine gewisse Vergleichbarkeit der Produkte, zumindest hinsichtlich des organisatorischen und finanziellen Aufwands, den ein Hersteller zur Nutzung der freiwilligen Zusatzinformation aufbringen muss.

Noch lässt sich wenig über den tatsächlichen Erfolg dieser freiwilligen Kennzeichnungsvariante sagen, da sie sich noch im Einführungsprozess befindet. Mittlerweile sind über 500 Lebensmittelbetriebe im Verein Regionalfenster e. V. mit rund 2.600 entsprechend gekennzeichneten Produkten registriert. Zum Angebot zählen Fleisch, Obst und Gemüse, Getränke, Eier sowie Milch und Molkereiprodukte (www.label-online.de, www.regionalfenster.de). Nach einer Testphase im ersten Quartal 2013 in fünf Bundesländern mit rund 150 entsprechend gekennzeichneten Lebensmitteln bewerteten 80 Prozent der befragten Verbraucher das Regionalfenster als verständlich und informativ. Die befragten Händler waren derselben Meinung (*BMELV PM 257 vom 11.9.2013*).

Fazit

Eine verständliche und verlässliche Herkunftsinformation, gleich ob global oder regional, ist eine große Herausforderung. Angesichts des bestehenden Normengefüges nationaler und europäischer Rechtsvorschriften zu Herkunftsangaben einschließlich der gewohnheitsmäßig genutzten Bezeichnungen, die mitunter missverständlich sind, erscheint es nahezu unmöglich, mit einer verpflichtenden, flächendeckenden Herkunftskennzeichnung eine bessere Information und damit Transparenz auf dem Markt zu schaffen. Eher dürfte das Gegenteil der Fall sein: Mit neuen Regelungen verkompliziert sich das bestehende Normengeflecht weiter. Es treten neue Ungeheimheiten auf, die sich immer schlechter erklären lassen, die Missverständnisse am Markt nehmen eher zu als ab. Daran ändert letztlich auch die Einführung des „Regionalfensters“ nichts, das bundesweit einheitliche Kriterien für eine freiwillige Regionalwerbung geschaffen hat. Der Verbraucher muss sich dennoch zunächst mit den Vergabekriterien und ihrer Gewährleistung beschäftigen, bevor er der Information Vertrauen entgegenbringen kann. Die Frage drängt sich auf, ob nicht weniger Informationen mehr Nutzen bringen würden. So mögen in der Direktvermarktung, etwa bei Wurstwaren, Regionalangaben glaubhaft umsetzbar sein, auch wenn selbst hier Abstriche, zum Beispiel hinsichtlich der Herkunft der Gewürze, die Regel sein dürften. Angesichts gängiger Herstellungspraktiken der meisten Supermarktangebote allerdings bedeuten verlässliche Herkunftsinformationen einen hohen finanziellen und technisch-organisatorischen Aufwand. Wenn verpflichtende Herkunftsangaben kein fauler Kompromiss sein sollen, wäre es besser, auf sie zu verzichten. Auch das hätte letztlich Informationswert.

Literatur

Becker, Tilmann: Zur Bedeutung geschützter Herkunftsangaben. Hohenheimer Agrarökonomische Arbeitsberichte Nr. 12, 2. Aufl., Mai (2006)

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz: „Regionalfenster“ für Lebensmittel sorgt ab 2014 bundesweit für mehr Transparenz. Pressemitteilung Nr. 257 vom 11.09.13; <https://www.bmel.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/2013/257-AI-Regionalfenster.html?nn=312878>

Die vollständige Literaturliste finden Sie im Internet unter „Literaturverzeichnisse“ als kostenfreie pdf-Datei.

Die Autorin

Dr. jur. Christina Rempe ist staatlich geprüfte Lebensmittelchemikerin und promovierte über das Thema „Verbraucherschutz durch die Health-Claims-Verordnung“. Sie arbeitet als freie Fachjournalistin mit den Themenschwerpunkten Lebensmittelrecht, Lebensmittelkunde und Verbraucherschutz.



Dr. jur. Christina Rempe
Rambowstr. 16, 12359 Berlin
tinaremp@web.de