



## MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Vergleichende Darstellung und Bewertung von verpflichtenden und freiwilligen Systemen und Modellen der Herkunftskennzeichnung und -information für Lebensmittel auf EU-Ebene, unter zusätzlicher Berücksichtigung von ExpertInneninterviews“

verfasst von / submitted by

Silke Runggaldier, BSc

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Science (MSc)

Wien, 2020 / Vienna 2020

Studienkennzahl lt. Studienblatt /  
degree programme code as it appears on  
the student record sheet:

UA 066 838

Studienrichtung lt. Studienblatt /  
degree programme as it appears on  
the student record sheet:

Masterstudium Ernährungswissenschaften

Betreut von / Supervisor:

Ass.-Prof. Mag. Dr. Petra Rust

Mitbetreut von / Co-Supervisor:

Dr. Michael Blass



## **Danksagung**

Zuerst möchte ich mich herzlich bei Herrn Dr. Michael Blass, dem Geschäftsführer der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (AMA-Marketing), und Frau Ass.-Prof. Mag. Dr. Petra Rust bedanken, die mir die Durchführung dieser Masterarbeit ermöglicht haben. Ich danke für deren professionelle und gewissenhafte Betreuung.

Ein großes Dankeschön geht auch an Julia Pratsch, die Assistentin von Dr. Blass, für die Herstellung des Kontaktes zu einigen der Expertinnen und Experten und für die Abwicklung organisatorischer Angelegenheiten. Ich danke dem gesamten Team der AMA-Marketing für die tatkräftige Unterstützung und Bereitschaft bei jeglichen Fragestellungen und als Interviewpartnerinnen und -partner.

Zudem gilt mein Dank auch den anderen Expertinnen und Experten in Österreich und in Südtirol, für ihre Verfügbarkeit für ein Interview bzw. Gespräch.

Ebenso möchte ich mich bei meinen Studienkolleginnen und -kollegen bedanken, die mit mir die Studienzeit erlebt haben und mir gute Freunde geworden sind.

Außerdem bedanke ich mich ganz herzlich bei meiner Familie und meinen Freunden, die mich während des ganzen Studiums begleitet und unterstützt haben. Mein größter Dank gilt hierbei meinen Eltern, die mir das Studium durch ihre finanzielle Unterstützung ermöglicht haben und immer für mich da waren.

Wien, am 20. April 2020



## **Eidesstattliche Erklärung**

Hiermit erkläre ich eidesstattlich, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbständig angefertigt habe, keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt und alle aus ungedruckten Quellen, gedruckter Literatur oder aus dem Internet im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt übernommenen Formulierungen und Konzepte gem. den Richtlinien (RLen) wissenschaftlicher Arbeiten zitiert und durch genaue Quellenangabe kenntlich gemacht habe.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde, weder im In- noch im Ausland, vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaberinnen und Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und deren Zustimmung zur Verwendung der Bilder in der Arbeit eingeholt. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir. Sämtliche Personen, die mich bei der Durchführung dieser Arbeit persönlich unterstützt haben und namentlich genannt werden, sind damit einverstanden. Die Inhalte von Interviews inklusive der Namen der jeweiligen Betriebe, werden in dieser Arbeit nur veröffentlicht, wenn ein Einverständnis dafür vorliegt.

Wien, April 2020

Silke Runggaldier



## Inhaltsverzeichnis

I.	Abkürzungsverzeichnis.....	IV
II.	Abbildungsverzeichnis.....	VII
1	Einleitung und Fragestellung.....	1
2	Material und Methoden.....	5
3	Literaturübersicht .....	7
3.1	Herkunft: Statistik und Marktforschung .....	7
3.1.1	EU.....	7
3.1.2	Österreich .....	9
3.1.3	Herkunfts- und Ursprungsangaben: Auffassung und Erwartungen .....	21
3.2	Rechtliche Grundlagen der Herkunftskennzeichnung auf EU-Ebene .....	31
3.2.1	Historischer Hintergrund .....	31
3.2.2	Verpflichtende Herkunftskennzeichnung: Lebensmittelinformations-VO (LMIV) .....	32
3.2.3	Bestehende verpflichtende Herkunftskennzeichnungsvorschriften auf EU- Ebene: ein Auszug .....	41
3.2.4	Ausnahmen bei der Angabe der Herkunft .....	59
3.3	Grundprinzipien des Lebensmittelrechts.....	62
3.3.1	Grenzen der Rückverfolgbarkeit .....	65
3.3.2	Verpflichtende Rückverfolgbarkeitssysteme: Loskennzeichnung.....	66
3.3.3	Verpflichtende Rückverfolgbarkeitssysteme: Genusstauglichkeits- und Identitätskennzeichnung.....	68
3.3.4	Verpflichtende Rückverfolgbarkeitssysteme: Erzeugnisse pflanzlichen Ursprungs.....	71

3.3.5	Freiwillige Rückverfolgbarkeitssysteme: Österreichische Eierdatenbank (OEDB)	72
3.3.6	Rückverfolgbarkeit: GS1	76
3.4	Spezielle Herkunftskennzeichnungsregelungen: EU-Herkunftsschutz	79
3.4.1	EU-Herkunftsschutz: Werdegang	79
3.4.2	Geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.)	82
3.4.3	Geschützte geografische Angabe (g.g.A.)	85
3.4.4	Garantiert traditionelle Spezialität (g.t.S.)	86
3.4.5	Herkunftsschutz: EU-Zeichen	87
3.4.6	„Bergerzeugnis“	89
3.4.7	Das System der geschützten Bezeichnungen in Österreich: SVGH	89
3.4.8	EU-Herkunftsschutz: Situation in Südtirol/Italien	96
3.5	Information über die Herkunft mit Gütesiegeln bzw. -zeichen	109
3.5.1	Siegel, die auf Gesetzen basieren: ein Auszug	109
3.5.2	Gastronomie: AMA-Gastrosiegel (Österreich)	112
3.5.3	Weitere Beispiele	112
3.5.4	Gütesiegel: Statistik und Marktforschung	112
3.5.5	Freiwillige Herkunftskennzeichnung am Beispiel der AMA-Marketing-Siegel	116
3.6	Herkunftsinformation: Verwirrende Vielfalt	123
3.6.1	Irreführungsthematik	123
3.6.2	Irreführung bei freiwilligen Angaben	126
3.7	Absicherung von freiwilligen Angaben am Beispiel von Fleisch: Fleischkennzeichnungssysteme "bos" und "sus"	130
3.8	Ausblick auf die Zukunft: DVO (EU) 2018/775	135

3.8.1	Kommentar zur DVO (EU) 2018/775 .....	140
3.8.2	Kennzeichnungsbeispiele .....	144
3.8.3	Herausforderungen in der Praxis: Süßwarenhersteller .....	146
3.8.4	Herausforderungen in der Praxis: Milchverarbeitung .....	148
3.8.5	Fazit .....	150
3.9	Zukünftige Perspektiven: Ausweitung der Herkunftskennzeichnung in Österreich .....	152
3.9.1	Frankreich und Italien als Vorbild.....	152
3.9.2	Politischer Exkurs: Österreich seit 2017 .....	153
3.9.3	Standpunkte der Interessenvertreter .....	154
3.9.4	Praxisbeispiel: Eier.....	161
3.9.5	Gemeinschaftsverpflegung/Gastronomie.....	164
3.9.6	Zukunftsperspektiven.....	170
4	Abschließende allgemeingültige Ansichten auf europäischer Ebene.....	173
5	Schlussbetrachtung und Diskussion.....	175
6	Zusammenfassung .....	185
7	Summary .....	187
8	Literaturverzeichnis.....	189

## I. Abkürzungsverzeichnis

AGES	Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit
AMA-Marketing	Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH
BEUC	Bureau Européen des Unions de Consommateurs
BGBI	Bundesgesetzblatt
BMNT	Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus
BSE	Bovine Spongiforme Enzephalopathie
BVL	Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit
C&C	Cash & Carry
CAWI	Computer Assisted Web Interviewing
D.P.R.	Decreto del Presidente della Repubblica
DOC	Denominazione di origine controllata
DOCG	Denominazione di origine controllata e garantita
DOP	Denominazione d'origine protetta
DVO/DVOs	Durchführungsverordnung/en
EFSA	European Food Safety Authority/Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit
EG	Europäische Gemeinschaft
EK	Europäische Kommission
EP	Europäisches Parlament
EU	Europäische Union/European Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
EWR	Europäischer Wirtschaftsraum
FAQ	Frequently Asked Questions
g.g.A.	Geschützte geographische Angabe
g.t.S.	Garantiert traditionelle Spezialität

g.U.	Geschützte Ursprungsbezeichnung
GAN	Gesellschaft für artgerechte Nutztierhaltung
GB	Großbritannien
GfK	Growth from Knowledge
GMO	Gemeinsame Marktorganisation
GS	Gütesiegel
GS1	Global Standards One
Hds	Handels- und Dienstleistungsverband Südtirol
ICQRF	Ispettorato centrale repressione frodi
IGP	Indicazione geografica protetta
IGT	Indicazione geografica tipica
KN	Kombinierte Nomenklatur
LEH	Lebensmitteleinzelhandel
LKÖ	Landwirtschaftskammer Österreich
LMIV	Lebensmittelinformationsverordnung
LMSVG	Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz
MIPAAF	Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
MIPAAFT	Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo
NGOs	Non-governmental organizations
NWK	Netzwerk Kulinarik
OEDB	Österreichische Eierdatenbank
POS	Point of Sale
QHS	Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem
RIS	Rechtsinformationssystem
RL/RLen	Richtlinie/n
STG	Specialità tradizionale garantita
SVG	Selbstversorgungsgrad

SVGH	Serviceverein geschützte Herkunftsbezeichnungen für Lebensmittel
UIBM	Ufficio Italiano Brevetti e Marchi
UK	United Kingdom/Vereinigtes Königreich
UNECE	United Nations Economic Commission for Europe
VN	Vermarktungsnorm/en
VO/VOs	Verordnung/en
Wirtschaftskammer Österreich	WKÖ
ZAG	Zentrale Arbeitsgemeinschaft der Österreichischen Geflügelwirtschaft

## II. Abbildungsverzeichnis

<b>Abbildung 1:</b> die wichtigsten Faktoren beim Lebensmitteleinkauf - die häufigste Antwort, je nach EU-Mitgliedsstaat (in %)	7
<b>Abbildung 2:</b> die wichtigsten Faktoren beim Lebensmitteleinkauf - Situation in Österreich und in der EU (in %)	8
<b>Abbildung 3:</b> Wichtigkeit diverser Themen beim Lebensmitteleinkauf	10
<b>Abbildung 4:</b> Assoziationen mit dem Begriff „Regionalität“	11
<b>Abbildung 5:</b> Meinungen zur Herkunft regionaler Produkte	11
<b>Abbildung 6:</b> Gründe für den Kauf regionaler Produkte	12
<b>Abbildung 7:</b> Betrachtung von Lebensmitteln nach Herkunft und Regionalität: Wichtigkeit von verschiedenen Aspekten	13
<b>Abbildung 8:</b> Bewertung des Angebotes an regionalen Produkten	14
<b>Abbildung 9:</b> Nachfrage regionaler Produkte	14
<b>Abbildung 10:</b> Interesse an regionalen Produkten, je nach Warengruppe	15
<b>Abbildung 11:</b> Kennzeichnung von regionalen Produkten	15
<b>Abbildung 12:</b> Zustimmung zu Aussagenpaaren zu regionalen Produkten	16
<b>Abbildung 13:</b> Interesse an regionalen Produkten	16
<b>Abbildung 14:</b> Verbindung von regional mit bio	17
<b>Abbildung 15:</b> Angebot von regionalen Produkten je nach Einkaufsquelle	17
<b>Abbildung 16:</b> Qualitätskriterien bei Lebensmitteln	18
<b>Abbildung 17:</b> Assoziationen zum Thema Ernährung	19
<b>Abbildung 18:</b> Wichtigkeit verschiedener Faktoren für die Kaufentscheidung	20
<b>Abbildung 19:</b> Zustimmung zu Aussagen über Fleisch	21
<b>Abbildung 20:</b> Wichtigkeit der Herkunft verschiedener Lebensmittel	22
<b>Abbildung 21:</b> Bedeutung von „hergestellt in Österreich“	22
<b>Abbildung 22:</b> Erwartungen an ein Produkt mit österr. Herkunftsbezeichnung 1	23
<b>Abbildung 23:</b> Erwartungen an ein Produkt mit österr. Herkunftsbezeichnung 2	24
<b>Abbildung 24:</b> Erwartungen an eine Herkunfts- bzw. Ursprungsangabe	26
<b>Abbildung 25:</b> Auffassung von Herkunftsinformation bei Frischfleisch	27
<b>Abbildung 26:</b> Auffassung von Herkunftsinformation bei verarbeitetem Fleisch	28

<b>Abbildung 27:</b> Erwartungen an Herkunftsangaben bei verarbeitetem Fleisch	28
<b>Abbildung 28:</b> Erwartungen an Herkunftsangaben: Beispiel Marmelade	29
<b>Abbildung 29:</b> Erwartungen an Herkunftsangaben bei verarbeitetem Obst/Gemüse	30
<b>Abbildung 30:</b> Identitätskennzeichen (eigene Darstellung)	70
<b>Abbildung 31:</b> Aufbau GS1 DataBar	77
<b>Abbildung 32:</b> EU-Zeichen (farbig) in deutscher Sprache	88
<b>Abbildung 33:</b> Qualitätszeichen Südtirol	99
<b>Abbildung 34:</b> EU-Bio-Logo	109
<b>Abbildung 35:</b> AMA-GS	110
<b>Abbildung 36:</b> AMA-Biosiegel	111
<b>Abbildung 37:</b> Austria Gütezeichen	111
<b>Abbildung 38:</b> AMA-Gastrosiegel	112
<b>Abbildung 39:</b> Kennzeichnung regionaler Produkte	112
<b>Abbildung 40:</b> Anregungen zum Schweinefleischkauf	113
<b>Abbildung 41:</b> Bekanntheit von Zeichen und Marken (in %) 1	114
<b>Abbildung 42:</b> Bekanntheit von Zeichen und Marken (in %) 2	114
<b>Abbildung 43:</b> Bekanntheit von Zeichen und Marken (in %) 3	115
<b>Abbildung 44:</b> Wichtigkeit von Gütezeichen bei Lebensmitteln (in %)	115
<b>Abbildung 45:</b> gemeinsamer Prozess der Agrarrohstoffe und zusätzliche Kontrollpunkte für die Herkunftssicherung	156
<b>Abbildung 46:</b> Verarbeitungsprozess getrennt nach Herkunftsländern und zusätzliche Kontrollpunkte für die Herkunftssicherung	156
<b>Abbildung 47:</b> Verarbeitungsprozess getrennt nach Herkunft EU/Nicht-EU	157
<b>Abbildung 48:</b> Herkunftsangaben bei Verarbeitungsprodukten	163
<b>Abbildung 49:</b> Regionalität in Supermarkt und Gastronomie	165
<b>Abbildung 50:</b> Herkunftsauslobung in Speisekarte	166
<b>Abbildung 51:</b> Wichtigkeit regionaler Herkunft in der Gastronomie 1	166
<b>Abbildung 52:</b> Wichtigkeit regionaler Herkunft in der Gastronomie 2	167
<b>Abbildung 53:</b> Herkunft von Eiern in der Gastronomie	167

## 1 Einleitung und Fragestellung

Das Konsumentenverhalten bei der Auswahl und beim Einkauf von Lebensmitteln ist sehr heterogen, einem ständigen Wandel unterzogen und wird von vielen Faktoren beeinflusst, wie dem geographischen Gebiet, der Kultur, der Religion, der Bildung oder dem sozialen Wohlstand. Unterschiedliche Faktoren können dabei kaufentscheidend sein. Die Herkunft bzw. der Ursprung eines Produktes oder einzelner Zutaten in geographischer Hinsicht, samt deren Kennzeichnung und/oder Auslobung, gehören beispielsweise dazu.

Der Herkunftsgedanke in Verbindung mit den Lebensmitteln, auf die in dieser Arbeit eingegangen wird, wird national und international und gesamt betrachtet in der Europäischen Union (EU) zunehmend präsenter. Das trifft vor allem auf Produkte landwirtschaftlichen Ursprungs und Fischereierzeugnisse zu. Einige Verbraucherinnen und Verbraucher entscheiden sich bewusst für Produkte aus bestimmten Ländern, Regionen oder geographisch abgegrenzten Gebieten. Sie wollen wissen, woher das Essen auf ihrem Teller kommt, die Herkunft kann kaufentscheidend sein. Konsumentinnen und Konsumenten, die zu diesen „Verbrauchertypen“ gehören, wählen nicht selten „regional“ oder generell die Herkunft als Kaufkriterium. Dabei muss man sich mit der Frage auseinandersetzen, wie die Begriffe „Region“ und „regional“ definiert sind. Eine klare Antwort darauf gibt es nicht, viel Interpretationsspielraum ist die Folge.

Lebensmittelproduzenten haben diesen Trend bereits erkannt und werben bei der Vermarktung ihrer Produkte zunehmend mit transparenter und nachvollziehbarer Herkunft, mit dem Ursprung aus einem bestimmten Land oder aus einer bestimmten Region und mit der Herkunft der Zutaten aus der nahen Umgebung oder aus der Region. Auch im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung, inklusive Gastronomie wird längst damit geworben. Der Versuch Verbraucherinnen und Verbraucher zu erreichen, die darauf Wert legen, hat dazu geführt, dass es in der Werbung und in der Kennzeichnung zu einer Anhäufung von freiwilliger Herkunftsinformation, zusätzlich zu den verpflichtenden Herkunftsangaben, gekommen ist, inklusive verschiedener Siegel, Logos,

Abbildungen und graphischer Darstellungen mit Herkunftsbezug. So sind beispielsweise die Schrift in Länderfarben, Länderfahnen, Auslobungen mit Herkunftsbezug oder Abbildungen von spezifischen Landschaften keine Einzelfälle. Viele Hersteller, die bislang nicht mit Herkunft geworben haben, fühlen sich deutlich unter Druck gesetzt, sodass sie auch diesen Weg gehen.

Auch der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) versucht damit seine Umsätze zu steigern, indem der Herkunftsaspekt in den Vordergrund gestellt wird. Länderfahnen an den Lebensmitteltheken oder die Angabe auf dem Kassazettel, wie viele Produkte aus einem bestimmten Land erworben wurden, treffen beispielsweise am Point of Sale (POS) auf die Konsumentin und auf den Konsumenten.

Auf der anderen Seite kommen von Verbraucherschutzorganisationen oder Behörden oft Beanstandungen in Bezug auf unklare, intransparente, irreführende, falsche oder fehlende Herkunftskennzeichnung. Die widersprüchliche Kennzeichnung zwischen Regal und Etikett im Handel ist beispielsweise ein Fall, der oft auftritt. Mit zunehmendem Verarbeitungsgrad wird es für Verbraucherinnen und Verbraucher schwieriger, die Herkunft der Zutaten zu erkennen. Auf der anderen Seite ist die Herkunftskennzeichnung bei solchen Produkten nur teils oder gar nicht obligatorisch. Unterschiedlich ist auch die Kennzeichnung bei losen, vorverpackten oder bei verpackten Waren. Die Gefahr von Irreführung oder Verbrauchertäuschung kann auftreten, da z. B. mit einer bestimmten Herkunft eine höhere Qualität vorgetäuscht werden kann. Generell scheinen Verbraucherinnen und Verbraucher sensibel auf das Thema zu reagieren. In der EU werden die Interessen von Verbraucherinnen und Verbrauchern sehr energisch geschützt. Das führt zu strikten Anforderungen an eine korrekte Kennzeichnung.

Herkunftsskandale und Etikettenschwindel kommen nicht selten vor und sind in der Öffentlichkeit zunehmend präsenter. Die Werbung mit garantierter oder rückverfolgbarer Herkunft ist ein erfolgreiches Marketing-Tool. Kein Wunder, dass das Aufdecken von Betrug bei Verbraucherinnen und Verbrauchern das Vertrauen in die Kennzeichnung beeinträchtigt und diese immer kritischer beim Lebensmitteleinkauf werden und vieles hinterfragen.

Im europäischen Lebensmittelrecht ist die Herkunftskennzeichnung bisher für bestimmte Produkte verpflichtend vorgeschrieben, für andere ist diese noch freiwillig. Generell spielte die Deklaration der Herkunft bisher eine untergeordnete Rolle in der Etikettierung. Auch bei Instrumenten der Kennzeichnung, wie Gütesiegeln (GS), haben sich Siegel mit Herkunftsbezug dazugesellt. Zusammen mit anderen Siegeln, Logos, Marken, Eigenmarken, Markenprogrammen und anderen Kennzeichnungselementen führen sie zu einem „Kennzeichnungs-Chaos“. Das Thema der Herkunftsdeklaration ist also aktueller denn je zuvor. Um zu vermeiden, dass die Situation noch schwieriger beherrschbar wird, wird sich rechtlich weiterhin etwas tun müssen, einiges ist bereits im Gange. Das Thema ist in der gesamten EU stark umstritten und stellt eine Herausforderung für alle Beteiligten, vor allem für die Wirtschaft, die Lebensmittelüberwachung und die Fachleute des Lebensmittelrechts dar. Auf der anderen Seite können externe Faktoren, wie die Politik auf die aktuelle Rechtslage Einfluss ausüben, z. B. durch nationale Änderungen in der Regierung wie Regierungswechsel und daraus resultierende neue Regierungsprogramme oder durch politische Vorstöße in der EU.

Es ist essenziell, dass jedes involvierte Glied der gesamten Produktionskette fehlerlose Arbeitsabläufe und eine lückenlose Dokumentation garantiert, damit eine Rückverfolgbarkeit bis zum Endverbraucher gewährleistet werden kann. Ziel ist es, den Verbraucherinnen und Verbrauchern verständliche Informationen zu Lebensmitteln zu geben und ihnen damit die Möglichkeit zu eröffnen, eine fundierte Wahl treffen zu können. Weiters soll auch der Binnenmarkt gefördert werden, indem Handelshemmnisse beseitigt werden, um einen freien Warenverkehr gewährleisten zu können.

Für bestimmte Produkte oder Produktgruppen ist die Kennzeichnung bereits gut ausgereift, für andere weniger. Lücken und Grauzonen in der Kennzeichnung sind keine Seltenheit. Durch neue rechtliche Regelungen müssen auch jene Produktgruppen, bei denen die rechtliche Situation stabil erscheint, wieder neu geprüft werden und möglicherweise muss die Kennzeichnung überarbeitet werden.

Die Herkunftskennzeichnung bedient sich freiwilliger und verpflichtender Systeme und anderer Instrumente (z. B. Systeme der Rückverfolgbarkeit, Herkunftsschutz), inklusive

verschiedener Siegel, Logos und Zeichen, auf die in der vorliegenden Arbeit vergleichend und bewertend eingegangen wird. Dabei ist zu prüfen, welche Vor- und Nachteile die einzelnen Systeme aufweisen. Zudem soll die Arbeit eine Antwort darauf finden, ob für bestimmte Produkte freiwillige Systeme ausreichend und für welche verpflichtende anzuraten sind, oder für welche eine Kombination beider empfehlenswert ist. Anhand definierter Beispiele werden bestimmte Systeme in der EU erläutert und deren Leistungsfähigkeit beurteilt. Fachleute verschiedener Themengebiete bieten Unterstützung und das notwendige Know-how und Wissen beim Umgang mit diversen Fragestellungen. Zudem werden aktuelle rechtliche Rahmenbedingungen analysiert und auch auf zukünftige Rechtsvorschriften und Herausforderungen bei der Herkunftskennzeichnung wird eingegangen.

## 2 Material und Methoden

Die Literaturrecherche begann im Mai 2019 mit einer Internetrecherche, u. a. mittels der Datenbank EUR-Lex (1) und RIS (Rechtsinformationssystem des Bundes (2)). Dabei wurde v. a. nach RLen, Verordnungen (VOs), Durchführungsverordnungen (DVOs), Urteilen, Beschlüssen und weiteren Rechtsvorschriften und -texten innerhalb des EU-Lebensmittelrechts sowie des nationalen Lebensmittelrechts einzelner Mitgliedsstaaten gesucht. Dadurch konnte nicht nur die aktuelle rechtliche Situation in der EU dargelegt werden, sondern auch einzelstaatliche bzw. nationale Kennzeichnungsvorschriften mitberücksichtigt werden. Auch neue bzw. zukünftige Regelungen konnten auf diesem Weg ermittelt werden. Sämtliche EU-Vorgaben zur Herkunftskennzeichnung der in der Arbeit behandelten Lebensmittel und weitere für diese Arbeit relevanten Informationen wurden in dieser Arbeit zusätzlich anhand weiterer Literaturquellen erörtert. Dazu gehören beispielsweise die Webseiten der Europäischen Kommission (EK), der AMA-Marketing, verschiedener Landwirtschafts- und Wirtschaftskammern, aber auch von Verbänden, Institutionen, Lebensmittelherstellern, Behörden, Handelsketten, Ministerien, Kanzleien und Verbraucherschutzorganisationen, die in der EU und spezifisch in Österreich und Italien angesiedelt sind. Gesetzeskommentare bzw. Kommentare zu spezifischen Rechtsvorschriften, Fachzeitschriften, Bücher, Werbe- und Informationsmaterial, Inhalte aus universitären Vorlesungen und Seminaren und Pressemeldungen wurden ebenfalls herangezogen.

Mittels statistischer Daten sollte zu Beginn u. a. verdeutlicht werden, welche Rolle die Herkunft beim Lebensmitteleinkauf spielt, ob Herkunft kaufentscheidend sein kann und was unter den Begriffen „regional“/„Regionalität“/„Region“/„regionale Lebensmittel“ von Konsumentinnen und Konsumenten verstanden wird.

Ab Beginn der Literaturrecherche war die Beobachtung der Entwicklungen in der Herkunftskennzeichnung in der Lebensmittelbranche Teil dieser Arbeit, wie die Analyse der Verpackungen bzw. Etiketten im Einzelhandel und der Produktaufmachungen mit Herkunftsangaben, aber auch der Speisekarten in der Gemeinschaftsverpflegung inklusive Gastronomie.

Qualitative Interviews mit Expertinnen und Experten verschiedener Fachgebiete in Österreich und in Südtirol (Italien) dienten dazu, diverse Themenbereiche zu vertiefen. Insgesamt wurden neun Interviews durchgeführt. Die Auswertung erfolgte mittels Paraphrasierung der inhaltstragenden Textstellen, die als Instrument der Kodierung des Textmaterials diente (3).

Weitere persönliche und telefonische Gespräche mit Spezialisten in der Herkunftskennzeichnung und im Lebensmittelbereich boten Unterstützung beim Klären von offenen Fragen und deren Input erleichterte und bereicherte das Verfassen der Arbeit.

Der Besuch von Tagungen und Seminaren war essenziell, um zu verstehen, was die aktuellen Herausforderungen in der Herkunftskennzeichnung sind, welche Themen Verbraucherinnen und Verbraucher am meisten bewegen, welche Diskussionen aktuell in der EU im Vordergrund stehen, was Interessenvertreter am meisten bewegt usw.

Unentbehrlich war auch die Beobachtung der aktuellen politischen Situation bis zur Abgabe der Arbeit. Etwaige Handelsabkommen, nationale Ereignisse (z. B. Regierungswechsel) und internationale politische Begebenheiten (z. B. Brexit-Verhandlungen), stehen durchaus in Verbindung mit dem Thema dieser wissenschaftlichen Arbeit.

Der Fokus der Arbeit sollte auf der Gesamtsituation in der EU liegen und spezifisch auf jener in Österreich und Italien.

Vordergründig war es, den aktuellen Stand zu diesem Thema aufzuzeigen und relevante Literatur aufzufinden. Diese Masterarbeit basiert auf Fachliteratur, die bis zum 15. Dezember 2019 publiziert wurde bzw. verfügbar war. In Erwägung gezogen wurde Literatur in deutscher, italienischer, englischer und französischer Sprache.

### 3 Literaturübersicht

#### 3.1 Herkunft: Statistik und Marktforschung

##### 3.1.1 EU

Die Vereinten Nationen haben den 7. Juni 2019 zum ersten internationalen Tag der Lebensmittelsicherheit erklärt. An diesem Tag wurde eine neue Eurobarometer-Umfrage der EFSA (Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit) (4), die erste nach 2010, veröffentlicht. In der EU wurden zwischen 9. und 26. April 2019 insgesamt 27.655 Menschen (repräsentatives Sample) zu Lebensmittelthemen befragt. Evaluiert wurden dabei die Sorgen der Europäer in Bezug auf Lebensmittelsicherheit, Informationsquellen zu Lebensmittelrisiken, aber auch auf Argumente, die beim Lebensmitteleinkauf entscheidend sind.

Laut dieser Umfrage ist der wichtigste Faktor für Europäer beim Einkauf von Lebensmitteln die Herkunft (53 %), gefolgt von Kosten (51 %), Lebensmittelsicherheit (50 %) und Geschmack (49 %). Am häufigsten wird die Herkunft als wichtigster Faktor in Frankreich (71 %), Slowenien (70 %), Finnland (68 %), Luxemburg (67 %) und Österreich (65 %) angegeben, während Litauen und Malta (jeweils 37 %), Großbritannien (GB) (36 %) und die Niederlande (27 %) die niedrigsten Anteile aufweisen (5).

In 8 EU-Ländern gilt die Herkunft als wichtigster Faktor (5 Faktoren - maximal 3 Antworten) beim Lebensmitteleinkauf (5) (Abbildung 1).

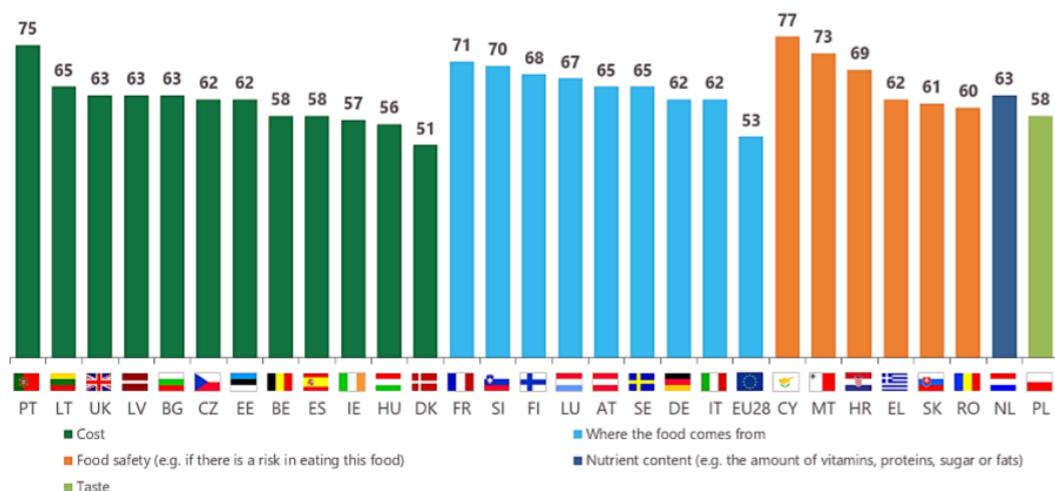


Abbildung 1: die wichtigsten Faktoren beim Lebensmitteleinkauf - die häufigste Antwort, je nach EU-Mitgliedsstaat (in %) (5)

Unter den 1.039 Befragten aus Österreich wählten 65 % die Herkunft als wichtigsten Faktor beim Einkauf, gefolgt von Geschmack (56 %) und Kosten (48 %) (6).

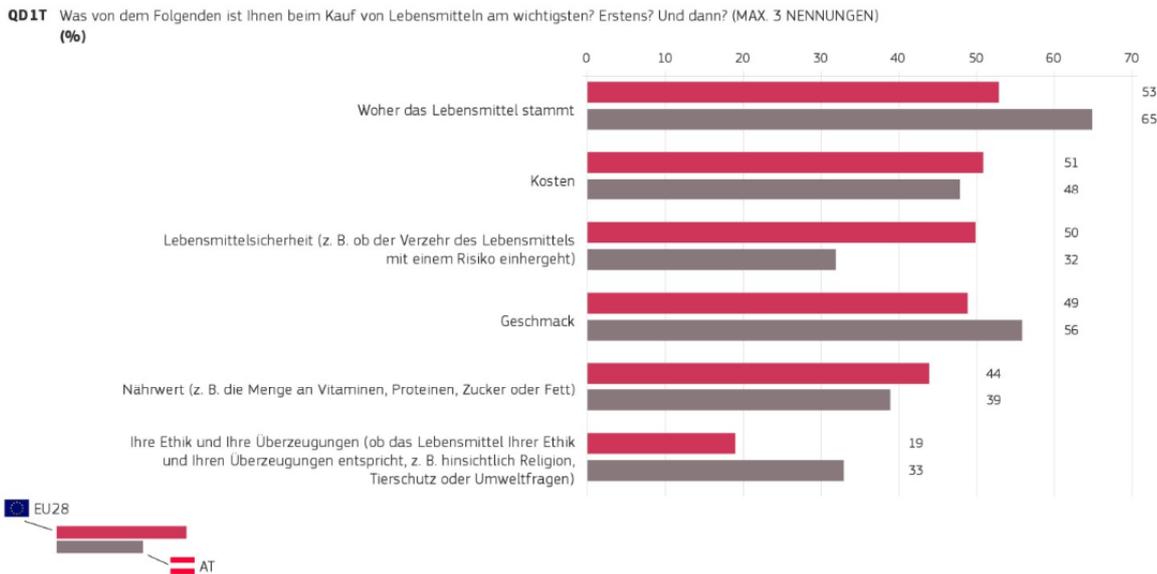


Abbildung 2: die wichtigsten Faktoren beim Lebensmitteleinkauf - Situation in Österreich und in der EU (in %) (6)

Eine sozio-demographische Analyse für die gesamte EU zeigt, dass jüngere Befragte die Kosten häufiger als ältere Befragte (57 % der 15–24-Jährigen im Vergleich zu nicht mehr als 52 % in den anderen Altersgruppen) und den Geschmack (53 % der 15–24-Jährigen im Vergleich zu 48–49 % in den anderen Altersgruppen) als wichtigsten Faktor nennen. Für ältere Befragte stehen jedoch eher die Herkunft der Lebensmittel (56 % der 55-Jährigen oder älteren Personen, 46 % der 15–26-Jährigen) und die Lebensmittelsicherheit (53 % der 55-Jährigen oder älteren Personen, 45 % der 15–24-Jährigen) im Vordergrund (5). Bei jüngeren Befragten ist das Bewusstsein für einen herkunftsorientierten Einkauf noch nicht so stark ausgeprägt, andere Faktoren scheinen relevanter zu sein. „Hedonische“ Lebensmittel, Produkte die „in“ oder in der Werbung präsent sind und im Freundeskreis konsumiert werden, werden eher bevorzugt. Der Preis spielt in dieser Personengruppe sicherlich auch eine Rolle.

### 3.1.2 Österreich

2017 wurde von der AGES (Österreichischen Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit) gemeinsam mit dem Risikodialog (Initiative von Umweltbundesamt und Ö1) der Risikobarometer Umwelt & Gesundheit etabliert. Dabei handelt es sich um eine periodisch durchgeführte Erhebung bei der österreichischen Bevölkerung mit jahresspezifischen Schwerpunkten zur Risikowahrnehmung. Schwerpunkt 2018 waren die Themen Lebensmittel, Lebensmittelsicherheit und Umweltverschmutzung. Basis ist eine repräsentative Online-Umfrage mittels CAWI (Computer Assisted Web Interviewing (7)) der österreichischen Bevölkerung durch Pitters Trendexpert (n=611). Sie wurde vom 25. September bis 5. Oktober 2018 durchgeführt. Die soziodemographischen Variablen wie Geschlecht, Alter und Schulbildung entsprechen dabei der realen Verteilung in Österreich, damit sind repräsentative Interpretationen zulässig (8, 9).

Laut dieser Erhebung liegen Herkunft von Lebensmitteln, Nachhaltigkeit, Regionalität und Saisonalität in der Wichtigkeit vor der biologischen Beschaffenheit von Lebensmitteln. Besonders beunruhigt ist die österreichische Bevölkerung in Bezug auf Lebensmittel über Täuschung durch unrichtige Informationen, neben Antibiotikarückständen und hormonähnlichen Stoffen (8, 9).

Generell ist das Vertrauen der Befragten in GS und Kennzeichnungen auf Lebensmittelverpackungen hoch. Bei den GS genießen GS, die durch öffentliche Stellen vergeben werden, und Bio-GS, das höchste Vertrauen, während man GS von Vereinen und „Nichtregierungsorganisationen“ (non-governmental organizations=NGOs) weniger vertraut, obwohl auch hier immerhin die Hälfte der Befragten Vertrauen zu haben erklärt (8, 9).

Mit der Frage, welche Rolle Faktoren wie Herkunft oder Regionalität beim Lebensmitteleinkauf spielen, befassen sich weitere Studien, vor allem Marktforschungsstudien. Neben Produktionsbedingungen wie Tierhaltung, Antibiotikagaben, Sozialstandards, Umweltaspekten, wie Pestizideinsatz oder CO<sub>2</sub>-Ausstoß, Einsatz von Gentechnik, Preis, Geschmack und Qualität gehört die Herkunft zu den wesentlichen Interessengebieten,

mit denen sich Verbraucherinnen und Verbraucher beim Lebensmitteleinkauf beschäftigen. Vielen Konsumentinnen und Konsumenten ist es nicht gleichgültig, welche Identität sich hinter einem Produkt versteckt.

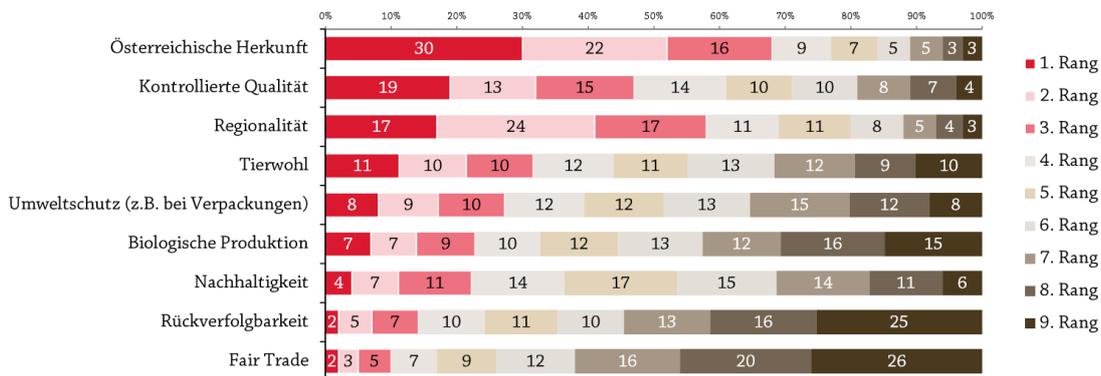
**RollAMA-Motivanalysen: (10)**

- Auftraggeber: AMA-Marketing
- Befragungen der RollAMA-Haushalte - Einstellungen und Motive zu diversen Themen rund um Konsum und Einkaufsverhalten
- Methode/Stichprobe: Onlinestudien, österreichweit repräsentativ
- Durchführendes Institut: GfK (Growth from Knowledge)

**1. Regionalität - August 2019 (11)**

- n=1.685

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Themen beim Einkauf von Lebensmitteln im Vergleich? Reihnen Sie die Themen bitte nach der Wichtigkeit für Ihren Lebensmitteleinkauf.



GfK Angaben in %, n=1.685  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing



Abbildung 3: Wichtigkeit diverser Themen beim Lebensmitteleinkauf (11)

Einer überwiegenden Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich ist die österreichische Herkunft beim Lebensmitteleinkauf wichtig. Neben Qualität und Regionalität wird auch Wert auf Tierwohl und Umweltschutz gelegt. Auffallend ist sicherlich, dass Regionalität wichtiger als die biologische Produktion ist.

## Was ist Regionalität? – spontan

Was verstehen Sie bei Lebensmitteln unter dem Begriff "Regionalität"? Bitte nennen Sie uns alles, woran Sie dabei spontan denken.



Angaben in %, n=1.685  
 Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing



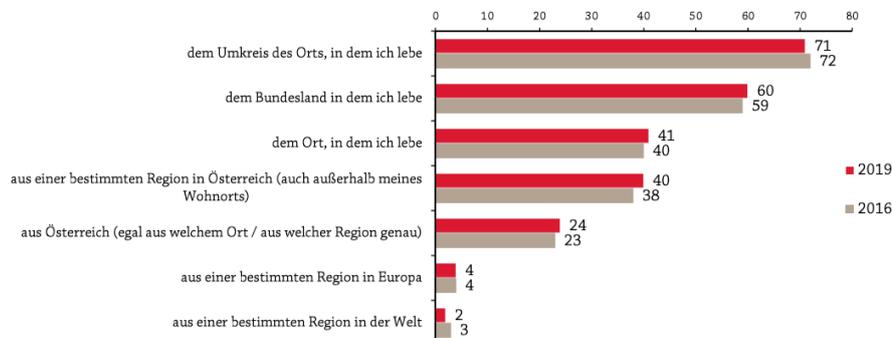
Abbildung 4: Assoziationen mit dem Begriff „Regionalität“ (11)

Eine eindeutige Definition für den Begriff „Regionalität“ oder „Region“ ist nicht auffindbar. Die Ergebnisse dieser Analyse zeigen, dass die Mehrheit der Befragten im Zusammenhang mit „Regionalität“ spontan an die Begriffe „aus der Nähe/Nachbarschaft“, „aus der Region/aus der Gegend“, „kurze Transportwege“, „aus dem eigenen Bundesland“ nennen. Einen konkreten Kilometerkreis nennen nur 10 % der Befragten („Umkreis bis max. 300 km). „Regionalität“ bietet also viel Interpretationsspielraum und schon deshalb auch erhebliches Potenzial für eine Enttäuschung von Konsumentenerwartungen oder gar eine rechtlich relevante Irreführungseignung.

## Regionales kommt aus der unmittelbaren Umgebung

Woher kommen Ihrer Meinung nach regionale Produkte?

Regionale Produkte sind meinem Verständnis nach Produkte aus....



Angaben in %, n=1.685, 2016: n=1.555  
 Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing



Abbildung 5: Meinungen zur Herkunft regionaler Produkte (11)

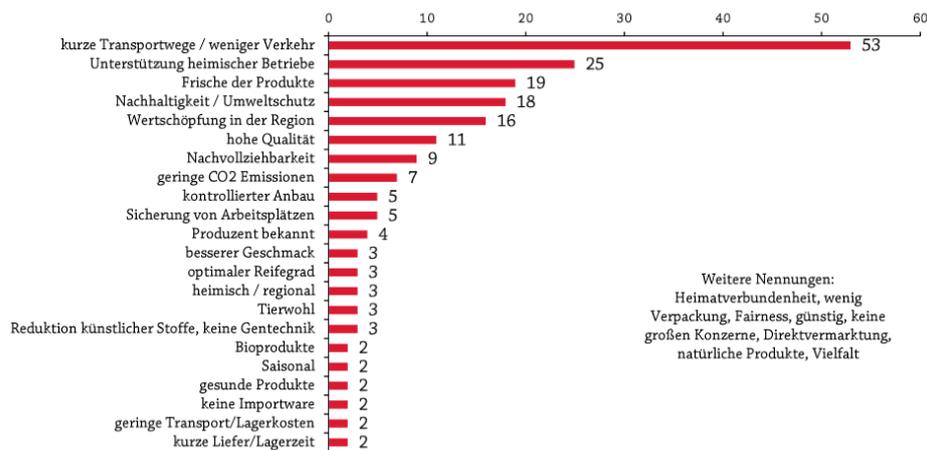
71 % der Befragten, meinen, dass regionale Produkte aus der unmittelbaren Umgebung kommen: „aus dem Umkreis des Ortes, in dem ich lebe“, 60 % glauben, sie stammen aus dem eigenen Bundesland, 41 % aus dem Ort, in dem die Respondenten leben.

Beim Einkauf muss man sich nur in der Abteilung der „regionalen Produkte“ umsehen, ob Produzenten und der Handel das Gleiche unter „Regionalität“ verstehen.

24 % meinen, dass regionale Produkte aus Österreich, aber „egal aus welchem Ort/aus welcher Region genau“, stammen. Die Verbrauchererwartung ist somit sehr heterogen. Bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern herrscht Unsicherheit darüber, was „regional“ im Handel mit Lebensmitteln bedeutet. Die Ergebnisse ähneln denen der Motivanalyse von 2016.

## Gründe für den Kauf regionaler Produkte – spontan

Welche Gründe sprechen für Sie für den Kauf regionaler Lebensmittel? Bitte nennen Sie uns alles, woran Sie dabei spontan denken.



Angaben in %, n=1.685

Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing



Abbildung 6: Gründe für den Kauf regionaler Produkte (11)

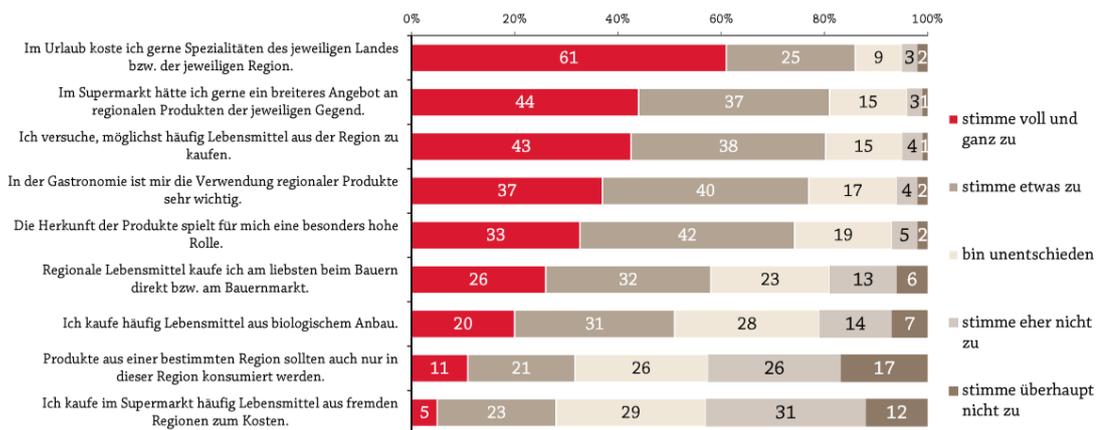
Entscheiden sich Konsumentinnen und Konsumenten für „regionale“ Produkte, weil sie sich davon eine höhere Qualität erwarten? Oder aus Klimaschutzgründen, aufgrund der kürzeren Transportwege? Geht es den Verbraucherinnen und Verbrauchern eher darum, die heimischen Produzenten zu unterstützen oder stecken psychologische Beweggründe dahinter?

Die Analyse zeigt, dass kurze „Transportwege/weniger Verkehr“ das Top-Kaufargument für regionale Produkte ist, gefolgt von „Unterstützung der heimischen Betriebe“ und „Frische“. 11 % der Befragten denken an eine hohe Qualität von regionalen Produkten. Das Gefühl, das Verbraucherinnen und Verbraucher mit Regionalität verbinden, und die positiven Aspekte, die regionale Produkte aufweisen, können dazu führen, dass solche Annahmen zustande kommen.

Der Bedarf an Orientierung ist gegeben, nicht zuletzt aufgrund der steigenden Globalisierung. Man sehnt sich nach dem, was man kennt und fühlt eine gewisse Sicherheit beim Konsum von bekannten, „nahen“ Produkten. 2016 war das Top-Kaufargument noch die Stärkung der Landwirtschaft, gefolgt von den kurzen Transportwegen.

## Regionalität in Supermarkt und Gastronomie gefragt

Wenn Sie Lebensmittel für den täglichen Bedarf nach Herkunft und Regionalität betrachten, wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte?



Angaben in %, n=1.685  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing

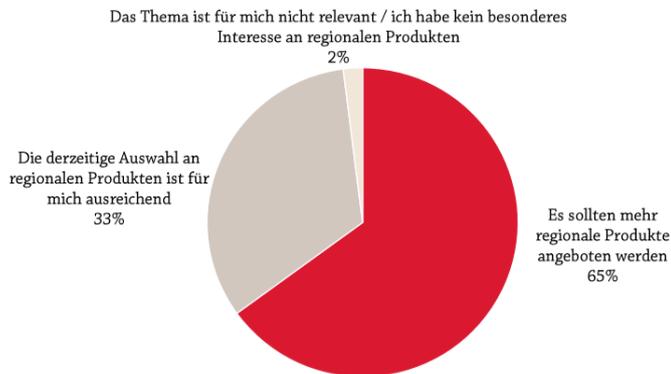


Abbildung 7: Betrachtung von Lebensmitteln nach Herkunft und Regionalität: Wichtigkeit von verschiedenen Aspekten (11)

Sowohl beim Einkauf als auch in Gastronomiebetrieben z. B. während eines Urlaubaufenthaltes, spielen Regionalität bzw. Herkunft eine wichtige Rolle. Der Wunsch nach einem breiteren Angebot an regionalen Produkten ist vorhanden (z. B. im Supermarkt). Dass versucht wird, möglichst häufig Lebensmittel aus der Region zu kaufen, bejahen 43 %. Regionale Produkte sind laut dieser Analyse stärker gefragt als Lebensmittel aus dem biologischen Anbau.

## Zwei Drittel wünschen sich ein größeres Angebot an regionalen Produkten

Wie zufrieden sind Sie mit dem Angebot an regionalen Produkten im Lebensmittelhandel?



Angaben in %, n=1.685  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing



Abbildung 8: Bewertung des Angebotes an regionalen Produkten (11)

65 % der Befragten geben sich mit dem Angebot an regionalen Produkten im LEH nicht zufrieden. Sie wünschen sich ein größeres Angebot. Spannend ist, wie die Ergebnisse einer zukünftigen Analyse ausschauen, da der Markt für das Segment „regionale Lebensmittel“ aktuell stark im Wachstum ist. Eine Steigerung im Vergleich zu 2016 konnte bereits beobachtet werden (Abbildung 9).

## Nachfrage an regionalen Lebensmitteln gestiegen

Wie zufrieden sind Sie mit dem Angebot an regionalen Produkten im Lebensmittelhandel?



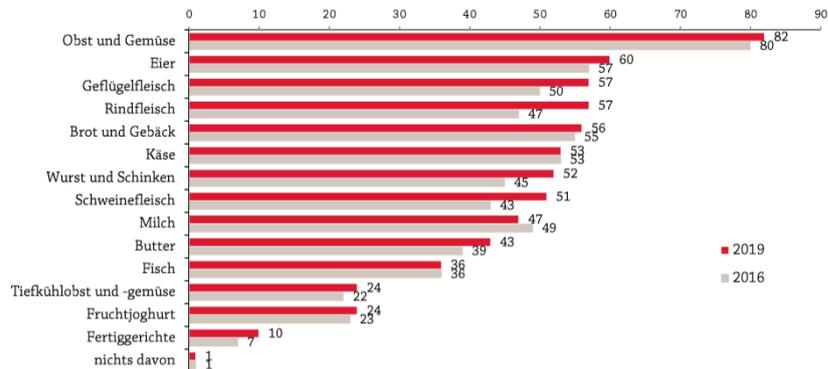
Angaben in %  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing



Abbildung 9: Nachfrage regionaler Produkte (11)

## Fleisch und Wurst: Größeres Interesse an regional erzeugten Produkten

In welchen Warengruppen wünschen Sie sich mehr regional erzeugte Produkte im Lebensmittelhandel?



Angaben in %, n=1.095, Basis: mehr regionale Produkte gewünscht, 2016: n=849  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing

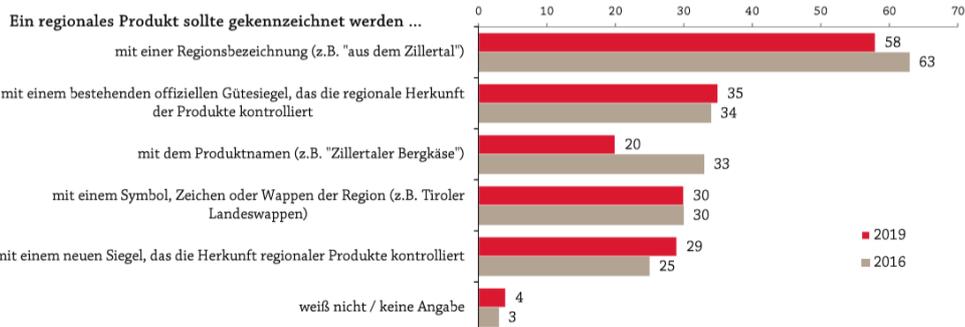


Abbildung 10: Interesse an regionalen Produkten, je nach Warengruppe (11)

Die Mehrheit wünscht sich im LEH mehr regionales Obst und Gemüse (82 %), gefolgt von Eiern (60 %) und Geflügelfleisch (57 %), was für die „heimische Landwirtschaft“ eine Chance darstellt, aber gleichzeitig auch die Herausforderung beinhaltet, der Nachfrage gerecht zu werden.

## Kennzeichnung regionaler Produkte am besten durch Regionsbezeichnung und bestehende Gütesiegel

Wie sollten regionale Lebensmittel Ihrer Meinung nach generell gekennzeichnet werden, damit man erkennt, dass es sich um ein regionales Produkt handelt?



Angaben in %, n=1.647, Basis: Interesse an regionalen Produkten, 2016: n=1.497  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing



Abbildung 11: Kennzeichnung von regionalen Produkten (11)

58 % der Befragten sind der Ansicht, dass regionale Produkte mit Regionsbezeichnungen gekennzeichnet werden sollten. Fraglich ist aber, welche Produkte das überhaupt betreffen könnte, da es keine eindeutige Definition für „Region“ gibt.

## Aussagenpaare zu regionalen Produkten

Welcher Aussage jedes Aussagenpaares stimmen Sie persönlich eher zu?



Angaben in %, n=1.647, Basis: Interesse an regionalen Produkten  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing

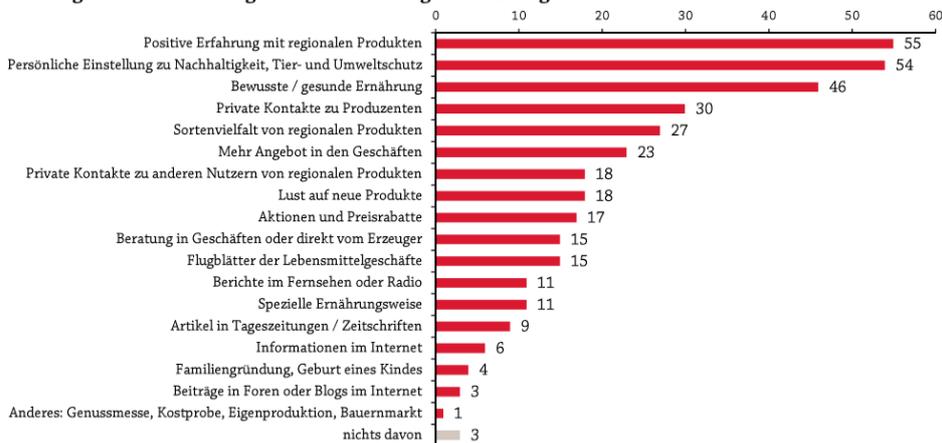


Abbildung 12: Zustimmung zu Aussagenpaaren zu regionalen Produkten (11)

Interessant ist, dass laut der Analyse regionale Lebensmittel zu teuer verkauft werden, das Vertrauen in die Kennzeichnung von regionalen Lebensmitteln eingeschränkt ist und dass es an Information zu regionalen Lebensmitteln mangelt.

## Was weckt das Interesse an regionalen Produkten?

Was hat bislang Ihr Interesse an regionalen Produkten geweckt bzw. gestärkt?



Angaben in %, n=1.647, Basis: Interesse an regionalen Produkten  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing



Abbildung 13: Interesse an regionalen Produkten (11)

Ein gewisser positiver psychologischer Hintergrund scheint das Interesse an regionalen Produkten zu wecken bzw. zu stärken, aber auch Umweltaspekte, Nachhaltigkeit und Tierwohl sowie bewusste/gesunde Ernährung.

## Jüngere verbinden regional eher mit bio als Ältere

Wie sehr verbinden Sie den Begriff „regional“ mit „bio“?

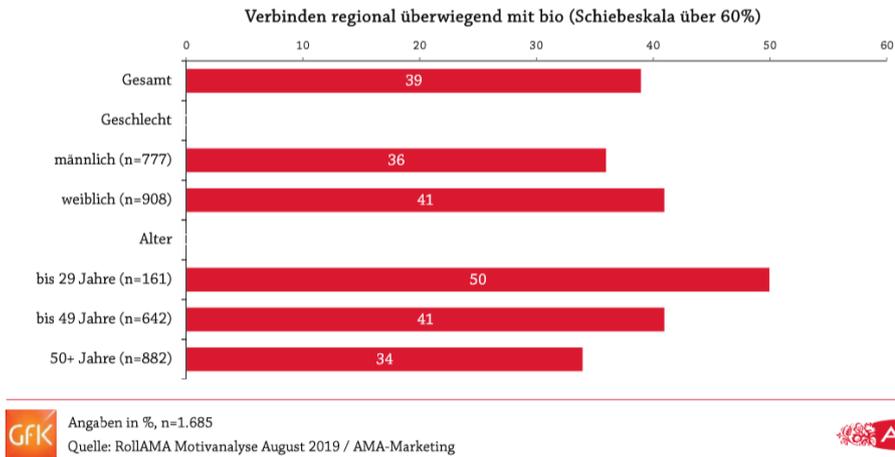


Abbildung 14: Verbindung von regional mit bio (11)

Interessant ist, dass gesamt betrachtet 39 % „regional“ mit „bio“ verbinden. Diese Assoziation lässt sich bei mehr Frauen als Männern und zu einem größeren Prozentsatz bei Personen jüngeren Alters (bis 29 Jahre) feststellen.

## 2. Regionalität - Juni 2016 (10)

- n=1.555

### Angebot an regionalen Produkten im LEH gut aber ausbaufähig

Wie beurteilen Sie das Angebot von regionalen Produkten bei den folgenden Einkaufsquellen? Die Einkaufsquelle hat ein ... an regionalen Produkten.

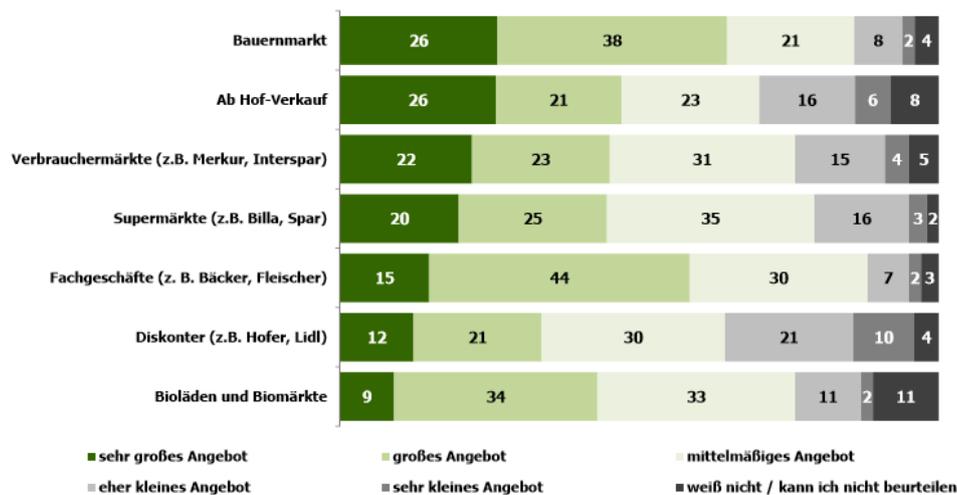


Abbildung 15: Angebot von regionalen Produkten je nach Einkaufsquelle (10)

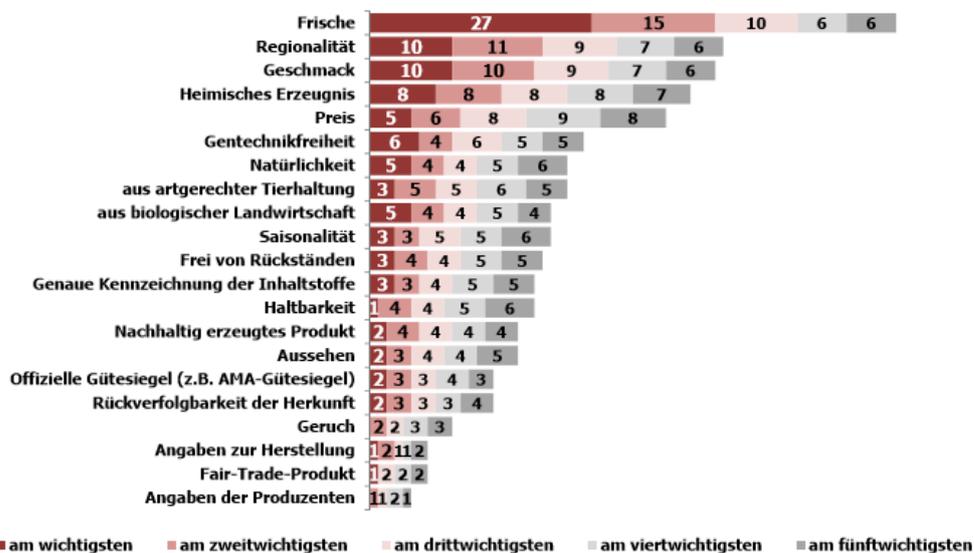
2016 wurde nach der Beurteilung des Angebotes an regionalen Produkten bei verschiedenen Einkaufsquellen gefragt. Das Angebot an regionalen Produkten ist laut den Befragten im LEH gut, aber noch ausbaufähig, vor allem in Supermärkten, Verbrauchermärkten, bei Diskontern und in Bioläden und Biomärkten. Daraus folgt, dass der Handel noch stärker von Regionalität profitieren kann.

### 3. Qualität - August 2017 (10)

- n=1.710

## Regionalität und Herkunft sind wichtige Qualitätskriterien

Welche Qualitätskriterien bei Lebensmitteln sind Ihrer Meinung nach besonders wichtig? Bitte wählen Sie aus nachstehenden Kriterien die fünf wichtigsten aus und reihen Sie diese nach ihrer Wichtigkeit.



Angaben in %, n=1.710 Befragte  
Quelle: RolIAMA Motivanalyse August 2017/ AMA-Marketing



Abbildung 16: Qualitätskriterien bei Lebensmitteln (10)

In dieser Analyse wurde Herkunft als Qualitätskriterium definiert und liegt in der Wichtigkeit nach „Frische“ auf Platz zwei. Der Geschmack wurde ähnlich wie Regionalität bewertet. Interessant ist, dass weniger produktbezogene Eigenschaften bzw. die Beschaffenheit eines Lebensmittels, mit Ausnahme der Frische, für die Befragten wichtige Qualitätskriterien sind. Auch das „heimische Erzeugnis“ wird als wichtiges Qualitätskriterium angesehen. Was unter „Qualität“ eines Lebensmittels zu verstehen ist und welche Faktoren diese definieren, wird unterschiedlich aufgefasst.

#### 4. Ernährung - April 2017 (10)

- n=1.466

### Assoziationen zu Ernährung

Wenn Sie an das Thema Ernährung denken, was ist Ihnen da besonders wichtig, worauf legen Sie bei Ihrer persönlichen Ernährung Wert?



Angaben in %, n=1.466 Befragte

Quelle: RollAMA Motivanalyse April 2017/ AMA-Marketing



Abbildung 17: Assoziationen zum Thema Ernährung (10)

Nicht nur beim Einkauf, sondern generell beim Gedanken an das Thema Ernährung sind laut dieser Analyse „Herkunft/Regionalität“ besonders wichtig, vor dem Gesundheitsaspekt im Rahmen der Ernährung („gesundes Essen“) und vor „Vielfalt, Auswahl, abwechslungsreiche/ausgewogene Ernährung“.

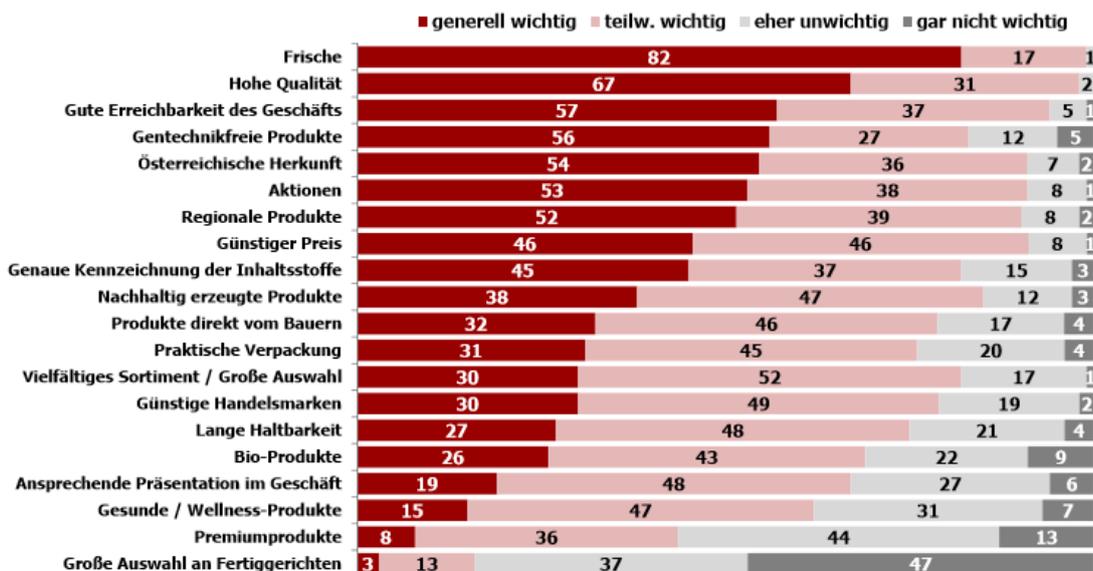
Der Begriff Ernährung ist hier sehr breit gefasst, da nicht zwischen der „Ernährungsqualität“ (Nährwerte, Inhaltsstoffe, Frische usw.) und Faktoren in Bezug auf die Auswahl von Lebensmitteln (Herkunft, Regionalität, Nachhaltigkeit usw.) unterschieden wird. Bei der „Ernährungsqualität“ könnte der gesundheitliche Aspekt am wichtigsten sein, hingegen beim Einkauf Herkunft/Regionalität.

## 5. Produktqualität und Interessen im Bereich Lebensmittel - September/Oktober 2016 (10)

- n=1.425

### Kaufentscheidungsfaktoren

Frage: Wie wichtig sind die folgenden Kriterien für Ihre Kaufentscheidung bei Produkten des täglichen Bedarfs?



Angaben in %, n=1.425 Befragte

Quelle: RoliAMA Motivanalyse September/Oktober 2016 / AMA-Marketing



Abbildung 18: Wichtigkeit verschiedener Faktoren für die Kaufentscheidung (10)

Zum Zeitpunkt dieser Befragung waren „Frische“, „hohe Qualität“, „gute Erreichbarkeit des Geschäfts“ und „gentechnikfreie Produkte“ „wichtigere“ Kriterien für die Kaufentscheidung als „österreichische Herkunft“ und „regionale Produkte“. Dennoch liegen letztere zwei Kriterien in der Wichtigkeit deutlich vor „Bio-Produkte“.

Der wirtschaftliche Aspekt mit „Aktionen“, „Preis“ und „günstige Handelsmarken“ ist laut dieser Analyse für eine Kaufentscheidung weniger relevant. Hier müsste man sich das Panel anschauen (z. B. Einkommen, Bildungsschicht).

## 6. Fleisch - Jänner/Februar 2019 (10)

- n=1.866

### Bei Fleisch zählen Frische und Herkunft

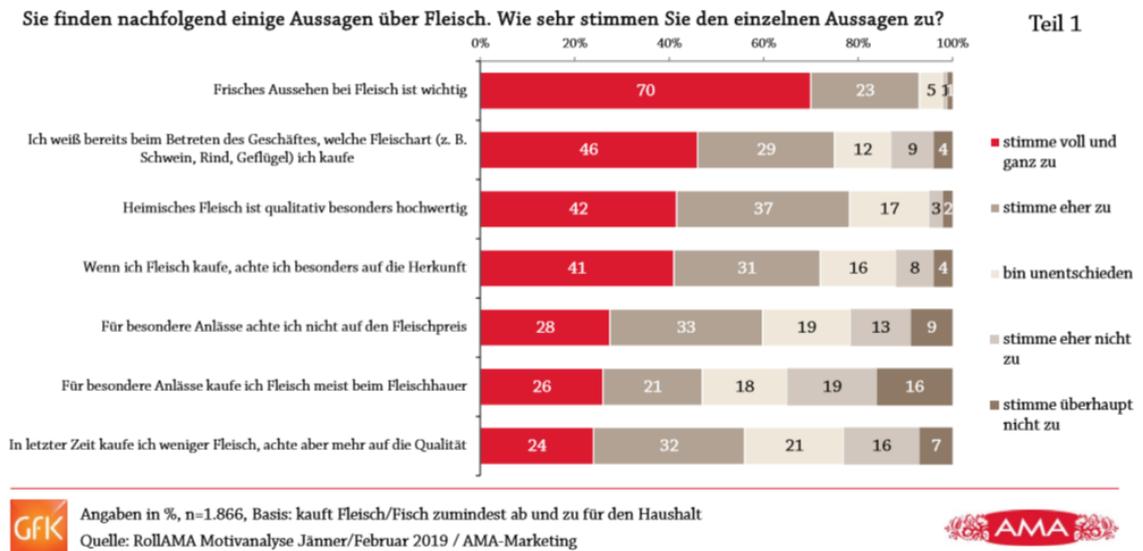


Abbildung 19: Zustimmung zu Aussagen über Fleisch (10)

Frisches Aussehen des Fleisches ist laut dieser Analyse sehr wichtig - 70 % der Befragten sind dieser Meinung. 46 % stimmen zu, dass sie bereits beim Betreten des Geschäftes wissen, welche Fleischart sie kaufen wollen. 42 % meinen, dass heimisches Fleisch qualitativ besonders hochwertig ist, und 41 % achten beim Fleischkauf auf die Herkunft.

### 3.1.3 Herkunfts- und Ursprungsangaben: Auffassung und Erwartungen

#### Online-Umfrage: Österreichische Lebensmittel (12)

- CAWI/Marketagent.com Online Access Panel
- Auftraggeber: AMA-Marketing
- n=494 (Österreich; 16–69 Jahre; Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung - Random Selection)
- Befragungszeitraum: 26. Juli 2019–1. August 2019

### Wichtigkeit der Herkunft folgender Lebensmittel

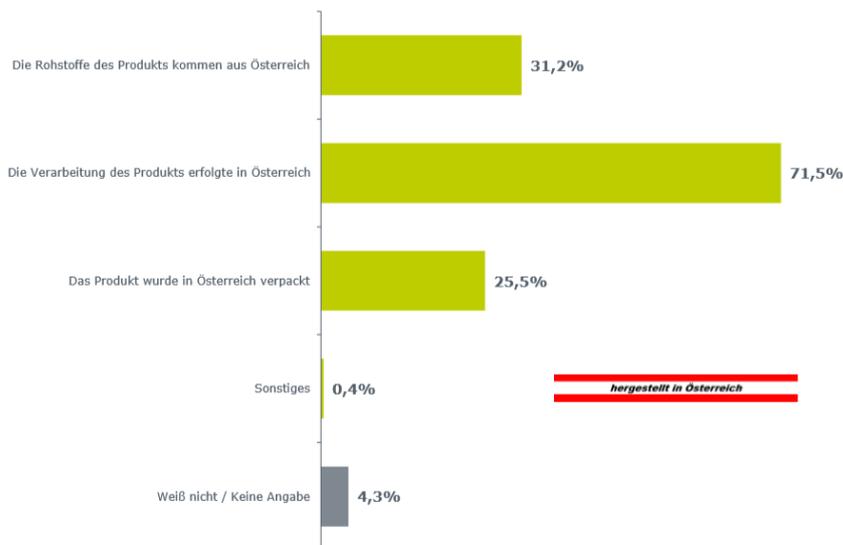
	Mittelwert	1 = sehr wichtig	2	3	4	5	6	7	8	9	10 = überhaupt nicht wichtig
Milch	1,9	68,2%	13,4%	7,3%	1,8%	4,5%	0,8%	0,6%	0,0%	0,4%	3,0%
Brot	2,0	62,1%	15,8%	8,1%	3,4%	4,9%	1,2%	1,2%	0,8%	0,2%	2,2%
Fleisch	2,1	63,2%	13,8%	8,1%	2,8%	6,5%	1,0%	0,6%	0,8%	0,0%	3,2%
Wurst	2,5	50,8%	15,8%	10,1%	6,7%	7,7%	2,0%	1,8%	1,0%	0,4%	3,6%
Bergkäse	2,7	47,0%	15,8%	11,3%	6,7%	8,3%	2,4%	2,4%	1,0%	1,4%	3,6%
Apfelsaft	3,0	39,9%	16,4%	12,3%	6,5%	11,7%	3,2%	1,6%	1,4%	0,6%	6,3%
Mehl	3,1	39,7%	14,6%	13,0%	8,9%	10,3%	3,0%	2,6%	2,0%	0,8%	5,1%
Rapsöl	3,2	36,6%	14,6%	11,9%	9,1%	12,8%	2,6%	4,0%	1,6%	1,0%	5,7%
Pommes Frites	3,9	28,3%	13,2%	11,1%	10,7%	15,0%	4,0%	3,6%	2,4%	2,2%	9,3%
Nudeln	4,0	22,7%	14,0%	15,4%	8,5%	17,0%	4,5%	4,7%	3,2%	1,2%	8,9%
Bier	4,5	25,5%	13,2%	10,9%	7,7%	12,1%	5,7%	2,2%	1,2%	1,6%	19,8%

1. [...] Wie wichtig ist Ihnen die österreichische Herkunft bei den folgenden Lebensmitteln? [...] || n=494

Abbildung 20: Wichtigkeit der Herkunft verschiedener Lebensmittel (12)

Die Wichtigkeit der Herkunft ist bei Milch, Fleisch und Brot am höchsten, geringer ist sie bei Pommes Frites, Nudeln und Bier.

### Bedeutung der Bezeichnung "hergestellt in Österreich"



2. [...] Wenn Sie ein Produkt aus dem Lebensmittelbereich mit einer Österreichflagge und der Bezeichnung "hergestellt in Österreich", wie zum Beispiel auf dieser Abbildung, sehen, was bedeutet das generell für Sie? || n=494 || Mehrfach-Nennung möglich

Abbildung 21: Bedeutung von „hergestellt in Österreich“ (12)

31 % der Befragten sind der Meinung, dass die Bezeichnung „hergestellt in Österreich“ bedeutet, dass die Rohstoffe des Produkts aus Österreich kommen, das ist fast ein Drittel des Panels. Die Mehrheit (71,5 %) ist der Meinung, dass die Verarbeitung des Produktes in Österreich erfolgt, 25,5 % aber auch, dass das Produkt in Österreich verpackt wurde. Die Ergebnisse zeigen, dass das Verständnis dieser Aussage unterschiedlich ist. Zumutbar ist, dass Konsumentinnen und Konsumenten zumindest verstehen, dass eine Herkunftsangabe wie diese sich vom jeweiligen Rohstoff löst. Wenn dies nicht der Fall ist oder Irreführungsgefahr besteht, sollten Maßnahmen zur Kommunikation dieser Information erfolgen.



### Erwartungen an ein Produkt mit österreichischer Herkunftsbezeichnung [1]

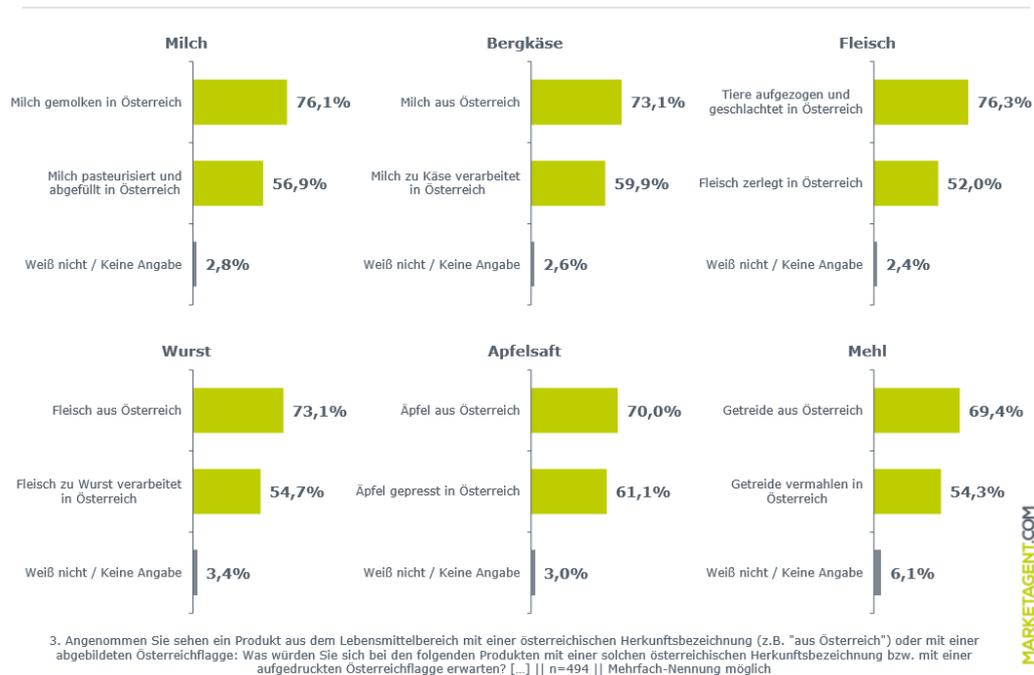
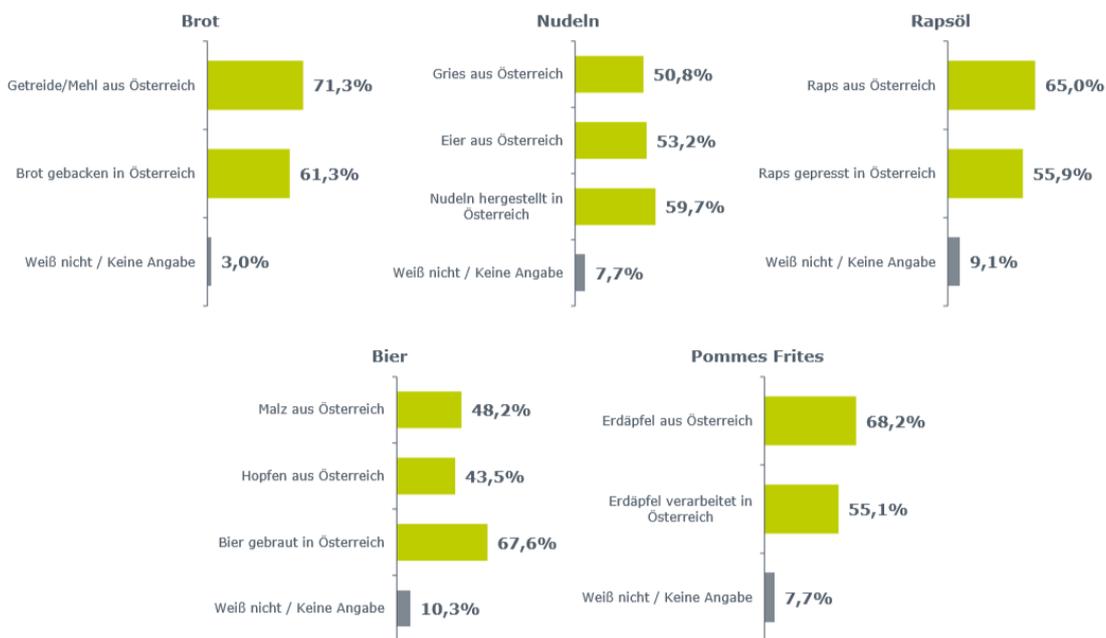


Abbildung 22: Erwartungen an ein Produkt mit österr. Herkunftsbezeichnung 1 (12)

Die Mehrheit der Befragten erwartet bei einer Herkunftsbezeichnung (z. B. „aus Österreich“ oder einem mittelbaren Herkunftshinweis, z. B. in Form einer österreichischen Flagge) die Herkunft der Rohstoffe aus Österreich oder dass wesentliche Schritte, wie das Melken der Kuh oder die Aufzucht und Schlachtung bei Fleisch in Österreich stattfinden. Dass finale Verarbeitungsschritte in Österreich stattfinden, ist zweitrangig. Man kann beobachten, dass Erwartungen an Herkunftsangaben, das tatsächliche Verständnis dieser und welche Botschaft dahintersteckt, oft nicht übereinstimmen.

## Erwartungen an ein Produkt mit österreichischer Herkunftsbezeichnung [2]



3. Angenommen Sie sehen ein Produkt aus dem Lebensmittelbereich mit einer österreichischen Herkunftsbezeichnung (z.B. "aus Österreich") oder mit einer abgebildeten Österreichflagge: Was würden Sie sich bei den folgenden Produkten mit einer solchen österreichischen Herkunftsbezeichnung bzw. mit einer aufgedruckten Österreichflagge erwarten? [...] || n=494 || Mehrfach-Nennung möglich

Abbildung 23: Erwartungen an ein Produkt mit österr. Herkunftsbezeichnung 2 (12)

Allein bei Bier erwartet die Mehrheit der Befragten, dass dieses in Österreich gebraut wurde, da dieser Schritt für das Endprodukt entscheidend ist. Weniger Respondenten erwarten, dass die Rohstoffe, wie Malz und Hopfen aus Österreich kommen. Trotzdem hat immer noch fast die Hälfte der Befragten diese Erwartung.

Der Veredelungsgrad scheint mit der Art der Herkunftserwartung zu korrelieren: landwirtschaftsnahe Produkte werden „strenger“ beurteilt und wie Abbildung 20 zeigt, ist für die Befragten bei diesen Produkten die Herkunft am wichtigsten (Milch, Fleisch und Brot), möglicherweise auch, weil es sich um Grundnahrungsmittel handelt.

Die Ergebnisse der hier herangezogenen Analysen bzw. Befragungen sind für Österreich repräsentativ, stellen aber nur einen Bruchteil der Studien und Marktforschung dar, die es zu diesem Thema gibt.

**Europäischer Verbraucherverband (Bureau Européen des Unions de Consommateurs/BEUC): Meinungsumfrage 2012 (13):** Online-Omnibusumfrage zur Herkunfts- bzw. Ursprungskennzeichnung

- vier EU-Staaten:
  - Österreich: n=1.037; 16–54 Jahre
  - Frankreich: n=1.045; 16–54 Jahre
  - Polen: n=1.057; 16–54 Jahre
  - Schweden: n=1.029; 16–54 Jahre
- Juli 2012
- repräsentative Stichproben
- 1. Evaluierung der Rolle der Herkunft bei verschiedenen Lebensmittelkategorien und der Erwartungen in Bezug auf die Kennzeichnung der geographischen Herkunft.
- 2. Verständnis bzw. Auffassung von Herkunftsangaben und Präferenzen in der Art der Herkunftskennzeichnung (frisches Fleisch, verarbeitetes Fleisch und verarbeitetes Obst/Gemüse).

#### Ergebnisse: ein Auszug

Für durchschnittlich 70 % aller Befragten ist Herkunft ein wichtiger Faktor beim Einkauf.

Für die Mehrheit der Befragten ist die Herkunft von Fleisch, Fisch, Milch und Milchprodukten sowie von frischem Obst und Gemüse von Interesse und mehr als die Hälfte findet auch wichtig, dass die Herkunft von Lebensmitteln mit einer Zutat (z. B. Zucker, Salz, Mehl) und Kaffee/Tee angegeben wird.

Die Mehrheit der Befragten erwartet ein konkretes Land als Herkunfts- bzw. Ursprungsangabe (50–78 %). Ein geringerer Anteil der Befragten will eine genauere Angabe, wie etwa eine Region, auf dem Etikett vorfinden (13–36 %). Mit der Angabe, ob ein Lebensmittel aus der EU stammt, geben sich nur 4–13 % der Befragten zufrieden (Abbildung 24).

FIGURE 1 Q4. Thinking about what "origin" refers to on a food label, how precise would you like this information to be?

Base: All who think it's important that origin is on labelling

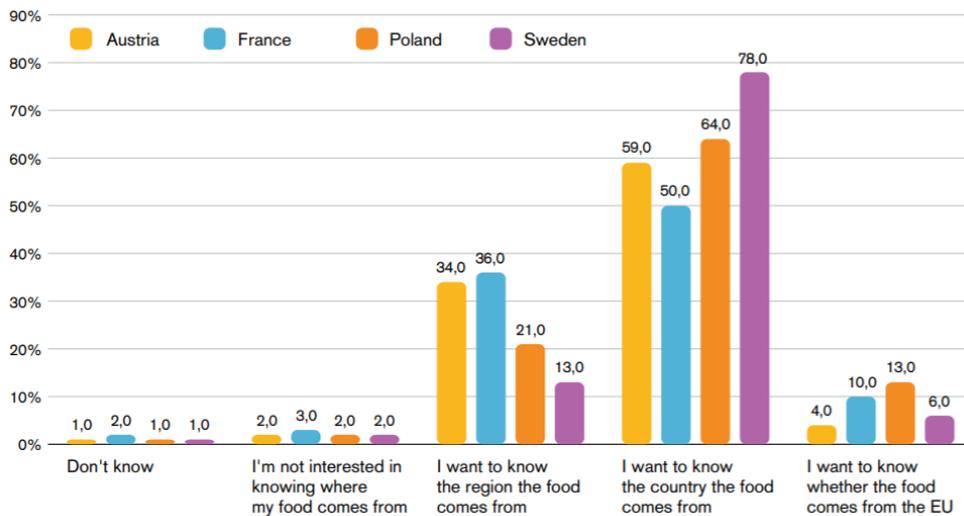


Abbildung 24: Erwartungen an eine Herkunfts- bzw. Ursprungsangabe (13)

Herkunftsinformation ist für einige Verbraucherinnen und Verbraucher verwirrend und informiert nicht immer in der erwarteten Form. Die Verbraucherinnen und Verbraucher sind sich nicht immer darüber im Klaren, was eine Ursprungs- bzw. Herkunftskennzeichnung bei den unterschiedlichen Erzeugnissen bedeutet. Sie haben Schwierigkeiten zuzuordnen, welche/r Verarbeitungsschritt/e im angegebenen Land erfolgt ist/sind. Bei Fleisch z. B. ist nicht immer klar, welche/r Lebensabschnitt/e im angegebenen Land stattgefunden hat/haben. Generell werden je nach Land und befragter Person Angaben unterschiedlich interpretiert.

Die Mehrheit der Befragten in Frankreich (62 %), Polen (41 %) und Schweden (49 %) sehen das angegebene Land bei Fleisch als jenes Land an, in dem das Tier geboren, aufgezogen und geschlachtet wurde. Außer im Fall von Frankreich sind dies aber nicht mehr als 50 % der Befragten. In Österreich glaubt die Mehrheit (34,8 %), dass in diesem Land nur die Schlachtung stattgefunden hat. 32,2 % der Befragten aus Österreich sind immerhin derselben Meinung wie die Mehrheit der Befragten der drei anderen Länder.

Gesamt betrachtet ist die Antwort, dass das Tier in diesem Land aufgezogen und geschlachtet, aber nicht geboren wurde, am zweithäufigsten vertreten. Interessant ist,

dass ca. 5–10 % der Befragten der Meinung sind, dass keine der angegebenen landwirtschaftlichen Schritte im angegebenen Land erfolgen (Abbildung 25).

Mittlerweile ist die Kennzeichnung von Frischfleisch so geregelt, dass ein einziges Land nur dann angegeben ist, wenn Geburt, Mast und Schlachtung im selben Land stattgefunden haben. Zumindest bei Rindfleisch, Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Geflügelfleisch ist das der Fall. Diese Fragestellung hätte man genauer formulieren müssen bzw. hat sich in den Jahren nach dieser Studie rechtlich in der Kennzeichnung noch einiges getan. Heute würde die Fragestellung anders ausschauen.

FIGURE 2 Q5. If you were buying fresh meat (e.g. joints, fillets, chops) and the country of origin was specified. What do you think happened in the country?  
Base: All respondents

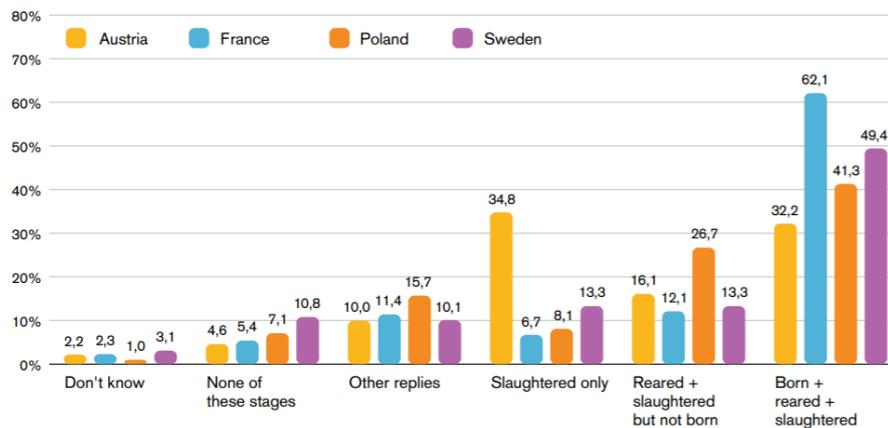


Abbildung 25: Auffassung von Herkunftsinformation bei Frischfleisch (13)

Ungewissheit besteht auch bei der Interpretation von Herkunftsangaben bei verarbeiteten Fleischprodukten wie Speck, Schinken oder Wurst. Welche/r Schritt/e im angegebenen Land stattgefunden hat/haben ist oft unklar.

Die häufigste Antwort der Befragten aus Frankreich (43,3 %), Schweden (37,9 %) und Polen (36,3 %) ist diejenige, dass sämtliche Schritte von Geburt bis zum verzehrfertigen Lebensmittel im angegebenen Land stattgefunden haben. Die Mehrheit der Befragten aus Österreich (28,8 %) ist hingegen der Meinung, dass nur die Verarbeitung im angegebenen Land stattgefunden hat. Je nach Land sind die Prozentsätze der anderen Antworten unterschiedlich verteilt. Ein kleiner Prozentsatz (2,9–9 %) der Befragten ist der Meinung, dass keine Stufe im angegebenen Land stattgefunden hat (Abbildung 26).

FIGURE 3 **Q6. If you were buying processed meat (e.g. bacon, ham, sausages, etc.) and the country of origin was specified. What do you think happened in the country?**

Base: All respondents

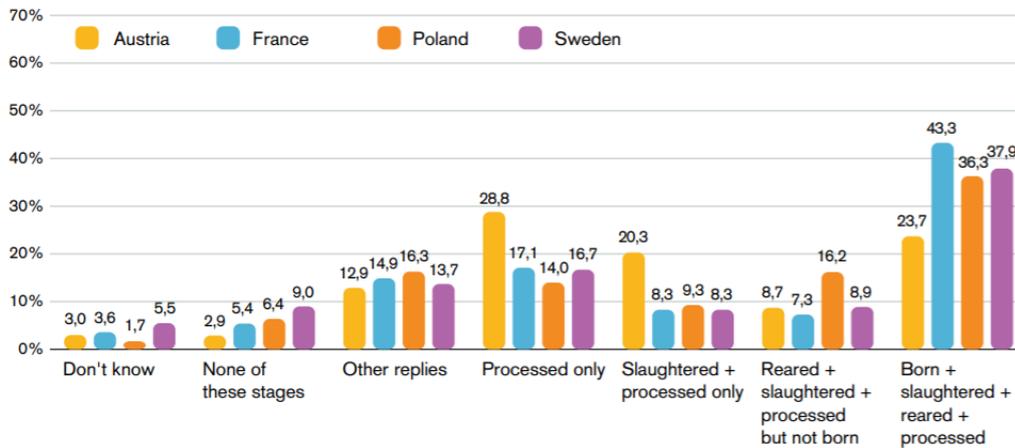


Abbildung 26: Auffassung von Herkunftsinformation bei verarbeitetem Fleisch (13)

Für die Mehrheit der Befragten (Frankreich 53 %; Polen 56,6 %; Schweden 61 %; Österreich 69 %) ist bei verarbeitetem Fleisch sowohl das Land der Aufzucht als auch das Land der Verarbeitung gleichermaßen relevant. Zudem ist für die Befragten wichtiger zu wissen, woher das Tier aufgezogen wurde als wo die Verarbeitung stattgefunden hat (Abbildung 27).

FIGURE 4 **Q7. Thinking about origin labelling on processed meat (e.g. bacon, ham, sausages, etc.), do you think it is more important to know where the animal was farmed or where the meat was processed into the final product?**

Base: All respondents

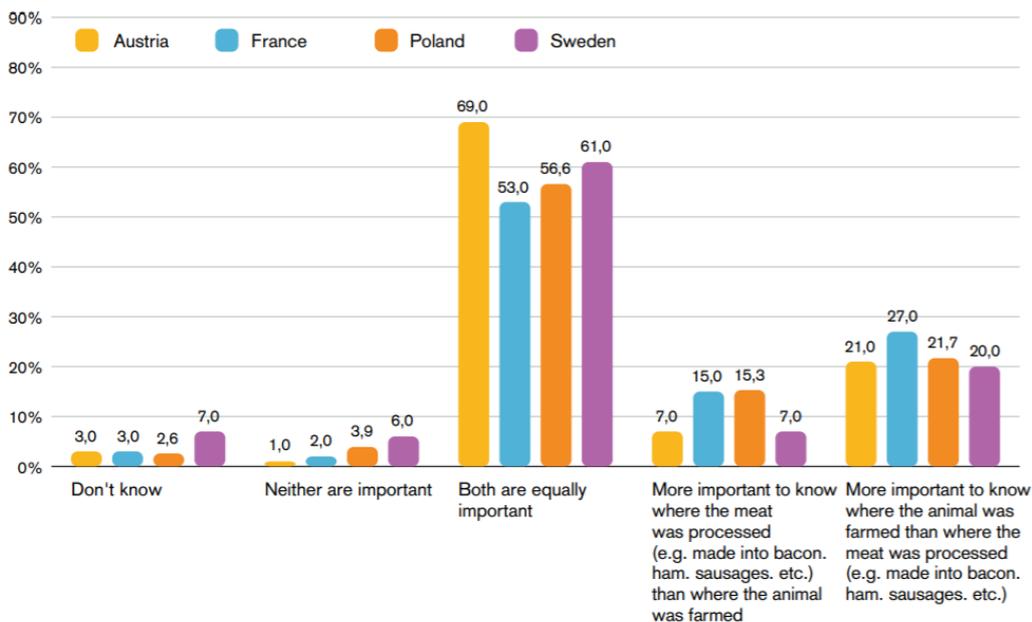


Abbildung 27: Erwartungen an Herkunftangaben bei verarbeitetem Fleisch (13)

Auch bei verarbeitetem Obst und Gemüse sind die Erwartungen der Befragten unterschiedlich. Während die Mehrheit der Befragten in Polen (60 %), Frankreich (51,9 %) und Schweden (44 %) der Meinung ist, dass das Land dasjenige ist, in dem sowohl die Ernte des Obstes als auch die Verarbeitung zu Marmelade stattgefunden hat, ist die Mehrheit der Befragten der Österreicher (52 %) der Meinung, dass nur die Verarbeitung im angegebenen Land stattgefunden hat. 31 % der Befragten aus Österreich sind jedoch derselben Meinung wie die Mehrheit aus den drei anderen Ländern. Die zweithäufigste Antwort der drei anderen Länder ist die gleiche, wie die der Mehrheit der Befragten aus Österreich. 9–13 % sind der Meinung, dass nur die Ernte im angegebenen Land und 6–12 %, dass keiner der angegebenen Schritte dort stattgefunden hat (Abbildung 28).

FIGURE 5 Q8. If you were buying a jar of jam and the country of origin was specified. What do you think happened in that country?

Base: All respondents

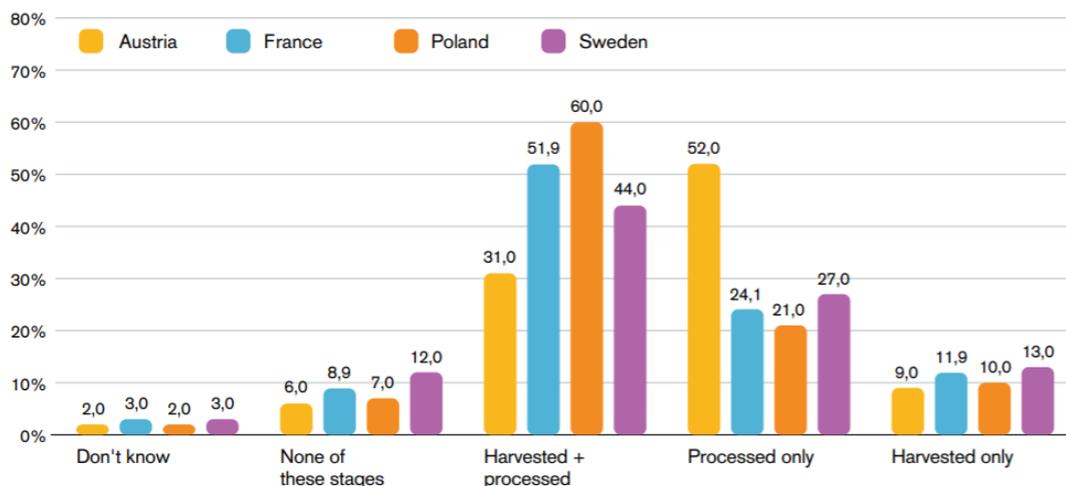


Abbildung 28: Erwartungen an Herkunftsangaben: Beispiel Marmelade (13)

Wenn man untersucht, welche Herkunftsangaben Verbraucherinnen und Verbraucher sich bei verarbeitetem Obst und Gemüse wünschen, kann eine Diskrepanz zwischen dem, was sie sich wünschen würden, und deren Verständnis von Herkunftsangaben beobachtet werden. Die Mehrheit der Befragten interessiert gleichermaßen das Land, in dem ein Erzeugnis angebaut und geerntet wurde, und jenes, in dem die Verarbeitung zu Marmelade, Saft oder Sauce erfolgt ist (Frankreich 53 %; Schweden 56 %; Polen 57 %; Österreich 68 %). Zudem ist für die Befragten wichtiger zu wissen, wo Anbau

und Ernte stattgefunden haben, als wo die Verarbeitung erfolgt ist. An Österreich kann die Diskrepanz zwischen Interpretation von Herkunftsinformation und Erwartungen an eine Kennzeichnung aufgezeigt werden (Abbildung 29).

FIGURE 6 Q9. Thinking about origin labelling on processed fruit or vegetable products (jam, juice, sauce, etc.), do you think it is more important to know where it was grown or where it was processed?  
Base: All respondents

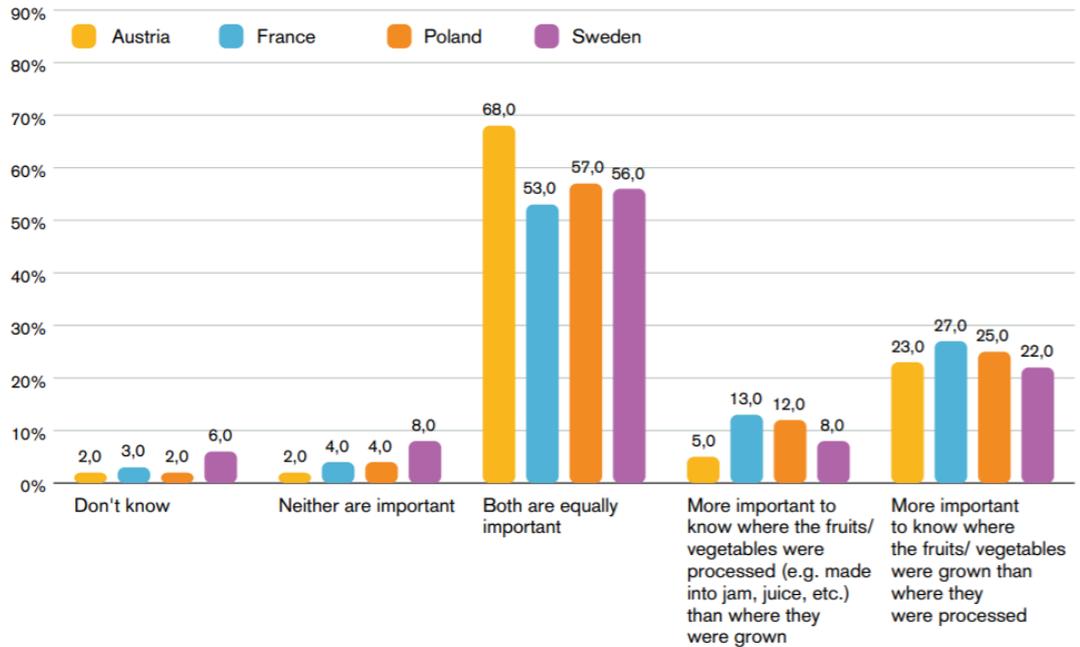


Abbildung 29: Erwartungen an Herkunftsangaben bei verarbeitetem Obst/Gemüse (13)

Die Übertragbarkeit dieser Ergebnisse auf andere EU-Staaten ist nicht möglich. Die Statistik für spezifische Länder und generell auf EU-Ebene, auf die in dieser Arbeit eingegangen wurde, zeigt aber, dass die Herkunft beim Lebensmitteleinkauf ein wichtiges Thema ist.

## **3.2 Rechtliche Grundlagen der Herkunftskennzeichnung auf EU-Ebene**

### **3.2.1 Historischer Hintergrund**

Die Bovine Spongiforme Enzephalopathie (BSE), auch als der sogenannte „Rinderwahnsinn“ bekannt, wurde 1986 erstmals bei Rindern im Vereinigten Königreich (UK=United Kingdom) beschrieben (14). Diese führte dazu, dass in der Europäischen Gemeinschaft (EG) bzw. in weiterer Folge in der EU, erstmals Produkte aus einem bestimmten Land, in diesem Fall UK, diskriminiert wurden.

Die EU verhängte am 27. März 1996 ein weltweites Exportverbot für sämtliches britisches Rindfleisch und sämtliche Rindfleischerzeugnisse, Rinder, Samen, Embryonen sowie von Säugetieren stammendes britisches Fleisch- und Knochenmehl, da es sich nicht um BSE-Einzelfälle handelte und vermehrt Todesfälle beim Menschen auftraten. Ein neues „Herkunftsdenken“ entstand und das in dieser Form bis dahin nicht beobachtete Phänomen einer Art „Lebensmittel-Nationalismus“ konnte festgestellt werden (15, 16). Die britische Regierung klagte in Folge vor dem Europäischen Gerichtshof (EuGH), da die Warenverkehrsfreiheit nicht gewährleistet wurde, die Klage wurde jedoch abgewiesen (17, 18).

Aus Sicht der Wissenschaft bestand ein gesundheitliches Risiko und daher war das Verhängen eines Exportverbotes als Dringlichkeitsmaßnahme unerlässlich. Damals handelte die EU im Zuge des sogenannten Vorsorgeprinzips, das in der späteren Verordnung (VO) (EG) 178/2002 (EG-Basis-VO (19)) verankert wurde. Nach 10 Jahren wurde 2006 das Exportverbot wieder offiziell aufgehoben (20).

Die Notwendigkeit einer anderen oder vielmehr neuen Denkweise bezüglich der Herkunft von Lebensmitteln manifestierte sich in der BSE-Krise zum ersten Mal. Verbraucherinnen und Verbraucher hatten dadurch nämlich das Vertrauen in Lebensmittelsicherheit und -qualität verloren und waren verunsichert, was zu einem Rückgang des Rindfleischverbrauchs führte (21).

Als Konsequenz der BSE-Krise erfolgten die ersten Schritte und Maßnahmen in Richtung verpflichtender Herkunftskennzeichnung, um das Vertrauen von Verbraucherin-

nen und Verbrauchern wieder zu gewinnen bzw. zu stärken und einheitliche Qualitätsstandards zu gewährleisten, beginnend mit der Rindfleischkennzeichnung, gem. der VO (EG) 1760/2000 (22).

### **3.2.2 Verpflichtende Herkunftskennzeichnung: Lebensmittelinformations-VO (LMIV)**

Als fundamental gilt die LMIV: VO (EU) 1169/2011 des Europäischen Parlaments (EP) und des Rates vom 25. Oktober 2011, betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel und zur Regelung der Kennzeichnung von Lebensmitteln in der EU (23). Die VO ist, mit Ausnahme einzelner Art und Anh (Art 55), seit 13. Dezember 2014 in allen EU-Mitgliedstaaten gültig.

Als horizontale Kennzeichnungsvorschrift gilt sie als „Basisgesetz“ der Kennzeichnung und ist umfassender als eine als „Etikettierung“ verstandene Kennzeichnung. Die VO sollte einen Übergang von einer alleinigen bzw. bloßen Etikettierung zur Information über Lebensmittel schaffen. Ziel der VO ist es, die Information der Verbraucherinnen und Verbraucher über Lebensmittel umfassend zu verbessern.

Gleichzeitig bildet die VO die Grundlage für die Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzniveaus und soll ein reibungsloses Funktionieren des Binnenmarktes sicherstellen (Art 1 Abs 1).

Zum besseren Verständnis der Inhalte betreffend die Aspekte zur Herkunfts- und Ursprungskennzeichnung dieser VO sollten vorab die relevanten Begriffe „Ursprung“ bzw. „Ursprungsland“ und „Herkunftsort“ erläutert werden.

In der VO (EWG) 2913/92 zur Festlegung des Zollkodex der Gemeinschaften (24) sind die nicht präferenziellen Ursprungsregeln der Union geregelt (Art 23–26): *Ursprungswaren eines Landes sind Waren, die vollständig in diesem Land gewonnen oder hergestellt worden sind* (Art 23 Abs 1). Was unter den vollständig in einem Land gewonnenen oder hergestellten Waren zu verstehen ist, ergibt sich aus Art 23 Abs 2 lit a–j. Pflanzliche Erzeugnisse, die im betreffenden Land geerntet worden sind (lit b), lebende Tiere, die in diesem Land geboren oder ausgeschlüpft sind und die dort aufgezogen

worden sind (lit c), Erzeugnisse, die von in diesem Land gehaltenen lebenden Tieren gewonnen worden sind (lit d), stellen Beispiele dafür dar.

*Eine Ware, an deren Herstellung zwei oder mehrere Länder beteiligt waren, ist Ursprungsware des Landes, in dem sie der letzten wesentlichen und wirtschaftlich gerechtfertigten Be- oder Verarbeitung unterzogen worden ist, die in einem dazu eingerichteten Unternehmen vorgenommen worden ist und zur Herstellung eines neuen Erzeugnisses geführt hat oder eine bedeutende Herstellungsstufe darstellt (Art 24). Beispielsweise führt der Schritt von der Milch zum Käse zur Zuordnung der Ursprungseigenschaft, da der Milch eine neue charakteristische Eigenschaft verliehen und sie deutlich verändert wird.*

Der missverständlichen Herbeiführung eines Ursprungs ist ein Riegel vorgeschoben. Das ergibt sich aus folgender Bestimmung:

Eine Be- oder Verarbeitung gilt keinesfalls als ursprungsbegründend, wenn es sich um eine in Art 34 der delegierten VO (EU) 2015/2446 (25) genannte Minimalbehandlung (z. B. Anbringen von Etiketten, waschen, schneiden, verpacken, abfüllen usw.) handelt.

*Eine Be- oder Verarbeitung, bei der festgestellt worden ist oder bei der die festgestellten Tatsachen die Vermutung rechtfertigen, dass sie nur die Umgehung von Bestimmungen bezweckt, die in der Gemeinschaft für Waren bestimmter Länder gelten, kann den so erzeugten Waren keinesfalls im Sinne des Art 24 die Eigenschaft von Ursprungswaren des Be- oder Verarbeitungslandes verleihen (Art 25) (24).*

Laut LMIV bezieht sich der Begriff „Ursprungsland eines Lebensmittels“ auf diese „Regeln“, also auf den Ursprung eines Lebensmittels im Sinne der Art 23–26 der VO (EWG) 2913/92 (24) (Art 2 Abs 3) (23).

In der LMIV (Art 2 Abs 2 lit g) (23) ist der Ausdruck „Herkunftsort“ definiert als

- Ort, aus dem ein Lebensmittel laut Angabe kommt und der nicht sein „Ursprungsland“ im Sinne des Zollcodex (24) (Art 23–26) ist. Wesentlich für das Verständnis des Begriffes „Herkunftsort“ ist die Regelung, dass

- Name, Firma oder Anschrift des Lebensmittelunternehmens auf dem Etikett nicht als Angabe des Ursprungslandes oder Herkunftsortes von Lebensmitteln im Sinne der LMIV gelten.

Die LMIV gilt für Lebensmittelunternehmer auf allen Stufen der Lebensmittelkette, sofern deren Tätigkeiten die Bereitstellung von Information über Lebensmittel betreffen. Sie gilt für alle Lebensmittel, die für den Endverbraucher bestimmt sind, inklusive Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung (Art 1 Abs 3).

- *„Information über Lebensmittel“ ist jede Information, die ein Lebensmittel betrifft und dem Endverbraucher durch ein Etikett, sonstiges Begleitmaterial oder in anderer Form, einschließlich über moderne technologische Mittel oder mündlich, zur Verfügung gestellt wird (Art 2 Abs 2 lit a).*
- *„Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung“ sind Einrichtungen jeder Art (darunter auch Fahrzeuge oder festinstallierte Stände), wie Restaurants, Kantinen, Schulen, Krankenhäuser oder Catering-Unternehmen, in denen im Rahmen einer gewerblichen Tätigkeit Lebensmittel für den unmittelbaren Verzehr durch den Endverbraucher zubereitet werden (Art 2 Abs 1 lit d).*

Für die Herkunftskennzeichnung sind vor allem Art 9 und 26 der LMIV (23) relevant. Art 9 Abs 1 lit a–l beinhaltet das Verzeichnis der verpflichtenden Kennzeichnungselemente für verpackte Lebensmittel. Verpflichtend ist danach u. a. die Angabe gem. lit h: der Name oder die Firma und die Anschrift des Lebensmittelunternehmers nach Art 8 Abs 1. Dabei kann es sich um den Lebensmittelunternehmer, unter dessen Namen oder Firma das Lebensmittel vermarktet wird, oder, wenn dieser Unternehmer nicht in der EU niedergelassen ist, um den Importeur handeln, der das Lebensmittel in die EU einführt und verantwortlich für die Information über ein Lebensmittel ist (Art 8 Abs 1). Lit h gilt aber nicht als Angabe des Ursprungslandes oder Herkunftsortes (Art 2 Abs 2 lit g).

Eine weitere Pflichtangabe für vorverpackte Lebensmittel ist das Ursprungsland oder der Herkunftsort (falls nach Art 26 vorgesehen) (Art 9 Abs 1 lit i).

Gem. Art 2 Abs 2 lit e ist ein „vorverpacktes Lebensmittel“: *jede Verkaufseinheit, die als solche an den Endverbraucher und an Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung abgegeben werden soll und die aus einem Lebensmittel und der Verpackung besteht, in die das Lebensmittel vor dem Feilbieten verpackt worden ist, gleichviel, ob die Verpackung es ganz oder teilweise umschließt, jedoch auf solche Weise, dass der Inhalt nicht verändert werden kann, ohne dass die Verpackung geöffnet werden muss oder eine Veränderung erfährt; Lebensmittel, die auf Wunsch des Verbrauchers am Verkaufsort verpackt oder im Hinblick auf ihren unmittelbaren Verkauf vorverpackt werden, werden von dem Begriff „vorverpacktes Lebensmittel“ nicht erfasst.*

Bei vorverpackten Lebensmitteln sind die verpflichtenden Informationen über Lebensmittel direkt auf der Verpackung oder auf einem daran befestigten Etikett anzubringen (Art 12 Abs 2). Die Kennzeichnungsvorgaben zum Ursprung bzw. zur Herkunft gelten bei vorverpackten Lebensmitteln auch für den Fernabsatz, also bei Einsatz von Fernkommunikationstechniken (z. B. Online-Shop); diese müssen vor dem Abschluss des Kaufvertrages verfügbar sein (Art 14 Abs 1 lit a).

*Im Falle von nicht vorverpackten Lebensmitteln, die durch Einsatz von Fernkommunikationstechniken zum Verkauf angeboten werden, sind die nach Artikel 44 vorgeschriebenen Angaben gem. Abs 1 des vorliegenden Artikels verfügbar zu machen (Art 14 Abs 2).*

*Werden Lebensmittel Endverbrauchern oder Anbietern von Gemeinschaftsverpflegung ohne Vorverpackung zum Verkauf angeboten oder auf Wunsch des Verbrauchers am Verkaufsort verpackt oder im Hinblick auf ihren unmittelbaren Verkauf vorverpackt, so sind nur die Angaben in Art 9 Abs 1 lit c verpflichtend (Art 44 Abs 1 lit a). Herkunftsort oder Ursprungsland gehören nicht zu den in diesen Fällen verpflichtend zu machenden Angaben. Andere Angaben sind beim Fernabsatz nicht verpflichtend, außer Mitgliedsstaaten erlassen nationale Vorschriften mit anderen Vorgaben (Art 44 Abs 1 lit b).*

Art 26 enthält detaillierte Bestimmungen für verpflichtende Angaben zu Ursprungsland oder Herkunftsort:

- *Die Angabe des Ursprungslands oder des Herkunftsorts ist in folgenden Fällen verpflichtend, falls ohne diese Angabe eine Irreführung der Verbraucher über das tatsächliche Ursprungsland oder den tatsächlichen Herkunftsort des Lebensmittels möglich wäre, insbesondere wenn die dem Lebensmittel beigefügten Informationen oder das Etikett insgesamt sonst den Eindruck erwecken würden, das Lebensmittel komme aus einem anderen Ursprungsland oder Herkunftsort (Art 26 Abs 2 lit a).*

Verpflichtend ist die Angabe also bei sonstiger potenzieller Irreführung des Verbrauchers laut Art 7. Laut Art 7 Abs 1 dürfen Informationen über Lebensmittel nicht irreführend sein, u. a. auch nicht in Bezug auf das Ursprungsland oder auf den Herkunftsort (lit a).

Generell müssen Informationen über Lebensmittel zutreffend, klar und für die Verbraucher leicht verständlich sein (Art 7 Abs 2). Die Abs 1 und 2 gelten auch für die Werbung (Art 7 Abs 4 lit a) und die Aufmachung von Lebensmitteln, insbesondere für ihre Form, ihr Aussehen oder ihre Verpackung, die verwendeten Verpackungsmaterialien, die Art ihrer Anordnung und den Rahmen ihrer Darbietung (Art 7 Abs 4 lit b).

Im Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz (LMSVG) von 2006 (26), als horizontale Vorschrift und einzelstaatliche Konkretisierung der EG-Basis-VO in Österreich (Bundesgesetz), wird das Thema Irreführung ebenfalls behandelt.

Laut § 5 Abs 2 ist es verboten, Lebensmittel mit zur Irreführung geeigneten Informationen in Verkehr zu bringen oder zu bewerben, insbesondere in Bezug auf die Eigenschaften des Lebensmittels wie Art, Identität, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprungsland oder Herkunftsort und Methode der Herstellung oder Erzeugung (Nr. 1).

Die Angabe des Ursprungslands oder des Herkunftsorts ist laut LMIV ebenso verpflichtend bei Fleisch, das in die Codes der Kombinierten Nomenklatur (KN) fällt, die in Anh XI angeführt sind (Art 26 Abs 2 lit b) (23). Laut Anh XI handelt es sich dabei um frisches, gekühltes oder gefrorenes Fleisch von Schweinen, Schafen, Ziegen und Hausgeflügel.

Zur Effektuierung dieser Bestimmung mussten erst Durchführungsbestimmungen gem. Abs 8 erlassen werden, was mit der späteren DVO (EU) 1337/2013 (27) erfolgt ist.

Für die Anwendung von Art 26 Abs 3 bedarf es ebenfalls zuvor erlassener Durchführungsbestimmungen gem. Abs 8, was mit der späteren DVO (EU) 2018/775 (28) erfolgt ist. In Art 26 Abs 3 geht es um die verpflichtende Angabe der Herkunft der primären Zutat/en eines Lebensmittels, wenn das Ursprungsland oder der Herkunftsort eines Lebensmittels angegeben ist und dieses/dieser nicht mit dem Ursprungsland oder dem Herkunftsort seiner primären Zutat/en identisch ist.

Laut Art 2 Abs 2 lit q ist die „primäre Zutat“, *diejenige Zutat oder diejenigen Zutaten eines Lebensmittels, die über 50 % dieses Lebensmittels ausmachen oder die die Verbraucher üblicherweise mit der Bezeichnung des Lebensmittels assoziieren und für die in den meisten Fällen eine mengenmäßige Angabe vorgeschrieben ist.*

Geplant ist laut Art 26 Abs 5 lit a–f eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung auch für:

- andere Arten von Fleisch als Rindfleisch und die in Art 26 Abs 2 lit b genannten Arten
  - Aufgrund der BSE-Krise sind Ursprungsangaben für Rindfleisch und Rindfleischerzeugnisse bereits verpflichtend: VO (EG) 1760/2000 (22).
  - Die Herkunft des Fleisches ist das wichtigste Anliegen der Verbraucherinnen und Verbraucher (Folgenabschätzung der EK), (LMIV, ErwGr 31) (23).
- Milch
- Milch, die als Zutat in Milchprodukten verwendet wird
- unverarbeitete Lebensmittel
- Erzeugnisse aus einer Zutat
- Zutaten, die über 50 % eines Lebensmittels ausmachen

Die EK übermittelt laut Art 26 Abs 5 bis zum 13. Dezember 2014 einen Bericht über die verpflichtende Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts bei den genannten Lebensmitteln an das EP und den Rat.

Der Bericht der EK vom 20. Mai 2015 (29) beschäftigt sich mit der obligatorischen Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts bei Milch, Milch, die als Zutat in Milchprodukten verwendet wird, und bei anderen Fleischsorten als Rind-, Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Geflügelfleisch. Bei den betreffenden Fleischsorten handelt es sich um frisches und gefrorenes Pferde-, Kaninchen-, Rentier- und Damwildfleisch, Fleisch von Zuchtwild und freilebendem Wild sowie von anderem Geflügel als Hühnern, Truthühnern, Enten, Gänsen und Perlhühnern.

Dieser Bericht beinhaltet verschiedene Daten zum Verbrauch der oben genannten Erzeugnisse, zur Struktur der Milch- und Fleischwirtschaft (z. B. beteiligte Akteure in der Wertschöpfungskette, Länge der Lieferkette), Daten zu Produktion und Handel, Ergebnisse aus Verbraucherumfragen zur Einstellung zur Herkunftskennzeichnung und zur Notwendigkeit dieser Art von Angaben sowie zu Erwartungen an diese Produkte. Auch der Einfluss einer Herkunftskennzeichnung auf die Kaufentscheidung und die Zahlungsbereitschaft wurden analysiert. Mögliche Szenarien und Modalitäten der Ursprungskennzeichnung wurden geprüft (z. B. Beibehaltung der freiwilligen Kennzeichnung oder obligatorische Kennzeichnung), inklusive Folgenabschätzung und Kosten-Nutzen-Analyse der verschiedenen Szenarien (Auswirkungen auf das Verbraucherverhalten, wirtschaftliche Auswirkungen, Wettbewerbsfähigkeit, Handel und Investitionsströme, bürokratischer Aufwand für Unternehmen, Verwaltungsaufwand für Behörden, Kosten für den Verbraucher, Umwelt- und soziale Auswirkungen, Vor- und Nachteile der jeweiligen Methoden).

Der Bericht unterscheidet in seinen abschließenden Schlussfolgerungen zwischen freiwilliger und obligatorischer Kennzeichnung: Eine freiwillige Kennzeichnung kann eine angemessene Option sein, die für Unternehmen und Behörden keinen Mehraufwand bedeutet. Die obligatorische Ursprungskennzeichnung wäre bei den meisten dieser Produkte mit einem höheren Verwaltungsaufwand verbunden; deshalb stellt sich die Frage, ob das Kosten-Nutzen-Verhältnis eine obligatorische Ursprungskennzeichnung rechtfertigt.

Aus dem Bericht geht außerdem Folgendes hervor:

- Verbraucherinnen und Verbraucher zeigen zwar Interesse für Ursprungsangaben bei diesen Produkten, aber ihre Bereitschaft, für diese Informationen zu bezahlen, ist eher begrenzt.
- Von den Szenarien einer obligatorischen Kennzeichnung scheinen Verbraucherinnen und Verbraucher die Angabe des Mitgliedsstaates zu bevorzugen.
  - Milch und Milch als Zutat: Angabe des Mitgliedsstaats oder des Drittstaats, in dem die Milch a) gemolken oder b) verarbeitet wurde.
  - Fleischsorten: Angabe des Mitgliedsstaats oder des Drittstaats, in dem das Tier einen wesentlichen Teil seiner Aufzucht verbrachte, bevor es geschlachtet wurde, sowie des Ortes der Schlachtung  
ODER  
Angabe des Mitgliedsstaats oder des Drittstaats, in dem das Tier geboren, aufgezogen und geschlachtet wurde. (Bei Wildfleisch wird als einziges Szenario die Angabe des Ortes der Jagd berücksichtigt.)
- Die Kosten der Ursprungskennzeichnung wären bei Milch höchstwahrscheinlich angemessen, aber die Situation wäre je nach Unternehmen unterschiedlich. Einige müssten zusätzliche Rückverfolgungssysteme einführen, was zusätzliche Kosten mit sich bringen würde.
- Die verpflichtende Ursprungskennzeichnung bei Milch, die als Zutat in Milchprodukten verwendet wird, könnte negative wirtschaftliche Auswirkungen haben sowie weitere Rückverfolgungspflichten zur Folge haben und bei Erzeugnissen mit einem hohen Verarbeitungsgrad äußerst aufwendig sein.
- Eine verpflichtende Ursprungskennzeichnung bei den in diesem Bericht diskutierten Fleischsorten könnte zusätzliche Betriebskosten verursachen.

Laut Art 26 Abs 6 der LMIV hatte die EK bis zum 13. Dezember 2013 einen Bericht an das EP und den Rat über die verpflichtende Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts bei Fleisch, das als Zutat verwendet wird, zu übermitteln.

Im Bericht vom 17. Dezember 2013 (30) wurden drei Szenarien zur Kennzeichnung untersucht:

- Szenario 1: Beibehaltung der freiwilligen Kennzeichnung.
- Szenario 2: Einführung einer verpflichtenden Ursprungskennzeichnung nach a) EU/Nicht-EU oder b) EU/Drittstaat.
- Szenario 3: Einführung einer verpflichtenden Ursprungskennzeichnung unter Angabe des Mitgliedsstaats oder Drittstaats.

Der Bericht endet mit den Schlussfolgerungen, dass das Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher an einer Ursprungskennzeichnung für Fleisch als Zutat groß ist. Zwischen den Mitgliedsstaaten gibt es Unterschiede hinsichtlich der Präferenzen und der Vorstellungen der Verbraucherinnen und Verbraucher in Bezug auf Ursprungsangaben und der Motivation/Gründe für diese Informationen. Das starke Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher an einer Ursprungskennzeichnung liegt bei den wichtigsten Faktoren für die Verbraucherentscheidung hinter Preis und Qualität/sensorischen Aspekten. Es schlägt sich nicht in der Bereitschaft der Verbraucher nieder, dafür zu zahlen; bereits bei einem Preisaufschlag von weniger als 10 % (5–9 %) geht die Zahlungsbereitschaft um 60–80 % zurück. Durchführbarkeit und Auswirkungen der Kennzeichnung hängen vorwiegend von den geltenden Modalitäten sowie von der Art der betreffenden Erzeugnisse ab. Szenario 2 und 3 würden Mehrkosten, eine entsprechende Preissteigerung und einen erhöhten Mehraufwand für die Behörden bedeuten.

In der LMIV werden auch freiwillige Informationen über Lebensmittel geregelt (23). Freiwillige Ursprungsangaben, mit denen Verbraucherinnen und Verbraucher auf die Qualität eines Erzeugnisses aufmerksam gemacht werden sollen, sollten harmonisierten Kriterien entsprechen (ErwGr30). Um zu vermeiden, dass die Klarheit der verpflichtenden Informationen durch freiwillige Informationen beeinträchtigt wird, sollten Kriterien festgelegt werden, die ein abgestimmtes Verhältnis zwischen den obligatorischen und voluntativen Angaben gewährleisten können (ErwGr 47).

Auch freiwillig bereitgestellte Informationen dürfen für die Verbraucherinnen und Verbraucher nicht irreführend im Sinne des Art 7 und für Verbraucher nicht zweideutig oder missverständlich sein (Art 36 Abs 2 lit a–b).

### **3.2.3 Bestehende verpflichtende Herkunftskennzeichnungsvorschriften auf EU-Ebene: ein Auszug**

Aktuell schreibt die EU verpflichtende Herkunftsangaben für definierte Lebensmittel bzw. Lebensmittelgruppen vor:

#### **Rindfleisch:**

Mit der VO (EG) 1760/2000 (22) zur Einführung eines Systems zur Kennzeichnung und Registrierung von Rindern und über die Etikettierung von Rindfleisch und Rindfleischerzeugnissen sowie zur Aufhebung der VO (EG) 820/97 (31) trat eine Regelung zur Einführung einer verpflichtenden Rindfleischkennzeichnung in Kraft. Durchführungsvorschriften zu dieser Verordnung erfolgten mit der VO (EG) 1825/2000 (32).

Grundsätzlich können nach der VO zwei Stufen unterschieden werden:

#### **Erste Stufe:**

Alle Mitgliedsstaaten müssen ein System zur Kennzeichnung und Registrierung von Rindern schaffen (Art 1 Abs 1). Das System zur Kennzeichnung und Registrierung von Rindern beruht auf folgenden Elementen (Art 3):

- a) Ohrmarken zur Einzelkennzeichnung von Tieren
- b) elektronische Datenbanken
- c) Tierpässe
- d) Einzelregister in jedem Betrieb

Zudem ist für Marktteilnehmer und Organisationen laut Art 11 auf allen Stufen der Erzeugung und des Verkaufs von Rindfleisch (Art 12: Erzeugnisse der KN-Codes 0201, 0202, 0206 10 95 und 0206 29 91), eine Etikettierung verpflichtend. Gem. Art 12 versteht man unter „Etikettierung“, *die Anbringung eines Etiketts an ein einzelnes Stück oder mehrere Stücke Fleisch oder ihre Verpackung oder im Falle nicht vorverpackter Erzeugnisse schriftliche und deutlich sichtbare geeignete Angaben für den Verbraucher am Ort des Verkaufs.*

In der VO (EG) 800/1999 über gemeinsame Durchführungsvorschriften für Ausfuhrerstattungen bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen führt Anh V aus, was unter den KN-Codes zu verstehen ist (33).

- KN-Code 0201 = Fleisch von Rindern, frisch oder gekühlt
- KN-Code 0202 = Fleisch von Rindern, gefroren
- KN-Code 0206 10 95 = Zwerchfellpfeiler (Nierenzapfen) und Saumfleisch von Rindern, frisch oder gekühlt
- KN-Code 0206 29 91 = Zwerchfellpfeiler (Nierenzapfen) und Saumfleisch von Rindern, gefroren

Die Etikettierungspflicht gilt für frisches, gekühltes und gefrorenes Rindfleisch inklusive Kalbfleisch sowie für faschiertes Rind- und Kalbfleisch, wenn es einen Rind-/Kalbfleischanteil von mehr als 50 % aufweist (34).

Nicht zu kennzeichnen sind: (34)

- Verarbeitetes Fleisch (z. B. in Wurst- und Fleischwaren)
- Zubereitetes Fleisch (z. B. in der Gastronomie: Wiener Schnitzel)
- Faschiertes mit einem Rindfleischanteil von 50 % und weniger
- Gesalzenes oder gewürztes Fleisch ab einem Salzgehalt von 1 %
- Rinderschlepp (Rinderschwanz)
- Knochen
- Innereien

*Mit dem obligatorischen Etikettierungssystem wird gewährleistet, dass zwischen der Kennzeichnung des Schlachtkörpers, der Schlachtkörpervierteil oder der Fleischstücke einerseits und dem Einzeltier bzw. - wenn dies zur Kontrolle der Richtigkeit der Angaben auf dem Etikett ausreicht - der betreffenden Gruppe von Tieren andererseits eine Verbindung besteht (VO (EG) 1760/2000, Art 13 Abs 1 (22)).*

Auf dem Etikett sind folgende Angaben zu machen (Art 13 Abs 2 lit a–c) (22):

- a) eine Referenznummer oder ein Referenzcode, mit dem die Verbindung zwischen dem Fleisch und dem Tier bzw. den Tieren gewährleistet wird. Diese Nummer kann die Kennnummer des Tieres, von dem das Fleisch stammt, oder die Kennnummer einer Gruppe von Tieren sein;*
- b) die Zulassungsnummer des Schlachthofs, in dem das Tier oder die Tiergruppe geschlachtet wurde, und der Mitgliedstaat oder das Drittland, in dem der Schlachthof*

liegt. Die Angabe muss lauten: „Geschlachtet in: (Name des Mitgliedstaats oder des Drittlands) (Zulassungsnummer)“;

c) die Zulassungsnummer des Zerlegungsbetriebs, in dem der Schlachtkörper oder die Gruppe von Schlachtkörpern zerlegt wurden, und der Mitgliedstaat oder das Drittland, in dem der Zerlegungsbetrieb liegt. Die Angabe muss lauten: „Zerlegt in: (Name des Mitgliedstaats oder des Drittlands) (Zulassungsnummer)“.

Diese Angaben sind für Rindfleisch von Tieren verpflichtend, die ab dem 1. September 2000 geschlachtet werden (Art 25).

### **Zweite Stufe:**

Art 13 Abs 5:

- *Seit 1. Januar 2002 sind von den Marktteilnehmern und Organisationen zusätzlich folgende Angaben auf den Etiketten zu machen (lit a):*
  - *Mitgliedstaat oder Drittland, in dem das Tier geboren wurde (sublit i),*
  - *Mitgliedstaaten oder Drittländer, in denen die Mast durchgeführt wurde (sublit ii),*
  - *Mitgliedstaat oder Drittland, in dem die Schlachtung erfolgt ist (sublit iii),*
- *Erfolgten Geburt, Aufzucht und Schlachtung der Tiere, von denen das Fleisch stammt (lit b),*
  - *in ein und demselben Mitgliedstaat, so kann die Angabe wie folgt lauten: „Herkunft: (Name des Mitgliedstaats)“ (sublit i);*
  - *in ein und demselbem/n Drittland, so kann die Angabe wie folgt lauten: „Herkunft: (Name des Drittlandes)“ (sublit ii).*

*Abweichend von Art 13 ist eingeführtes Fleisch aus Drittländern, für das nicht sämtliche Angaben gem. Art 13 vorliegen, nach dem Verfahren des Art 17 wie folgt zu etikettieren: „Herkunft: Nicht-EG“ und „Geschlachtet in: (Name des Drittlandes)“ (Art 15).*

Die obligatorische Kennzeichnung ist auf allen Vermarktungsstufen verpflichtend (Art 11 (22)) (z. B. Schlachthof, Zerlegebetrieb und Verkaufsgeschäft (34) und auch für Fleisch, das für die Gastronomie, Verarbeitung oder Ausfuhr bestimmt ist, sowie für offene Ware (35).

In Abschnitt I der VO (22) wird die obligatorische, in Abschnitt II die freiwillige Rindfleischetikettierung geregelt.

Die freiwillige Etikettierung beinhaltet freiwillige Angaben zu bestimmten Merkmalen des Fleisches und zu Bedingungen der Erzeugung des etikettierten Fleisches oder des Tieres, von dem das Fleisch stammt (Art 11) (22). Es kann sich bei den fakultativen Angaben z. B. um Angaben zu der Kategorie, der Rasse, der regionalen Herkunft oder zu der Art der Haltung und Fütterung handeln (36).

Marktteilnehmer oder Organisationen müssen für freiwillige Kennzeichnungselemente gem. Art 16 Abs 1 der VO (EG) 1760/2000 (22) eine Spezifikation bei der zuständigen Behörde einreichen. Die Spezifikation umfasst die freiwilligen Angaben, die Maßnahmen, die zur Gewährleistung der Richtigkeit dieser Angaben getroffen werden müssen, ein umfassendes Kontrollsystem mit einer unabhängigen Kontrollstelle und - im Falle einer Organisation - die Maßnahmen, die hinsichtlich eines Mitglieds getroffen werden, das die Spezifikation nicht einhält.

Die Behörde genehmigt dieses System nur dann, wenn das Kontrollsystem funktionieren und insbesondere immer eine Verbindung zwischen Fleisch und Tier hergestellt werden kann. Spezifikationen, die Etiketten mit irreführenden oder unklaren Angaben vorsehen, werden abgelehnt (Art 16 Abs 2).

#### **Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Geflügelfleisch:**

Seit dem 1. April 2015 ist die LMIV-DVO (EU) 1337/2013 (27) hinsichtlich der Angabe des Ursprungslandes bzw. Herkunftsortes bei unverarbeitetem, vorverpacktem, frischem, gekühltem oder gefrorenem Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Geflügelfleisch in allen Mitgliedsstaaten rechtsgültig.

Diese DVO sieht ein verpflichtendes Etikettierungssystem für Fleischsorten vor, die in die Codes der KN von Anh XI der LMIV fallen (Art 1).

*Lebensmittelunternehmer richten ein Kennzeichnungs- und Registrierungssystem ein und nutzen dies in allen Stufen der Produktion und des Vertriebs des in Art 1 genannten Fleisches (Art 3 Abs 1).*

Generell muss das Etikett des Fleisches, das für die Abgabe an Endverbraucher oder Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung bestimmt ist, drei Elemente enthalten:

- 1) Aufzuchtort mit der Angabe „Aufgezogen in ... Mitgliedsstaat/Drittland“ (Art 5 Abs 1 lit a)
- 2) Schlachtungsort mit der Angabe „Geschlachtet in ... Mitgliedsstaat/Drittland“ (Art 5 Abs 1 lit b)
- 3) Partienummer für die Rückverfolgbarkeit (Art 5 Abs 1 lit c)

*Unter „Partie“ versteht man Fleisch, das in die in Anh XI der LMIV aufgeführten Codes der KN fällt und von einer einzigen Tierart stammt, mit oder ohne Knochen, auch Teilstücke oder Hackfleisch/Faschiertes, und das unter praktisch gleichen Bedingungen zerlegt, gehackt oder verpackt wurde (Art 2 Abs 2 lit b).*

Bezüglich der Angabe des Aufzuchtortes differenziert die DVO je nach Tierart und Alter des Tieres und berücksichtigt speziell den Umstand der grenzübergreifenden Aufzucht durch Viehtransport. Erfolgt so die Aufzucht konsekutiv in mehr als einem Land, so gilt als Aufzuchtland dasjenige, in dem der Aufzichtszeitraum einem wesentlichen Teil des gewöhnlichen Aufzichtszyklus der jeweiligen Tierart entspricht. Dieser Grundsatz wird durch artenspezifische Maßstäbe konkretisiert. Anzugeben ist der Mitgliedsstaat/Drittstaat, wo die Mindest-Aufzuchtsdauer unmittelbar vor der Schlachtung eingehalten wurde. Die Mindest-Aufzuchtsdauer ist je nach Tierart unterschiedlich lang (Art 5 Abs 1).

Art 5 Abs 1 lit a sublit i:

Der Mitgliedsstaat bzw. das Drittland, in dem die Aufzucht stattgefunden hat, ist bei Schweinen nach folgenden Kriterien anzugeben:

- *wenn das Tier im Alter von mehr als sechs Monaten geschlachtet wird, der Mitgliedstaat bzw. das Drittland des letzten Aufzichtsabschnitts von mindestens vier Monaten;*
- *wenn das Tier im Alter von weniger als sechs Monaten und mit einem Lebendgewicht von mindestens 80 kg geschlachtet wird, der Mitgliedstaat bzw. das Drittland*

*des Aufzichtsabschnitts, nachdem das Tier ein Lebendgewicht von 30 kg erreicht hat;*

- *wenn das Tier im Alter von weniger als sechs Monaten und mit einem Lebendgewicht unter 80 kg geschlachtet wird, der Mitgliedstaat bzw. das Drittland, in dem die gesamte Aufzucht stattgefunden hat;*

Art 5 Abs 1 lit a sublit ii:

Der Mitgliedsstaat bzw. das Drittland, in dem die Aufzucht stattgefunden hat, ist bei Schafen und Ziegen nach folgenden Kriterien anzugeben:

- *der Mitgliedstaat bzw. das Drittland des letzten Aufzichtsabschnitts von mindestens sechs Monaten oder, wenn das Tier im Alter von weniger als sechs Monaten geschlachtet wird, der Mitgliedstaat bzw. das Drittland, in dem die gesamte Aufzucht stattgefunden hat;*

Art 5 Abs 1 lit a sublit iii:

Der Mitgliedsstaat bzw. das Drittland, in dem die Aufzucht stattgefunden hat, ist bei Geflügel nach folgendem Kriterium anzugeben:

- *der Mitgliedstaat bzw. das Drittland des letzten Aufzichtsabschnitts von mindestens einem Monat oder, wenn das Tier im Alter von weniger als einem Monat geschlachtet wird, der Mitgliedstaat bzw. das Drittland, in dem die gesamte Aufzucht nach Beginn der Mast stattgefunden hat;*

*Wenn der erforderliche Aufzichtsabschnitt gem. lit a in keinem der Mitgliedstaaten bzw. Drittländer, in denen das Tier aufgezogen wurde, erreicht wurde, wird die unter Buchstabe a genannte Angabe ersetzt durch „Aufgezogen in mehreren Mitgliedstaaten der EU“ bzw., wenn das Fleisch oder die Tiere in die Union eingeführt wurden, durch „Aufgezogen in mehreren Nicht-EU-Ländern“ oder „Aufgezogen in mehreren EU- und Nicht-EU-Ländern“ (Art 5 Abs 1 UAbs 2).*

Die gem. lit a erforderliche Angabe des Mitgliedsstaates oder Drittlandes kann in dem Fall auch ersetzt werden durch: *„Aufgezogen in: (Aufzählung der Mitgliedstaaten oder Drittländer, in denen das Tier aufgezogen wurde)“*, wenn der Lebensmittelunternehmer

*der zuständigen Behörde gegenüber hinreichend nachweist, dass das Tier in diesen Mitgliedstaaten oder Drittländern aufgezogen wurde (Art 5 Abs 1 UAbs 3).*

*Anstelle der Angaben in Ab 1 lit a und b kann auch die Angabe „Ursprung: (Name des Mitgliedstaats oder Drittlands)“ stehen, wenn der Lebensmittelunternehmer der zuständigen Behörde gegenüber hinreichend nachweist, dass das in Art 1 genannte Fleisch von Tieren stammt, die in einem einzigen Mitgliedstaat geboren, aufgezogen und geschlachtet wurden. (Art 5 Abs 2). Auf die separate Aufführung von Aufzucht- und Schlachtungsland kann verzichtet werden.*

*Wenn mehrere Stücke Fleisch derselben oder verschiedener Tierarten verschiedenen Etikettierungsangaben im Einklang mit Abs 1 und 2 entsprechen und an Verbraucher oder Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung zusammen in einer Verpackung abgegeben werden, ist auf dem Etikett anzugeben:*

- *für jede Tierart die Aufzählung der betreffenden Mitgliedstaaten oder Drittländer entsprechend Absatz 1 oder 2 (Art 5 Abs 3 lit a);*
- *die Partienummer zur Kennzeichnung des Fleisches, das an Verbraucher oder Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung abgegeben wird (Art 5 Abs 3 lit b).*

Für Fleisch aus Drittländern besteht eine Ausnahmeregelung (Art 6): Wenn Fleisch, das zum Zwecke des Inverkehrbringens in der Union eingeführt wird, und die für Art 5 Abs 1 lit a vorgesehenen Informationen nicht verfügbar sind, können die Angaben „Aufgezogen außerhalb der EU“ und „Geschlachtet in: (Name des Drittlands, in dem das Tier geschlachtet wurde)“ gemacht werden. Die Partienummer bleibt weiterhin verpflichtend.

Für Hackfleisch/Faschiertes und Fleischabschnitte bestehen Ausnahmeregelungen für (Art 7).

*„Fleischabschnitte“ sind kleine Fleischstücke, die in die in Anh XI der LMIV aufgeführten Codes der KN fallen, als für den Verzehr für den Menschen geeignet eingestuft werden sowie ausschließlich beim Parieren anfallen und beim Entbeinen der Schlachtkörper und/oder beim Zerlegen von Fleisch gewonnen werden (Art 2 Abs 2 lit a).*

Laut Art 7 sind in Abweichung von Art 5 Abs 1 lit a und b, Art 5 Abs 2 und Art 6 bei Hackfleisch/Faschiertem und Fleischabschnitten folgende Angaben möglich:

- a) *„Ursprung: EU“, wenn das Hackfleisch/Faschierte oder die Fleischabschnitte ausschließlich aus Fleisch hergestellt wurden, das von Tieren stammt, die in verschiedenen Mitgliedstaaten geboren, aufgezogen und geschlachtet wurden;*
- b) *„Aufgezogen und geschlachtet in der EU“, wenn das Hackfleisch/Faschierte oder die Fleischabschnitte ausschließlich aus Fleisch hergestellt wurden, das von Tieren stammt, die in verschiedenen Mitgliedstaaten aufgezogen und geschlachtet wurden;*
- c) *„Aufgezogen und geschlachtet außerhalb der EU“, wenn das Hackfleisch oder die Fleischabschnitte ausschließlich aus Fleisch hergestellt wurde, das in die Union eingeführt wurde;*
- d) *„Aufgezogen außerhalb der EU“ und „Geschlachtet in der EU“, wenn das Hackfleisch oder die Fleischabschnitte ausschließlich aus Fleisch hergestellt wurde, das von Tieren stammt, die zur Schlachtung in die Union eingeführt und in einem oder mehreren Mitgliedstaaten geschlachtet wurden;*
- e) *„Aufgezogen und geschlachtet in und außerhalb der EU“, wenn das Hackfleisch oder die Fleischabschnitte hergestellt wurden aus:*
  - i) *Fleisch, das von Tieren stammt, die in einem oder mehreren Mitgliedstaaten aufgezogen und geschlachtet wurden, und aus Fleisch, das in die Union eingeführt wurde, oder*
  - ii) *Fleisch, das von Tieren stammt, die in die Union eingeführt und in einem oder mehreren Mitgliedstaaten geschlachtet wurden.*

Nach Art 8 können auf dem Etikett die in Art 5, 6 oder 7 genannten Angaben mit zusätzlichen freiwilligen Angaben mit zusätzlichen Informationen zur Herkunft des Fleisches ergänzt werden. Solche Angaben dürfen aber nicht im Widerspruch zu den Kennzeichnungsvorschriften (Art 5, 6, 7) stehen und müssen den Bestimmungen von Kapitel V der LMIV entsprechen, dürfen also nicht irreführend, zweideutig oder missverständlich sein. Zur Täuschung geeignete oder falsche Hinweise sind verboten. So ist es beispielsweise möglich, eine bestimmte Herkunftsregion, welche die besondere Qualität des Fleisches repräsentiert, als Zusatz anzuführen.

Die Verbindung zwischen dem etikettierten Fleisch und dem Tier oder der Gruppe von Tieren, von denen das Fleisch stammt, kann durch das Kennzeichnungs- und Registrierungssystem gewährleistet werden. Dadurch kann die Rückverfolgbarkeit von der Schlachtung bis zur Verpackung gewährleistet werden.

*Der Lebensmittelunternehmer trägt in seiner Produktions- oder Vertriebsstufe die Verantwortung, auf der Stufe des Schlachtens ist der jeweilige Schlachthof verantwortlich (Art 3 Abs 2 UAbs 2).*

*Derjenige Lebensmittelunternehmer, der das Fleisch entsprechend den Art 5, 6 oder 7 verpackt oder etikettiert, stellt sicher, dass die Zuordnung zwischen der Partienummer, mit der das Fleisch gekennzeichnet wird, das an Verbraucher oder Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung abgegeben wird, und der/den entsprechenden Fleischpartie(n), aus denen die Packung oder die etikettierte Partie stammt, hergestellt wird. Allen Packungen mit derselben Partienummer können dieselben Angaben im Einklang mit Art 5, 6 oder 7 zugeordnet werden (Art 3 Abs 2 UAbs 3).*

*Mit dem System soll insbesondere erfasst werden, wann Tiere, Schlachtkörper oder Teilstücke - wie jeweils zutreffend - auf dem Betrieb eines Lebensmittelunternehmers ankommen und wann sie ihn wieder verlassen, und Zuordnungen zwischen Ankunft und Verlassen sichergestellt werden (Art 3 Abs 3).*

Diese DVO gilt nur für vorverpacktes, unverarbeitetes Fleisch, das für die Abgabe an Endverbraucher oder an Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung bestimmt ist (Art 5 Abs 1 (27)). Auch Ware, die an C&C (Abholgroßmärkte bzw. Cash & Carry-Märkte) zur Abgabe an die Gastronomie geliefert wird, ist davon betroffen (37).

Nicht als „vorverpackt“ und von der neuen Pflicht zur Herkunftsetikettierung nicht erfasst ist Fleisch, das offen bzw. auf Kundenwunsch oder verkaufsvorbereitend verpackt (auch in Selbstbedienung) abgegeben wird, sowie sämtliches Fleisch, das zwischen Schlacht-, Zerlege- und Verarbeitungsbetrieben zur Weiterverarbeitung in Verkehr gebracht wird. Dazu zählen beispielsweise (37):

- offenes Fleisch in der Bedienungstheke;

- offenes Fleisch, das zum Zwecke der unmittelbaren Abgabe am selben Tag oder am Vortag verkaufsvorbereitend verpackt wurde;
- Lagerpackungen, die vor Abgabe geöffnet werden;
- Fleisch, das als Rohstoff für Zubereitungen oder Erzeugnisse an andere Gewerbebetriebe (ausgenommen Gastronomie) geliefert wird;
- Ware, die auf Bestellung verpackt wird.

Die Bestimmungen sind auch für aufgetautes Fleisch anzuwenden, jedoch nicht für Fleisch als Zutat, Fleischzubereitungen, Fleischerzeugnisse oder Innereien (37). Faschiertes mit 50 % Schweine- und 50 % Rindfleisch ist ausgenommen von der DVO, Faschiertes fällt in die DVO, wenn der Schweinefleischanteil 51 % oder mehr beträgt (38).

Eine elektronische Kennzeichnung oder eine Online-Kennzeichnung sieht die DVO nicht vor. Die Vorgaben zur Herkunftskennzeichnung beziehen sich ausschließlich auf die Verpackung bzw. das Etikett.

### **Eier:**

- **Einzel-Ei-Kennzeichnung:** Die rechtliche Basis für die Verpackungsnormen bildet auf EU-Ebene die VO (EG) 589/2008 (39) mit Durchführungsbestimmungen zur VO (EG) 1234/2007 (40) des Rates hinsichtlich der Vermarktungsnormen (VN) für Eier und auf österreichischer Ebene die VO des Bundesministers für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft über VN für Eier (BGBl II 365/2009) (41).
- VO (EG) 589/2008 Art 9 Abs 1 (39): Der aufgestempelte Erzeugercode auf dem rohen Ei besteht aus den Codes und Buchstaben, die in der Richtlinie (RL) 2002/4/EG (42) (Anh Nr. 2) genannt sind:
  - Code für die Haltungsform
  - Buchstaben für Erzeugerland bzw. Herkunftsland z. B. „AT“ für Österreich
  - Ziffernfolge, welche die zugewiesene Betriebsnummer des Legebetriebs darstellt
- in Österreich heißt die Betriebsnummer LFBIS-Nummer (die landwirtschaftliche Betriebsnummer) (43), gem. dem Bundesgesetz über das land- und forstwirtschaftliche Betriebsinformationssystem (LFBIS-Gesetz), BGBl 448/1980 (44).

### **Frisches Obst und Gemüse:**

- gemeinsame Marktorganisation (GMO) für landwirtschaftliche Erzeugnisse: VO (EU) 1308/2013 (45)
- VN: DVO (EU) 543/2011 (46), Ergänzung/Änderung durch die delegierte VO (EU) 2019/428 (47)
- Angabe des Ursprungslandes (Ernteland)

Kennzeichnungsvorschriften für frisches Obst und Gemüse sind in den VN bzw. in der ihr zugrunde liegenden GMO enthalten.

Vermarktungsnormen definieren die Beschaffenheit von landwirtschaftlichen Erzeugnissen in Form von Mindestanforderungen zur Gewährleistung der Verzehrbareit, Klassifizierung zur Gewährleistung der Vergleichbarkeit (Transparenz am Markt) und Kennzeichnung zur Gewährleistung der Information des Verbrauchers, z. B. über das Ursprungsland (48).

Bis auf wenige Ausnahmen unterliegen sämtliche Obst- und Gemüsearten der allgemeinen VN. Diese ist im Anh I - VN gem. Art 3 - TEIL A der DVO (EU) 543/2011 (46) enthalten. In TEIL B des Anh I sind die 10 speziellen VN ersichtlich, die ausgenommen von der allgemeinen VN sind. Zudem gibt es Erzeugnisse des Obst- und Gemüsehandels ohne VN gem. DVO (EU) 543/2011 (48, 49).

In Art 4 Abs 1 und 2 der DVO (EU) 543/2011 (46) sind weitere Erzeugnisse genannt, die von der Verpflichtung zur Einhaltung der Vermarktungsnormen ausgenommen sind.

Daneben gibt es spezifische UNECE-Normen (United Nations Economic Commission for Europe - die Wirtschaftskommission für Europa der Vereinten Nationen): Diese können vom Handel auf freiwilliger Basis angewandt werden. Bei Erzeugnissen, die der allgemeinen VN der EU unterliegen, gilt diese allgemeine VN als eingehalten, wenn die jeweilige UNECE-Norm eingehalten ist. Bei Erzeugnissen, die nicht der allgemeinen VN der EU unterliegen oder für die es keine speziellen VN gibt, können die UNECE-Normen ebenfalls angewandt werden (48).

Die VN und die UNECE-Normen verlangen, dass das Ursprungsland auf jedem Packstück angegeben wird. Das Ursprungsland darf auf den Packstücken nicht abgekürzt werden und muss mit dem vollständigen Namen oder dem allgemein gebräuchlichen Namen angegeben werden (50).

Bei Verkaufspackungen mit einem Nettogewicht von bis zu 5 kg, die verschiedene Obst- und Gemüsearten enthalten, muss das Ursprungsland ebenfalls angegeben werden. Da jede Art für sich nur aus einem Ursprungsland stammen kann, ist es möglich, dass in jedem Packstück Erzeugnisse aus mehreren Ursprungsländern enthalten sind (50). In diesem Fall bietet Art 7 Abs 3 der DVO (EU) 543/2011 (46) Vereinfachungen bei der Ursprungskennzeichnung (geändert durch Art 1 Abs 3 VO (EU) 2019/428 (47)):

- Stammt das in einer Mischung enthaltene Erzeugnis aus mehr als einem Mitgliedsstaat oder Drittland, so können die vollständigen Namen der Ursprungsländer je nach Fall durch eine der folgenden Angaben ersetzt werden:

a) „Mischung von EU-Obst“, „Mischung von EU-Gemüse“ oder „Mischung von EU-Obst und -Gemüse“

b) „Mischung von Nicht-EU-Obst“, „Mischung von Nicht-EU-Gemüse“ oder „Mischung von Nicht-EU-Obst und -Gemüse“

c) „Mischung von EU- und Nicht-EU-Obst“, „Mischung von EU- und Nicht-EU-Gemüse“ oder „Mischung von EU- und Nicht-EU-Obst und -Gemüse“.

Auch wenn die VO dies nicht explizit ausführt, können reine Obstmischungen auch mit „Mischung von xxx Obst“, reine Gemüse-mischungen mit „Mischung von xxx Gemüse“, reine Kräutermischungen mit „Mischung von xxx Kräutern“ oder Salatmischungen mit „Mischung von xxx Salaten“ gekennzeichnet werden. Diese Art der Ursprungsangabe gilt jedoch nicht für Mischungen von Sorten oder Handelstypen einer Art, die in einzelnen speziellen VN bzw. UNECE-Normen geregelt ist. In diesen Fällen ist für jede Sorte oder jeden Handelstyp das zutreffende Ursprungsland anzugeben (50).

Bei Erzeugnissen, die den VN nicht unterliegen und die auch nicht der Bio-VO unterliegen, kommt bezüglich der Ursprungskennzeichnung die LMIV zur Anwendung. Gem.

Art 26 der LMIV muss das Ursprungsland nur angegeben werden, falls ohne diese Angabe eine Irreführung der Verbraucher über das tatsächliche Ursprungsland, den tatsächlichen Herkunftsort des Lebensmittels möglich wäre (50). Das bedeutet, dass es durchaus Ausnahmen bei der Angabe des Ursprungslandes gibt, wenn z. B. laut LMIV auch nicht gekennzeichnet werden muss.

### **Honig:**

- RL 2001/110/EG über Honig (51), national umgesetzt z. B. in Österreich in die Honig-VO (vertikales Regelwerk) (BGBl II 40/2004) (52)
- RL 2014/63/EU (53) zur Änderung der RL 2001/110/EG (Änderung von Art 2 Abs 4 lit a, laut Art 1 Abs 1 lit a; „EG“ wird durch „EU“ ersetzt):
  - *Das Ursprungsland bzw. die Ursprungsländer, in dem bzw. denen der Honig erzeugt wurde, ist bzw. sind auf dem Etikett anzugeben.*
  - *Hat der Honig seinen Ursprung in mehr als einem Mitgliedstaat oder Drittland, so kann die Angabe der Ursprungsländer durch eine der folgenden Angaben ersetzt werden:*
    - *„Mischung von Honig aus EU-Ländern“*
    - *„Mischung von Honig aus Nicht-EU-Ländern“*
    - *„Mischung von Honig aus EU-Ländern und Nicht-EU-Ländern“*
- Österreichische Honig-VO (52) (BGBl II 40/2004) (§ 6 Abs 3): *die Sachbezeichnungen, mit Ausnahme von „gefiltertem Honig“ und „Backhonig“, können durch Angaben ergänzt werden, die sich u. a. auf folgendes beziehen:*
  - *regionale, territoriale oder topographische Herkunft, wenn das Erzeugnis vollständig der angegebenen Herkunft ist.*

### **Olivenöl:**

- VO (EG) 1234/2007 (40) über eine gemeinsame Organisation der Agrarmärkte und mit Sondervorschriften für bestimmte landwirtschaftliche Erzeugnisse (VO über die einheitliche GMO)
- DVO (EU) 29/2012 (54) mit Vermarktungsvorschriften für Olivenöl:
  - *„natives Olivenöl extra“ und „natives Olivenöl“: Ursprungsangabe (ErwGr 5)*

- *Bezieht sich die Ursprungsangabe bei nativen Olivenölen auf die Union oder auf einen Mitgliedstaat, so ist davon auszugehen, dass die verwendeten Oliven, aber auch die Extraktionsverfahren und -techniken die Qualität und den Geschmack des Öls beeinflussen. Die Ursprungsangabe sollte daher dem geografischen Herstellungsgebiet, d. h. im Allgemeinen dem Gebiet, in dem das Öl aus den Oliven gewonnen wurde, entsprechen. Erfolgt die Extraktion des Öls jedoch nicht im Erntegebiet der Oliven, so sollte dies auf der Verpackung bzw. im Etikett angegeben sein, damit Irreführungen der Verbraucher und Störungen auf dem Markt vermieden werden (ErwGr 8).*
- *Ein bedeutender Anteil an nativem Olivenöl extra und nativem Olivenöl in der Union besteht aus Mischungen von Ölen mit Ursprung in verschiedenen Mitgliedstaaten und Drittländern. Für die Angabe des Ursprungs solcher Mischungen in der Etikettierung sollten einfache Vorschriften festgelegt werden (ErwGr 9).*
- *Natives Olivenöl extra und natives Olivenöl im Sinne von Anh XVI Nr. 1 lit a und b der VO (EG) 1234/2007 (40) tragen eine Ursprungsangabe in der Etikettierung (Art 4 Abs 1).*
- *Art 4 Abs 2: Ursprungsangaben gem. Abs 1 bestehen nur aus den folgenden Angaben:*
  - *a) im Falle von Olivenölen, die gem. den Bestimmungen von Abs 4 und 5 aus einem Mitgliedstaat oder Drittland stammen, je nach Fall aus einem Verweis auf einen Mitgliedstaat, auf die Union oder auf ein Drittland oder*
  - *b) im Falle von Mischungen von Olivenölen, die gem. den Bestimmungen von Abs 4 und 5 aus mehr als einem Mitgliedstaat oder Drittland stammen, je nach Fall aus einer der folgenden Angaben:*
    - *i) „Mischung von Olivenölen aus der Europäische Union“ oder einem Verweis auf die Union,*
    - *ii) „Mischung von Olivenölen aus Drittländern“ oder einem Verweis auf den Drittlandsursprung,*

- *iii) „Mischung von Olivenölen aus der Europäischen Union und aus Drittländern“ oder einem Verweis auf den Unions- und Drittlandsursprung oder*
      - *c) einer geschützten Ursprungsbezeichnung oder einer geschützten geografischen Angabe gem. der VO (EG) 510/2006 (55) und in Übereinstimmung mit der betreffenden Produktspezifikation.*
- *Nicht als Ursprungsangabe im Sinne der vorliegenden VO gelten Namen von Marken oder Unternehmen, deren Eintragung gem. der RL 89/104/EWG (56) spätestens am 31. Dezember 1998 bzw. gem. der VO (EG) 40/94 (57) des Rates spätestens am 31. Mai 2002 beantragt worden ist (Art 4 Abs 3).*
- *Die Ursprungsangabe bei Einfuhren aus Drittländern unterliegt den Bestimmungen der Artikel 22–26 der VO (EWG) 2913/92 (24) (Art 4 Abs 4).*
- *Bezieht sich die Ursprungsangabe auf einen Mitgliedstaat oder auf die Union, so entspricht sie dem geografischen Gebiet, in dem die betreffenden Oliven geerntet wurden und der Mühlenbetrieb liegt, in dem das Öl aus den Oliven gewonnen wurde.*  
*Sind die Oliven in einem anderen Mitgliedstaat oder Drittland geerntet worden als dem Mitgliedstaat oder Drittland, in dem der Mühlenbetrieb liegt, in dem das Öl aus den Oliven gewonnen wurde, so beinhaltet die Ursprungsangabe folgenden Wortlaut: „Natives Olivenöl (extra), hergestellt in (Bezeichnung der Union oder des betreffenden Mitgliedstaats), aus Oliven geerntet in (Bezeichnung der Union, des betreffenden Mitgliedstaats oder des betreffenden Drittlandes)“ (Art 4 Abs 5).*

#### **Fisch und Fischereierzeugnisse:**

Vorschriften zur Kennzeichnung von Fisch und Fischereierzeugnissen sowie Erzeugnissen der Aquakultur sind in der VO (EU) 1379/2013 (58) zur GMO geregelt:

- Art 35 Abs 1 lit c: das Gebiet, in dem das Erzeugnis gefangen oder in Aquakultur gewonnen wurde.
- Art 38: Angabe des Fang- bzw. Produktionsgebietes

- Art 38 Abs 1: *die Angabe des Fang- bzw. des Produktionsgebietes gem. Art 35 Abs 1 lit c umfasst Folgendes:*

*a) **auf See gefangen:** bei auf See gefangenen Fischereierzeugnissen die schriftliche Angabe des Untergebiets oder der Division, die in den FAO- Fischereigebieten aufgelistet sind, sowie der Name des betreffenden Fischereigebiets in einer dem Verbraucher verständlichen Form, oder in Form einer Karte oder eines Piktogramms, die bzw. das Fischereigebiet zeigt, oder, abweichend von diesem Erfordernis, bei Fischereierzeugnissen, die in anderen Gewässern als dem Nordostatlantik (FAO-Gebiet 27), dem Mittelmeer und dem Schwarzen Meer (FAO-Gebiet 37) gefangen werden, die Angabe des Namens des FAO-Fischereigebiets;*

*b) **Binnenfischerei:** bei Fischereierzeugnissen aus Binnenfischerei einen Hinweis auf das Ursprungsgewässer in dem Mitgliedstaat oder Drittland, aus dem das Erzeugnis stammt;*

*c) **Aquakultur:** bei Aquakulturerzeugnissen einen Hinweis auf den Mitgliedstaat oder das Drittland, in dem das Erzeugnis mehr als die Hälfte seines endgültigen Gewichts erlangt oder sich während mehr als der Hälfte der Aufzuchtzeit oder - im Falle von Krebs- und Weichtieren - sich während einer abschließenden Aufzuchtphase von mindestens sechs Monaten befunden hat.*

- Art 38 Abs 2: *zusätzlich zu den Angaben gem. Abs 1 können die Marktteilnehmer ein genaueres Fang- oder Produktionsgebiet angeben.*

### **Spirituosen:**

- VO (EG) 110/2008 (59) zur Begriffsbestimmung, Bezeichnung, Aufmachung und Etikettierung von Spirituosen sowie zum Schutz geografischer Angaben für Spirituosen und zur Aufhebung der VO (EWG) 1576/89.
  - Schutz geographischer Angaben (Art 16)
  - Art 15 Abs 1: *eine geografische Angabe im Sinne dieser Verordnung ist eine Angabe, die eine Spirituose als aus dem Hoheitsgebiet eines Landes, einer Region oder eines Ortes in diesem Hoheitsgebiet stammend kennzeichnet, wobei eine bestimmte Qualität, das Ansehen oder ein sonstiges Merkmal im Wesentlichen auf diesen geografischen Ursprung zurückzuführen ist.*

- Art 15 Abs 2: *die geografischen Angaben nach Abs 1 sind in Anh III eingetragen.*
- Art 15 Abs 3: *die in Anh III eingetragenen geografischen Angaben dürfen nicht zu Gattungsbezeichnungen werden.*  
*Bezeichnungen, die zu Gattungsbezeichnungen geworden sind, dürfen nicht in Anh III eingetragen werden. Als Gattungsbezeichnung gilt ein Name, der sich zwar auf einen Ort oder eine Region bezieht, wo die betreffende Spirituose ursprünglich hergestellt oder vermarktet wurde, der jedoch der gemeinhin übliche Name für eine Spirituose in der Gemeinschaft geworden ist.*
  - Beispiel: „Genever“ stammt nicht aus Genf
- Art 16 lit a-d: Schutz der in Anh III eingetragenen geografischen Angaben  
Beispiel: die geographische Angabe: „Wachauer Marillenbrand“ mit Ursprungsland Österreich (Anh III Nr. 9).
- Art 14 Abs 2: *die in Anh III eingetragenen geografischen Angaben werden weder auf dem Etikett noch in der Aufmachung der Spirituose übersetzt.*
- Für die Herkunftsangaben bei Weinen, Spirituosen und aromatisierten Weinerzeugnissen bestehen Sonderregelungen in anderen EU-Bestimmungen.

**Bio-Lebensmittel:**

- VO (EG) 834/2007 (60), VO (EG) 889/2008 (61), neue Bio-VO: VO (EU) 2018/848 (62) (gültig ab 1.01.2021 (63)).

Laut VO (EG) 834/2007 (60) muss bei vorverpackten verarbeiteten Lebensmitteln, bei denen mindestens 95 Gewichtsprozent der Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs ökologisch/biologisch sind (Art 23 Abs 4 lit a sublit ii) und die mit dem EU-Bio-Logo gekennzeichnet sind, laut Art 24 Abs 1 lit c der Ort der Erzeugung der landwirtschaftlichen Ausgangsstoffe, aus denen sich das Erzeugnis zusammensetzt, nach folgenden Formen angegeben werden:

- „EU-Landwirtschaft“
- „Nicht-EU-Landwirtschaft“
- „EU/Nicht-EU-Landwirtschaft“

*Bei der genannten Angabe „EU“ oder „Nicht-EU“ können kleine Gewichtsmengen an Zutaten außer Acht gelassen werden, sofern die Gesamtmenge der nichtberücksichtigten Zutaten 2 Gewichtsprozent der Gesamtmenge der Ausgangsstoffe landwirtschaftlichen Ursprungs nicht übersteigt.*

*Sind alle landwirtschaftlichen Ausgangsstoffe, aus denen sich das Erzeugnis zusammensetzt, in demselben Land erzeugt worden, so kann die genannte Angabe „EU“ oder „Nicht-EU“ durch die Angabe dieses Landes ersetzt oder um diese ergänzt werden. Ein Beispiel dafür wäre für Österreich die Angabe: „Österreich-Landwirtschaft“.*

So stammen bei einer solchen Angabe mindestens 98 % der Gesamtmenge an Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs aus Österreich. Bei Monoprodukten, wie Milch, muss diese zu 100 % aus Österreich stammen.

Die neue VO (EU) 2018/848 (62) wird die VO (EG) 834/2007 (60) aufheben. In Art 32 Abs 2 ist festgelegt, dass das Wort „Landwirtschaft“ gegebenenfalls durch das Wort „Aquakultur“ ersetzt werden kann und „EU“ oder „Nicht-EU“ kann durch die Angabe eines Landes oder eines Landes und einer Region ersetzt oder um diese ergänzt werden, wenn alle landwirtschaftlichen Ausgangsstoffe, aus denen sich das Erzeugnis zusammensetzt, in dem genannten Land und gegebenenfalls in der genannten Region erzeugt worden sind. Weiters wird die Toleranz von 2 Gewichtsprozent auf 5 Gewichtsprozent angehoben (62).

## **Wein**

- Einheitliche GMO: VO (EU) 1308/2013 (45) über eine GMO für landwirtschaftliche Erzeugnisse und zur Aufhebung der VOs (EWG) 922/72, (EWG) 234/79, (EG) 1037/2001 und (EG) 1234/2007.
- Einzelne Bestimmungen der VO (EG) 1234/2007 (40) gelten jedoch weiterhin (64).
- Delegierte VO (EU) 2019/33 (65) zur Ergänzung der VO (EU) 1308/2013 (45) in Bezug auf Anträge auf Schutz von Ursprungsbezeichnungen, geografischen Angaben und traditionellen Begriffen im Weinsektor, das Einspruchsverfahren, Einschränkungen der Verwendung, Änderungen der Produktspezifikationen, die Löschung des Schutzes sowie die Kennzeichnung und Aufmachung.

- Angabe der Herkunft (Art 45)
- Nationale Weingesetze der Mitgliedsländer: enthalten in Ergänzung zu den jeweiligen Regeln der „EU-Weinmarktordnung“ Bestimmungen zu verschiedenen Themen und sind in den Stufenbau des EU-Weinrechts eingegliedert. Sie bilden sozusagen die „Brücke“ zwischen den allgemeinen Regeln der „EU-Weinmarktordnung“ und den spezifischen Gegebenheiten jedes Landes (66).

In den jeweiligen Regelwerken bzw. gesetzlichen Vorschriften zur Herkunftskennzeichnung ist der Herkunftsbegriff je nach Lebensmittel und Lebensmittelgruppe unterschiedlich weit gefasst. Teilweise müssen der Herkunftsort bzw. das Ursprungsland angegeben werden, teilweise reichen die Angaben, wie „EU“, „Nicht-EU“ oder „EU/Nicht-EU“.

### **3.2.4 Ausnahmen bei der Angabe der Herkunft**

Unter den Lebensmitteln bzw. Lebensmittelgruppen, die in Kapitel 3.2.3 genannt wurden und für die obligatorische Herkunfts- bzw. Ursprungsangaben vorgesehen sind, gibt es auch Ausnahmen, wie bei Obst und Gemüse, die nicht einer VN unterliegen. Generell orientiert man sich, wenn keine obligatorische Kennzeichnung vorgesehen ist, an der LMIV (Art 26). Wenn auch danach keine Kennzeichnung erforderlich ist, kann eine freiwillige Kennzeichnung vorgenommen werden.

Ausgenommen von den genannten Vorschriften in Kapitel 3.2.3 sind in den meisten Fällen Lebensmittel, die in einem Produkt als Zutat vorkommen, wie Fleisch in Laibchen, Obst in Saft oder Ei in Mayonnaise. Ebenfalls ausgenommen sind Lebensmittel, deren Eigenschaften so verändert werden, dass sie nicht mehr in die jeweiligen Rechtsgrundlagen fallen, z. B. eine Obstkonserve. Für frisches Obst und Gemüse ist eine Ursprungsangabe verpflichtend, nicht aber für tiefgekühltes.

Ausgenommen von einer verpflichtenden Kennzeichnung sind generell Produkte, die aus mehreren Zutaten zusammengesetzt sind. Je höher der Verarbeitungsgrad bzw. je mehr Schritte zur Herstellung notwendig sind und je mehr Zutaten enthalten sind, desto weniger ist eine Kennzeichnung praktikabel bzw. sinnvoll, und die Transparenz geht allgemein verloren. Denn die Herkunft ist umso schwerer zu bestimmen, je mehr

Länder an der Produktion beteiligt sind, indem dort Produktions- oder Verarbeitungsschritte der oft zahlreichen Zutaten eines zusammengesetzten Lebensmittels erfolgen.

In diesem Zusammenhang muss man sich mit der Definition von „Verarbeitung“ auseinandersetzen. Basis dafür ist die VO (EG) 852/2004 (67) (Art 2 Abs 1): „Verarbeitung“ (lit m), „unverarbeitete Erzeugnisse“ (lit n).

Wo die Früchte geerntet wurden, muss beispielsweise ein Konfitürenhersteller nicht angeben, da die Früchte verarbeitet sind. Ein anderes Beispiel sind gekochte Eier bzw. Ostereier. Das Kochen gilt nach der VO (EG) 852/2004 (67) als Verarbeitungsschritt (Art 2 Abs 1 lit m). Es muss keine Einzel-Ei-Kennzeichnung erfolgen. Werden Eier im Handel als verpacktes Lebensmittel angeboten, müssen sie nach den Vorgaben der LMIV gekennzeichnet werden. Angaben über die Haltungsform und den Erzeugerbetrieb sind nicht verpflichtend vorgeschrieben. Auch hier kann eine freiwillige Kennzeichnung erfolgen, was in der Praxis häufig der Fall ist. Das Thema „Ei“ wird gesondert nochmals in dieser Arbeit behandelt (Kapitel 3.3.1, 3.3.5 und 3.9.4).

Bei einer Tiefkühlpizza ist die Herkunft nicht einfach zu bestimmen: Der Schinken könnte in Deutschland hergestellt worden sein, die Schweine könnten aus Polen kommen und in Dänemark geschlachtet worden sein, die Pilze könnten aus der Ukraine, das Mehl aus Slowenien und der Mozzarella aus Italien stammen; die Pizza wird in Österreich gebacken. Bei solchen Produkten kommen vor allem freiwillige Angaben mit Herkunftsbezug, wie „mit Mozzarella aus Italien“, „Hergestellt in Österreich“, „Italienischer Genuss“ usw. vor, die teilweise schwer interpretierbar und angesichts der gezeigten Transnationalität eines solchen Produktes wenig aussagekräftig sind.

Milch- und Milchprodukte unterliegen nach EU-Recht ebenfalls der LMIV. Herkunfts- und/oder Ursprungsangaben sind nicht verpflichtend vorgeschrieben, auch nicht für Milch, die als Zutat in Milchprodukten verwendet wird. Aus dem Bericht der EK vom 20. Mai 2015 geht hervor, dass die verpflichtende Ursprungskennzeichnung bei Milch, die als Zutat in Milchprodukten verwendet wird, negative wirtschaftliche Auswirkungen sowie weitere Rückverfolgungspflichten zur Folge haben könnte und bei Erzeugnissen mit einem hohen Verarbeitungsgrad äußerst aufwendig wäre (29).

Da das Konsumentenverhalten und -bewusstsein heterogen ist, wird unterschiedlich viel Wert auf die Herkunft bestimmter Zutaten oder auf den Ort der Herstellung gelegt. Auch je nach Produkt ist dies unterschiedlich. Einige Konsumentinnen und Konsumenten kann es beim obgenannten Beispiel interessieren, woher z. B. der Mozzarella kommt, anderen kann dies völlig gleichgültig sein und sie wollen eher wissen, wo die Pizza gebacken wurde. Einige wollen beides wissen, andere interessiert die Herkunft gar nicht.

### 3.3 Grundprinzipien des Lebensmittelrechts

Basis für das EU-Gemeinschaftsrecht im Bereich der Lebensmittelsicherheit ist die VO (EG) 178/2002 (19) (General Food Law (68), EG-Basis-VO), die die allgemeinen Grundsätze und Anforderungen im Lebensmittelrecht in der EU festlegt.

Dort ist das Vorsorgeprinzip als der zentrale Mechanismus zur Ermittlung von Risikomanagementmaßnahmen oder anderen Aktionen bei wissenschaftlicher Unsicherheit bei Vorliegen eines Risikos für Leben oder Gesundheit als horizontale Vorschrift verankert (ErwGr 21 und Art 7). Das Vorsorgeprinzip war zum Zeitpunkt der BSE-Krise noch in keiner Rechtsnorm verankert, es wurde aber praktisch danach gehandelt, indem ein Exportstopp für Verkaufsware als Maßnahme erfolgte.

Neben dem Vorsorgeprinzip ist die Rückverfolgbarkeit ein weiteres wichtiges Grundprinzip des Lebensmittelrechts, das ebenfalls in der Basis-VO thematisiert wird und als ein Eckpfeiler der EU-Lebensmittelpolitik gilt.

In Art 3 Nr. 14 ist der Begriff „Rückverfolgbarkeit“ definiert: *„die Möglichkeit, ein Lebensmittel oder Futtermittel, ein der Lebensmittelgewinnung dienendes Tier oder einen Stoff, der dazu bestimmt ist oder von dem erwartet werden kann, dass er in einem Lebensmittel oder Futtermittel verarbeitet wird, durch alle Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebsstufen zu verfolgen“.*

Laut Art 3 Nr. 16 und 17 sind alle Stufen in der Landwirtschaft, einschließlich Einfuhr, bis zum Endverbraucher betroffen.

Genannte Grundsätze dieser VO, wie Lebensmittelsicherheit, Vorsorgeprinzip oder Rückverfolgbarkeit, gelten auch für in die EU eingeführte und aus der EU ausgeführte Lebens- und Futtermittel (Art 11 und 12).

Ist ein solches System nicht etabliert, wie zur Zeit der BSE-Krise, bleiben viele Fragen unbeantwortet oder die Antworten darauf sind schwierig ermittelbar. Die Anzahl an betroffenen Tieren oder wohin Rindfleisch, Rindfleischerzeugnisse, Rinder, Tiermehl usw. überall befördert wurden, war beispielsweise nur teilweise nachvollziehbar.

So besagt auch ErwGr 28 der VO, dass durch eine fehlende Rückverfolgbarkeit von Lebens- und Futtermitteln das Funktionieren des Binnenmarktes gefährdet sein kann. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit der Errichtung eines Systems der Rückverfolgbarkeit bei Lebensmittel- und Futtermittelunternehmen, damit Rücknahmen reibungslos erfolgen können und Verbraucher oder Kontrollbedienstete entsprechend informiert werden können.

*Es muss sichergestellt werden, dass Lebensmittel- oder Futtermittelunternehmen einschließlich des Importeurs zumindest das Unternehmen feststellen können, das das Lebensmittel oder Futtermittel, das Tier oder die Substanz, die möglicherweise in einem Lebensmittel oder Futtermittel verarbeitet wurden, geliefert hat, also den unmittelbaren Lieferanten, damit die Rückverfolgbarkeit in allen Stufen gewährleistet ist (ErwGr 29).*

*Die Rückverfolgbarkeit von Lebens- und Futtermitteln, von der Lebensmittelgewinnung dienenden Tieren und allen sonstigen Stoffen, die dazu bestimmt sind oder von denen erwartet werden kann, dass sie in einem Lebensmittel oder Futtermittel verarbeitet werden, ist in allen Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebsstufen sicherzustellen (Art 18 Abs 1).*

Die Lebens- und Futtermittelunternehmer müssen in der Lage sein, jede Person festzustellen, von der sie eines der in Abs 1 genannten Erzeugnisse erhalten haben. Dazu sind Systeme und Verfahren einzurichten, durch die sichergestellt ist, dass diese Informationen den zuständigen Behörden auf Aufforderung zumindest mitgeteilt werden können (Art 18 Abs 2).

Systeme und Verfahren sind auch zur Feststellung der anderen Unternehmen einzurichten, an die Lebens- und Futtermittelunternehmer ihre Erzeugnisse geliefert haben. Sie müssen ebenfalls bei Aufforderung bereitgestellt werden (Art 18 Abs 3).

*Lebensmittel oder Futtermittel, die in der Gemeinschaft in Verkehr gebracht werden oder bei denen davon auszugehen ist, dass sie in der Gemeinschaft in Verkehr gebracht werden, sind durch sachdienliche Dokumentation oder Information gem. den diesbe-*

*züglich in spezifischeren Bestimmungen enthaltenen Auflagen ausreichend zu kennzeichnen oder kenntlich zu machen, um ihre Rückverfolgbarkeit zu erleichtern (Art 18 Abs 4).*

Laut Art 3 Nr. 16 endet die Rückverfolgbarkeit bei der letzten Stufe vor dem Endverbraucher (z. B. Einzelhandel). *Der Endverbraucher ist der letzte Verbraucher eines Lebensmittels, der das Lebensmittel nicht im Rahmen der Tätigkeit eines Lebensmittelunternehmens verwendet (Art 3 Nr. 18).*

Die direkten Abnehmer müssen die Unternehmer somit dann nicht ermitteln, wenn es sich um einen Endverbraucher handelt.

Zusammenfassend kann man sagen, dass festgestellt werden muss, von wem ein Erzeugnis stammt und an wen ein Erzeugnis abgegeben wird. Diese Informationen (z. B. Dokumentation des Warenein- und -ausganges) müssen festgehalten werden; detaillierte Vorschriften, wie diese Systeme bzw. Verfahren auszugestaltet sind, existieren nicht.

Die Systeme bzw. Verfahren sollen im Sinne des "One Step Up and One Step Down"-Konzeptes ablaufen. Eine Nachverfolgung in beide Richtungen, also zumindest eine Stufe vor und eine zurück in der Wertschöpfungskette, muss gewährleistet werden, somit müssen der unmittelbare Lieferant und der Abnehmer (z. B. Großhändler) feststellbar sein, damit im Krisenfall sachgemäß gehandelt werden kann (69).

Das Ziel der Rückverfolgbarkeit soll sein, eine gewisse Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu gewährleisten, den Verbraucherinnen und Verbrauchern gezielte und genaue Informationen zu bestimmten Produkten zu bieten und die Rücknahme oder den Rückruf unsicherer Lebensmittel oder Futtermittel vom Markt zu erleichtern. Bei genauer Betrachtung des Begriffes „Rückverfolgbarkeit“ ist erkennbar, dass es sich um vergangene Ereignisse handelt. Geläufig ist auch der Begriff "traceability" (69). Lebensmittelkrisen wie die BSE-Krise haben aufgezeigt, wie bedeutsam es ist, in der Lage zu sein, schnell Lebensmittel zu identifizieren und zu isolieren, um zu verhindern, dass diese die Konsumentinnen und Konsumenten erreichen.

Wichtig ist ein EU-weites Handeln und aufgrund des intensiven Handels die Beteiligung aller Mitgliedsstaaten (70), um eine lückenlose und effiziente Rückverfolgbarkeit zu ermöglichen.

### **3.3.1 Grenzen der Rückverfolgbarkeit**

Je nach Lebens- oder Futtermittel ist das Konzept der Rückverfolgbarkeit leichter oder schwieriger umzusetzen. Bei schüttfähigen Rohstoffen in Silos oder Tanks beispielsweise werden die Grenzen der Rückverfolgbarkeit aufgezeigt, denn hier erfolgt eine ständige Vermischung von alter und neuer Ware. Hier ist bei einer bestehenden Gefahr eine Rücknahme aller Chargen notwendig, die mit der betroffenen Silo- oder Tankfüllung produziert wurden (71).

Die Rückverfolgbarkeit von Eiern wird im ORF anhand eines Beitrages kritisch betrachtet (72). Kernaussagen des Berichtes sind:

- *Wird ein Lebensmittel an die Gemeinschaftsverpflegung, inklusive Gastronomie geliefert oder gelangt in der Lebensmittelindustrie ein Lebensmittel in ein Produkt oder wird es als Zutat verarbeitet, ist mit der Gewährleistung der Rückverfolgbarkeit Schluss.*

Diese Aussage ist weit hergeholt. Dass manchmal Lücken in der Gewährleistung der Rückverfolgbarkeit entstehen, ist klar, aber laut dem Bericht scheint in den oben genannten Situationen kein Rückverfolgbarkeitssystem zu funktionieren und alle Lebensmittel scheinen betroffen zu sein. Diese Aussage muss definitiv überdacht werden.

- *Welche Eier (Haltungsform, Herkunft, landwirtschaftlicher Betrieb, Form: frische Eier, Eier aus der Packung, Eipulver) eingesetzt werden, weiß man als Konsumentin oder Konsument oft nicht. Verwendet ein Betrieb grundsätzlich österreichische Eier kann es auch vorkommen, dass aufgrund von Lieferengpässen Eier aus einem anderen Land eingesetzt werden.*

Dass Konsumentinnen und Konsumenten die Herkunft der Eier interessiert, mag stimmen, aber in den anderen Punkten wäre die Gewährleistung dieser Informatio-

nen in manchen Fällen zu aufwendig und nicht machbar. Dass bei einem Restaurantbesuch ein Gast wissen möchte, ob in einer Süßspeise frische Eier oder pasteurisierte Eier aus der Packung verwendet werden, ist durch Umfragen nicht belegt. Der Aufwand wäre gleichermaßen groß, wenn auch in einem Fertigprodukt genauere Informationen deklariert werden müssten. Lieferengpässe kommen manchmal vor und der Selbstversorgungsgrad (SVG) liegt bei 86 % bei Eiern in Österreich (siehe Kapitel 3.9.3). Wenn nicht ausgelobt wird, dass nur österreichische Eier verwendet werden, ist es kein Problem, auf Eier anderer Herkunft auszuweichen.

- *In Österreich werden pro Jahr rund 2 Mrd. Eier verzehrt, das sind rund 240 pro Kopf. 5 % davon sind Ostereier, die als verarbeitet gelten und somit aus der Etikettierungspflicht der Herkunftskennzeichnung ausgenommen sind. 30 % stammen vom Handel. Im Handel ist die Herkunft nachvollziehbar. 25 % sind verarbeitet und 40 % werden in der Gastronomie verwendet. Bei 65 % der Eier ist die Herkunft nicht transparent.*
- *Bei einigen Verarbeitungsprodukten mit Ei wird die Haltungsform oder Herkunft freiwillig ausgelobt, wie bei Nudeln mit frischen Eiern, da Unternehmen erkannt haben, dass Konsumentinnen und Konsumenten darauf Wert legen.*
- *Viele Eier kommen auch aus außerhalb der EU z. B. Ukraine, diese Eier werden dann in der EU zu Eiprodukten weiterverarbeitet, die dann nach dem Zollcodex europäische Eiprodukte sind.*
- *Ein Problem stellen die ungekennzeichneten Fertigprodukte dar.*

Unter Kapitel 3.3.5 und 3.9.4 sind Standpunkte der Interessenvertreter bezüglich einer Ausweitung der Kennzeichnungspflicht bei Eiern angeführt.

### **3.3.2 Verpflichtende Rückverfolgbarkeitssysteme: Loskennzeichnung**

Dem Ziel der Rückverfolgbarkeit dienen u. a. auch die Vorschriften der Loskennzeichnung. Von einigen Ausnahmen abgesehen, müssen alle Lebensmittel mit einer Kennzeichnung des Loses versehen sein.

Die Loskennzeichnung ist viel länger Teil der EU-Rechtsordnung als die Rückverfolgbarkeit und hat letzterer logistisch den Weg bereitet. Gem. Art 2 Abs 1 der RL

89/396/EWG (73) darf ein Lebensmittel nur in den Verkehr gebracht werden, wenn es mit einer „Los-Angabe“ gem. Art 1 Abs 1 versehen ist. Diese RL wurde durch die RL 2011/91/EU (74) aufgehoben.

- RL 2011/91/EU (74) über Angaben oder Marken, mit denen sich das Los, zu dem ein Lebensmittel gehört, feststellen lässt:
  - Art 1 Abs 2: „Los“: *eine Gesamtheit von Verkaufseinheiten eines Lebensmittels, die unter praktisch gleichen Umständen erzeugt, hergestellt oder verpackt wurde.*
    - Geläufig ist auch der Begriff „Charge“ und infolgedessen der „Terminus“ Chargennummer als Synonym für Losnummer.
  - Art 3 und 4: Die Losnummer beginnt meist mit einem „L“, es sei denn, sie unterscheidet sich deutlich von anderen Angaben.
  - Die Angabe der Loskennzeichnung auf der Verpackung ist, bis auf wenige Ausnahmen, rechtlich verpflichtend.

Werden Lebensmittel an der Verkaufsstelle für den Endverbraucher nicht vorverpackt, auf Anfrage des Käufers verpackt oder in Hinblick auf ihren unmittelbaren Verkauf vorverpackt, muss keine Loskennzeichnung erfolgen (RL 2011/91/EU Art 2 Abs 2 lit b (74)). Ein Beispiel dafür wäre frisches Obst, d. h. lose verkaufte Ware.
  - Art 2 Abs 2 postuliert die wichtigsten Ausnahmen der Verpflichtung zur Loskennzeichnung.
  - *Ist das Mindesthaltbarkeitsdatum bzw. das Verfallsdatum in der Etikettierung angegeben, so ist eine Loskennzeichnung nicht erforderlich, sofern das genannte Datum aus der unverschlüsselten Angabe mindestens des Tages und des Monats, in dieser Reihenfolge, besteht (Art 5).*

Für den Fall, dass ein Warenrückruf oder eine öffentliche Warnung notwendig wird, können die Lebensmittelunternehmer gezielt reagieren. Auch der Verbraucher kann so anhand der Los-Angabe feststellen, ob die Warnung auch für seine Vorräte gilt.

Wurde ein Lebensmittel als „nicht sicher“ beurteilt, dann ist gem. VO (EG) 178/2002 (19), Art 14 Abs 6 davon auszugehen, dass die gesamte Charge betroffen ist, es sei denn, bei einer eingehenden Prüfung wird kein Nachweis dafür gefunden, dass der Rest der Charge, des Postens oder der Lieferung nicht sicher ist.

In Österreich wurde die RL (74) durch die Loskennzeichnungs-VO (75) (BGBl II 230/2014) österreichisches Recht umgesetzt (§ 6).

### **3.3.3 Verpflichtende Rückverfolgbarkeitssysteme: Genusstauglichkeits- und Identitätskennzeichnung**

Im Zusammenhang mit dem Genusstauglichkeits- und dem Identitätskennzeichen als verpflichtende Instrumente für die Rückverfolgbarkeit bei Erzeugnissen tierischen Ursprungs (76) ist das neue „EG-Hygienepaket“ (77) zu nennen. Dieses besteht aus drei EG-VOs zur Lebensmittelhygiene und zu Veterinärkontrollen, die mit 1. Jänner 2006 wirksam wurden:

1. VO (EG) 852/2004 über Lebensmittelhygiene (67)
2. VO (EG) 853/2004 mit spezifischen Hygiene-Vorschriften für Lebensmittel tierischen Ursprungs (78)
3. VO (EG) 854/2004 mit besonderen Verfahrensvorschriften für die amtliche Überwachung von zum menschlichen Verzehr bestimmten Erzeugnissen tierischen Ursprungs (79)

Das Lebensmittelhygienerecht konnte somit von den zahlreichen, spezifischen und detaillierten Rechtsvorschriften der einzelnen Staaten, besonders in den Bereichen der Lebensmittelherstellung (Fleisch, Fisch, Milch, Eier...), bereinigt werden (77).

Gemeinsame Merkmale der Vorschriften des „Hygienepaketes“ sind u. a. die Vereinheitlichung der Genusstauglichkeitskennzeichnung und die Identitätskennzeichnung bei Lebensmitteln tierischer Herkunft nach gemeinsamen Grundsätzen (77).

Die VO (EG) 853/2004 (78) enthält spezifische Hygienevorschriften für Betriebe, die Lebensmittel tierischen Ursprungs verarbeiten; sie gilt ergänzend zur allgemeinen Hygiene-VO (EG) 852/2004 (67).

Die VO (78) gilt für unverarbeitete Erzeugnisse und Verarbeitungserzeugnisse tierischen Ursprungs (Art 1 Abs 1).

In der VO (EG) 852/2004 (67) Art 2 Abs 1 sind folgende Begriffe definiert:

- „Verarbeitung“: *eine wesentliche Veränderung des ursprünglichen Erzeugnisses, beispielsweise durch Erhitzen, Räuchern, Pökeln, Reifen, Trocknen, Marinieren, Extrahieren, Extrudieren oder durch eine Kombination dieser verschiedenen Verfahren* (lit m);
- „unverarbeitete Erzeugnisse“: *Lebensmittel, die keiner Verarbeitung unterzogen wurden, einschließlich Erzeugnisse, die geteilt, ausgelöst, getrennt, in Scheiben geschnitten, ausgebeint, fein zerkleinert, enthäutet, gemahlen, geschnitten, gesäubert, garniert, enthülst, geschliffen, gekühlt, gefroren, tiefgefroren oder aufgetaut wurden* (lit n);
- „Verarbeitungserzeugnisse“: *Lebensmittel, die aus der Verarbeitung unverarbeiteter Erzeugnisse hervorgegangen sind; diese Erzeugnisse können Zutaten enthalten, die zu ihrer Herstellung oder zur Verleihung besonderer Merkmale erforderlich sind* (lit o).

Zugelassene Betriebe erhalten ein branchenunabhängiges Identitätskennzeichen.

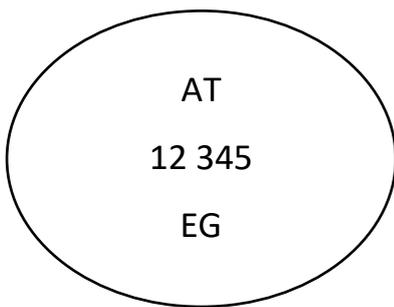
Diese Kennzeichnung für Endprodukte ersetzt und vereinheitlicht die frühere Praxis der Genusstauglichkeitskennzeichnung (77).

Eine ausschließlich vom Amtstierarzt vorzunehmende Genusstauglichkeitskennzeichnung gilt für die Fleischteile, z. B. für Schlachtkörper (77) und Tierarten, die in Art 5 Abs 2 der VO (EG) 854/2004 (79) genannt sind. Diese werden mittels Stempel mit dem Genusstauglichkeitskennzeichen versehen (80). Das Zeichen wird häufig aufgrund des Aussehens mit dem Identitätskennzeichen verwechselt bzw. gleichgesetzt. Es enthält aber andere Angaben: Abkürzung des Staates, in dem die Schlachtung stattgefunden hat, z. B. IT für Italien, die Nummer des amtlichen Tierarztes, die Zulassungsnummer des Schlachthofes/-betriebes und die Angabe „EG“, wenn die Schlachtung in der EG erfolgt ist (80, 81).

Die Betriebszulassung und Identitätskennzeichnung bei Drittlandseinfuhren werden produktunabhängig zusammengefasst und neu geregelt (77).

Erzeugnisse tierischen Ursprungs sind laut VO (EG) 853/2004 (78) vor allem Fleisch und Fleischerzeugnisse, Milch und Milcherzeugnisse, Eier und Eiprodukte, Fischereiprodukte, Froschschenkel, Schnecken, Muscheln, Innereien, Tierfette, Gelatine und Kollagen. Bei zusammengesetzten Lebensmitteln aus tierischen und pflanzlichen Erzeugnissen entfällt die Kennzeichnung, wenn das Produkt mit verarbeiteten tierischen Erzeugnissen hergestellt wurde (Art 1 Abs 2) (78).

So müssen beispielsweise Teigtaschen, die mit rohem Faschiertem oder Mozzarella gefüllt sind, ein Identitätskennzeichen tragen. Pizza mit Salami oder Teigtaschen, die mit Schinken hergestellt werden, benötigen jedoch kein Kennzeichen.



*Abbildung 30: Identitätskennzeichen (eigene Darstellung)*

Das Identitätskennzeichen wird beim letzten Verarbeitungsschritt (z. B. Verpacken) auf dem Etikett angebracht. Wenn das Kennzeichen in einem Betrieb in der EG angebracht wird, muss es eine ovale Form haben. Das Zeichen besteht aus drei Elementen: (76, 78)

1. Abkürzung für den Mitgliedsstaat: Im Fall der Kennzeichnung „AT“ ist Österreich das Land, in dem das Produkt dem letzten Verarbeitungsschritt unterzogen wurde.
2. Zulassungsnummer des Betriebes, in dem der letzte Verarbeitungsschritt erfolgt ist.
3. Wenn es sich um ein Erzeugnis aus einem Betrieb der Europäischen Gemeinschaft handelt, die Abkürzung für "Europäische Gemeinschaft": EG. Je nach Land und Landessprache werden auch andere Abkürzungen, wie CE, EC, EF, EK oder EY verwendet.

Lebensmittelunternehmer, die Erzeugnisse tierischen Ursprungs aus Drittländern einführen, müssen ebenfalls zugelassen sein, und ihre Produkte müssen mit einem Genussstauglichkeits- bzw. Identitätskennzeichen versehen werden (78).

Das Identitätskennzeichen bestätigt lediglich die Einhaltung der Hygienevorschriften. Das Zeichen gibt keinen Hinweis auf die Herkunft eines Produktes oder dessen Zutaten bzw. Rohstoffe. Es dient als Werkzeug im System der Rückverfolgbarkeit. Das Produkt lässt sich bis zum Ort des letzten Verarbeitungsschrittes rückverfolgen. „AT“ steht nicht für „aus Österreich“, sondern wenn beispielsweise in der Butter einer italienischen Molkerei Milch aus Österreich verarbeitet wurde, steht im Identitätskennzeichen „IT“ für Italien.

Anhand der Zulassungsnummer kann man im Internet in verschiedenen Datenbanken die Betriebe ermitteln, wie für Deutschland mittels der BLtU-Datenbank vom Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) (82).

### **3.3.4 Verpflichtende Rückverfolgbarkeitssysteme: Erzeugnisse pflanzlichen Ursprungs**

Im „Hygienepaket“ stehen Erzeugnisse tierischen Ursprungs im Vordergrund, spezifische Hygienevorschriften für Lebensmittel tierischen Ursprungs wurden erarbeitet und hinsichtlich der Sicherheit von Lebensmitteln sollte ein hohes Verbraucherschutzniveau gewährleistet werden.

*Bestimmte Lebensmittel können besondere Gefahren für die menschliche Gesundheit in sich bergen und machen daher spezifische Hygienevorschriften erforderlich. Dies gilt vor allem für Lebensmittel tierischen Ursprungs, bei denen häufig mikrobiologische oder chemische Gefahren gemeldet wurden (VO (EG) 853/2004 (78), ErwGr 2).*

Dass viele, wenn auch nicht notwendigerweise hygienische Risiken auch von Erzeugnissen pflanzlichen Ursprungs ausgehen, wurde allgemein im Hygienepaket nicht im selben Ausmaß berücksichtigt, wie bei tierischen Produkten, wie Noroviren bei Tiefkühlhimbeeren (83).

Ein ähnliches verpflichtendes Tool im EU-Recht wie das Identitäts- bzw. Genusstauglichkeitszeichen gibt es für Erzeugnisse pflanzlichen Ursprungs nicht. Hier gibt es verschiedene einzelstaatliche Maßnahmen oder Instrumente von verschiedenen Institutionen oder betriebseigene Systeme auf freiwilliger Basis, die über das verpflichtende erforderliche System aus der EG-Basis-VO (19) hinausgehen.

Beispielsweise kann man die Herkunft der Rohstoffe von einigen Produkten und von wem das jeweilige Lebensmittel verarbeitet wurde, im Internet ermitteln.

Generell ist die Garantie der Rückverfolgbarkeit vor allem bei unverpackten, losen Waren, wie bei frischem Obst und Gemüse, nicht leicht zu gewährleisten bzw. weist sie einzelne Lücken auf, obwohl häufig mit einer transparenten, lückenlosen Rückverfolgbarkeit geworben wird.

### **3.3.5 Freiwillige Rückverfolgbarkeitssysteme: Österreichische Eierdatenbank (OEDB)**

**Als freiwilliges funktionierendes System zur Rückverfolgbarkeit wird in dieser Arbeit die Österreichische Eierdatenbank (OEDB) mit dem Tool „Quick-Egg-Check“ vorgestellt (84), das bei einem Interview mit der Projektleiterin der OEDB Mag. Gerda Wiesböck (85) (6. Mai 2019) thematisiert wurde.**

Die OEDB wurde als unabhängiger Verein auf Initiative der Österreichischen Eierproduzenten und Vermarkter von der AMA-Marketing, der Gesellschaft für artgerechte Nutztierhaltung (GAN) und der Zentralen Arbeitsgemeinschaft der Österreichischen Geflügelwirtschaft (ZAG) gegründet.

Auf der Homepage der OEDB (84) erhält man via „Quick-Egg-Check“ durch Eingabe des Erzeugercodes, der auf dem Ei zu finden ist, Informationen zur Haltungsform und Herkunft, also Name und Anschrift des Legehennenhalters.

Es gibt die Variante, dass ein Legehennenbetrieb seine Eier zu einer Eipackstelle liefert. Bei größeren Legehennenbetrieben ist es dagegen oft der Fall, dass sie ihre Eier selbst verpacken und den Handel, den Konsumenten oder die Gastronomie direkt beliefern.

Es gibt auch reine Vermarkterpackstellen, die selbst keine Legehennen haben, aber eine Vielzahl an Lieferanten, also Legehennenbetriebe, deren Eier sie vermarkten.

Alle Eipackstellen mit AMA-GS, AMA-Biosiegel oder mit dem Prüfzeichen „Tierschutz geprüft“, bilden ihre Eierwarenströme in der OEDB ab.

Die Zusammenarbeit beginnt mit der Kontaktaufnahme der landwirtschaftlichen Betriebe, also der Legehennenbetriebe mit dem Verein. Der meiste Kontakt läuft aber über die vermarktende Packstelle. Die direkten Ansprechpartner der Legehennenhalter sind die Packstellen, die eine Verbindung zwischen Landwirtschaft und Handel herstellen oder größere landwirtschaftliche Betriebe, die selbst über eine Packstelle verfügen.

Damit ein Legehennenbetrieb in der Datenbank abgebildet wird, muss die Voraussetzung erfüllt sein, dass die Eierwarenströme, also die Menge der in der Datenbank gemeldeten Eier, entweder durch die Packstelle oder durch ihn selbst bekanntgegeben wird und dass die Einwilligung vorliegt, dass sein Name und eine Anschrift veröffentlicht werden; in der Folge sind diese Daten über die Stempelung am Ei abrufbar. Diese Voraussetzung erfüllen im Rahmen des AMA-GS-Programmes ca. 95–97 % der Legehennenbetriebe.

Die Stempelung am Ei ist dann nicht abrufbar, wenn ein Direktvermarkter mit einer geringen Anzahl an Legehennen (z. B. 100 Stück), der seine Eier ausschließlich im Rahmen der Direktvermarktung vermarktet und weder seine Einwilligung gegeben hat, dass sein Name und Anschrift veröffentlicht werden, noch werden seine Eier über die Datenbank abgebildet. Stempel-Pflicht besteht in diesem Fall nicht. In so einem Fall fehlt es an Transparenz, da diese Eier nicht in einem Herkunfts- oder Qualitätssicherungssystem erfasst werden. Der Konsument hat in diesen Fällen jedoch meist ohnehin den direkten Kontakt zum Legehennenhalter.

Grundsätzlich steht die Datenbank allen Marktteilnehmern frei und ist nicht auf Österreich beschränkt. Derzeit befinden sich die Vertragspartner in Österreich, aber man ist dabei, das System auszuweiten. Momentan gibt es bereits einen Legebetrieb aus Slowenien, also einen landwirtschaftlichen Betrieb, in dem die Eier gelegt werden, der

seine Eier auch nach Österreich vermarktet. Dieser Betrieb hat eine Einwilligungserklärung unterzeichnet, sodass die vermarktende Packstelle ihre Daten in der Eierdatenbank melden darf und darüber hinaus, dass die Daten auch über den „Quick-Egg-Check“ abrufbar sind.

Oberstes Ziel ist die Sicherstellung der Nachvollziehbarkeit der Warenströme bei Eiern und deren Dokumentation und die damit verbundene Sicherung der Qualität. So sichert der Verein die Herkunft der erfassten Eier und sorgt dafür, dass der Weg eines jeden Eies, von der Henne bis in den Handel, transparent abgebildet wird. Allen beteiligten Akteuren entlang der Wertschöpfungskette, wie Landwirt, Eipackstelle oder Handel, wird die Herkunftsabsicherung der Eier ermöglicht, was Sicherheit beim Eiereinkauf für Konsumentinnen und Konsumenten bedeutet. Für das Ei als Grundnahrungsmittel und Qualitätsprodukt trägt eine gesicherte Herkunft zur Sicherheit und Qualität bei.

Ein vergleichbares, unabhängiges System, vom Aufbau her als Verein, als Rückverfolgbarkeitstool für die Herkunftssicherung für Qualitätsstandardbetreiber gibt es in anderen Ländern in der Form nicht. In Deutschland gibt es ein ähnliches System, das aber anders aufgebaut ist.

Anhand eines Gebührenmodells wird die Datenbank finanziert. Im Hintergrund laufen verschiedene Analysetools des „Quick-egg-checks“, dadurch kann man Informationen über die Benutzerhäufigkeit und -freundlichkeit gewinnen. Der tatsächliche Teil aller Eiwarenströme, also der gesamte Weg des Eies wird ebenfalls analysiert.

Die Zugriffszahlen schwanken je nach Monat, beispielsweise steigen sie besonders zu Ostern oder in der Weihnachtszeit an (86).

Die österreichische Geflügelwirtschaft und die Landwirtschaftskammer wünschen sich eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung auch bei verarbeiteten Produkten mit Eiern als Zutat. Hier ist noch Überzeugungsarbeit aufgrund dadurch gegebenenfalls steigender Rohstoffpreise zu leisten.

Laut Frau Wiesböck (85) würde jeder transparente Weg das System unterstützen, denn Konsumentinnen und Konsumenten erheben zunehmend den Anspruch, zu erfahren, welches Produkt in einem verarbeiteten Erzeugnis enthalten ist. Aus der Sicht der Eierdatenbank ist man bemüht, diesem Wunsch zu entsprechen. Je transparenter die Abbildung ist, desto mehr Partner können gewonnen werden und umso besser ist dies für das Gesamtsystem. Es soll Wahlfreiheit auf der Basis gesicherter Information für die Konsumentin und den Konsumenten gegeben sein. Im Verein ist bereits geplant, noch stärker in Richtung Herkunftssicherung zu gehen.

Im Falle einer verpflichtenden Herkunftskennzeichnung der Zutat Ei auch bei verarbeiteten Produkten muss man sich mit der Verfügbarkeit von Eiern aus Österreich auseinandersetzen. Eine verpflichtende Kennzeichnung würde eine Ausbaumöglichkeit für die Angebote der österreichischen Land- und Geflügelwirtschaft darstellen, konkret eine Chance, um die Eiproduktion in Österreich weiter auszubauen. Momentan schwankt die Verfügbarkeit je nach Jahreszeit.

Die Lebensmittelindustrie steht einer derartigen Kennzeichnung kritisch gegenüber und verweist auf Fragen des Preises und damit der Kosten. Konsens besteht, dass die Politik in diesem Zusammenhang Rahmenbedingungen schaffen sollte, zumindest in Form entsprechender Öffentlichkeitsarbeit, um den Konsumenten zu informieren.

In Kapitel 3.9.4 wird das Thema einer Ausweitung der Herkunftskennzeichnung bei Eiern genauer aufgegriffen.

Grundsätzlich kann man auch beim Eiereinkauf von „hybriden“ Konsumentinnen und Konsumenten sprechen. Das Interesse an Regionalität und Herkunft ist gestiegen und nach wie vor im Steigen, die Bereitschaft zur Leistung eines Preispremiums hinkt nach.

Der Verein strebt eine hohe Zustimmungs- und Einwilligungsrates und deren Beibehaltung sowie die ständige Weiterentwicklung der Datenbank an. Zielführend ist eine weitere Ausbaustufe im Verarbeitungsbereich.

Als spezifische Lösung ist die OEDB ein einzigartiges Rückverfolgbarkeitssystem und gleichzeitig stellt sie auch Herkunftsinformation zur Verfügung.

### **3.3.6 Rückverfolgbarkeit: GS1**

GS1 ist ein globales Non-Profit-Unternehmen, dessen Aufgaben die Schaffung globaler und branchenübergreifender Standards ist, um eine weltweit führende Rolle in der Verbesserung des Managements der Beziehungen zwischen Lieferanten und Kunden zu erreichen. Dadurch soll die Nachfrage der Kunden entlang der Lieferkette bestmöglich und zu den geringstmöglichen Kosten erfüllt werden (87).

Die konsequente Anwendung der GS1 Standards, wie der Strichcodierung für den Lebensmittelbereich, führt zu erhöhter Transparenz der Abläufe entlang der gesamten Produktions- und Lieferkette und ermöglicht eine effiziente Rückverfolgbarkeit (87).

GS1-Traceability (GS1-Rückverfolgbarkeits-Standard), dient z. B. zum Ver- und Rückverfolgen von Waren, beispielsweise von Lebensmitteln durch die gesamte Versorgungskette. Der GS1-Rückverfolgbarkeits-Standard empfiehlt die Verwendung einer Global Trade Item Number (GTIN) (87). Die GTIN wird zur Identifikation einer Handelseinheit verwendet (88).

Mit der durchgängigen Verwendung der GTIN und der Verschlüsselung relevanter Zusatzinformation wie Datumsangabe und Chargennummer wird eine lückenlose Rückverfolgbarkeit bis zum POS möglich (87).

Ab 2010 stehen die GS1 DataBar Strichcodes weltweit zur Auszeichnung von Handelseinheiten zur Verfügung (87).

Als Vorteile von GS1 DataBar lassen sich ins Treffen führen (89):

- eröffnet neue Einsatzgebiete z. B. Frischebereich
- schafft Platz für Haltbarkeitsdaten oder Charge
- unterstützt das Abverkaufsmanagement
- macht das Beschaffungswesen effizienter
- erlaubt die schnelle Erfassung vieler Daten am POS
- identifiziert den Hersteller von Produkten
- gilt länderübergreifend
- ermöglicht die Rückverfolgbarkeit auf Einzelproduktebene

- erleichtert Produktrückrufe auf Einzelproduktebene
- eröffnet langfristig betriebliche Einsparungspotenziale

Der GS1-DataBar-Strichcode steht heute als Ergänzung zum EAN-13-Strichcode zur Auszeichnung von Endverbrauchereinheiten zur Verfügung. Der GS1-DataBar benötigt weniger Platz als der EAN-13 und kann neben der Artikelnummer (GTIN) auch Zusatzinformationen (Datum, Gewicht, Charge) abbilden (90).

Der Strichcode GS1 DataBar ist folgendermaßen aufgebaut:

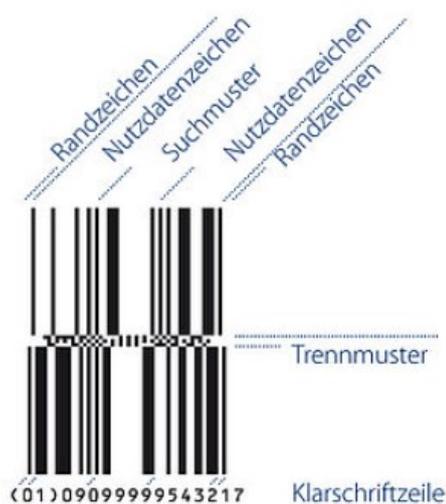


Abbildung 31: Aufbau GS1 DataBar (90)

GS1-Austria ist dafür verantwortlich, dass diese Standards auch österreichische Lebensmittel erfüllen (91).

Die Geschäftsführung der GS1 Austria GmbH ist der Auffassung, dass das Thema Lebensmittelsicherheit und damit Rückverfolgbarkeit in Zeiten steigender Konsumentenansprüche und fortschreitender Informationstechnologie auch in der Lebensmittelwirtschaft immer aktuell ist. Mittels Identifikationsstandards wird der Warenfluss mit dem Informationsfluss entlang der Lieferkette verbunden. GS1-Standards helfen dem Lebensmittelhandel, die Konsumentinnen und Konsumenten schneller, sicherer und effizienter zu bedienen. Dafür steht ein umfangreiches System von offenen, internationalen Standards zur Verfügung. Dieses eignet sich bestens, um Rückverfolgbarkeit entlang der Lieferkette zu gewährleisten (91).

Laut einer Online-Umfrage (30. November–11. Dezember 2015) von KeyQuest Marktforschung GmbH im Auftrag von GS1-Austria ist eine lückenlose Rückverfolgbarkeit der Lebensmittel den befragten Österreicherinnen und Österreichern (n=1.000) wichtig. 46 % der Befragten wären bereit, dafür etwas mehr zu bezahlen, im Schnitt würden die Befragten ca. 8 % Mehrpreis akzeptieren. Den Nutzen der transparenten Rückverfolgbarkeit sehen die Konsumentinnen und Konsumenten vor allem in genauen Herkunftsangaben und in der Transparenz des Herstellungsprozesses. Auch die Lebensmittelsicherheit, Kontrolle und Qualität werden genannt (92, 93).

Je weniger verarbeitet ein landwirtschaftliches Urprodukt ist, desto wichtiger ist den Befragten die Rückverfolgbarkeit. Bei Fleisch und Eiern geben mehr als zwei Drittel die Bewertung "sehr wichtig" an, bei Milchprodukten, Wurst und Schinken sowie Fisch immerhin die Hälfte. Wenig bis keine Rolle spielen Herkunft und Rückverfolgbarkeit bei Fertiggerichten, Süßwaren und alkoholischen Getränken (92, 93).

### **3.4 Spezielle Herkunftskennzeichnungsregelungen: EU-Herkunftsschutz**

#### **3.4.1 EU-Herkunftsschutz: Werdegang**

Auf europäischer Ebene gibt es seit 1992 erstmals Regeln „zum Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel“. In der zugrundeliegenden VO (EWG) 2081/1992 (94) wurde auf die Notwendigkeit eines gemeinsamen Konzeptes in den Mitgliedsstaaten zum Schutz von Ursprungsbezeichnungen und geographischen Angaben auf europäischer Ebene eingegangen, da zu dem Zeitpunkt unterschiedliche einzelstaatliche Verfahren dazu vorhanden waren. In der VO sind zwei verschiedene Kategorien von geographischen Angaben definiert: die geschützten geographischen Angaben („g.g.A.“) und die geschützten Ursprungsbezeichnungen („g.U.“) (Erwägungsgründe und Art 4 Abs 1).

Um eine der geographischen Angaben tragen zu können, müssen die Agrarerzeugnisse oder Lebensmittel einer Spezifikation entsprechen (Art 4 Abs 2), mit Angaben, die in Art 4 Abs 2 lit a–i genannt sind.

In der VO (EWG) 2082/92 (95) wurde thematisiert, dass besondere Merkmale von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln hervorgehoben, bescheinigt und geschützt werden sollten.

Mit der VO (EWG) 1848/93 (96) der EK wurde der Begriff „garantiert traditionelle Spezialität“ eingeführt und mit den Durchführungsbestimmungen zur VO (EWG) 2082/92 (95) erlassen.

Es folgten zwei spezifische Rechtsvorschriften der Union: VO (EG) 509/2006 über die garantiert traditionellen Spezialitäten bei Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln (97) und die VO (EG) 510/2006 (55) zum Schutz von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel. Die VO (EWG) 2081/92 (94) wurde durch die VO (EG) 510/2006 aufgehoben (VO (EG) 510/2006 (55), ErwGr 20).

In der VO (EG) 509/2006 (97) heißt es: *„die Bescheinigungen besonderer Merkmale, häufiger „garantiert traditionelle Spezialitäten“ genannt, ermöglichen es, der Nachfrage der Verbraucher nach traditionellen Erzeugnissen mit besonderen Eigenschaften*

*zu entsprechen. Angesichts der Vielfalt der vermarkteten Erzeugnisse und der entsprechenden Informationsflut sollte dem Verbraucher eine klare Kurzinformation über die besonderen Merkmale dieser Lebensmittel gegeben werden, damit er eine sachkundige Wahl treffen kann“ (ErwGr 4).*

In dem Bemühen um Klarheit sollte der Ausdruck „Bescheinigung besonderer Merkmale“ zugunsten des leichter verständlichen Ausdrucks „garantiert traditionelle Spezialität“ aufgegeben werden; um die Zielsetzung dieser VO den Erzeugern und Verbrauchern näher zu bringen, sollte der Begriff „besondere Merkmale“ genau definiert und eine Definition des Begriffs „traditionell“ gegeben werden (ErwGr 5).

Art 2 Abs 1 lit c: *„garantiert traditionelle Spezialität“: ein traditionelles Agrarerzeugnis oder Lebensmittel, dessen besondere Merkmale von der Gemeinschaft durch Eintragung entsprechend dieser VO anerkannt worden sind.*

Beim Erlass dieser Regelungen standen der EU-weite Schutz und die Absatzförderung landwirtschaftlicher Erzeugnisse im Vordergrund. Doch es sollte auch das steigende Verbraucherinteresse an qualitativ hochwertigen Lebensmitteln mit garantierter geographischer Herkunft oder mit besonderen Herstellungsmethoden und Merkmalen oder an traditionellen Erzeugnissen, bekräftigt werden.

Das von der EK am 10. Dezember 2010 angenommene „EU-Qualitätspaket“ für Agrarerzeugnisse sollte eine einheitliche Qualitätspolitik für landwirtschaftliche Produkte in der EU und eine verstärkte EU-Politik für eine bessere Information über hochwertige Lebensmittel erzielen. Mit diesem Paket wurde erstmals ein einheitlicher Rahmen für Zertifizierungssysteme, Angaben über wertsteigernde Eigenschaften von landwirtschaftlichen Erzeugnissen und für Vermarktungsnormen geschaffen, die bisher in verschiedenen Einzelvorschriften geregelt waren. Das Paket sollte Erzeugern die Produktvermarktung erleichtern und faire Preise für ihre Erzeugnisse sichern. Des Weiteren sollte es die Markttransparenz für Verbraucherinnen und Verbraucher durch transparentere Beurteilung der Eigenschaften und Qualität eines Produktes verbessern und hochwertige Lebensmittel sichern (98).

Das Qualitätspaket umfasst (98, 99):

- den Vorschlag für eine allgemeine Basisnorm, die der EK ein gestrafftes Verfahren zur Annahme von Vermarktungsnormen ermöglicht. Dies bedingt die Änderung der VO über die einheitlichen GMO von 2007;
  - Anpassung der VO über die gemeinsame Organisation der Agrarmärkte (VO (EG) 1234/2007 (40));
- den Vorschlag für eine neue einzige „VO über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse“ mit dem Ziel, die Regelungen zu den geschützten Ursprungsbezeichnungen (g.U.) und geschützten geografischen Angaben (g.g.A.) auszubauen sowie für die garantiert traditionellen Spezialitäten (g.t.S.) zu überarbeiten. Des Weiteren sollte ein neuer Rahmen für die Weiterentwicklung der fakultativen Qualitätsangaben (z. B. Bergprodukte), sowie für Fütterungs- und Erzeugungsmethoden festgelegt werden;
- die VOs zum ökologischen Landbau, diese bleiben als eigenständiger Bestandteil der EU-Qualitätspolitik erhalten;
- zwei neue Leitlinien für eine gute Praxis von freiwilligen Zertifizierungssystemen sowie die Kennzeichnung von Lebensmitteln, die Zutaten mit geschützten Ursprungsbezeichnungen oder geschützten geografischen Angaben enthalten.

Mit Inkrafttreten der neuen VO (EU) 1151/2012 über „Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel“ zum 1. Jänner 2013 (100), den Leitlinien des EU-Qualitätspakets und den VOs zum ökologischen Landbau konnten wesentliche Vorhaben für eine kohärente EU-Qualitätspolitik umgesetzt werden (99).

Im Interesse der Klarheit und Transparenz sollten die VOs (EG) 509/2006 (97) und (EG) 510/2006 (55) durch die neue VO (EU) 1151/2012 (100) aufgehoben und durch die vorliegende VO ersetzt werden (ErwGr 14).

Nach der VO (EU) 1151/2012 (100) können Agrarerzeugnisse und Lebensmittel mit Herkunftsbezeichnungen durch Eintragung in ein von der EK geführtes Verzeichnis ent-

weder als „geschützte geografische Angabe“ (g.g.A.), als „geschützte Ursprungsbezeichnung“ (g.U.) oder als „garantiert traditionelle Spezialitäten“ (g.t.S.) europaweit einen „markenähnlichen“ Schutz erhalten.

*Art 1 Abs 1: Ziel dieser VO ist es, die Erzeuger von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln dabei zu unterstützen, Käufer und Verbraucher über die Produkteigenschaften und Bewirtschaftungsmerkmale dieser Erzeugnisse und Lebensmittel zu unterrichten, und dabei Folgendes zu gewährleisten:*

- a) einen fairen Wettbewerb für Landwirte und Erzeuger von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln mit wertsteigernden Merkmalen und Eigenschaften,*
- b) die Verfügbarkeit zuverlässiger Informationen über diese Erzeugnisse für die Verbraucher,*
- c) Wahrung der Rechte des geistigen Eigentums und*
- d) Integrität des Binnenmarktes.*

*Die in dieser VO festgelegten Maßnahmen sind darauf angelegt, Landwirtschafts- und Verarbeitungstätigkeiten und die Bewirtschaftungssysteme, die mit hochwertigen Erzeugnissen assoziiert werden, zu unterstützen und dadurch zur Verwirklichung der Ziele der Politik für den ländlichen Raum beizutragen.*

### **3.4.2 Geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.)**

#### **VO (EU) 1151/2012 (100):**

*Art 5 Abs 1: im Sinne dieser VO bezeichnet der Ausdruck „Ursprungsbezeichnung“ einen Namen, der zur Bezeichnung eines Erzeugnisses verwendet wird,*

- a) dessen Ursprung in einem bestimmten Ort, in einer bestimmten Gegend oder, in Ausnahmefällen, in einem bestimmten Land liegt,*
- b) das seine Güte oder Eigenschaften überwiegend oder ausschließlich den geografischen Verhältnissen einschließlich der natürlichen und menschlichen Einflüsse verdankt und*
- c) dessen Produktionsschritte alle in dem abgegrenzten geografischen Gebiet erfolgen.*

Art 5 Abs 3: *abweichend von Abs 1 werden bestimmte Namen Ursprungsbezeichnungen gleichgestellt, auch wenn die Rohstoffe der betreffenden Erzeugnisse aus einem anderen geografischen Gebiet oder aus einem Gebiet stammen, das größer ist als das abgegrenzte geografische Gebiet, sofern*

*a) das Gebiet, in dem der Rohstoff gewonnen wird, abgegrenzt ist,*

*b) besondere Bedingungen für die Gewinnung der Rohstoffe bestehen,*

*c) ein Kontrollsystem die Einhaltung der Bedingungen gem. Buchstabe b sicherstellt und*

*d) die fraglichen Ursprungsbezeichnungen vor dem 1. Mai 2004 im Ursprungsland als Ursprungsbezeichnungen anerkannt wurden.*

*Nur lebende Tiere, Fleisch und Milch können als Rohstoff im Sinne dieses Absatzes angesehen werden.*

Beispiele für Produkte aus der DOOR-Datenbank (101):

- Pecorino Romano g.U.
  - Spezifikation (102): Die Produktion der verwendeten Milch sowie die Erzeugung und Reifung des „Pecorino Romano“ müssen im Gebiet der Regionen Sardinien, Latium und der Provinz Grosseto erfolgen.
- Steirische Käferbohne g.U.
  - Spezifikation (103): Der Anbau der Steirischen Käferbohne sowie sämtliche Schritte der Aufbereitung zur essfertigen Steirischen Käferbohne müssen im Bundesland Steiermark erfolgen. Das Saatgut, das aus eigenem Anbau (Nachbau) bzw. eigener Selektion der Landwirte stammt, muss aus dem definierten geografischen Gebiet (Steiermark) kommen.

Anders als beim Pecorino Romano g.U. erfolgen alle Verarbeitungs- und Produktionsschritte im selben abgegrenzten geographischen Gebiet (Steiermark), und auch das Saatgut muss von diesem Gebiet stammen.

- Andere Beispiele für Österreich (104):
  - Tiroler Bergkäse g.U.
  - Waldviertler Graumohn g.U.
  - Wachauer Marille g.U.

### Feta: Namensstreit in der EU (105)

Griechenland hatte 1994 beantragt, Feta-Käse als g.U. im Sinne der VO (EWG) 2081/92 (94) einzutragen. Nach langwierigen Verhandlungen und nachdem im Ministerrat keine Einigung erzielt worden war, beschloss die EK 1996 schließlich Maßnahmen, um die Bezeichnung „Feta“ ab Juni 1996 unter Schutz zu stellen. Einige Mitgliedsstaaten erhoben Einwände dagegen, weil die Bedingungen dafür nicht erfüllt seien. Sie argumentierten, dass das zu schützende geographische Gebiet sich im Grunde genommen auf ganz Griechenland erstreckte und das Wort „Feta“ eine Gattungsbezeichnung sei und daher nicht als g.U. geschützt werden könne. Der daraufhin mit der Angelegenheit betraute EuGH entschied im März 1999, mit der Begründung, die von der EK vorgelegten Angaben reichten für eine Eintragung als g.U. nicht aus, dass der Schutz von „Feta“ teilweise wieder aufgehoben werden müsse.

Nach diesem Urteil forderte die EK die Mitgliedsstaaten auf, ausführliche Angaben zu Feta zu machen, vor allem zu Erzeugung, Genuss des Käses und Wissensquellen für die Bezeichnung „Feta“. Der Wissenschaftliche Ausschuss stellte einstimmig fest, der Begriff sei keine Gattungsbezeichnung. Er befand, Erzeugung und Genuss von Feta seien in hohem Maße in Griechenland konzentriert und das ursprüngliche griechische Erzeugnis beherrsche den EU-Markt. Er erklärte außerdem, Erzeugnisse desselben Namens, die aus anderen Mitgliedsstaaten als Griechenland stammten, würden vor allem aus Kuhmilch und nach verschiedenen Verfahren erzeugt. Der Verbraucher assoziiere den Namen „Feta“ mit dem griechischen Erzeugnis, sodass der Name in der EU nicht zur Gattungsbezeichnung geworden sei.

Nach umfangreichen Untersuchungen und der Stellungnahme des Wissenschaftlichen Ausschusses schlug die EK vor, „Feta“ wieder als g.U. unter Schutz zu stellen. Dieser Vorschlag wurde im Mai 2002 dem Regelungsausschuss für geografische Angaben und Ursprungsbezeichnungen zur Stellungnahme vorgelegt und letztendlich genehmigt. Seit 2002 ist der Käse EU-weit als POP-Käse (Feta g.U.) geschützt (106). Feta g.U. darf nur in den Regionen Makedonien, Thrakien, Epirus, Thessalien, Zentralgriechenland, Peloponnes und auf der Insel Lesbos aus Milch von Schafen und Ziegen hergestellt werden, die dort auf traditionelle Art und Weise gehalten werden. Feta wird entweder

aus reiner Schafsmilch oder aus einer Mischung und Schafs- und Ziegenmilch hergestellt, wobei der Anteil der Ziegenmilch 30 % nicht übersteigen darf (107, 108). Salzlakenkäse, der diese Bedingungen nicht erfüllt, darf nicht mehr als Feta g.U. bezeichnet werden; so wird z. B. auf „Balkankäse“ oder „Hirtenkäse“ ausgewichen.

### **3.4.3 Geschützte geografische Angabe (g.g.A.)**

#### **VO (EU) 1151/2012 (100):**

Art 5 Abs 2: „geografische Angabe“ bezeichnet einen Namen, der zur Bezeichnung eines Erzeugnisses verwendet wird,

- a) dessen Ursprung in einem bestimmten Ort, in einer bestimmten Gegend oder in einem bestimmten Land liegt,
- b) dessen Qualität, Ansehen oder eine andere Eigenschaft wesentlich auf diesen geografischen Ursprung zurückzuführen ist und
- c) bei dem wenigstens einer der Produktionsschritte in dem abgegrenzten geografischen Gebiet erfolgt.

Beispiele für Produkte aus der DOOR-Datenbank (101):

- Tiroler Speck g.g.A.
  - Spezifikation (109): Tiroler Speck g.g.A. wird ausschließlich im abgegrenzten geografischen Gebiet hergestellt, das Fleisch muss aber nicht aus Tirol kommen. Der Herstellungsprozess, unter Verwendung von speziellen Fleischteilen, Gewürzen, spezieller Räucherungstechniken usw., ist in der Spezifikation definiert. Das geistige Eigentum, d. h. das Wissen um die Herstellung, soll geschützt werden.
- Nürnberger Lebkuchen g.g.A.
  - Spezifikation (110): Herstellung in der Stadt Nürnberg nach speziellem Herstellungsverfahren.
- Steirischer Kren g.g.A.
  - Spezifikation (111): bestimmte Anforderungen an das geografische Gebiet bzw. Anbaugebiet - spezielles Herstellungsverfahren, das aber nicht in der Steiermark erfolgen muss.

Einige Lebensmittel der gleichen Produktgruppe, wie Aceto Balsamico, können sowohl unter g.U. als auch unter g.g.A. vermarktet werden:

- Aceto balsamico tradizionale di Modena g.U.
  - Spezifikation (112): alle Verarbeitungsschritte inklusive Herkunft des Traubenmostes aus allen Gemeinden der Provinz Modena.
- Aceto Balsamico di Modena g.g.A.
  - Spezifikation (113): Die Herstellung muss im Verwaltungsgebiet der Provinzen Modena und Reggio Emilia erfolgen. Das Produkt kann außerhalb des genannten geografischen Gebiets abgefüllt werden.

Namen wie „Condimento Balsamico Bianco“ oder „Balsamico“, werden verwendet, wenn die jeweiligen Produktspezifikationen nicht eingehalten werden.

*Art 6 Abs 1: Gattungsbezeichnungen werden nicht als geschützte Ursprungsbezeichnungen oder geschützte geografische Angaben eingetragen;*

*Art 3, Nr. 6.: „Gattungsbezeichnungen“: Produktnamen, die, obwohl sie auf den Ort, die Region oder das Land verweisen, in dem das Erzeugnis ursprünglich hergestellt oder vermarktet wurde, zu einer allgemeinen Bezeichnung für ein Erzeugnis in der Union geworden sind;*

Für Gattungsbezeichnungen ist das Österreichische Lebensmittelbuch (Codex Alimentarius Austriacus) (114) ein wichtiges Nachschlagewerk.

### **3.4.4 Garantiert traditionelle Spezialität (g.t.S.)**

#### **VO (EU) 1151/2012 (100):**

*Art 17: es wird eine Regelung für garantiert traditionelle Spezialitäten eingeführt, um traditionelle Produktionsmethoden und Rezepte dadurch zu bewahren, dass die Erzeuger traditioneller Spezialitäten dabei unterstützt werden, ihre Erzeugnisse zu vermarkten und die wertsteigernden Merkmale ihrer traditionellen Rezepte und Spezialitäten beim Verbraucher bekannt zu machen.*

*Art 18 Abs 1: ein Name kommt für eine Eintragung als garantiert traditionelle Spezialität in Betracht, wenn er ein spezifisches Erzeugnis oder Lebensmittel beschreibt, das*

*a) eine traditionelle Herstellungsart, Verarbeitungsart oder eine traditionelle Zusammensetzung aufweist, die der traditionellen Praxis für jenes Erzeugnis oder Lebensmittel entspricht oder*

*b) aus traditionell verwendeten Rohstoffen oder Zutaten hergestellt ist.*

*Art 18 Abs 2: um als garantiert traditionelle Spezialität eingetragen werden zu können, muss ein Name*

*a) traditionell für das spezifische Erzeugnis verwendet worden sein oder*

*b) die traditionellen oder besonderen Merkmale des Erzeugnisses festhalten.*

*Art 3, Nr. 3.: „traditionell“: die nachgewiesene Verwendung auf dem Binnenmarkt während eines Zeitraums, in dem die Kenntnisse generationsübergreifend weitergegeben werden; dieser Zeitraum beträgt mindestens 30 Jahre;*

Art 19 Abs 1–2 enthalten die Anforderungen an die Produktspezifikation.

- Beispiele: Heumilch g.t.S., erstmals in Österreich vergeben.
  - «Heumilch» (de); «Haymilk» (en); «Latte fieno» (it); «Lait de foin» (fr); «Leche de heno» (es) - traditionelles Herstellungsverfahren und traditionelle Zusammensetzung (115, 116).
  - Seit 2019 dürfen auch Ziegen- und Schaf-Heumilch die Bezeichnung „g.t.S.“ tragen (117).

### **3.4.5 Herkunftsschutz: EU-Zeichen**

Im Zuge der Verordnungsänderungen wurden im Anh V der VO (EG) 1898/2006 (118) neue grafische Zeichen bzw. Logos (EU-Zeichen) für die EU-weiten geschützten Herkunftsbezeichnungen g.U., g.g.A. und g.t.S. festgelegt, die zunächst aber nur freiwillig verwendet werden konnten.

Mit der DVO (EU) 668/2014 (119) mit Durchführungsbestimmungen zur VO (EU) 1151/2012 (100) wurden diese Unionszeichen verpflichtend:

- Art 13 Abs 1: *die EU-Zeichen gem. Art 12 Abs 2 und Art 23 Abs 2 der VO (EU) 1151/2012, die mit Art 2 der delegierten VO (EU) 664/2014 festgelegt werden, werden gem. den Vorschriften in Anh X der vorliegenden VO wiedergegeben.*

Die VO (EG) 1898/2006 (118) wurde durch die VO (EU) 664/2014 (120) aufgehoben (VO (EU) 664/2014, Art 9).

Weitere Regeln zur Verwendung der Zeichen sind in der DVO (EU) 668/2014 (119), Art 13 Abs 2–5 und in Anh X festgelegt.

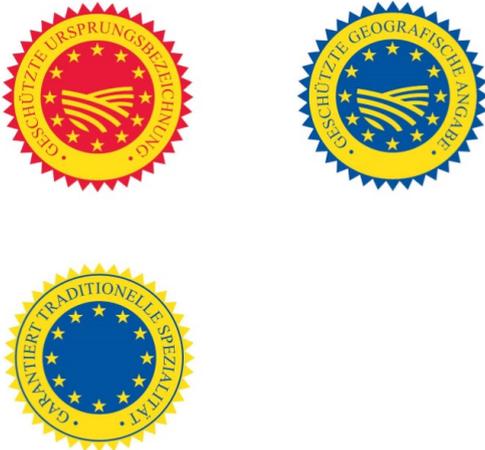


Abbildung 32: EU-Zeichen (farbig) in deutscher Sprache (119)

Die EU-Zeichen werden je nach Amtssprache modifiziert.

Die Abkürzungen für die jeweiligen Bezeichnungen in allen Amtssprachen der EU finden sich in der DVO (EU) 668/2014, Anh X Nr. 5.–7. (119):

z. B. für Italien: g.U. (DOP=„denominazione d’origine protetta“), g.g.A. (IGP=„indicazione geografica protetta“), g.t.S. (STG=„specialità tradizionale garantita“).

Die charakteristischen Merkmale einer geschützten Herkunftsbezeichnung, wie Herstellungsverfahren und geografisches Gebiet, werden bei der EK in der jeweiligen Spezifikation (Produktbeschreibung) hinterlegt und der Spezifikation entsprechend kontrolliert. Jeder Erzeuger oder Verarbeiter ist berechtigt, ein Agrarerzeugnis oder Lebensmittel mit einer geschützten Herkunftsbezeichnung gem. VO (EU) 1151/2012 zu vermarkten, wenn die Anforderungen der jeweiligen Spezifikation erfüllt werden und sich das Unternehmen dem entsprechenden Kontrollsystem unterstellt (121).

### **3.4.6 „Bergerzeugnis“**

In der VO (EU) 1151/2012 (100) wird der Begriff „Bergerzeugnis“ als fakultative Qualitätsangabe geschaffen (Art 31 Abs 1):

*dieser Begriff darf nur zur Beschreibung von für den menschlichen Verzehr bestimmten Erzeugnissen gem. Anh I des Vertrags benutzt werden, bei denen folgendes gilt:*

- a) sowohl die Rohstoffe als auch das Futter für die Nutztiere stammen überwiegend aus Berggebieten;*
- b) im Falle von Verarbeitungserzeugnissen erfolgt auch die Verarbeitung in Berggebieten.*

*Art 31 Abs 2: im Sinne dieses Artikels bezeichnet der Begriff „Berggebiete“ in der Union die gem. Artikel 18 Absatz 1 der VO (EG) 1257/1999 (122) bezeichneten Gebiete. Bei Drittlandserzeugnissen umfasst der Begriff „Berggebiete“ Gebiete, die von dem Drittland amtlich als Berggebiete ausgewiesen werden oder die Kriterien erfüllen, die denjenigen gleichwertig sind, die in Art 18 Abs 1 der VO (EG) 1257/1999 (122) festgelegt sind.*

Die delegierte VO (EU) 665/2014 (123) ergänzt die VO (EU) 1151/2012 (100) hinsichtlich der Bedingungen für die Verwendung der fakultativen Qualitätsangabe „Bergerzeugnis“.

### **3.4.7 Das System der geschützten Bezeichnungen in Österreich: SVGH**

**Ein Interview mit DI Kristina Broscha (124) vom Serviceverein geschützte Herkunftsbezeichnungen für Lebensmittel (SVGH (125)) lieferte Klarheit über das System der geschützten Bezeichnungen, vor allem in Österreich. Zudem wurden die Tätigkeit des Vereins und deren Bedeutung im EU-Herkunftsschutz erläutert (27. Juni 2019).**

Der Verein SVGH wurde im Jahr 2016 in Österreich gegründet. Neben den Vereinigungen aller österreichischen geschützten Produkte (aktuell 18 Produkte) sind auch die Landwirtschaftskammern der Länder Wien, Niederösterreich, Steiermark und Kärnten, sowie die Landwirtschaftskammer Österreich (LKÖ) Mitglied im SVGH. Die Gründung erfolgte mit der Intention, mit Herkunftsschutzproduzenten zusammenzuarbeiten, sich

zusammenzuschließen, sie zu stärken und zu unterstützen, um einen lückenlosen EU-Schutz von bestimmten Qualitätsprodukten aufrechtzuerhalten. Die Unterstützung für den Antrag eines Schutzes für neue Produkte oder für einen Änderungsantrag gehört auch zum Leistungsangebot des Vereins.

Der Verein kann als Serviceplattform für alle Service- und Marketingfragen rund um geschützte Herkunftsbezeichnungen für Lebensmittel angesehen werden und versteht sich als eine Schnittstelle zwischen Produzentinnen und Produzenten und der Behörde, die den Herkunftsschutz verwaltet. Der Verein soll eine erste Anlaufstelle für Initiativen sein, die EU-Herkunftsschutz für Lebensmittel anstreben.

Finanziert wird der Verein hauptsächlich über Förderprojekte des Programms für Ländliche Entwicklung und über Mitgliederbeiträge. Vor der Gründung des Vereins dienten regionale Initiativen oder Anlaufstellen als Unterstützung bei einem Antrag, z. B. die Tourismusagentur. Das Patentamt ist die Behörde, die den Schutz administrativ auf nationaler Ebene behandelt. Die Antragsunterlagen, die Spezifikation und alle weiteren notwendigen Dokumente müssen dem Patentamt vorgelegt werden. Das Patentamt prüft die Unterlagen auf nationaler Ebene. Wird hier der Antrag freigegeben, geht er weiter an die EK. Diese prüft den Antrag auf Unionsebene. Nach positivem Abschluss der unionsrechtlichen Prüfung wird das Produkt offiziell mit der EU geschützten Herkunftsbezeichnung registriert.

Der SVGH hat sich zum Ziel gesetzt, traditionelle Lebensmittel in Österreich EU-weit zu schützen, weitere Produkte für einen Schutz vorzuschlagen und Konsumentinnen und Konsumenten diese Lebensmittel näher zu bringen.

Vereinigungen wenden sich an den SVGH, aber beispielsweise durch Potenzialanalysen tritt der Verein auch an Produzenten heran und weist auf Potenziale hin, die ein bestimmtes Produkt aufweist.

Produkte mit EU-Herkunftsschutz weisen gegenüber anderen Produkten einen Wettbewerbsvorteil auf, denn für Konsumentinnen und Konsumenten kann eine geschützte Angabe durchaus kaufentscheidend sein. Eine solche Angabe ist ein Qualitätssignal und kann dem Problem von einseitigen Informationen entgegenwirken. Auf EU-Ebene

müssen strenge Kriterien erfüllt sein, Kontrollen finden regelmäßig statt und die Verwendung eines solchen Siegels steht für eine Qualitätsgarantie. Solche Produkte können einen höheren Preis als andere erzielen und die hohe Qualität rechtfertigt auch diesen Preis. Es besteht die Möglichkeit, sich von anderen Herstellern abzugrenzen, es kann eine Qualitätsdifferenzierung erreicht werden und die Zahlungsbereitschaft steigt.

Derzeit sind 18 österreichische Produkte in der EU unter besonderen Schutz gestellt; in der Datenbank (101) sind 19 angeführt, denn der Tiroler Speck g.g.A. ist zweimal erwähnt, da für dieses Produkt ein Änderungsantrag gestellt wurde. Beispielsweise kann sich die Spezifikation ändern, da mit der Zeit neue Kundenbedürfnisse dazukommen, neue Gegebenheiten, z. B. veränderte Rohstoffe, auftreten, oder Rezepturen verändert werden. Weiters können Umwelteinflüsse auf das Produkt einwirken und neue Technologien kommen ständig dazu. In dem Fall steht in der Datenbank der Begriff „Veröffentlicht“ (Verfahren ist im Laufen, Antragsunterlagen wurden veröffentlicht).

In der Datenbank wird einerseits unterschieden zwischen „Antrag gestellt“ und „Veröffentlicht“, wenn das Antragsformular und alle notwendigen Unterlagen geprüft und veröffentlicht wurden. „Registriert“ bedeutet, dass der Schutz gilt. Ab dem 20. Tag nach der Veröffentlichung im Amtsblatt L der EK beginnt der Schutz der eingetragenen Herkunftsbezeichnung.

Österreich hat nur 18 Produkte im Verzeichnis. Italien oder Frankreich als südliche Staaten haben beispielsweise an die 300 verzeichnete Produkte. Dies liegt natürlich einerseits an der höheren Bevölkerungsanzahl. Weiters weisen Italien und Frankreich eine weit längere Tradition und höhere Erfahrung in Bezug auf Lebensmittel auf. Der Heimatbezug ist höher, Essen bedeutet Genuss, vermittelt Lebensfreude, trägt wesentlich zur Lebensqualität bei und diese Länder blicken auf eine lange Historie mit vielen traditionellen Rezepturen zurück. Im deutschsprachigen Raum haben Bio-, Nachhaltigkeits- oder andere Qualitätszertifikate einen höheren Stellenwert. Skandinavien hat noch weniger Produkte mit Herkunftsschutz.

Nicht alle Produkte mit Tradition sind geschützt, beispielsweise Skyr als traditionelles isländisches Milchprodukt. Der Name „Skyr“ ist nicht geschützt und es ist nicht festgelegt, wie er hergestellt werden muss. So bekommt man Produkte in unterschiedlichsten Varianten, die oft wenig mit dem Original zu tun haben. Eine Idee wäre vielleicht, das Produkt als g.t.S. schützen zu lassen, damit zumindest die Rezeptur geschützt wird, das Produkt kann aber weiterhin von überall kommen.

Ein weiteres Beispiel ist Mascarpone, denn der Begriff ist ein zu weiter. Man könnte hier beispielsweise die Region schützen, z. B. Mascarpone aus Florenz, wenn dort die Machart speziell ist. Mascarpone ist eine generische Bezeichnung, bei dem der Regionsbezug fehlt. Im Österreichischen Lebensmittelcodex sind genau alle Anforderungen festgelegt, die ein Mascarpone aufweisen muss, wie die Fettstufe beispielsweise.

Wenn generell im Lebensmittelrecht schon Vorgaben zu einem Produkt festgelegt sind, ist es nicht erforderlich, diese in der Spezifikation zu wiederholen.

Heumilch g.t.S. steht in vielen Ländern unter Schutz, Österreich hat dabei viele Parameter geschaffen. Dieses Produkt steht für eine traditionelle Machart bzw. Rezeptur und stellt einen Qualitätsbegriff dar. Der Begriff „Heumilch“ kann ohne Siegel und entsprechende Einhaltung aller Kriterien nicht mehr verwendet werden.

Wenn Butter aus Heumilch g.t.S. hergestellt wird, dann darf auf der Etiketle „Butter aus Heumilch g.t.S.“ stehen. Das EU-Logo für g.t.S. muss abgebildet sein, zusammen mit der Auslobung „aus Heumilch g.t.S.“. „Heumilchbutter“ ist aktuell nicht geschützt, dafür müsste man einen eigenen Schutzantrag stellen.

Als Hilfestellung für Produzentinnen und Produzenten steht das vom SVGH herausgegebene „Praxishandbuch“ zum EU-Herkunftsschutz zur Verfügung, das auch online verfügbar ist (126) und während des gesamten Weges zum Herkunftsschutz eines Produktes bei der Umsetzung begleiten soll.

In Österreich muss der Bekanntheitsgrad dieses Schutzes noch ausgebaut werden, die öffentliche Wahrnehmung soll geschärft werden.

Die Eintragung in den Verein SVGH und beim Patentamt ist kostenpflichtig. Der Verein begleitet Mitglieder in der Folge kostenlos. Nach Registrierung ist eine Mitgliedschaft für den Verein wünschenswert.

Produkte ohne Herkunftsschutz können benachteiligt sein. Die Namenswahl des Produktes muss geändert werden. Die Bezeichnungen „Heumilch“ oder „Südtiroler Apfel“ dürfen nicht verwendet werden, wenn das Produkt nicht das jeweilige Siegel trägt. Die jeweiligen Begriffe sind also geschützt und es gibt klare Regeln, die eingehalten werden müssen; die Spezifikation ist genau festgelegt und Kontrollen müssen auch regelmäßig stattfinden. „Nach Südtiroler Art“ beispielsweise oder alle Wortlaute, die für Konsumentinnen und Konsumenten den Anschein erwecken lassen können, dass es sich bei einem Apfel um dieses Produkt handelt, sind nicht mehr erlaubt. Eine täuschungsfreie Aufmachung ist von großer Bedeutung.

In Südtirol beispielsweise soll das Schüttelbrot als g.g.A. geschützt werden (127) und in dem Fall werden Betriebe, die nicht nach bestimmten/r Regeln und Rezeptur produzieren, einen Wettbewerbsnachteil haben. Deshalb ist es wichtig, dass man ein Kollektiv schafft, das aus allen besteht, die dieses Produkt produzieren und dass man gemeinschaftliche Regeln aufstellt. Von zentraler Bedeutung ist es, alle Betriebe, die das Produkt herstellen, zu einen, um gemeinschaftlich arbeiten zu können, ohne dass bestimmte Betriebe benachteiligt sind.

Hinter einem „größeren“ Produkt, wie Südtiroler Speck g.g.A., steht ein Konsortium mit vielen Produzenten und dadurch ist es viel einfacher, Synergien zu nutzen. Hinter dem Produkt Südtiroler Apfel g.g.A., beispielsweise, steht eine antragsstellende Vereinigung, die dieses geistige Eigentum hält. Ein „kleiner“ Bauer, der auch dieses Produkt vermarktet, aber kein Mitglied der Vereinigung ist, muss sich selbst kontrollieren lassen, wodurch die Kosten höher ausfallen. Durch Mitgliedschaft bei größeren Vereinigungen können die Kosten gesenkt werden, wie über Eigenkontrollsysteme.

Der Südtiroler Apfel könnte ein Vorbild für den Steirischen Apfel sein, der nicht geschützt ist. In Südtirol können unter der geschützten Bezeichnung „Südtiroler Apfel

g.g.A.“ bestimmte Sorten geschützt werden. Die Steiermark möchte eine Sorte (Steirischer Kronprinz Rudolf Apfel) schützen lassen.

Von grundlegender Bedeutung ist die Vermarktung von Produkten mit geschützten Herkunftsangaben, damit das Bewusstsein steigt. Marketing ist von zentraler Wichtigkeit, „Storytelling“ muss stattfinden.

Werden Produkte ohne das Einhalten der entsprechenden Auflagen trotzdem verkauft, wird der Betrieb bestraft. In Österreich ist die Lebensmittelaufsicht für die Kontrolle verantwortlich.

Kontrollen dürfen ausschließlich von akkreditierten und zugelassenen Kontrollstellen durchgeführt werden. Zwar besteht die Möglichkeit, das externe Kontrollsystem durch ein Eigenkontrollsystem zu ergänzen, in diesem Fall muss jedoch auch dieses regelmäßig von der akkreditierten und zugelassenen Kontrollstelle überprüft werden (126).

Das Praxishandbuch des SVGH nennt die in Österreich zugelassenen Kontrollstellen. Jedes Produkt muss mindestens eine Kontrollstelle nachweisen können.

Amtliche Kontrollen obliegen der zuständigen Behörde des jeweiligen Mitgliedsstaates. Auf zentraler Ebene ist in Österreich für alle kontrollrelevanten Themen das Bundesministerium für Gesundheit zuständig. Für die Durchführung der amtlichen Kontrollen ist der/die jeweilige Landeshauptmann bzw. -frau auf Länderebene zuständig, der/die die Prüfstellen zulässt (126).

Spätestens, wenn der Antrag eingereicht ist, sollte eine Kontrollstelle feststehen. Die Siegel sollen in der jeweiligen Landessprache gestaltet sein. Wird ein italienisches Produkt beispielsweise nach Österreich exportiert, muss das Siegel nicht in die deutsche Sprache übersetzt werden.

Schwierigkeiten für den Verein SVGH sind das Motivieren der Produzentinnen und Produzenten. Produkte mit geschützten Herkunftsbezeichnungen sind kulturelles Kapital, das ein kollektives Gut und lokales geistiges Eigentum darstellt. Änderungsanträge sind oft ein Diskussionspunkt. Bei der EK befinden sich aktuell an die 150 Änderungsanträge.

Werden Betriebe von Vereinigungen ausgeschlossen, können diese Einspruch erheben. Ausgeschlossen wird niemand von Vereinigungen, es kann aber sein, dass sich einige Betriebe dazu entschließen, nicht Teil der antragstellenden Vereinigung zu sein. Das kann dann Konfliktpotenzial bergen, wenn Regeln innerhalb der antragstellenden Vereinigung festgelegt werden, und externe Betriebe in diesem Entscheidungsprozess aktiv nicht eingebunden sind und somit nicht mitbestimmen können)

Die Schwierigkeit liegt bei verarbeiteten Produkten, da in dem Fall die Wertschöpfungskette viel länger ist und das Risiko steigt, dass dazwischen Fehler geschehen. Wenn beispielsweise ein Bäckereibetrieb Getreide mit und ohne Ursprungsschutz lagert, besteht die Gefahr der Vermischung. Mit der Komplexität steigt die Gefahr von Vermengungen und damit auch der Preis für den administrativen Aufwand.

Zurzeit findet man die Siegel hauptsächlich auf den verpackten Produkten. In Zukunft ist es wünschenswert auch eine Kennzeichnung in der Gastronomie oder Gemeinschaftsverpflegung vorzunehmen.

Die geschützten Herkunftskennzeichnungen sind auch eines der zahlreichen Projekte des Netzwerk Kulinarik (NWK). Ziel sind eine quantitative Steigerung registrierter, marktrelevanter Produkte sowie die Begleitung bestehender einschlägiger Initiativen, wie jene des SVGH (128).

Von zentraler Bedeutung ist der Aspekt der Qualitätserhaltung der diversen Produkte. Lebensmittel mit geschützter Herkunftsbezeichnung sind wichtig, um zukunftsfähige bäuerliche Strukturen zu erhalten. Oft stellen bürokratische und finanzielle Angelegenheiten eine Hürde dar. Diese soll durch Unterstützung leichter bewältigt und finanzielle Ressourcen sollen geschont werden.

### **3.4.8 EU-Herkunftsschutz: Situation in Südtirol/Italien**

#### **1) Interview mit Mag. Lukas Pichler (129) - Handelskammer Bozen - Etikettierung und Produktsicherheit (1. August 2019)**

Südtirol hat bereits einige erfolgreich auf dem Markt etablierte Produkte mit EU-Herkunftsschutz, wie Südtiroler Apfel g.g.A., Stilsfer Käse g.U. oder Südtiroler Speck g.g.A. Für Südtiroler Schüttelbrot g.g.A. wurde bereits ein Antrag eingereicht (127), der in Ausarbeitung durch den Handels- und Dienstleistungsverband Südtirol (hds) ist. Von den Unternehmern kommen oft viele Fragen bezüglich Herkunftsschutz von bestimmten Produkten. Individuelle Interessen von Unternehmern entsprechen in der Praxis nicht immer den in Gesetzesbestimmungen festgehaltenen Voraussetzungen. Im Falle des Schutzes von Schüttelbrot haben diejenigen Produzenten, die der g.g.A.-Gruppe zugehören, ein Monopol auf die Verwendung des Begriffes „Südtirol“. Wenn man nicht dabei ist, etwa aus Kostengründen, ist man zwar ein Südtiroler Unternehmen, aber man könnte keinen Bezug auf g.g.A. nehmen. Das Wort „Bozen“ beispielsweise, kann man dann in der Adresse auch nicht in irgendeiner Weise hervorheben, da damit Bezug auf Südtirol genommen wird. ICQRF (Ispettorato centrale repressione frodi) ist der exekutive Arm des Landwirtschaftsministeriums MIPAAFT (Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo), ehemals MIPAAF (Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali) und überwacht derartige Situationen.

Ideal wäre im Sinne der Gesetzgebung, dass alle Produzenten eines Produktes, das geschützt werden soll, sich zusammenschließen. In der Realität ist oft das Gegenteil der Fall. Diejenigen, die nicht dabei sind, sind benachteiligt. Die anderen Produzenten genießen die Vorteile. Das Anmelden einer Schüttelbrotmarke mit Südtirolbezug ist nicht möglich und andere Abbildungen und Aussagen, die den Anschein eines Südtirolbezuges erwecken sind nicht erlaubt. Die Gefahr, dass eine Angabe als werbliche Aussage mit Südtirolbezug interpretiert wird, darf nicht gegeben sein. Teilweise darf nicht einmal der Nachname auf das Etikett geschrieben werden, wenn es sich um eine werbliche Verwendung und nicht um eine Pflichtangabe handelt. Für das Verwenden des Wortes „Südtirol“ bei einem Apfelsaft muss der Bauer sich beim Konsortium eine schriftliche Genehmigung einholen, die er nur unter der Bedingung bekommt, dass er

die Äpfel dorthin liefert und wieder abholt bzw. zurückkauft. Denn nur im Konsortium erfolgt eine sachgemäße Sortierung und Standardisierung, wofür der Begriff g.g.A. steht. In der Praxis sind Produzenten oft darüber überrascht, welche Auflagen ihnen gestellt werden. Für kleinere Produzenten sind diese Auflagen oft nicht erfüllbar. Produkte ohne Siegel können eine hohe Qualität aufweisen. In diesen Fällen darf nicht auf die Herkunft Bezug genommen werden, sondern das Augenmerk sollte auf der Auslobung der Qualität liegen. Manchmal ist der Qualitätsbezug auch sinnhafter als der Herkunftsbezug. Kunden nehmen geschützte Ursprungsbezeichnungen, wie beispielsweise g.g.A. oder DOP teilweise kaum wahr. In der heutigen Zeit ist es zum Teil überholt zu sagen, dass ein Produkt zu 100 % aus einem Land stammt, da dies produktionstechnisch oft nicht möglich ist. Es ist nicht vorstellbar und logistisch auch nicht möglich, dass alle Schweine, die für die Speckproduktion verwendet werden, in Südtirol aufgezogen werden.

Unter dem Südtiroler Apfel g.g.A. (VO (EG) 1855/2005 (130)) sind bestimmte Sorten geschützt. Diese sind in der Spezifikation genannt (131). Anh I Teil B Teil I der DVO (EU) 543/2011 (46) enthält die spezielle VN für Äpfel und ist in diesem Zusammenhang auch relevant.

Generell kann man unter g.g.A. nur gewisse Sorten schützen lassen. Beim Apfel beispielsweise kann man eine alte Sorte in der Regel nicht schützen lassen, da dort eine Standardisierung der Gehalte an Zucker, Farbe, Größe, Geschmack usw. nicht möglich ist.

Ideal und erwünscht wäre es, dass jene Betriebe, die dasselbe Ziel verfolgen, Cluster bilden. Eine Möglichkeit ist die Bildung einer privaten Marke, z. B. als Qualitätsmarke, die man schützen lässt. Eine andere Möglichkeit sind Gemeinschaftsmarken. Das Instrument der Gemeinschaftsmarke hat den Vorteil der Flexibilität, dass Auslegungen relativ frei gestaltet werden können. Die Kosten sind geringer als bei geschützten Angaben, es gibt jedoch keine Fördergelder. In der Praxis findet man Gemeinschaftsmarken relativ selten, früher haben Genossenschaften solche Marken beim Apfel, z. B.

Marlene, getragen. Das Ziel wäre es, eine Dachmarke zu bilden, gemeinsam aufzutreten und einander wechselseitig zu unterstützen.

Bezüglich „made in“-Angaben wird oft eingewendet, dass diese Angabe einer Ideologie entspreche, wonach alles, was im betreffenden Land produziert wird, besser ist. Die Grundidee des einschlägigen italienischen Gesetzes (132) besteht darin, dass „made in Italy“ aus Italien stammt und nicht in Italien produzierte Waren beanstandet werden, wenn sie diesen Hinweis tragen. Das Thema der „made in“-Angaben wird in dieser Arbeit auch in Bezug auf die DVO (EU) 2018/775 (28) nochmals aufgegriffen (siehe Kapitel 3.8).

Bei einem Apfel weiß man in aller Regel, welches das Ursprungsland ist. Bei einem verarbeiteten Produkt hingegen kann die Situation komplex sein. Der Zollkodex ist nicht für die Bestimmung des Ursprungslandes gemacht worden, da er dort nur EU oder Nicht-EU unterscheidet, ohne auf die Länder einzugehen. Eine falsche Angabe kann strafrechtlich relevant sein, d. h. die Angelegenheit wird behördlich verfolgt.

Produzenten ohne Produkte mit geschützten Herkunftsangaben bleibt nur eine Chance, und zwar jene, sich als Produzenten zu positionieren, die mit Qualität punkten, denn mit Herkunft können sie nicht werben. Wenn ein Produkt keinen Herkunftsschutz hat, wie eine Kaminwurze z. B., kann jeder Wirtschaftsteilnehmer mit Herkunft werben.

Zu überlegen wäre, dass der Herkunftsschutz nicht beantragt werden kann, wenn eine bestimmte Anzahl an Betrieben dagegen auftritt. Oft passiert es nämlich, dass auch nur ein bis drei Hersteller sich beteiligen. Sinn der Regelung ist es, eine Tradition bzw. bestimmte Rezepturen zu schützen und nicht bewährte Produktionsformen zu unterlaufen. Im Sinne eines Ausgleiches der Interessen von größeren und kleineren Unternehmen, können kleinere Betriebe mit Qualität, alter Tradition, überlieferten Rezepturen und Wissen werben. So werben diese eher mit einem Bergbauernhof und nicht mit Herkunft an sich. Ein Problem besteht darin, dass auch industrielle Hersteller mitunter mit einem Bergbauernhof werben und sich so den Nimbus als kleiner Hersteller geben.

Kleine Erzeuger wiederum wirken durch eine besonders professionelle Aufmachung und makellose Etikettierung oft wie größere Unternehmer.

Äpfel oder Speck aus Südtirol sind für die Region und auch auf dem Weltmarkt sehr wichtig und die Konkurrenz in diesem Segment ist überschaubar. Länder ohne geschützte Angaben informieren sich regelmäßig, wie Südtirol es schafft, sich so erfolgreich zu positionieren. Diese Länder interessieren sich meist eher für z. B. das **Qualitätszeichen Südtirol** als Qualitätsmarke mit Herkunftsbezeichnung (133). Beispielsweise ist Norwegen Mitglied des EWR (Europäischer Wirtschaftsraum) und damit der Zollunion. Durch eine norwegische Qualitätsmarke könnte der regionale Aspekt eigenständig definiert werden und auch auf diesem Weg könnte eine regionale Identität gestärkt werden. Hier gibt es ein großes Spektrum an Instrumenten, um bei bestimmten Produkten Qualität zu definieren, zu stärken und zu fördern. Der Unterschied zwischen einem Qualitätsprodukt und einem „normalem“ Produkt ist oft marginal. Die Bestimmungen sind zudem für kleine und große Hersteller gleich. Der große Unternehmer zahlt Steuern und trägt eher zum Wohlstand des Landes bei, da er beispielsweise auch mehr einkauft. Kleinere Unternehmer spielen auch eine wichtige, aber eher indirekte Rolle für die Region, in der sie angesiedelt sind, z. B. Landschaftspflege, und machen das spezielle Flair und den Charakter einer Region aus. Die Eintragung als geschützte Angaben zahlt sich für ein Produkt nur dann aus, wenn größere Mengen produziert werden.



Abbildung 33: Qualitätszeichen Südtirol (134)

Von zentraler Bedeutung ist, dass Produktversprechen auch eingelöst werden. Unter diesem Aspekt wird beispielsweise Heumilch g.t.S. (DVO (EU) 2016/304 (116)) kritisiert. Das Marketing ist dort stark und viele halten es für bemerkenswert, welchen Einfluss es auf das Kaufverhalten haben kann.

Für gewisse Lebensmittel gibt es in Italien nationale Vorschriften für eine verpflichtende Angabe der Herkunft. Aktuell gelten besondere Auflagen zur Herkunft in Italien für die Produktgruppen Pasta, Milch, Reis und Tomaten (135).

Mit der DVO (EU) 2018/775 (28) zur primären Zutat sollten diese bald fällig werden, noch sind sie aber in Kraft.

#### Beispiel Pasta:

##### **Herkunft des Hartweizengrieses bei Pasta (136)**

Betroffen sind insbesondere die in den Art. 6, 7, und 8 des D.P.R. (decreto del Presidente della Repubblica) Nr. 187 von 2001 (137) definierten Pasta-Arten:

- „pasta all’uovo“,
- „paste speciali“,
- „pasta di semola di grano duro“,
- "pasta di semolato di grano duro" und
- "pasta di semola integrale di grano duro.

Das „Decreto MIPAAF 26 luglio 2017“ (138) sieht die Pflichtangabe des Staates der Ernte und der Verarbeitung vor:

- „Paese di coltivazione del grano“
- „Paese di molitura:“
- gefolgt vom Staat, in welchem der Hartweizen gemahlen wurde, bzw. bei Mischungen, mit der zutreffenden Angabe „UE“ oder „non UE“ oder „UE e non UE“;
- Stammen z. B. mindestens 50 % des Hartweizens aus einem Staat, z. B. der Ukraine, folgt der Angabe des Staates der Wortlaut „Ucraina e altri paesi“ gefolgt von „UE“ oder „non UE“ oder „UE e non UE“

Von dieser Verpflichtung ausgenommen ist Pasta, die (136)

- in EU- und Drittstaaten hergestellt oder vertrieben wird;
- für den Export bestimmt ist;
- “Pasta alimentare fresca e stabilizzata” (DPR n. 187/2001, Art. 9) und Pasta, die von den Vorgaben der Art. 6,7,8 des DPR n. 187/2001 ausgenommen ist und deshalb nur außerhalb des Mitgliedsstaates Italien vertrieben werden darf.

Das Dekret des italienischen Landwirtschaftsministeriums gilt vom 13. Februar 2018 bis zum 31. Dezember 2020 (136).

Das Thema Herkunftskennzeichnung ist auch in Südtirol und im Rest Italiens sehr aktuell. In der heutigen Zeit ist es bei Industrieprodukten meist weder aktuell noch relevant zu sagen, dass es zu 100 % aus einem bestimmten Land kommt. Wenn man sich nämlich fragt, woher der Weizen für Nudeln kommt, das Fleisch für Speck oder woher Zucker oder Salz kommen und wenn man sich näher mit der Produktion von bestimmten Produkten auseinandersetzt, wird einem das Ausmaß der internationalen Arbeitsteilung klar. Die Angabe „EU/Nicht EU“ kann dagegen sinnvoll sein. Je höher der Verarbeitungsgrad eines Produktes und aus je mehr Zutaten ein Produkt besteht, desto komplexer ist die Herkunftskennzeichnung. EU-Standards entsprechen vor allem im Vergleich mit dem EU-Ausland aber stets einem hohen Standard.

Südtiroler Milch verkauft sich fast ausschließlich in Südtirol. Entweder entscheidet sich ein Unternehmer für eine lokale Karte oder eine europäische Strategie. Auf dem nationalen italienischen Markt kann die Südtiroler Milch nur verlieren, da die Konkurrenz zu groß ist. Es sollte Interesse der EU sein, dass geschützte Angaben auch außerhalb der EU anerkannt werden. Eine gegenseitige Anerkennung, d. h., dass Europa auch kanadische Produkte schützt, wie Ahornsirup, setzt die Akzeptanz von Sondergerichten voraus. Denn nationale Gerichte erweisen sich oft als überfordert, weiters ist der Zeit- und Kostenaufwand hoch und die Entscheidungspraxis in ähnlichen Fällen ganz unterschiedlich.

Es gibt mehrere Instrumente, wie Herkunftsschutz, z. B. g.g.A., Qualitätsmarken oder lokale Marken, die nur funktionieren, wenn in einer gewissen Zone alle Wirtschaftsteilnehmer nach den gleichen Regeln agieren.

Wenn ein Land in gewissen Märkten Weltmarktteilnehmer ist, bringen solche Instrumente teilweise wenig. Besser wäre, z. B. in Russland mit Südtirol zu werben, da dort Südtirol kaum bekannt ist. Weiters sind eine Anerkennung und ein Schutz dieser Instrumente und somit internationale Abkommen sehr wichtig. Darüber hinaus muss man sich ständig weiterentwickeln, denn die Weiterentwicklung findet sehr schnell

statt und so kann ein Land innerhalb kurzer Zeit auf einem bestimmten Gebiet stärker als andere Länder werden.

Bezüglich der VO der primären Zutat (DVO (EU) 2018/775 (28)) kommen vermehrt Anfragen, da sehr viele Fragen noch offen sind. Wenn man heutzutage ein Etikett druckt, dann bleibt dieses im Schnitt drei bis fünf Jahre im Umlauf, d. h., dass man schon jetzt auf die neuen Bestimmungen achten sollte. In der Industrie ist die Neuregelung oft ein geringeres Problem, da die Lieferanten immer die gleichen sind. Bei kleineren Unternehmen kann es eher kritisch sein, da sie öfter wechseln, weil man die beste Qualität zum besten Preis haben will. Für ein großes Unternehmen kann es problematisch werden, wenn man außerhalb der EU Rohstoffe einkauft, aber hier kann man sich mit „EU/Nicht EU“ behelfen.

Stichwort Alpenjoghurt mit Heumilch g.t.S. - „Alpen“ als Begriff hat den Vorteil, dass er so umfassend ist, dass es schwierig ist, diese Angabe zu beanstanden. „Dolomiten“ als Begriff ist hingegen überschaubar und ein Zusammenhang mit den Dolomiten muss auf jeden Fall gegeben sein. Den Zusammenhang kann man auch dazuschreiben. Immer im Blick sollte man die Gefahr der Irreführung haben.

## **2) Interview mit Pichler Christof - Direktor des Amtes für Rebbau und Weinwirtschaft - Handelskammer Bozen (1. August 2019) (139)**

Der Bereich Landwirtschaft der Handelskammer Bozen führt die Kontrollstelle für Weine. Diese garantiert die Qualität der Weinproduktion in Südtirol und überwacht die Ursprungsbezeichnungen: „DOC Südtirol/Südtiroler/dell' Alto Adige/Alto Adige“, „DOC Kalterersee/Kalterer/Lago di Caldaro/Caldaro“ und „IGT Mitterberg“ für Landweine. Die Bezeichnung „denominazione di origine controllata“ (DOC), gilt als „kontrollierte Ursprungsbezeichnung“ für Wein aus Italien. Mit „indicazione geografica tipica“ (IGT) ist die Qualitätsstufe gemeint, die unter der kontrollierten und reglementierten DOC-Bezeichnung steht.

Richtigerweise gibt es noch die Bezeichnung „Etschtaler“ oder „Valdadige“ für einen Wein, der überregional ist, da er in der Provinz Trient, also in der Region Trentino Südtirol und in der Region Veneto, produziert wurde. Dieser hat aber keine wirtschaftliche

Bedeutung mehr und wird somit nicht mehr produziert, da das Preisniveau dieses Weines im Verhältnis zu den Produktionskosten in Südtirol zu tief ist.

DOC wurde im Zuge der Vereinheitlichung innerhalb der EU in DOP-geschützte Ursprungsbezeichnung, umgewandelt. Die Bezeichnung DOC kann jedoch in Italien weiterhin verwendet werden, da diese Bezeichnung sich mit den Jahren beim Kunden eingebürgert hat und eher akzeptiert wird.

Genauso gibt es in Südtirol die überregionale IGT-Bezeichnung „Weinberg Dolomiten/Vigneti delle Dolomiti“. Dieser Landwein hat seine IGT-Bezeichnung noch vor der Erklärung der Dolomiten zum Weltnaturerbe bekommen. Nun profitiert dieser Landwein von diesem Namen mit großer Bedeutung, man verzeichnet ein sehr großes Plus in der Produktion und im Verkauf, weil vor allem im Überseebereich der Bekanntheitsgrad dieses Weines stark gestiegen ist und daher ein großes Plus auch im Export verzeichnet werden konnte. Nicht so glücklich darüber sind die Verfechter der Bezeichnung „DOC-Südtirol“, die in Südtirol die Hauptursprungsbezeichnung bei Wein ist und „Südtirol/Alto Adige“ in sich trägt.

Die Südtiroler Weinwirtschaft ist überzeugt, dass unter dieser Bezeichnung momentan die Produktion an Weinen am größten ist. Anbaumäßig macht DOC-Südtirol 95 % der Fläche aus. Diese Ursprungsbezeichnung ist sehr wichtig, da sie mit ihrer starken Marktpräsenz das ganze Urlaubsland Südtirol repräsentiert und die Einzigartigkeit der Landschaft nach außen kommuniziert. Die Anbaufläche liegt in der Provinz Bozen, ebenso der Ausbau der Trauben zu Wein, also die Vinifizierung. Ausnahmen gibt es nur im Grenzgebiet. Die Abfüllung findet zum Großteil in der Provinz Bozen statt. In Hinblick darauf, dass die Produktionsvorschriften sich jetzt ändern werden, wird die ganze Wertschöpfung in der Provinz Bozen stattfinden müssen. Deshalb wird versucht, diese Ursprungskennzeichnung so stark zu verfechten und zu unterstützen. Die strikte Kontrolle der Bezeichnungen spielt eine zentrale Rolle, da diese Bezeichnungen von großer Bedeutung für die Weinwirtschaft sind. Die Reben werden in der Provinz Bozen angepflanzt und sind in einer Weinbaukartei eingetragen. Die Weinbaukartei beinhaltet alle Weinbauflächen zusammen mit ihren Produktionsdaten, d. h. Sorte, Quadratmeter,

Pflanzjahr, Pflanzdichte, Erziehungssystem, folglich sämtliche agronomischen Kennzahlen, die den Produktionsvorschriften entsprechen müssen. Die Kontrollstelle hat die Aufgabe 10 % der Fläche pro Jahr zu kontrollieren, um festzustellen, ob die Eigenerklärung, die der Weinbauer im Rahmen der Weinbaukartei macht, der Wahrheit entspricht. Weiter geht es mit dem Ausbau der Trauben nach der Traubenlese. Der Weinbauer muss eine Produktionsmeldung, in der die Menge an Trauben aus dem Weinberg angegeben wird, tätigen. Diese Meldung findet digital statt. Die Weinkellerei macht ebenfalls eine Produktionsmeldung und dort müssen sämtliche Nebenprodukte, wie Kämme, Trester oder Trubanteil, deklariert werden. Der fertige Wein muss wiederum den Produktionsbestimmungen entsprechen, d. h. es wird z. B. kontrolliert, dass die Ausbauquote von 70 % zutrifft, d. h., dass auf 100 kg Trauben maximal 70 l Wein produziert werden.

Die verschiedenen Meldungen sind Voraussetzung für die Zertifizierung des Qualitätsweines mit Ursprungsbezeichnung. Der nächste Schritt erfolgt, sobald der fertige Wein ausgebaut und reif für den Markt ist. Dann findet die sogenannte Qualitätsweinprüfung statt, die aus zwei Schritten besteht: erstens aus einer chemisch-physikalischen Prüfung im Labor, z. B. bezüglich des Alkoholgehalts, des Zuckergehalts, des Restzuckergehalts, und zweitens aus einer Verkostung, die in der Handelskammer durch vier Verkostungskommissionen mit je fünf Önologen durchgeführt wird. Es wird kontrolliert, ob der Wein der Beschreibung der Produktionsvorschriften entspricht und ob Weinfehler oder geschmackliche Auffälligkeiten vorhanden sind. Dann wird der Wein durch die Kontrollstelle zertifiziert, bekommt ein Qualitätszertifikat und kann verkauft werden. Der letzte Schritt ist meistens die Abfüllung und muss wiederum der Kontrollstelle gemeldet werden. Der Betrieb meldet die sogenannte Losnummer bzw. Chargennummer, die auf jedem Weinetikett zu finden ist, um die Rückverfolgbarkeit garantieren zu können. Bereits mit der Zertifizierungsnummer der Weinbaukartei ist die Weinpartie abgegrenzt und mit der Abfüllung ist nochmals jede Flasche gekennzeichnet.

Südtirol hat keine DOCG-Weine („denominazione di origine controllata e garantita“; kontrollierte und garantierte Herkunftsbezeichnung - höchste Qualitätsstufe). Der

Grund liegt darin, dass die Entwicklung der renommierten DOCG-Weine Italiens stattgefunden hat, als die Südtiroler Weinwirtschaft noch nicht so weit war, um so hohe Qualitäten zu produzieren. Als Südtirol in den 90er Jahren große Schritte in der Qualitätsphilosophie gemacht hat, haben einige andere Regionen Italiens inflationär DOCG-Weine entwickelt. Nicht alle Weine dieser Qualitätskategorie sind aber gleich qualitativ hochwertig und Südtirol wollte mit seinen Weinen nicht in dieser Inflation untergehen und lieber keinen Wein dieser Kategorie haben. Der Markt bestätigt das jetzt wieder, denn momentan ist in der Südtiroler Weinwirtschaft die Nachfrage höher als das Angebot, und das zeigt, dass Südtirol den richtigen Weg geht. Es gibt viele DOCG-Weine, die auf dem Markt Schwierigkeiten haben. Dieses Instrument hätte man viel besser nutzen können.

Prinzipiell ist eine Herkunftskennzeichnung bzw. sind Ursprungsbezeichnungen bei Wein absolut wichtig. In der Weingeschichte gibt es zwei verschiedene Weinrechte: das römische Weinrecht, das die Weine nach Ursprung klassifiziert hat, und das germanische Weinrecht, das nach der Qualitätspyramide klassifiziert. Die EU ist damals den richtigen Weg gegangen und hat das römische Recht mit den Herkunftsbezeichnungen herangezogen, weil der Weinkonsument ein besonderer Verbraucher ist. Ihn interessiert, ob er einen italienischen oder französischen Wein trinkt, während es dem Konsumenten von Fruchtsäften gleichgültig ist, woher der Saft kommt. Daher sind Ursprungsbezeichnungen bei Wein absolut wichtig.

Zudem kann man den Ursprung der Trauben immer noch verfeinern, indem man im Rahmen der Ursprungsbezeichnungen „sottozone/Unterzonen, Großlagen und Kleinlagen“ und den Weingarten anführt. Dies wird in Südtirol bis zur Perfektion gehandhabt. Ein Beispiel wäre: „Südtiroler Lagrein DOC aus Gries mit dem Weingarten Klosteranger“. Somit kann eine Abgrenzung bis zu 1 ha und weniger an Rebfläche erreicht werden. Die Produktionsschritte dieses Weines müssen absolut getrennt und eigenständig abgewickelt werden. Der Wein darf nicht mit anderem Wein, auch nicht gleicher Rebsorte, vermischt werden. Somit kann er auch zertifiziert werden und die Garantie eines 100%-igen Ursprunges aus diesem Weingarten tragen.

Man kann auf dem Weinmarkt sehr große Preisunterschiede bei beispielsweise DOC-Weinen beobachten. Der Grund dafür ist, dass bei Wein stärker als bei anderen landwirtschaftlichen Produkten Emotionen mitverkauft werden und jeder Wein eine andere Geschichte erzählt. Es gibt Weine, die beispielsweise 3 € und andere, die 120 € kosten. Aber die Qualitätspyramide innerhalb der Ursprungsbezeichnungen macht die ganze Geschichte irgendwie interessant. Auf den ersten Blick kann durchaus auch etwas Konfusion auftreten, aber die letzten dreißig Jahre haben gezeigt, dass die Vielfalt der Ursprungsbezeichnungen und der verschiedenen personalisierten Weinetiketten für die Südtiroler Weinwirtschaft einen großen Vorteil darstellen. Der kleine Nachteil der Konfusion bei nicht fundierten Weinkennern wird dadurch wettgemacht. Der Weintrinker ist ein sehr interessierter Konsument, der das Produkt bewusst auswählt und kauft. Wein bietet einen Mehrwert, bedient den Hedonismus und ist auch ein Kulturgetränk mit langer Tradition. Das hebt den Wein von anderen landwirtschaftlichen Erzeugnissen ab. Wenn man sich guten Wein leisten kann, hat man auch ein bestimmtes Interesse. Aber egal, in welchem Preissegment man sich bewegt, es gelten immer die gleichen Produktionsvorschriften und die Auflagen sind dieselben. Dies ist auch eine große Stärke der Ursprungsbezeichnungen. Hervorzuheben ist, dass diese Ursprungsbezeichnungen EU-weit streng geschützt sind, wie auch Kulturgüter. Ursprungsbezeichnungen sind gut durchdacht und werden geschützt. Wie erheblich die Konsequenzen und Sanktionen ausfallen, ist unterschiedlich. Die Handelskammer Bozen als Kontrollstelle für Ursprungsbezeichnungen bei Wein (140) hat Partnerkontrollstellen, arbeitet aber eigenständig. Die Kontrollstelle hat auf dem Markt keine Aufgabe, kann also etwa nicht Handelsproben ziehen und beanstanden. Die Kontrollstelle kontrolliert, angefangen beim Weingarten über die Produktion bis hin zur Abfüllung inklusive Etikettierung, sämtliche Schritte. Andere Kontrollstellen, die weitere Punkte kontrollieren, sind: das Ministerium ICQRF mit Außenstelle in S.Michele, NAS (eine Carabinieri-Einheit), Sondereinheiten der Forestale, der Sanitätsbetrieb usw.

Auch mit der Handelskammer Trient als Kontrollstelle arbeitet die Bozner Kontrollstelle zusammen, da sie gemeinsame Interessen haben und zwar den Wein Kalterersee, der

neben der Provinz Bozen auch in der Provinz Trient produziert wird. Die Handelskammer Trient überwacht auch die Produktion vom Weinberg Dolomiten, da sich die größte Fläche davon in Trient befindet. Kontrolliert werden, wie bereits erwähnt, 10 % der Weinbauflächen pro Jahr, um sicherzustellen, dass die Eigenerklärung der Weinbauern der Wahrheit entspricht.

Mit der neuen EU-Weinmarktordnung von 2009, die an oberster Stelle des EU-Weinrechts steht, (VO des Rates der europäischen Landwirtschaftsminister) (66) wurde die Herkunftsbezeichnung für Wein analog zum Lebensmittelrecht vereinheitlicht und für den Landwein die Klassifikation g.g.A. übernommen, in Italien IGP. Italien erlaubt aber auch weiterhin die Verwendung der alten nationalen Angaben neben den neuen EU-Bezeichnungen. g.g.A. ist gleichgestellt mit IGP, IGT ist ein Synonym. IGP ist die neue offizielle Variante der EU, und IGT kann aber weiterhin verwendet werden. Dasselbe gilt bei den Bezeichnungen DOP und DOC. Eine Sorge der italienischen Weinwirtschaft war, die alten Bezeichnungen, wie DOC weiterhin verwenden zu dürfen, da man fürchtete, dass DOP nicht verstanden wird. g.g.A. im Weinbereich, also IGP oder IGT, befinden sich eine Kategorie unter DOP/DOC. Theoretisch könnte man einen Wein auch g.g.A. nennen, aber das klingt nicht gut.

Es gibt noch die Qualitätsstufe „vino“, also Rotwein, Weißwein oder Roséwein, früher Tafelwein. Diese Kategorie von Wein kann auch eine Sorte mit sich tragen und/oder einen Jahrgang. Wiederum erfolgt eine Zertifizierung durch eine Kontrollstelle bzw. können diese Weine auch eine Abstufung von einem DOC- oder IGT-Wein sein. Sie dürfen aber nie einen Teil einer Ursprungsbezeichnung tragen, z. B. kein „Südtirol“ in der Adresse, da „Südtirol“ für die DOC-Weine reserviert ist. So muss bei einem Rotwein, das Wort „Bozen“ in der Adresse halb so großgeschrieben werden wie die Kategorie des Weines, in dem Fall Rotwein. Ein graphischer Hinweis mit Herkunftsbezug ist in dem Fall auch verboten, wie z. B. ein Kirchturm, der typisch für einen bestimmten Ort ist.

Die Herausforderung ist, dass die „materia prima“, also die Traube als Rohstoff, begrenzt vorhanden und von der Natur abhängig ist, wie bei Hagelschlag oder Ernteausfall aus anderen Gründen. In dem Fall findet keine Produktion im jeweiligen Jahrgang

statt. Diese Tatsache macht den Wein so begehrt und wertvoll. Natürlich sind auch die Kontrollen auf Genusstauglichkeit wichtig. Das Landwirtschaftsministerium in Rom schreibt seit 2015 eine digitale Lagerbuchhaltung („cantina d’Italia“) im Weinbereich verpflichtend vor. Sämtliche Informationen über die Weinproduktion eines Weinbauers sind ersichtlich und die Behörde weiß genau, wo und wie viel Wein irgendwo liegt. So können Fälschungen aufgedeckt bzw. verhindert werden. Die Digitalisierung erleichtert dieses Vorgehen. Werden Weintrauben zugekauft, dürfen diese nicht mit den Trauben aus den jeweiligen Weinlagen eines Bauers vermischt und nicht als DOC- oder IGT-Wein verkauft werden. Bei DOC müssen die Trauben aus Südtirol kommen, können also auch in Südtirol zugekauft werden. Steht auf dem Etikett: „Produziert und abgefüllt in...“, kommen die Trauben von dem gleichen Weinbaubetrieb. Wenn nur „abgefüllt in...“ steht, können die Trauben von mehreren Betrieben in der Produktionszone herkommen. Vom Ausland Trauben zuzukaufen, ist wirtschaftlich nicht interessant und man müsste den Wein als „ausländischen Wein“ deklarieren, „Südtirol“ dürfte nicht verwendet werden.

Für DOC-Wein, beispielsweise, müssen die Trauben aus Südtirol kommen und sämtliche Verarbeitungsschritte, mit kleinen Ausnahmen, in Südtirol erfolgen. Eventuelle Ausnahmen sind Gegenstand von Ausnahmeregelungen, wie im Falle einer Weinabfüllung im Ausland.

Schaumwein trägt in Südtirol ebenfalls eine geschützte Ursprungsbezeichnung und zwar Südtiroler Sekt DOC, aber die Schaumweinproduktion in Südtirol ist sehr gering und liegt bei nur rund ½ Mio. Flaschen.

Südtirol ist italienweit Spitzenreiter im Weinbereich, was den Anteil an Ursprungsbezeichnungen betrifft. Fast 98 % der Weinbaufläche ist als DOC-Fläche und fast 80 % der Weinproduktion ist als DOC eingetragen, da nicht auf der ganzen Fläche automatisch DOC-Wein produziert wird, u. a. wegen administrativer Hürden.

### 3.5 Information über die Herkunft mit Gütesiegeln bzw. -zeichen

Es gibt eine Vielzahl an Siegeln, Zeichen und Logos für den Lebensmittelbereich, inklusive Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie mit Herkunftsbezug. Die wenigsten beinhalten ausschließlich Herkunftsinformation, sondern sind eher in „Qualitätssiegel“ eingebettet.

Einerseits gibt es Siegel, die vom Staat oder von der EU vergeben werden. Dazu kommt eine Vielzahl von Siegeln, die private Lebensmittel-Produzenten und -Händler, Interessenvertreter, Bio-Verbände oder Non-Profit-Organisationen vergeben. Die Siegel können verpflichtend oder freiwillig sein und regional, national oder international etabliert sein.

#### 3.5.1 Siegel, die auf Gesetzen basieren: ein Auszug

„Gesetzliche“ Gütezeichen legen ihre RLen offen und ermöglichen jedem Interessenten eine Teilnahme. Sie stehen für transparente Regelungen, Herstellung nach bestimmten Spezifikationen bzw. RLen und Kontrollen durch unabhängige Kontrollstellen.

Auf EU-Ebene sind das EU-Bio-Logo, welches sich auf die Bio-VOs stützt, und die Zeichen für g.U., g.g.A. und g.t.S. (Basis: VO (EU) 1151/2012 (100), anerkannt.

- EU-Bio-Logo: Ort der landwirtschaftlichen Erzeugung bzw. Herkunft der Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs.
  - Es wurde in der VO (EG) 271/2010 (141) eingeführt. Seine Verwendung ist in Art 57 der VO (EG) 889/2008 (61) geregelt (142).



Abbildung 34: EU-Bio-Logo (142)

Das Logo steht für eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung auf einem „abstrakteren“ Niveau, da die Herkunft der landwirtschaftlichen Produkte/Zutaten nur nach

„EU/Nicht EU“ usw. angegeben werden. Wenn 95 % der landwirtschaftlichen Zutaten aus dem gleichen Land kommen, kann das jeweilige Land laut der neuen Bio-VO (EU) 2018/848 (62) angegeben werden, womit die Kennzeichnung schon genauer ist.

- EU-Zeichen für g.U., g.g.A. und g.t.S. (siehe Kapitel 3.4.5)

Die Zeichen für g.U. und g.g.A. garantieren zum Teil die Herkunft. g.U. garantiert, dass die Herkunft der Rohstoffe und sämtliche Produktionsschritte in einem gewissen geographisch abgegrenzten Gebiet erfolgen. Die Produktqualität hängt ausschließlich mit dem Gebiet und den Fähigkeiten der Erzeuger in der Herstellungsregion zusammen. Bei g.g.A. muss nur mindestens eine der Produktionsstufen in einem geographisch abgegrenzten Gebiet erfolgen. Die Zeichen für diese zwei Angaben regeln bestimmte Eigenschaften eines Lebensmittels, die sie mit einer Region verbinden. Die verwendeten Rohstoffe können aus einem anderen Gebiet stammen, wie Mandeln beim Lübecker Marzipan g.g.A. (VO (EWG) 2081/92 (94) Eintragungsantrag: Art 17). Die genaue Herkunft bleibt beim g.g.A.-Zeichen für Verbraucherinnen und Verbraucher oft unklar. Es werden die gute Handwerkskunst und das überlieferte Wissen geschützt.

Das Zeichen für g.t.S. ist eine reine Qualitätsangabe für Produkte, die nach traditionellen Produktionsmethoden bzw. Herstellungsverfahren und Rezepten hergestellt werden. Hierbei sind grundsätzlich die Herkunft der Rohstoffe und die Herstellung an kein Gebiet gebunden, z. B. bei Mozzarella g.t.S.

#### **Anerkannte GS für Österreich:**

- AMA-GS (rot-weiß-rot; staatlich anerkannt): mit Herkunftsangabe „Austria“, Erfüllung von definierten Qualitätskriterien, Gewährleistung von unabhängigen Kontrollen, nachvollziehbare Herkunft (143).



Abbildung 35: AMA-GS (144)

- AMA-Biosiegel (rot-weiß-rot; staatlich anerkannt): mit Herkunftsangabe „Austria“, ökologisch erzeugte landwirtschaftliche Produkte aus Österreich bzw. für Lebensmittel, die aus ökologisch erzeugten österreichischen Zutaten hergestellt werden (145).



Abbildung 36: AMA-Biosiegel (146)

Rechtsbasis für die AMA-Zeichen ist das AMA-Gesetz von 1992 (147).

- Austria Gütezeichen:



Abbildung 37: Austria Gütezeichen (148)

Für Lebensmittel wird das Austria Gütezeichen verliehen, wenn alle Bearbeitungs- und Verarbeitungsschritte in Österreich erfolgen und sofern die wertbestimmenden, landwirtschaftlichen Rohstoffe des zu kennzeichnenden Produkts gänzlich aus Österreich stammen. Bei verarbeiteten Lebensmitteln gilt für jene nicht in Österreich herstellbaren Rohstoffe in der Regel ein zulässiger mengenmäßiger Toleranzbereich bis zu einem Drittel. Neben dem Lebensmittelbereich wird es auch für Dienstleistungen und Non-Food-Produkte vergeben (148). Austria Gütezeichen basieren auf der alten Gütezeichen-VO von 1942, welche durch das Bundesgesetzblatt (BGBl) 1999/191 (149) aufgehoben wurde und am 31.12.2009 außer Kraft getreten ist (150).

### 3.5.2 Gastronomie: AMA-Gastrosiegel (Österreich)

Für das AMA-Gastrosiegel qualifizieren sich Wirte, Restaurants und Hotels, wenn sie die Herkunft der landwirtschaftlichen Rohstoffe auf ihrer Speisekarte angeben. Sie lassen sich von unabhängigen Stellen kontrollieren. Das Herkunftskennzeichnungssystem fördert die freiwillige Auszeichnung von Spezialitäten aus regionalen Rohstoffen (151, 152).



Abbildung 38: AMA-Gastrosiegel (153)

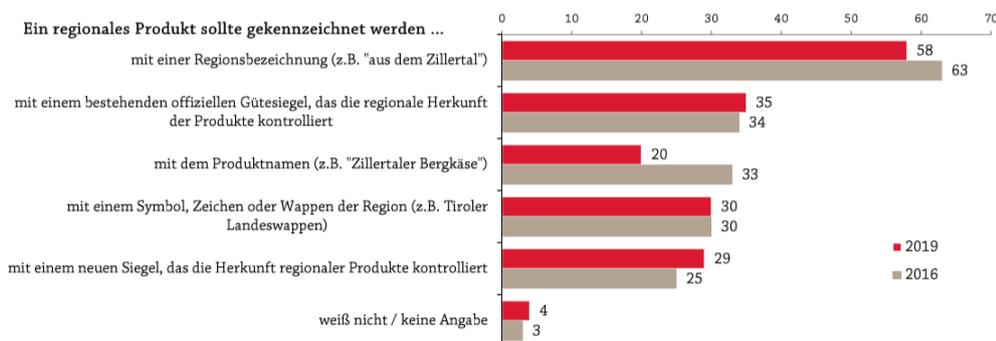
### 3.5.3 Weitere Beispiele

Darüber hinaus gibt es Siegel, Zeichen und Logos, deren Kriterien von privaten Akteuren, Verbänden, Bio-Kontrollstellen, Unternehmen, vom Handel (z. B. Eigenmarken) oder von Institutionen festgelegt werden. Bei diesen liegt es im Ermessen der Siegelinhaber, wie streng die jeweiligen RLen formuliert und kontrolliert werden, die zur Verwendung des Zeichens berechtigen.

### 3.5.4 Gütesiegel: Statistik und Marktforschung

#### Kennzeichnung regionaler Produkte am besten durch Regionsbezeichnung und bestehende Gütesiegel

Wie sollten regionale Lebensmittel Ihrer Meinung nach generell gekennzeichnet werden, damit man erkennt, dass es sich um ein regionales Produkt handelt?



Angaben in %, n=1.647, Basis: Interesse an regionalen Produkten, 2016: n=1.497  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing



Abbildung 39: Kennzeichnung regionaler Produkte (11)

Die Ergebnisse der RollAMA Motivanalyse von 2019 (11) zeigen für Österreich, dass 58 % der Befragten der Meinung sind, dass regionale Produkte mit Regionsbezeichnungen gekennzeichnet werden sollten. 35 % meinen, dass mit einem bestehenden offiziellen GS, das die regionale Herkunft der Produkte kontrolliert, solche Produkte gekennzeichnet werden sollten. 30 % meinen, dass auch mit einem Symbol, Zeichen oder Wappen der Region gekennzeichnet werden sollte und 29 % mit einem neuen Siegel, das die Herkunft regionaler Produkte kontrolliert.

## Aktionen, Regionalmarken und Gütesiegel regen zum Schweinefleischkauf an



Angaben in %, n=1.866, Basis: kauft Fleisch/Fisch zumindest ab und zu für den Haushalt  
Quelle: RollAMA Motivanalyse Jänner/Februar 2019 / AMA-Marketing



Abbildung 40: Anregungen zum Schweinefleischkauf (10)

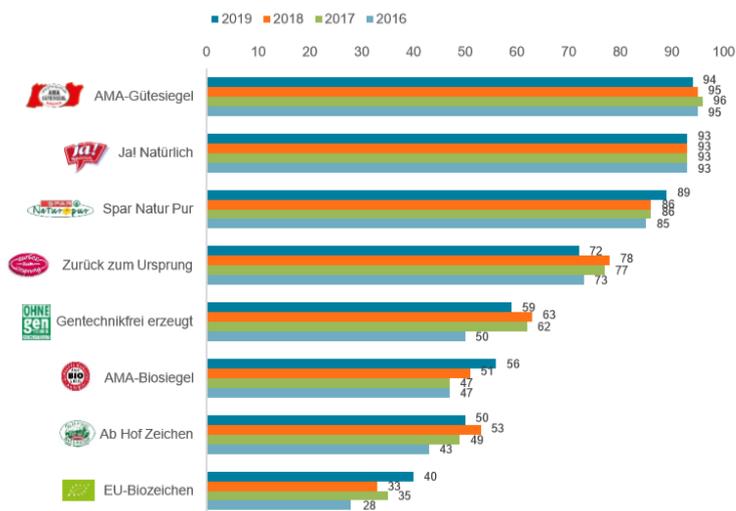
In dieser RollAMA-Motivanalyse (10) konnte aufgezeigt werden, dass Regionalmarken, GS und Herkunftskennzeichnung die Befragten in Österreich nach dem Kriterium Aktionen/günstige Preise am meisten zum Kauf von Schweinefleisch anregen.

## Wahrnehmung von Gütezeichen und Marken bei Lebensmitteln in Österreich (154)

- Studie zur Bekanntheit und Kommunikationsleistung von Gütezeichen und Logos bei Lebensmitteln
- AMA-Marketing
- durchführendes Institut: das österreichische Gallup Institut
- Methode/Stichprobe: n=1.000 face-to-face Interviews (Omnibusbeteiligung), österreichweit repräsentativ, ab 15 Jahren
- Befragungszeitraum: Juli 2019

## GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON ZEICHEN UND MARKEN (1)

- Wie bereits in den letzten Jahren liegt das AMA-Gütesiegel vor „Ja! Natürlich“ voran.
- „Spar Natur pur“ kann leicht zulegen, ebenso das AMA-Biosiegel; „Zurück zum Ursprung“ verliert zum Vorjahr.



%-Werte, n=1000

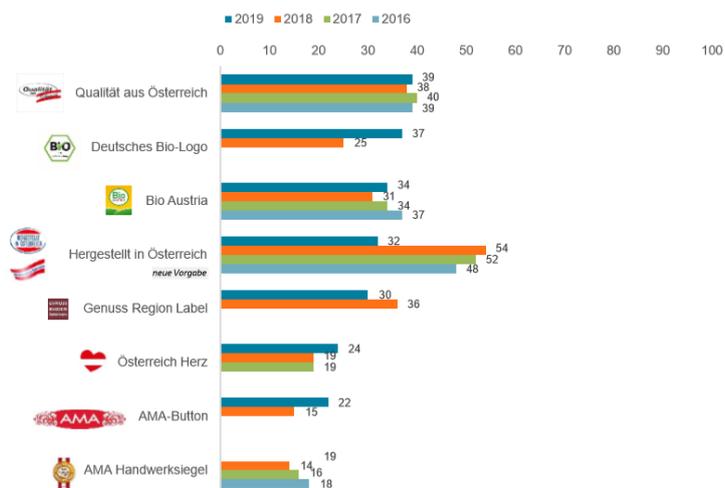
3. Nun zeige ich Ihnen verschiedene Zeichen bzw. Marken. Bitte sagen Sie mir, welche dieser Zeichen Sie schon irgendwo gesehen haben.

Abbildung 41: Bekanntheit von Zeichen und Marken (in %) 1 (154)

Einen der höchsten Bekanntheitsgrade hat das rot-weiß-rote AMA-GS, gefolgt von Ja! Natürlich und Spar Natur Pur. Diese sind auf einer Vielzahl an Produkten zu finden und die Werbung ist bei diesen besonders stark ausgeprägt, was die Bekanntheit fördert.

## GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON ZEICHEN UND MARKEN (2)

- Die neu abgefragte Version von „Hergestellt in Österreich“ kann nicht an die Bekanntheitswerte der alten Version anschließen.



%-Werte, n=1000

3. Nun zeige ich Ihnen verschiedene Zeichen bzw. Marken. Bitte sagen Sie mir, welche dieser Zeichen Sie schon irgendwo gesehen haben.

6

Abbildung 42: Bekanntheit von Zeichen und Marken (in %) 2 (154)

### GESTÜTZTE BEKANNTHEIT VON ZEICHEN UND MARKEN (3)

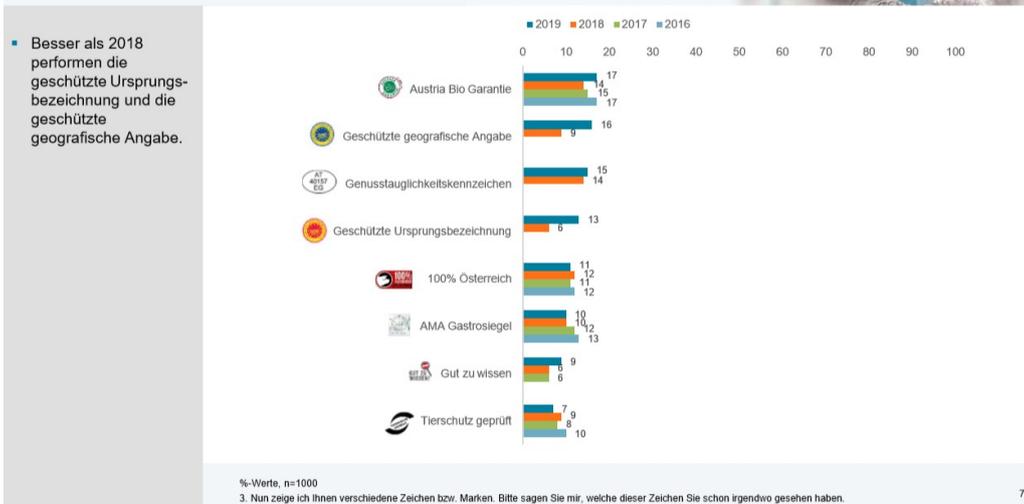


Abbildung 43: Bekanntheit von Zeichen und Marken (in %) 3 (154)

Die Zeichen für g.g.A. und g.U. sind bei den Befragten in niedrigem Ausmaß bekannt, jedoch ist der Bekanntheitsgrad im Vergleich zu 2018 gestiegen. Möglicherweise kennen viele Konsumentinnen und Konsumenten den Unterschied zwischen den beiden Siegeln nicht. Die Siegel sind erst einige Jahre bekannt und werden auch nicht so stark beworben. In Österreich gibt es zudem nur wenige Produkte, die diese Zeichen tragen. g.g.A. und g.U. sind meist groß auf der Etiketle zu lesen, aber die Zeichen enthalten die ausgeschriebene Version.

### WICHTIGKEIT VON GÜTEZEICHEN BEI LEBENSMITTELN

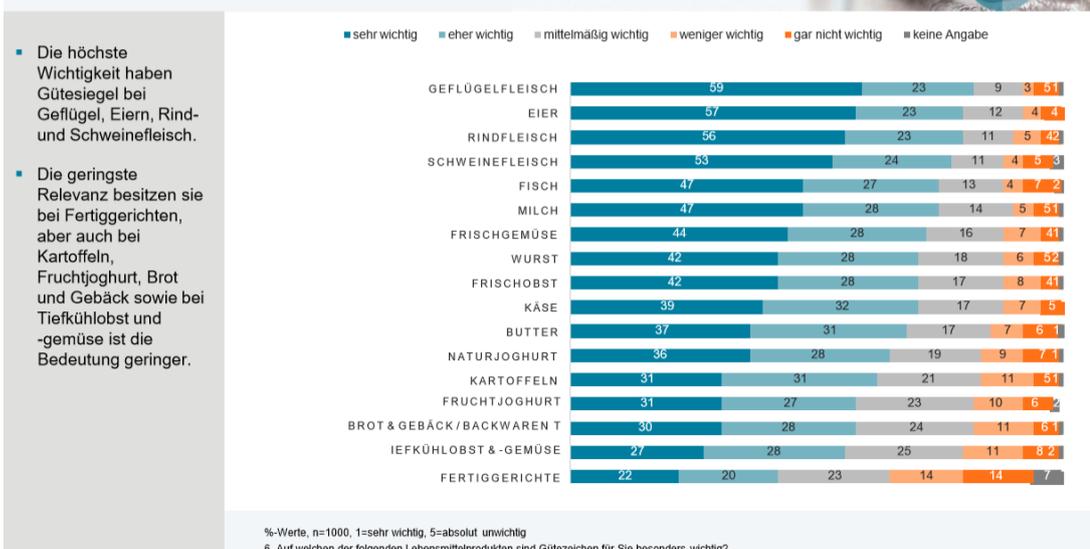


Abbildung 44: Wichtigkeit von Gütezeichen bei Lebensmitteln (in %) (154)

Vor allem bei unverarbeiteten Lebensmitteln sind Gütezeichen wichtig, am wenigsten bei Fertiggerichten.

Zusammenfassend kann man sagen, dass sich bei der großen Menge an Siegeln, Zeichen, Logos und Symbolen, die miteinander im Wettbewerb stehen, Bekanntheit und Glaubwürdigkeit durchsetzen.

### **3.5.5 Freiwillige Herkunftskennzeichnung am Beispiel der AMA-Marketing-Siegel**

**Interview mit DI Rüdiger Sachsenhofer (155) (AMA-Marketing): Bereichsleiter Qualitätsmanagement: Milch und Milchprodukte; Be- und Verarbeitungsprodukte; Fisch; AMA-Biosiegel; AMA-Gastrosiegel (16. Mai 2019):**

Grundsätzlich gibt es verschiedene AMA-Siegel.

Das rot-weiß-rote AMA-GS garantiert mit der Herkunftsangabe „AUSTRIA“ eine garantierte hohe Qualität und eine österreichische Herkunft. Die (landwirtschaftlichen) Rohstoffe und Zutaten stammen aus Österreich und sämtliche Verarbeitungsschritte erfolgen in Österreich. Die Milch beispielsweise muss in Österreich gemolken und verarbeitet werden oder bei Fleisch muss die Geburt, Mast, Schlachtung und Zerlegung des Tieres und die Verarbeitung des Fleisches in Österreich erfolgen. Die Rohstoffe stammen von AMA-GS-Landwirten und die gesamte Kette vom Landwirt bis zum Verarbeitungsprodukt findet in Österreich statt. So nehmen beispielsweise der Schweine-, Geflügel- oder Rindermäster sowie der Milchviehbetrieb, der Obst- und Gemüsebauer und der Verarbeiter beim AMA-GS-Programm teil.

Es gibt RLen für die Landwirte und Verarbeiter, für den Lebensmittelhandel und für die Futtermittelhersteller, da bei einem Produzenten für tierische Produkte Futtermittelproduzenten vorgeschaltet sind. In dem Fall gilt die AMA-Futtermittel-RL pastus+ (156). Einzel- und Mischfuttermittel, die zugekauft werden, müssen aus dem System pastus+ stammen.

Das AMA-GS ist primär ein Qualitätssiegel, daher muss neben der transparenten Herkunft auch der Qualitätsaspekt hervorgehoben werden. Futtermittel weisen z. B. eine

hohe Qualität im Rahmen von pastus+ auf, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgeht. Die Anforderungen an landwirtschaftliche Betriebe gehen auch über die rechtlichen Anforderungen hinaus. Bei Fleisch, das Teil des Gütesiegel-Programmes ist, ist die Wartezeit nach Medikamenteneinsatz doppelt so lang wie bei herkömmlichem Fleisch. Die Klärschlammasbringung ist bei landwirtschaftlichen Betrieben verboten oder in der Geflügelmast und Eiproduktion ist ein strenges Salmonellenmonitoring vorgeschrieben.

In allen Bereichen ist die Basis das Österreichische Lebensmittelbuch (114). Die Bedingungen in der gesamten, der Landwirtschaft nachgelagerten, Lebensmittelproduktion, gehen in vielen Punkten über die rechtlichen Anforderungen hinaus. Man kann behaupten, dass das AMA-GS-Programm viel weiter als andere freiwillige Systeme geht. Gefordert wird, dass alle Anforderungen des Österreichischen Lebensmittelbuches erfüllt werden. Zusätzlich sind die Untersuchungsparameter strenger als rechtlich gefordert oder das Programm sieht Untersuchungen vor, die sonst nicht vorgeschrieben sind, wie die Keimzahlbestimmung bei Konsummilch mit vorgeschriebenen Höchstwerten. Es wird ein regelmäßiges Endproduktmonitoring betrieben, um verschiedene Produktparameter zu analysieren. Bei Milchprodukten sind beispielweise 5-10 Einzelanalysen pro Produkt vorgesehen. Die Sensorik wird mit einem eigenen Gütebewertungsschema für Milch- und Milchprodukte bewertet. Die Sensorik wird von Experten in akkreditierten Labors bei der Ankunft im Labor und am Ende der Mindesthaltbarkeit geprüft. GS-Produkte müssen bis zum Ende der Mindesthaltbarkeit die erste Güteklasse aufweisen. So kann eine sehr gute Qualität, auch am Ende der Mindesthaltbarkeit, gewährleistet werden.

Im Fleischbereich werden beispielsweise die Kollagenwerte analysiert. Bei Würsten ist der Höchstwert noch strenger angesetzt als vom Lebensmittelbuch vorgeschrieben. Weiters ist die Verwendung von Separatorenfleisch verboten. Die Palette an Parametern, die beim Endprodukt im Rahmen des Produktmonitorings untersucht wird, ist beträchtlich. In der Schweinemast werden Urin- und Kotproben und im Geflügelbereich in landwirtschaftlichen Betrieben oder in Eierpackstellen Salmonellen-Tupferproben, im Rahmen der Vorortkontrollen, genommen.

Weiteres müssen auch die Gute Herstellungspraxis, das HACCP-Konzept und alles, was in Verbindung mit der Lebensmittelsicherheit steht, eingehalten werden.

Eine Kontrolle erfolgt mindestens einmal jährlich bei den Verarbeitungsbetrieben, bei den Landwirten variiert die Häufigkeit der Kontrollen. Hier erfolgt eher eine risikobasierte Kontrolle, z. B. bei Milchviehbetrieben mindestens einmal in vier Jahren. Es ist anzumerken, dass bei Abweichungen im Bereich Tierschutz bei Milchviehbetrieben, jährliche unangekündigte Kontrollen erfolgen, bis wieder alles in Ordnung ist. In der Schweinemast wird alle drei Jahre kontrolliert, in der Geflügelmast einmal jährlich. Je nach Branche sind die Kontrollintervalle unterschiedlich.

Im Rahmen des AMA-GS-Programmes werden jährlich etwa 1.000 Milch- und Milchprodukte in akkreditierten Labors kontrolliert. Bei 5-10 Einzelanalysen pro Produkt ergeben sich ca. 5.000–10.000 Analysen pro Jahr.

Ein Betrieb muss einige Voraussetzungen erfüllen, um am GS-Programm teilnehmen zu können. Grundsätzlich ist das Programm für größere Verarbeitungsbetriebe konzipiert, nicht für eine kleinere Lebensmittelmanufaktur, einen kleineren Fleischerei- oder Molkereibetrieb und nicht für Direktvermarkter. Die Anforderungen an den Betrieb müssen erfüllt sein, die gute Herstellungspraxis und das HACCP-Konzept eingehalten werden und die Rohstoffherkunft muss nachvollziehbar sein. Beim Produkt müssen alle Parameter und RLen des Lebensmittelbuches eingehalten werden und über ein Gutachten seitens der Labore bestätigt werden. D. h. am Beispiel von Milch, dass Anforderungen an den Milchviehbetrieb, an vorgelagerte Lieferanten (z. B. Futtermittel gem. pastus+), an die Molkerei und an die Produkte erfüllt sein und diese mit Gutachten bestätigt werden müssen. Dann erhält der Molkereibetrieb das GS.

Im Rahmen des Programmes liegt ein Lizenzsystem vor, es muss also ein Lizenzvertrag zur Nutzung des GS mit AMA-Marketing abgeschlossen werden. Der Antrag dafür beginnt mit der Anfrage bei AMA-Marketing. Alle notwendigen Informationen werden zur Verfügung gestellt, wie die Liste aller zugelassenen Kontrollstellen für die Vorortkontrolle und der akkreditierten Labore und die zutreffenden RLen. Der Betrieb gibt die Kontrollstelle und das Labor bekannt, die er gewählt hat, und für welche Produkte

er das GS beantragen möchte. Daraufhin wird ihm der Lizenzvertrag mit allen Daten zugeschickt. Anschließend erfolgen eine Vorortkontrolle beim Betrieb bzw. bei den vorgelagerten Landwirten sowie die Produktanalysen. Wenn alles in Ordnung ist, wird der Vertrag unterschrieben und der Betrieb kann Gebrauch vom GS für den im Vertrag gelisteten Produktkategorien machen.

Beim rot-weiß-roten Siegel ist es bei verarbeiteten bzw. zusammengesetzten Produkten anders als bei Monoprodukten möglich, Zutaten bzw. Rohstoffe bis zu einem gewissen Prozentsatz einzusetzen, die nicht aus Österreich stammen, wenn diese in Österreich nicht in ausreichender Menge verfügbar sind. Ein klassisches Beispiel ist Erdbeerjoghurt, denn der Selbstversorgungsgrad (SVG) liegt bei Erdbeeren in Österreich je nach Jahr nur bei ca. 30–40 %. Diese Erdbeeren gelangen hauptsächlich in den Frischemarkt oder werden verarbeitet (z. B. eingekocht). Die restlichen 60 %, die für die Lebensmittelproduktion notwendig sind, müssen importiert werden. Ähnlich ist die Situation auch bei Kräutern, Gewürzen, gewissen tropischen Früchte usw. Derzeit kann maximal ein Drittel des Gesamtproduktes nicht österreichischer Herkunft sein, in der Regel liegt der Prozentsatz aber unter 10 %, wie bei Erdbeerjoghurt ca. bei 7 %, bei Kräutern als Zutat bei 3 %. Mit der EU-DVO zu primären Zutaten wird die Transparenz steigen.

Im Falle von Eiern können Frischeier, aber auch gefärbte Eier das Siegel tragen. Es gibt auch das Programm für pasteurisiertes Vollei, Eigelb oder Eiweiß, was z. B. für die Gastronomie wichtig ist. Für Fleischerzeugnisse gibt es eine eigene RL, die z. B. für Würste alle Parameter listet, die untersucht werden müssen, wie Kollagenwerte oder mikrobiologische Kennzahlen.

Das AMA-GS Alpenregion garantiert neben der Qualität, die bei allen AMA-Siegeln identisch ist, die Herkunft der Rohstoffe aus der Alpenregion und auch die Verarbeitung in dieser Region. Beispielweise ist dies der Fall, wenn sich die Milchkühe eines Betriebes aus Vorarlberg im Allgäu befinden, die Verarbeitung aber in Ortschaften beiderseits der Grenze erfolgt, z. B. die Käseherstellung und -reifung. Es kann auch sein,

dass ein Käse in Österreich produziert und gereift wird und die Abpackung in Deutschland erfolgt.

Generell ist ein Betrieb eines Nicht-EU-Staates von der Teilnahme an dem Programm ausgeschlossen, da es sich um ein von der EU notifiziertes Qualitätsprogramm handelt. Kein Betrieb eines anderen EU-Staates darf diskriminiert werden, d. h., es ist möglich, dass ein französischer Betrieb teilnimmt. In Grenznähe gibt es vereinzelt Betriebe, die Interesse haben.

Im Falle, dass ein österreichischer Betrieb sich entscheidet das Fleisch beispielsweise in Deutschland abzapacken, besteht die Möglichkeit, das AMA-GS mit der blauen Flagge für die EU zu verwenden. In dem Fall ist die Qualität dieselbe, aber die Region größer, und die Rohstoffe können aus der gesamten EU stammen und die Verarbeitung im gesamten Gebiet der EU erfolgen.

In dem Ausmaß und in dieser Größenordnung gibt es kein vergleichbares System in anderen EU-Ländern. Vereinzelt gibt es Qualitätssicherungssysteme. In Deutschland gibt es produktspezifisch vergleichbare Systeme, wie das QS-Prüfsystem (121) oder QM-Milch. Bei Milchvieh beispielsweise verzeichnet Österreich rund 27.000 teilnehmende Betriebe. Generell ist das AMA-GS-Programm flächendeckend und bekannt. Gem. der Marktforschung der AMA-Marketing kennen in Österreich 98 % der Konsumentinnen und Konsumenten das AMA-GS. Für viele Verbraucherinnen und Verbraucher, die ein qualitativ hochwertiges, sicheres und gut untersuchtes Produkt kaufen wollen, sei das Siegel kaufentscheidend, da es leicht erkennbar ist.

Bei Mangel an Rohstoffen aus Österreich, wie aufgrund von Ernteaussfällen, kann das GS nicht verwendet werden.

Die Finanzierung erfolgt mittels Gebührenmodell. Die Vertragserrichtungsgebühr beträgt einmalig 1.000 € und die Gebühren sind je nach Mitarbeiteranzahl und Umsatz unterschiedlich. Daraus ergibt sich die jährliche Lizenzgebühr. Wesentlich höher sind die Kosten für die Vorortkontrollen und für die Produktanalysen. Daher sind letztere Kosten der wesentliche Faktor für eine Teilnahme am Programm und für kleinere Be-

triebe oft nicht leistbar. Man muss aber anmerken, dass die Betriebe vom GS-Programm profitieren, da die verschiedenen AMA-Siegel durchaus kaufentscheidend sein können.

Die AMA-Marketing ist mit dem GS-Programm nicht gewinnorientiert ausgerichtet und ist eine gemeinnützige GesmbH, die hauptsächlich durch AMA-Beiträge finanziert wird, wie durch Flächenbeiträge bei Obst und Gemüse oder durch Beiträge pro kg Fleisch oder Liter Milch und durch Lizenzgebühren der Teilnehmer. Diese Beiträge werden durch „übergeordnete Betriebe“ bezahlt. So zahlt eine Molkerei für alle Milchlieferanten die Agrarmarketingbeiträge pro Liter Milch ein und diese werden den Landwirten in Rechnung gestellt. Durch die Teilnahme am Programm können die Teilnehmer wiederum Förderungen lukrieren. Zum Teil kommen mehr Fördergelder zurück, als Agrarmarketingbeiträge bezahlt werden.

Durch die EU-VO für die primären Zutaten wird einiges transparenter werden, große Auswirkungen werden auf das Siegel aber keine zukommen. Vereinzelt könnte es zu Irritationen bei Konsumentinnen und Konsumenten kommen. Beispielsweise bei Fruchtojoghurt mit dem rot-weiß-roten AMA-Biosiegel wird deklariert „mit Erdbeeren anderer Herkunft“, im selben Sichtfeld wie das Siegel. Milch mit rot-weiß-rotem GS ist als Monoprodukt zu 100 % aus Österreich. Es geht eher um Zutaten, die z. B. 10 % des Produktes ausmachen. Nur bei abweichender Herkunft der Zutaten und freiwilliger Angabe der Herkunft, wie im AMA-Siegel, muss eine Deklaration erfolgen.

Das schwarze AMA-Biosiegel ohne Herkunftsangabe steht für hohe Bioqualität mit beliebiger Herkunft der Bio-Rohstoffe. Das rot-weiß-rote AMA-Biosiegel steht für regionale hohe Bioqualität aus Österreich. Es kann sein, dass nicht informierte Verbraucherinnen und Verbraucher auch beim schwarzen Siegel glauben, dass das Produkt aus Österreich stammt. Das Siegel ist nicht täuschend oder irreführend, da die Herkunft im schwarzen Siegel nicht genannt wird.

Produkte mit AMA-Siegeln sind auch für den Export gedacht, die Siegel sind auch außerhalb Österreichs durchaus bekannt. Jedoch fährt AMA-Marketing keine Kampagnen zu den Siegeln in anderen Ländern, wodurch sich die Bekanntheit in Grenzen hält. Die

Informationskampagnen zu den AMA-Siegeln sind auf Österreich ausgerichtet. Produkte, die die Voraussetzung zur Teilnahme am GS-Programm erfüllen, aber das Siegel nicht tragen, könnten im Handel benachteiligt sein, da Konsumentinnen und Konsumenten, die auf das Siegel achten, diese Produkte unter Umständen nicht kaufen.

Generell sind, bis auf wenige Ausnahmen, die meisten größeren Betriebe in Österreich Mitglieder des AMA-GS-Programmes. Bei internationalen Betrieben, die vor allem im Conveniencebereich angesiedelt sind, ist das Programm im geringeren Ausmaß vertreten. Im Conveniencegebiet gibt es so gut wie keine AMA-GS-Produkte, z. B. bei Fertigerichten. Im Frischebereich gibt es die meisten GS-Produkte, z. B. Frischfleisch und Konsummilch.

Der wachsende Trend zu Regionalität und das steigende Herkunftsbewusstsein werden seitens AMA-Marketing für das GS-Programm als positiv angesehen.

Neue Ziele, die von AMA-Marketing in Zukunft angestrebt werden, sind einerseits, die Qualitätsstandards für Lebensmittelmanufakturen bzw. für kleinere Betriebe, für Direktvermarkter und für die Gemeinschaftsverpflegung zu etablieren und andererseits, das AMA-Gastrosiegel neu auszurichten.

Das Team rund um das AMA-GS-Programm beschäftigt sich mit der Aktualisierung, Weiterentwicklung und Abstimmung von RLen mit Interessenvertretern und Teilnehmern, der Erstellung und Weiterentwicklung von Kontrollunterlagen, wie Checklisten, Leitfäden, der Bearbeitung und Interpretation von Ergebnissen von Kontrollen und Produktanalysen, der Erarbeitung von Verbesserungsmaßnahmen für Betriebe bei Abweichungen, der Weiterentwicklung der Kontroll-Zertifizierungsdatenbank, der Schulung von Kontrollstellen und Kontrollorganen und mit der Organisation und Durchführung von Überkontrollen. Man schaut sich dabei das Kontrollniveau bei den Kontrollstellen an und bei Bedarf werden Verbesserungsmaßnahmen eingeleitet, um ein einheitliches Kontrollniveau in allen Bundesländern zu erreichen.

Bei Milchvieh erfolgen beispielsweise 7.000 Kontrollen von Milchviehbetrieben pro Jahr. Auf der Stufe der Milchverarbeitungsbetriebe wird eine große Anzahl an Produktanalysen durchgeführt.

### **3.6 Herkunftsinformation: Verwirrende Vielfalt**

Beim Lebensmitteleinkauf ist es als Konsumentin oder Konsument schwierig, die Orientierung nicht zu verlieren. Die Vielfalt an freiwilligen und obligatorischen Kennzeichnungselementen (Siegel, Logos, Zeichen, Marken, graphische Darstellungen, Länderfahnen, Auslobungen, Werbeaussagen, usw.) ist verwirrend. Das Etikett, das oft überladen ist, zu durchschauen und es auch zu verstehen, ist für Konsumentinnen und Konsumenten schwierig. Auch außerhalb eines Geschäftes sind Konsumentinnen und Konsumenten dieser Vielfalt ständig ausgesetzt, über Medien, Werbeplakate usw.

Allein um zu wissen, was ein Siegel aussagt, inwiefern ein Herkunftsbezug dahinter steckt usw., bedarf es einer genaueren Auseinandersetzung mit dem Thema. Siegel von Marken, Eigenmarken, Markenprogrammen und anderen ähnlich ausschauenden Elementen zu unterscheiden, ist eine Herausforderung und auch eine Verwechslung bzw. deren inhaltliche Vermischung kann auftreten. Ein Qualitätskriterium für Siegel ist die externe Kontrolle durch unabhängige Kontrollstellen. Diese werden bei staatlichen oder EU-Siegeln auf jeden Fall durchgeführt, auch bei vielen weiteren Siegeln.

#### **3.6.1 Irreführungsthematik**

Gem. LMIV (23) (Art. 7) und LMSVG (26) (§ 5 Abs. 2) dürfen Informationen über Lebensmittel nicht irreführend sein.

Gem. LMIV (23) Art 2 Abs 2 lit a, ist eine „Information über Lebensmittel“ *jede Information, die ein Lebensmittel betrifft und dem Endverbraucher durch ein Etikett, sonstiges Begleitmaterial oder in anderer Form, einschließlich über moderne technologische Mittel oder mündlich, zur Verfügung gestellt wird.*

Vor allem bei zusätzlichen Angaben zur Herkunft, die nicht obligatorisch sind, handelt es sich oft um verkaufsfördernde Angaben und nicht um eine garantierte Herkunft. Verbraucherinnen und Verbraucher verbinden mit Angaben über die Herkunft eines Produkts häufig auch bestimmte Qualitätserwartungen, was von Herstellern ausgenutzt werden kann.

Vertraute, bekannte, irreführende und täuschende Kennzeichnungselemente befinden sich in manchen Fällen auf einem Etikett dicht aneinander. Das „Kennzeichnungs-Wirrwarr“ täuscht bei einigen Produkten gezielt. Zu erkennen, woher ein Produkt stammt, ist nicht so einfach. Und oft ist es sogar bei verpackten Lebensmitteln, die wesentlich genauer gekennzeichnet sind als lose angebotene Ware, trotz intensivem Etiketten-Studiums kaum möglich.

Eine Verpackung bzw. ein Etikett sind ohne Frage sehr informationsreich und oft auch nicht frei von versteckten Informationen. Für Verbraucherinnen und Verbraucher ist es teilweise schwierig, zentrale Informationen herauszufiltern.

Im Österreichischen Lebensmittelbuch (114) ist einiges zur Irreführungsthematik im Rahmen der Kennzeichnung und Aufmachung von Produkten zu finden (157). Das Österreichische Lebensmittelbuch ist jedoch keine Rechtsvorschrift im engeren Sinn.

Es ist verboten, Lebensmittel mit zur Irreführung geeigneten Angaben in Verkehr zu bringen oder zu bewerben. Konkrete Beispiele betreffen auch das Ursprungsland oder den Herkunftsort. Ob Angaben zur Täuschung geeignet sind, richtet sich stets nach den Umständen des Einzelfalles, insbesondere nach der Gesamtaufmachung einer Ware. Maßgeblich für die Beurteilung ist die Verkehrsauffassung, die sich aus redlichem Handelsbrauch und berechtigter Verbrauchererwartung herausbildet.

Die Verkehrsauffassung ist dynamischen Entwicklungen unterworfen, die vom wissenschaftlichen und technischen Fortschritt, von den handelspolitischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ebenso beeinflusst wird wie von gesellschaftlichen Wertvorstellungen und verbraucherpolitischen Anliegen.

Für die Beurteilung, ob ein Lebensmittel täuschungsfrei in Verkehr gebracht wird, ist die Gesamtaufmachung wesentlich. Diese umfasst sämtliche Angaben, Anpreisungen (Auslobungen), Hinweise und bildliche Darstellungen, die beim Inverkehrbringen gemacht werden. Auch Zeichen, die im geschäftlichen Verkehr verwendet werden, die Darstellung von Firmenanschriften, die Farben von Aufdrucken, sonstige Hervorhebungen und Anordnungen können im Einzelfall die Beurteilung der Gesamtaufmachung

beeinflussen. Ebenso ist die Werbung für ein Lebensmittel und seine Darbietung zu berücksichtigen.

Bei der Beurteilung einer allfälligen Täuschungseignung von Angaben ist auf den Grad der Aufmerksamkeit des durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbrauchers (europäisches Verbraucherleitbild) abzustellen.

Die Irreführungseignung ist nach dem Gesamteindruck der Aufmachung im jeweiligen Einzelfall zu beurteilen. Der Gesamteindruck kann durch das blickfangartige Herausstellen einzelner Elemente entscheidend geprägt werden. Werden Elemente blickfangartig herausgestellt, müssen diese für sich allein zutreffend sein. Aufklärende Hinweise schließen eine Täuschung nur dann aus, wenn sie verständlich sind und die gleiche Auffälligkeit besitzen, wie die als Blickfang herausgestellte Ankündigung. In solchen Fällen kann nur ein ausreichend deutlicher aufklärender Hinweis zum Wegfall der Irreführungseignung führen.

Letztendlich entscheiden auch Gerichtsurteile über den Verlauf eines Rechtsstreites. Ein Beispiel sind Kulturchampignons mit der Angabe „Ursprung: Deutschland“, die zur Ernte in ihren Zuchtwannen aus den Niederlanden nach Deutschland transportiert wurden. Der EuGH hat sich in einem Urteil von September 2019 gegen die Vorstellungen der klagenden Wettbewerbszentrale (Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e. V.) ausgesprochen.

Die Zentrale war der Meinung, dass der Ort der Ernte für das Ursprungsland zwar maßgeblich sei und dieses nach Vermarktungsnorm verpflichtend anzugeben sei, dies wäre jedoch hier irreführend und erfordere eine Zusatzangabe nach dem Lauterkeitsgebot der LMIV. Der EuGH hat unmissverständlich klargestellt, dass eine nach Rechtsvorschriften verpflichtende Angabe nicht irreführend ist und eine zusätzliche Erklärung nicht eingefordert werden kann. Wenn der Unternehmer alle Bestimmungen einhält, kann ihm nichts vorgeworfen werden. Und Champignons vor dem Ernten zu verlagern ist nicht verboten. So bestimme auch bei „Wanderpilzen“ der Ort der Ernte den Ursprung (158).

### 3.6.2 Irreführung bei freiwilligen Angaben

Dass viele Verbraucherinnen und Verbraucher wissen wollen, woher Lebensmittel kommen, die sie kaufen, ist bekannt. Doch eine Herkunftskennzeichnung ist nur für die bisher aufgezeigten Lebensmittel verpflichtend und wenn ansonsten der Verbraucher, beispielsweise durch die Bezeichnung oder die Aufmachung, über die tatsächliche Herkunft irreführt werden könnte (Art 26 Abs 2 lit a der LMIV (23)). Bei Produkten, bei denen keine obligatorische Herkunftsangabe vorgesehen ist, kommen meist freiwillige Angaben zur Herkunft neben anderer freiwillig bereitgestellter Information ins Spiel.

Freiwillige Informationen können u. a. auch dazu dienen, weitere Aussagen zur Qualität zu tätigen, Besonderheiten des Produktes hervorzuheben oder genauere Herkunftsinformationen bereitzustellen. Als Ergänzung zu verpflichtenden Angaben sind solche Informationen für einen Teil der Verbraucherinnen und Verbraucher durchaus von Interesse.

Wenn diese Wert auf regionale Produkte legen, sind sie mit der oberflächlichen Angabe, dass das Produkt z. B. aus Österreich stammt, wahrscheinlich nicht zufriedenzustellen. Wenn jedoch Angaben zu einer bestimmten Region gemacht wird, kann dies sicher ein Pluspunkt sein, wenn diese verständlich und transparent sind. Geschieht dies nach harmonisierten Kriterien, ist rechtlich gesehen nichts daran auszusetzen. Hier gilt: Die Information muss richtig sein und darf nicht irreführen.

Kapitel V der LMIV (23) (Art 36 und 37) enthält Bestimmungen hinsichtlich freiwilliger Informationen über Lebensmittel. Irreführungsverbot gem. LMIV (23) und LMSVG (26) gelten auch für freiwillige Information.

LMIV Art 36 Abs 2 (23): *freiwillig bereitgestellte Informationen über Lebensmittel müssen den folgenden Anforderungen entsprechen:*

- a) sie dürfen für die Verbraucher nicht irreführend im Sinne des Art 7 sein;*
- b) sie dürfen für Verbraucher nicht zweideutig oder missverständlich sein.*

*Freiwillig bereitgestellte Informationen über Lebensmittel dürfen nicht auf Kosten des für verpflichtende Informationen über Lebensmittel verfügbaren Raums gehen (Art 37 LMIV).*

Auch wenn aus rechtlicher Sicht die freiwillige Kennzeichnung, wie die rot-weiß-rote Fahne mit der Aufschrift „Hergestellt in Österreich“ korrekt ist, kann diese Kennzeichnung für Konsumentinnen und Konsumenten irreführend sein. Konsumentinnen und Konsumenten könnten verstehen, dass die Rohstoffe auch aus Österreich kommen, z. B. Apfel für den Apfelsaft. Tatsächlich muss bei der gegenständlichen Angabe nur die Herstellung in Österreich erfolgen. Solche Angaben suggerieren aber oft, dass das Produkt zur Gänze in Österreich produziert wurde. Da freiwillige Angaben bisher nicht genauer geregelt wurden, ist es zu einer Häufung von solchen Kennzeichnungselementen, vor allem auf den Lebensmittelverpackungen, gekommen.

Beispiele für freiwillige Information mit Herkunftsbezug sind Auslobungen, wie „Qualität aus Österreich“, Abbildung von Länderfahnen oder Wappen, Schrift in Länderfarben, Aussagen in anderen Sprachen usw.

Freiwillige Angaben zur Herkunft finden sich vor allem bei verarbeiteten Lebensmitteln bzw. bei jenen mit mehreren Zutaten, da bei diesen meist keine verpflichtende Herkunftskennzeichnung vorgegeben ist.

Sehr häufig wird mit der Herkunft von bestimmten Zutaten, mit der Qualität aus einem bestimmten Land oder mit bestimmten Produktionsschritten in einem bestimmten Land, wie „hergestellt oder abgefüllt in Italien“ usw., geworben. Die tatsächliche Herkunft eines Produktes oder mancher Zutaten ist dabei oft schwer erkennbar. Auslobungen wie "Qualität aus Österreich" oder rot-weiß-rote Fahnenbänder sind keine Garantie für heimische Herkunft.

Die Aussagekraft von freiwilliger Herkunftsinformation ist in einigen Fällen nicht mit der von verpflichtende gleichzusetzen, wenn nur Angaben wie „Qualität aus Österreich“, „hergestellt in Österreich“, „abgefüllt in Österreich“ usw. gemacht werden, denn dann ist die tatsächliche Herkunft nicht erkennbar.

Das Österreichische Lebensmittelbuch enthält eine Leitlinie über die täuschungsfreie Aufmachung bei freiwilligen Angaben mit Bezug auf Österreich (157). Viele Lebensmittel am österreichischen Markt weisen freiwillige Bezugnahmen auf Österreich auf, bei denen nach der Verbrauchererwartung ein zunehmend kritischerer Maßstab zur Anwendung gelangt. Dabei kann es sich um direkte oder indirekte, mittelbare oder unmittelbare Angaben handeln, die einen Zusammenhang zwischen dem Produkt und seinen Rohstoffen, der Qualität, der Rezeptur, der Tradition, dem Geschmack usw. herstellen.

Ob nach der Verkehrsauffassung, insbesondere nach der Verbrauchererwartung, eine Ware täuschungsfrei in Verkehr gebracht wird, kann im jeweiligen Einzelfall von einer Reihe von Aspekten abhängen, z. B.:

- Art und Merkmale der Ware
- Herstellungsverfahren und -technologie
- wesentliche und/oder charakteristische Zutat/en
- Ursprung/Herkunft der Zutat/en

Daher spielen insbesondere folgende Angaben in Aufmachung und Werbung, einzeln oder in Kombination, im Rahmen einer kritischen Überprüfung für die Beurteilung der Täuschungsfreiheit eine Rolle:

- Fahne oder Farbe rot-weiß-rot
- ... aus Österreich
- Österreich (Landschaft, Berge, Ortschaften, Almen, Tiere, Trachten usw.)
- nach österreichischer Rezeptur
- hergestellt, verarbeitet, abgefüllt oder abgepackt in Österreich
- dem österreichischen Codex entsprechend
- Spezialität oder Produkt aus Österreich, österreichisches Erzeugnis, Qualität aus Österreich, typisch österreichisch, usw.

Das Stichwort „Verbrauchererwartung“ und deren Einschätzung ist am folgenden Beispiel dargelegt: **Himalayasalz**. Die Verbrauchererwartung entspricht dabei wahrschein-

lich der Annahme, dass das Salz aus dem Himalayagebiet kommt bzw. dass dort Salzabbau stattfindet. Das Salz kommt tatsächlich aus der 200 km entfernten pakistanischen Provinz Punjab.

In einem Urteil in Deutschland hat der Bundesgerichtshof (159) entschieden, dass der Begriff „Himalayasalz“ eine irreführende geografische Herkunftsangabe ist, da beim Verbraucher eine falsche Vorstellung über die tatsächliche Herkunft erweckt wird. Ein Anbieter darf nicht mit der Aussage „Salz aus der Region des Himalayas“ werben, wenn das Salz tatsächlich aus der 200 Kilometer entfernten pakistanischen Provinz Punjab stammt. Seitdem wird angebotenes Salz meist mit dem Zusatz „aus Pakistan“ vermarktet (160) oder als „Steinsalz aus dem Himalaya-Vorland in Pakistan“ (161).

Die Frage ist, was konkret eine zur „Irreführung geeignete Information“ ist. Auf diesem Gebiet gelangt man schnell in einen Graubereich und es ist gar nicht einfach zu beweisen, dass es sich bei einem Bild, der Verwendung einer anderen Sprache oder länderspezifischen Farben oder einem Text um eine Information dieser Art handelt. In solchen Fällen finden Entscheidungen einzeln von Fall zu Fall, seitens Gutachter, der Behörde oder des Gerichts statt.

Im Österreichischen Lebensmittelbuch sind auch Leitlinien über die täuschungsfreie Aufmachung bei freiwilligen Angaben mit Bezug auf „Bauer“ oder mit Bezug auf „Berg/Alm/Alpen“ und die Abgrenzung zur fakultativen Qualitätsangabe „Bergerzeugnis“ zu finden (157).

Für einige Lebensmittel, wie Milch- und Milchprodukte, erfolgt nach EU-Recht die Herkunftskennzeichnung bis heute auf freiwilliger Basis, nach Art 26 der LMIV (23). Mit der DVO (EU) 2018/775 (28) (siehe Kapitel 3.8) könnten 2020 zumindest Rückschlüsse auf den Ursprung der Milch als Zutat (z. B. in Joghurt) geschlossen werden und nicht nur mehr auf den Ort der Produktion bzw. der Abfüllung. Die Kennzeichnung der Primärzutat/en ist ein möglicherweise wichtiger Schritt, um Irreführungen zu vermeiden.

### **3.7 Absicherung von freiwilligen Angaben am Beispiel von Fleisch:**

#### **Fleischkennzeichnungssysteme "bos" und "sus"**

**Interview mit DI Siegfried Rath (162) - Bereichsleiter Qualitätsmanagement Fleisch und Fleischerzeugnisse, AMA-Marketing - 2. Oktober 2019.**

Grundsätzlich sind zwei Ebenen der Rind- und Kalbfleischkennzeichnung zu unterscheiden. Die Basis bildet die obligatorische bzw. gesetzlich verpflichtende Mindestkennzeichnung. Darauf aufbauend ist eine freiwillige Kennzeichnung möglich.

"bos" ist ein Kennzeichnungssystem für Rind- und Kalbfleisch („bos“: lat. Rind (163)), „sus“: lat. Schwein (164)) eines für Schweinefleisch. Die AMA-Marketing als Entwickler und Betreiber dieses Systems bestätigt mit diesen freiwilligen Systemen die unabhängige Absicherung von freiwilligen Etikettierungsangaben zu bestimmten Merkmalen oder zu Bedingungen der Erzeugung, die zusätzlich zu den verpflichtenden Angaben angeführt werden (165, 166).

Die gesetzliche Grundlage von "bos" ist die VO (EG) 1760/2000 (22), von "sus" ist es die DVO (EU) 1337/2013 (27).

Generell ist die VO 1760/2000 (22) strenger als die DVO 1337/2013 (27), denn sie gilt für Fleisch auf allen Vertriebsstufen, auch für offene Ware, also auch in der Beidientheke und auch für die Lieferung an Fleischverarbeitungsbetriebe.

In der konsolidierten Fassung der RL "bos" (28. Jänner 2015) (163) der AMA-Marketing „Kennzeichnungs- und Registrierungssystem von Rind- und Kalbfleisch sowie Rinds- und Kalbsfaschiertem“ sind alle Änderungen, Ergänzungen und Details zum System enthalten.

Die Vorläufer-VO (EG) 820/97 (31) der VO (EG) 1760/2000 (22) besagte, dass grundsätzlich verpflichtende Angaben zu machen sind und zusätzlich waren auch freiwillige Angaben, z. B. Rasse oder Region, geregelt. Dafür brauchte man ein freiwilliges System der Kennzeichnung mit verschiedenen Anforderungen, um alles, was über die verpflichtenden Mindestangaben hinausgeht, zu regeln. So entstand die RL "bos". Verpflichtende Systeme müssen in einem freiwilligen System wie "bos", das behördlich zugelassen ist und überprüft wird, auch integriert werden.

Mit der VO (EG) 653/2014 (167) zur Änderung der VO (EG) 1760/2000 (22) hinsichtlich der elektronischen Kennzeichnung von Rindern und der Etikettierung von Rindfleisch wurde die Verpflichtung zu einem freiwilligen Etikettierungssystem gem. VO (EG) 1760/2000 (22) abgeschafft. Das komplizierte und kostenintensive Genehmigungs- und Kontrollsystem für die freiwillige Rindfleischetikettierung fiel weg.

Der Bedarf nach solchen Systemen war aber trotzdem noch gegeben, denn die für die Kontrolle zuständigen Organe waren teilweise mit der Kontrolle überfordert. So entstand in Österreich der Bedarf einer Kontrolle bei den Marktteilnehmern und den Handelsketten durch "bos". Bei Ländern, die sich gegen ein solches System entschieden haben, müssen freiwillige Angaben nach den Regeln der LMIV (23) erfolgen, durch die Behörden überprüfbar und für die Verbraucher verständlich sein.

Die RL "bos" (163) entstand in Zusammenarbeit der AMA-Marketing mit den Fachorganisationen der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), der LKÖ, der zuständigen Behörde gem. dem Rindfleisch-Etikettierungsgesetz und dem Bundeskanzleramt (165).

Die RL (163) trat am 1. Juli 1998 in Kraft. Bis heute haben Änderungen aufgrund gesetzlicher Novellierungen stattgefunden. "bos" ist ein freiwilliges System. Mit einem Lizenzvertrag bekommen österreichische Lizenzteilnehmer wie Fleischer, Handelsketten oder Schlachthöfe das Recht der Nutzung des Logos bzw. des geschützten Symbols. Der Teilnehmer muss das gesamte Rindfleisch über das System abwickeln. Hingegen muss bei "sus" nur ein Teil des Fleisches über das System abgewickelt werden, die gesetzliche Lage ist weniger „ausgereift“ als bei Rindfleisch.

Theoretisch hätte damals jeder Betrieb ein eigenes System schaffen können und von der Behörde genehmigen lassen müssen. In einigen Ländern kam es zu einer Anhäufung von Systemen. Dies wollte man in Österreich vermeiden und ein System schaffen, das einheitliche Standards gewährleistet. Im Bio-Bereich ist ein zweites freiwilliges System behördlich zugelassen: „cibus.trace“ (vormals „VUQS“) für Rind- und Schweinefleisch (168).

Zur freiwilligen Kennzeichnung gehören im Falle von Rindfleisch Angaben zu bestimmten Merkmalen oder zu Bedingungen der Erzeugung (34):

- Tier-Kategorie/Geschlecht (z. B. Ochs, Kalbin, Stier, Kuh)
- Angabe des Bauernhofes
- Region innerhalb eines Staates (z. B. Waldviertel)
- Marken-/Qualitätsprogramme (z. B. AMA-GS, ALMO, Styria Beef)
- Produktionsweise (z. B. Weidehaltung)
- Qualität (z. B. Alter, Reifedauer des Fleisches)
- Rasse (z. B. Fleckvieh)

In der Praxis treten sehr oft auch Kombinationen verschiedener freiwilliger Angaben auf (34).

Bei Import von Fleisch eines Betriebes wird das nationale System seitens "bos" anerkannt, man vertraut den erforderlichen Mindestangaben. Dies ist eher bei Spezialstücken, z. B. aus Südamerika, der Fall. In Österreich wird generell wenig Rindfleisch importiert, da der SVG über 100 % beträgt.

In der RL sind die Kennzeichnungsvorschriften für die verschiedenen Etiketten, wie für Schlachtkörperetiketten, standardisierte Zerlegeetiketten zur Wiedererkennbarkeit nach der Zerlegung oder Etiketten für die Selbstbedienungstheken nachlesbar. Für betriebsinterne Etiketten oder Selbstbedienungs-Etiketten sind die Vorschriften erleichtert. Hier sind nur mehr Angaben vorgeschrieben, die erfolgen müssen und nicht mehr die Größe, der Aufbau oder die Form des Etiketts.

Die AMA-Marketing bietet Markenprogramme wie das AMA-GS an, gleichzeitig betreibt die AMA-Marketing auch die Absicherungssysteme "bos" und "sus".

Ein vergleichbares und größeres System für Rindfleisch gibt es in Deutschland: „ORGAINVENT“ (169).

Die RL "bos" und "sus" gelten für Schlacht- und Zerlegebetriebe, den Lebensmitteleinzel- und -großhandel, gewerbliche Fleischer sowie bäuerliche Direktvermarkter (165, 166).

Vorteile der Organisation der Kennzeichnung von Rindfleisch in Österreich sind:

- Regelmäßige unabhängige Kontrollen zusätzlich zu amtlichen Kontrollen: keine ausschließliche Selbstkontrolle seitens der Teilnehmer, dadurch steigen die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen bei Verbraucherinnen und Verbrauchern und die Wahrscheinlichkeit der Richtigkeit der Angaben. Die Teilnehmer an den freiwilligen Systemen, wie "bos" ersparen sich aufwendige eigene Kontrollsysteme, was die eigenen Personalressourcen schont.

Die Richtigkeit sämtlicher am Etikett angeführten Angaben (Herkunft, Qualität, Produktionsweise) wird über das System streng kontrolliert.

- Nutzen rechtfertigt die Kosten: Das System ist auch für kleinere Betriebe offen, Gebührenmodell je nach Jahresumsatz, Anzahl der Mitarbeiter, Anzahl der Betriebsstätten plus einmalige Errichtungsgebühr.
- nachvollziehbare und richtige freiwillig ausgelobte Angaben am Etikett
- Generierung von Mehrwerten
- Beitrag zur Herkunftssicherung
- Sinnvolle Verknüpfung von Marketing und Etikettierung (170)
- Einheitliche organisatorische Abwicklung und Synergieeffekte in der Durchführung und Überwachung (170)

Nachteil:

- Aufgrund der Konkurrenzsituation kann kein höherer Preis verlangt werden, in Österreich zumindest nicht.

Kleinere Betriebe nehmen weniger an den Systemen teil, da generell das Vertrauen seitens Verbraucherinnen und Verbraucher groß und der Bedarf nach solchen Systemen nicht vorhanden ist. Beispielsweise bei Direktvermarktern ist dies der Fall. Wenn der Direktvermarkter aber an eine größere Fleischerei oder an die Gastronomie liefert und diese verlangen, dass nach diesen Systemen gearbeitet ist, muss er sich anpassen, wenn er die Kunden nicht verlieren will. In der Gastronomie müssen keine Angaben mehr gemacht werden, anders verhält es sich in der Schweiz. Werden in der Speise-

klare Angaben zur Herkunft gemacht, müssten diese theoretisch über die LMIV kontrolliert werden; dies ist aber nicht der Fall. Daher fordern einige Stakeholder eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung in der Gastronomie.

Die AMA-Marketing gilt als Anbieter verschiedener Systeme, mit denen Herkunftangaben und andere Angaben, z. B. zur Qualität, abgesichert werden können. Sie verfügt über das Know-how und Möglichkeiten einer seriösen Kontrolle.

### **3.8 Ausblick auf die Zukunft: DVO (EU) 2018/775**

Ab 1. April 2020 wird die DVO (EU) 2018/775 (28), als Erweiterung der Herkunftskennzeichnung bzw. als neue EU-Vorgabe dazu, gelten.

Da bisher nur bei bestimmten Lebensmitteln die Herkunft angegeben werden musste, soll diese Lücke nunmehr durch die VO geschlossen werden.

Diese regelt die Modalitäten zur Anwendung von Art 26 Abs 3 der LMIV (23), betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel hinsichtlich der Vorschriften für die Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts der primären Zutat bzw. der primären Zutaten eines Lebensmittels.

In Art 26 Abs 3 der LMIV (23) ist festgelegt, dass in den Fällen, in denen das Ursprungsland oder der Herkunftsort eines Lebensmittels angegeben ist und dieses/dieser nicht mit dem seiner primären Zutat identisch ist,

- a) auch das Ursprungsland oder der Herkunftsort der jeweiligen primären Zutat zu nennen ist oder
- b) anzugeben ist, dass die primäre Zutat aus einem anderen Ursprungsland oder Herkunftsort kommt als das Lebensmittel.

Art 26 Abs 3 der LMIV betrifft Fälle, für die die Angabe des Ursprungslands oder des Herkunftsorts gem. Art 26 Abs 2 lit a der LMIV verpflichtend ist oder freiwillig durch Angaben, wie Erklärungen, Begriffe, Piktogramme oder Symbole, erfolgt. (ErwGr 4 der DVO (28))

ErwGr 11 der DVO (28) unterstreicht, dass eine Angabe zu einer primären Zutat auf ein geografisches Gebiet Bezug nimmt, das für den Verbraucher leicht verständlich sein sollte. Die Verwendung von Phantasienamen für Regionen oder andere geografische Gebiete, die keine aussagekräftige Information darstellen oder den Verbraucher über den tatsächlichen Herkunftsort der primären Zutat irreführen könnten, sollte verboten werden.

Art 1, Abs 1 der DVO (28) regelt die Bedingungen für die Anwendung des Art 26 Abs 3 der LMIV bei den Angaben laut ErwGr 4.

Die DVO gilt nicht für (Art 1 Abs 2):

- geografische Angaben, die gem. der VO (EU) 1151/2012 (100) „EU-Qualitätsregime“, der VO (EU) 1308/2013 (45) „Gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse“, der VO (EG) 110/2008 (59) (EG-Spirituosen-VO) oder der VO (EU) 251/2014 (171) (EU-Wein-VO) oder gem. internationalen Übereinkünften rechtlich geschützt sind.
  - Dazu gehören z. B. die geschützten geographischen Angaben g.g.A. oder g.g.U.
- eingetragene Marken, wenn diese eine Ursprungsangabe darstellen, solange keine besonderen Vorschriften über die Anwendung von Art 26 Abs 3 der LMIV (23) auf derartige Angaben erlassen wurden.
  - Ein Beispiel dafür ist die Marke Manner, bestehend aus der Abbildung des Stephansdomes und dem Schriftzug „Wien“ oder die Marke „Wiener Zucker“.
  - Laut ErwGr 7, *können Marken Zeichen aller Art sein, insbesondere Wörter, einschließlich Personennamen, oder Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Farben, die Form oder Verpackung der Ware oder Klänge, soweit solche Zeichen geeignet sind, den Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens Unterscheidungskraft zu verleihen. Der Zweck von Marken besteht darin, dem Verbraucher die Identifizierung einer bestimmten Geschäftsquelle oder Handelsherkunft im Zusammenhang mit bestimmten Waren und/oder Dienstleistungen zu ermöglichen.*
  - Zu den geschützten Angaben und Marken wird es noch Sonderbestimmungen geben, die dafür sorgen werden, dass das Markenrecht oder der Antrag für ein g.g.U.-Produkt nicht als Umgehung der Kennzeichnungsverpflichtung verwendet wird (172).

Nicht in den Anwendungsbereich fallen auch geographische Begriffe, die in verkehrsüblichen Bezeichnungen und Gattungsbezeichnungen enthalten sind, sofern diese Begriffe den Ursprung wortwörtlich angeben, sie jedoch allgemein nicht als Angabe des

Ursprungslands oder Herkunftsorts des Lebensmittels verstanden werden (Art 1 Abs 1 (28)).

Laut LMIV (23) Art 2 Abs 2 lit o versteht man unter „verkehrsübliche Bezeichnung“, *eine Bezeichnung, die von den Verbrauchern in dem Mitgliedstaat, in dem das Lebensmittel verkauft wird, als Bezeichnung dieses Lebensmittels akzeptiert wird, ohne dass eine weitere Erläuterung notwendig wäre.*

Beispiele dafür sind „Salzburger Nockerln“, „Königsberger Klopse“, „Frankfurter Würstel“, „Züricher Geschnetzeltes“, „Wiener Schnitzel“, „Linzer Schnitte/Torte“, „Tilsiter“, „Krakauer“, „Neapolitaner“ oder „Gouda“. Diese Bezeichnungen beinhalten zwar eine geographische Angabe, aber stehen vielmehr für eine spezielle Rezeptur oder Machart eines Produktes (172).

Der Name, die Firma oder die Anschrift des Lebensmittelunternehmens gilt laut LMIV (23) Art 2 Abs 2 lit g nicht als Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts von Lebensmitteln, daher ist diese Angabe ebenfalls ausgenommen von der VO (173).

Das Identitätskennzeichen gem. EG-Hygiene-VO 853/2004 (78) ist auch ausgenommen, da dieses nicht als Angabe des Ursprungslands oder des Herkunftsorts gilt (DVO (EU) 2018/775 ErwGr 9 (28)).

Art 2 lit a (28) sieht mehrere Kennzeichnungsoptionen vor, wie das Ursprungsland oder der Herkunftsort einer primären Zutat anzugeben ist, das/der nicht mit dem angegebenen Ursprungsland oder Herkunftsort des Lebensmittels identisch ist. Eines der folgenden geografischen Gebiete kann angegeben werden:

i) „EU“, „Nicht-EU“ oder „EU und nicht-EU“;

ii) eine Region oder ein anderes geografisches Gebiet, die/das entweder in mehreren Mitgliedstaaten oder in Drittländern liegt, sofern sie/es völkerrechtlich als solche/s definiert oder für einen normal informierten Durchschnittsverbraucher verständlich ist;  
Beispiel: „Baltikum“

iii) bei Fisch ein FAO-Fischereigebiet oder ein Meeres- oder Süßwassergebiet, sofern es völkerrechtlich als solches definiert ist oder für einen normal informierten Durchschnittsverbraucher verständlich ist;

Beispiel: „Schwarzes Meer“

iv) ein Mitgliedsstaat (Mitgliedsstaaten) oder Drittland (Drittländer);

Beispiel: „Deutschland und Österreich“; nicht möglich wäre: „Österreich und Schweiz“, in dem Fall muss man auf die Angabe „EU und nicht-EU“ ausweichen.

v) eine Region oder ein anderes geografisches Gebiet in einem Mitgliedstaat oder Drittland, sofern sie/es für einen normal informierten Durchschnittsverbraucher verständlich ist;

Beispiele: „Tirol“, „Mühlviertel“, „Bayern“

vi) das Ursprungsland oder der Herkunftsort im Einklang mit besonderen Unionsvorschriften, die für die primäre(n) Zutat(en) als solche gelten;

z. B. für Rindfleisch, Hühnerfleisch oder Schweinefleisch

Die Angabe kann auch durch die Erklärung laut Art 2 lit b der DVO (28) erfolgen:

*„(Bezeichnung der primären Zutat) stammt/stammen nicht aus (Ursprungsland oder Herkunftsort des Lebensmittels)“ oder einem ähnlichen Wortlaut, der für den Verbraucher dieselbe Bedeutung haben sollte.*

Beispiel: „Deutsche Aprikosenknödel mit Aprikosen anderer Herkunft“

Art 3 regelt die Darstellungsform der Informationen gem. Art 2:

1. Angabe der Informationen zumindest in Mindestschriftgröße gem. Art 13 Abs 2 LMIV (23) (x-Höhe: 1,2 mm).

2. *In Fällen, in denen das Ursprungsland oder der Herkunftsort eines Lebensmittels mit Worten angegeben ist, müssen die Informationen gem. Art 2 im selben Sichtfeld erscheinen wie die Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts des Lebensmittels und die x-Höhe der Schriftgröße muss mindestens 75 % der x-Höhe der Angabe des Ursprungslands oder des Herkunftsorts des Lebensmittels betragen.*

3. *In Fällen, in denen das Ursprungsland oder der Herkunftsort des Lebensmittels nicht schriftlich angegeben ist, müssen die Informationen gem. Art 2 im selben Sichtfeld erscheinen wie die Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts des Lebensmittels.*

Im Falle, dass die Herkunft des Lebensmittels an mehreren Stellen auf der Verpackung angegeben ist, ist auch an mehreren Stellen die Herkunft der primären Zutat/en zu deklarieren. (174) (Punkt 5.2)

Lebensmittel, die vor dem 1. April 2020 in Verkehr gebracht oder gekennzeichnet wurden, können bis zur Erschöpfung der Bestände in Verkehr gebracht werden (Art 4 (28)).

Mit dieser Erweiterung der Herkunftskennzeichnung sollen strengere Vorschriften, vor allem bei stetig zunehmenden freiwilligen Herkunftsangaben, erreicht werden.

Freiwillige Hinweise auf die Herkunft eines Produktes, wie „Qualität aus Österreich“, „100 % aus Österreich“, „aus Österreich“, können als Herkunftsangabe verstanden werden, aber auch Bilder oder Symbole, wie die Abbildung der „rot-weiß-roten Fahne“, Wahrzeichen oder Wappen.

Für Konsumentinnen und Konsumenten soll einfacher nachvollziehbar werden, woher die Zutaten des jeweiligen Produktes stammen, und generell soll mehr Transparenz erreicht werden. So kann auch ein gewisser Schutz für „regionale“ Produkte erreicht werden. Bisher konnten sich Unternehmen, die z. B. ausschließlich österreichische Zutaten für ein Produkt heranziehen, nicht von anderen abheben, die z. B. mit „Qualität aus Österreich“ werben. Die Verbrauchererwartung kann nämlich bei beiden gleich sein, obwohl die Herkunft der Zutaten beim anderen Produkt nicht Österreich ist.

Wie schon Art 26 der LMIV (23), wurden auch deren Durchführungsbestimmungen über viele Jahre kontrovers diskutiert (175). Auch nach der Veröffentlichung der dazugehörigen DVO (EU) 2018/775 (28) wird weiterhin Kritik geäußert, denn ihre Umsetzung wirft in der Praxis erneut diverse Fragen auf (175). Der Begriff „Region“ aus Art 2 lit a (28) ist ebenfalls nicht definiert (175).

Rechtsunsicherheit besteht auch weiterhin in Zusammenhang mit „Made in“-Angaben (z. B. „Made in Italy“), die eine Deklaration der Herkunft der Primärzutat auslösen können, obwohl diese auf den zollrechtlichen Ursprung eines Lebensmittels hinweisen und

in einigen Ländern aufgrund nationaler Bestimmungen sogar verpflichtend anzubringen sind (z. B. Schweiz, Angabe des Produktionslandes) (175). Im Kapitel 3.8.2 wird das Thema nochmals anhand eines praktischen Beispiels aufgegriffen.

### **3.8.1 Kommentar zur DVO (EU) 2018/775**

Das Ziel einer einheitlichen europaweiten Umsetzung der DVO (28) ist noch weit entfernt. Da es eine europäische VO ist, besteht die Gefahr, dass es zu verschiedenen Auslegungen kommt und die Mitgliedsstaaten verschiedene Ansichten haben. Aktuell (Stand Ende Oktober 2019) gibt es in der EU verschiedene Interpretationsdokumente bzw. Auslegungsleitlinien zur DVO, die teilweise als Entwurf noch überarbeitet werden und noch nicht verabschiedet worden sind. Diese sollen die DVO ergänzen, offene Fragen und Unklarheiten beseitigen und die Umsetzung in die Praxis erleichtern. Beispiele dafür sind die Leitlinien des europäischen Lebensmittelverbandes FoodDrinkEurope zusammen mit EuroCommerce (173), Leitlinien der EK sowie ein Fragen-Antwort-Katalog der EK (174), der im November dieses Jahres verabschiedet werden soll. Dies sind nur Auslegungsdokumente, also rechtlich nicht verbindliche Dokumente. Die österreichische Codex-Unterkommission „Kennzeichnung, Aufmachung“ arbeitet beispielsweise auch an einem Fragenkatalog zur DVO. Dieser wird in Ergänzung zum Fragen-Antwort-Katalog bzw. FAQ ("Frequently Asked Questions") der EK auf der Homepage veröffentlicht (176).

Mit April 2020 gilt die DVO (28) unmittelbar in allen Mitgliedsstaaten. Der Zeitraum dazwischen ist sehr kurz. Alle Verpackungen, die im Umlauf sind, müssen innerhalb kürzester Zeit den neuen Bestimmungen angepasst werden. Alle Lebensmittel, die bis zum 31. März 2020 in Verkehr gebracht oder verpackt wurden (d. h. verpackt und etikettiert), können bis zur Erschöpfung der Bestände in Verkehr gebracht werden. Unternehmen stehen aufgrund dieser Tatsache vor vielen Herausforderungen, da noch viele Fragen offen sind und es an Rechtssicherheit mangelt.

U. a. stellt die Identifikation der primären Zutat bzw. der primären Zutaten eine Herausforderung dar. Die Definition in der LMIV (23) (Art 2 Abs 2 lit q) ist nicht klar. Daraus generieren sich verschiedene Interpretationen. Der Pluralbegriff von „primärer Zutat“

kommt in der DVO (28) vor (Art 2 lit b), da auch eine Lebensmittelklasse wie „Gemüsemischung“ eine primäre Zutat sein kann und miterfasst werden sollte.

Generell kann ein Lebensmittel mehrere primäre Zutaten haben. So kann ein Lebensmittel eine Zutat enthalten, die mehr als 50 % ausmacht und/oder eine Zutat bzw. Zutaten, die der Verbraucher mit der Bezeichnung in Verbindung bringt. Solche Zutaten sind alle mit einer Herkunftsangabe zu deklarieren (173).

Vorübergehend vom Anwendungsbereich der DVO ausgenommene Punkte, wie eingetragene Marken, die gem. der RL 2015/2436 (177) geschützt sind, sind das Ergebnis einer fehlenden Einigung der Mitgliedsstaaten. Bis dazu besondere Vorschriften vorliegen, wird voraussichtlich wieder sehr viel Zeit vergehen.

Bei Verkehrsbezeichnungen mit Herkunftsbezug, wie mit einem Ortsnamen, muss ebenfalls von Fall zu Fall entschieden werden, ob es sich um eine verkehrsübliche Bezeichnung oder Gattungsbezeichnung handelt, der Verbraucher diese Bezeichnung mit einer speziellen Rezeptur oder Machart in Verbindung bringt oder ob Irreführungsgefahr besteht, da keine dieser Punkte erfüllt sind. Wenn die gewisse Bindung zwischen dem Lebensmittel und dem geographischen Bezug gelöst ist und nicht mehr die konkrete Herkunft des Lebensmittels angegeben wird, sondern andere Punkte (z. B. eine spezielle Rezeptur) wesentlich sind, liegt kein Auslöser für die Anwendung der DVO vor. Wenn man das Produkt in anderen Mitgliedsstaaten auf den Markt bringt, ist darauf zu achten, dass auch auf den Verbraucher dort Rücksicht genommen wird. In diesem Fall kann es möglicherweise erforderlich sein, einen erklärenden Hinweis hinzuzufügen. Das Gleiche gilt, wenn in diesem Mitgliedsstaat die Gattungsbezeichnung für ein Lebensmittel nicht gilt - dann kann auch ein Hinweis angebracht werden, damit kein irreführender Eindruck über die Herkunft besteht. Ein Beispiel dafür sind Neapolitaner: Für Verbraucherinnen und Verbraucher aus dem deutschsprachigen Raum ist klar, dass die Waffeln nichts mit der italienischen Stadt Neapel zu tun haben. In einem anderen Land könnte ein Hinweis erforderlich sein, dass es sich dabei um eine spezielle Waffelspezialität handelt. Generell ist nach allgemeinem Irreführungsschutz zu beurteilen und auf die Verbrauchererwartung im jeweiligen Gebiet einzugehen, wo das Produkt in

Verkehr gebracht wird. Wenn man eine Angabe mit geographischem Hintergrund in die Kennzeichnung integriert, wird automatisch ein Bezug erstellt und ein geographischer Anknüpfungspunkt muss vorhanden sein, der vielfältig sein kann. Ein Bezug zu dem erwähnten Ort sollte vorhanden sein, wie ein traditionelles Rezept, die Herstellung im erwähnten Ort oder die Herkunft der Rohstoffe aus diesem Ort.

Entscheidend ist, dass die Angabe der Herkunft einer einzelnen Zutat oder einzelner Zutaten nicht Auslöser für die Anwendung der DVO ist. Ein Beispiel dafür wäre: „Spargelsuppe mit spanischem Spargel“: Die Herkunft der Zutat (Spargel) ist angegeben, aber nicht die des gesamten Lebensmittels. Es sollte vermieden werden, dass der Eindruck entsteht, dass die Herkunftsangabe sich auf das gesamte Lebensmittel bezieht und nicht nur auf einzelne Zutaten. Daher ist generell die Gesamtaufmachung des Lebensmittels wichtig (173).

Bei einem Produkt mit einer zusammengesetzten Zutat, wie ein Keks mit Nougatcremefüllung, bei der die Füllung zu „quiden“ ist, kann die Füllung eine primäre Zutat sein. Die Frage ist, ob bei der Füllung anzugeben ist, woher diese stammt oder woher die dafür verwendeten Zutaten kommen, z. B. die Haselnüsse für das Nougat, die Schokolade oder sogar die Kakaobutter. Unklar ist, wo der Ansatzpunkt liegt und die Herkunft welcher Zutaten anzugeben ist. Wenn bei diesem Produkt Mehl mehr als 50 % des Lebensmittels ausmacht, muss möglicherweise das Mehl auch als primäre Zutat angegeben werden.

Es könnte auch sein, dass das Produkt keine primäre Zutat hat, wenn der Verbraucher mit der Bezeichnung des Lebensmittels keine bestimmte Zutat assoziiert und keine Zutat mehr als 50 % des Lebensmittels ausmacht. Dies kann vor allem bei verarbeiteten Produkten der Fall sein.

Ein Beispiel dafür könnte ein Müsli sein, bei dem keine Zutat besonders hervorgehoben wird. Wenn keiner der Inhaltsstoffe mehr als 50 % ausmacht und es nicht eine Zutat gibt, die vom Verbraucher mit dem Namen dieses Produktes in Verbindung gebracht wird, kann keine primäre Zutat definiert werden (173).

Zutaten, die zwingend zu „quiden“ sind, sind in den meisten Fällen als eine primäre Zutat anzusehen. Die quantitative bzw. mengenmäßige Angabe der Zutaten (QUID - Quantitative Ingredients Declaration (178)) ist in der LMIV (23) geregelt (Art 22 in Verbindung mit Anh VIII). Für Zutaten, bei denen eine freiwillige mengenmäßige Angabe erfolgt, gilt dies aber nicht automatisch. Ein Weg ist der, sich an der Zutatenliste zu orientieren. Wenn Mehl als Zutat angegeben ist, liegt nahe, dass die Herkunft des Mehles angegeben werden sollte und nicht die des Weizens. Rechtssicherheit besteht da aber noch nicht.

Die Angabe des Ursprungslandes der primären Zutat knüpft am Zollrecht an und dort ist der letzte wesentliche und wirtschaftlich gerechtfertigte Be- oder Verarbeitungsschritt entscheidend (VO (EWG) 2913/92 Art 24 (24)). So sind der Ort des Vermahlens des Getreides zu Mehl und jener der Herstellung der Füllung entscheidend. Es herrscht eine Diskrepanz zwischen Verbrauchererwartung und Zollrecht mit der Definition des Ursprungslandes.

Bei Schokolade beispielsweise stellt sich auch die Frage, ob die Herkunft zollrechtlich angegeben werden soll oder die Herkunft der Kakaobutter oder des Kakaos, die möglicherweise von höherem Verbraucherinteresse ist.

Bei Abbildungen mit Herkunftsbezug, wie Wahrzeichen, Bauwerken oder Landschaften, ist ebenfalls eine Beurteilung von Fall zu Fall notwendig, ob diese Auslöser der Deklarationsverpflichtung sind. Es macht einen Unterschied, ob eine Berglandschaft deutlich erkennbar und auch zuordenbar ist oder ob es sich nur um ein beliebiges Bergszenario handelt. Es ist eine Gesamtbetrachtung der Aufmachung erforderlich.

Auch wenn eingetragene Marken ausgenommen sind, muss man beachten, dass diese Teil der Gesamtaufmachung sind. Wenn die Marke dazu beiträgt, dass die Aufmachung des Produktes dem Verbraucher eine bestimmte Herkunft suggeriert, muss möglicherweise die DVO angewendet werden.

Das Gleiche gilt für geschützte Herkunftsbezeichnungen, die ebenfalls ausgenommen sind. Zusätzliche Herkunftsangaben, wie auf einem Etikett von Steirischem Kürbiskernöl g.g.A., könnten auch die Anwendung der DVO auslösen.

Letztlich sind es auch Gerichtsentscheidungen, die Klarheit liefern. Man bewegt sich oft in einem grauen Bereich, es wird viele Diskussionen und auch viel Kritik von der Seite des Verbraucherschutzes geben.

### 3.8.2 Kennzeichnungsbeispiele

- Erdbeerkonfitüre: Deutschland-Fahne oder Hinweis für Herkunft aus Deutschland; Erdbeeren stammen nicht aus Deutschland.
  - Erdbeeren gelten als primäre Zutat, da eine mengenmäßige Angabe erforderlich ist und/oder der Verbraucher bei diesem Lebensmittel damit die Erdbeeren als Zutat in Verbindung bringt.
  - „Erdbeerkonfitüre mit Erdbeeren aus Ostmitteleuropa“
- Apfelsaft: Angabe „Produkt aus Österreich“ oder „Hergestellt in Österreich“; Äpfel aus der Schweiz und aus Deutschland.
  - Laut Fragen-Antwort-Katalog der EK (Punkt 2.4.1) (174) werden Aussagen, wie "made in", "produced in", wie auch "product of", von Verbrauchern in der Regel als Herkunftsangabe verstanden und können sich nicht nur auf das Ursprungsland der Ware (letzte Verarbeitung), sondern auch auf die Herkunft der Rohstoffe beziehen.
  - „Apfelsaft mit Äpfeln aus EU und Nicht-EU“
- Hühnerfilets: Angabe „Qualität aus Deutschland“
  - Es erfolgt die Kennzeichnung für Geflügelfleisch laut DVO (EU) 1337/2013 (27), z. B. „Hühnerfilets: aufgezogen in: Ungarn, geschlachtet in: Österreich“, aufgrund geltender Unionsvorschriften.
- „Steirisches Erdbeerjoghurt“: Erdbeeren aus Österreich und Milch aus Südtirol.
  - „Steirisches Erdbeerjoghurt mit Erdbeeren aus Österreich und Milch aus Südtirol“
- „Steirisches Erdbeerjoghurt“: Erdbeeren aus der Steiermark und Milch aus Südtirol.
  - „Steirisches Erdbeerjoghurt mit Milch aus Südtirol“
- „Apfelmus mit Mango“: Abbildung des Umrisses Österreichs, der farblich wie die österreichische Fahne dargestellt ist, samt Angabe: „100 % Äpfel aus Österreich“. Hinten Angabe: „Äpfel zu 100 % aus Österreich und „hergestellt in Österreich“.

- Vorne ist nur die Herkunft einer Zutat und nicht des ganzen Lebensmittels angegeben.
- Wäre der Hinweis allgemein, z. B. österreichische Fahne bezieht sich nicht klar nur auf die Äpfel und beim Verbraucher könnte der Eindruck entstehen, dass das ganze Lebensmittel aus Österreich stammt, müsste man klarerweise auch die Herkunft der Mango angeben, da diese nicht aus Österreich ist.
- Die Angabe: „hergestellt in...“ gilt laut EK streng genommen auch als Herkunftsangabe, auch wenn die Angabe auf der Rückseite steht, daher müsste man auf der Rückseite die Herkunft der Mango angeben.
- In dem Fall kann Mango neben Äpfeln als primäre Zutat angesehen werden, da der Verbraucher die Zutaten mit der Bezeichnung des Lebensmittels assoziiert und/oder eine mengenmäßige Angabe erforderlich ist.
- „Leberaufstrich“: Angabe „made in Austria“; Fleisch stammt aus drei verschiedenen Drittländern.
  - In dem Fall handelt es sich um verarbeitetes Fleisch, daher ist die Angabe von Herkunftsinformation nicht obligatorisch vorgesehen, wie auch z. B. bei Rindsgulasch.
  - „Leberaufstrich mit Fleisch aus Nicht-EU“ oder
  - „Leberaufstrich - Fleisch stammt nicht aus Österreich“ oder
  - „Leberaufstrich - mit Fleisch aus der Schweiz, der Ukraine und aus Albanien“.
- „Donuts mit niederländischer Schokolade“
  - Nur die Herkunft der Zutat Schokolade ist angegeben, daher wird nicht die Pflicht zur Angabe der Herkunft der primären Zutat ausgelöst.
- „Bio-Spaghetti“, EU-Bio-Logo mit „AT-BIO-123“ und „Österreich-Landwirtschaft“
  - Pflichtangaben resultierend aus der Bio-VO (60) lösen nicht die Angabe der Herkunft der primären Zutat/en aus (173).
- „Joghurt griechischer Art“, mit rot-weiß-rottem AMA-GS
  - Das AMA-GS ist als „Gemeinschaftsmarke“, die mehreren Unternehmen zur Verfügung steht, nicht aus der DVO ausgenommen.

- Bei einem Naturjoghurt muss die Milch aus Österreich sein, damit die Bedingungen für das AMA-GS erfüllt sind, daher muss die Herkunft der Milch nicht angegeben werden.
- Sind bei einem Erdbeerjoghurt die Erdbeeren nicht aus Österreich, muss die Herkunft der Erdbeeren angegeben werden, da durch das GS eine Herkunftsangabe erfolgt, die Herkunft der Erdbeeren mit dieser aber nicht ident ist.
- „Pizzakräuter“: Abbildung der Österreich-Fahne; die Herkunft kann sich saisonbedingt ändern.
  - Angabe aller Herkünfte, obwohl, wenn man angibt, dass die Kräuter aus Spanien, Deutschland und Italien kommen, die Kräuter immer aus allen drei Ländern kommen sollten, bisher wurde dieser Punkt aber nicht genauer geregelt.

### **3.8.3 Herausforderungen in der Praxis: Süßwarenhersteller**

**Bei einem Interview am 20. August 2019 mit zwei Mitarbeiterinnen aus der Abteilung Food Quality & Regulatory Affairs eines international erfolgreich etablierten Süßwarenherstellers, der in der EU angesiedelt ist (Anonym), wurde auf Herausforderungen der Umsetzung der DVO (28) eingegangen.**

Das Thema der Herkunftskennzeichnung ist insbesondere durch die DVO (EU) 2018/775 (28), betreffend die Vorschriften für die Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts der primären Zutat eines Lebensmittels, topaktuell, aber mit einigen Herausforderungen verknüpft.

Seit der LMIV (23) ist diese DVO auf EU-Ebene die größte Veränderung, die die Herkunftskennzeichnung betrifft. Die DVO ist für das Unternehmen noch teilweise unklar und viele Fragen sind offen. Die VO betrifft das Unternehmen, weil die Produkte mit einem Herkunftsbezug beworben werden, der sich auf den Herstellungsort bezieht, aber die Rohstoffe bzw. Zutaten unterschiedlichster Herkunft sind. Viele Inhalte aus der VO müssen noch genauer analysiert und interpretiert werden und es muss ein Weg gefunden werden, wie man diese Inhalte in die Praxis umsetzt. Die Definition der „primären Zutat“ ist eine wesentliche Herausforderung. Die Leitlinie der EK liefert bereits einige Antworten auf offene Fragen, ist aber nur ein Entwurf. Man erhofft sich, dass

der Fragen-Antwort-Katalog, der bald veröffentlicht werden soll, Unklarheiten aus dem Weg schaffe. Bei zusammengesetzten Zutaten, wie Schokolade, stellt sich die Frage, ob die Herkunft des Kakaos, der Kakaomasse oder der fertigen Schokolade angegeben werden muss oder der Ort, wo der letzte Verarbeitungsschritt stattgefunden hat. Soll bei einem Keks mit Nusscreme die Herkunft der wertgebenden Zutat, wie der Haselnüsse oder/und des Weizens oder Weizenmehls angegeben werden? Das sind nur einige Beispiele ungeklärter Fragen.

Unrealistisch ist auch die Wiederholung der Herkunftsangabe der primären Zutat, wenn auf dem Produkt an verschiedenen Stellen Herkunftsangaben gemacht werden. Das Unternehmen betreibt natürlich auch Benchmarking, um zu beobachten, wie andere Unternehmen bestimmte Fragestellungen angehen. Zum Zeitpunkt des Interviews im August 2019 wurden im Handel noch keine Etiketten mit Angaben zur primären Zutat gesichtet, obwohl nicht mehr viel Zeit bis April 2020 bleibt.

Das Unternehmen bedient sich verschiedener Infodienste, nimmt Beratungen durch externe Personen in Anspruch, wie Consulter oder Juristen, und bietet den Mitarbeitern die Möglichkeit, an externen Weiterbildungen teilzunehmen.

Zurzeit liegen noch keine fertigen Etiketten mit der Angabe der primären Zutat auf. Die Verpackungen befinden sich aktuell in einer intensiven Prüfungsphase und man wird sich für eine Variante entscheiden müssen. Bei komplexen Produkten, bei denen viele Zutaten im Spiel sind, ist die Umgestaltung einer Etikette kompliziert und beansprucht viel Arbeit und Zeit. Die Zutaten sind nicht immer von gleicher Herkunft, da das Unternehmen verschiedene Lieferanten hat.

Schrittweise werden alle Produkte und eventuelle Herkunftsbezüge, z. B. in der Bezeichnung überprüft und das korrekte Vorgehen wird festgelegt.

Da das Unternehmen europaweit, aber auch außerhalb Europas seine Produkte vertreibt, sind eventuelle nationale Regelungen zu beachten. Grundsätzlich kann die LMIV als starke Harmonisierung im LM-Recht angesehen werden, aber national können in den verschiedenen Ländern bestimmte Inhalte anders geregelt sein.

Beim Export in Länder außerhalb der EU muss stets das Lebensmittelrecht vor Ort berücksichtigt werden. In den USA beispielsweise ist das Lebensmittelrecht relativ detailliert geregelt. Weiters ist die Kennzeichnung in der jeweiligen Landessprache nicht immer einfach. Das Unternehmen verfügt über hauseigene Systeme und Datenbanken, die die Kennzeichnung in verschiedenen Sprachen erleichtern. Bei neuen Produkten, bei denen es noch keinen hinterlegten „Wortschatz“ gibt, sind die Vorgehensweisen unterschiedlich, um eine korrekte Kennzeichnung vornehmen zu können.

Es bleibt spannend, wie das Unternehmen und andere Hersteller die Inhalte aus der VO interpretieren und in die Praxis umsetzen. Vieles wird sich erst im Rahmen der Umsetzung der Kennzeichnung herauskristallisieren.

### **3.8.4 Herausforderungen in der Praxis: Milchverarbeitung**

**Ein Interview mit zwei Mitarbeitern aus der Marketingabteilung und aus dem Qualitätsmanagement (179) der Genossenschaft Brimi (180) (MILCHHOF BRIXEN GEN. U. LANDW. GES. - SÜDTIROL) am 24. Oktober 2019 diente vor allem dazu, zu sehen, wie in der Praxis mit der neuen DVO (EU) 2018/775 (28) umgegangen wird.**

Prinzipiell gab es vor einigen Jahren in Gröden noch die Molkerei bzw. Käserei „Gherdëina Lat“. „Gherdëina“ ist das ladinische Wort für die Ortschaft Gröden. Der Betrieb musste aber aus diversen Gründen geschlossen werden. Seitdem liefern viele Bauern die Milch, die sie früher an die Grödner Molkerei geliefert haben, an die Brimi.

Seit Auflösung der Molkerei ist „GherdëinaLat“ eine Marke der Brimi. Das Produkt „GherdëinaLat“ (Frischmilch) wurde unter dieser Marke ins Sortiment aufgenommen, was eine bewusste Entscheidung war. Die Verbindung bzw. Verknüpfung zwischen Tradition des Grödner Tales, Gastronomie und Herkunftsgedanke sollte so gestärkt werden. Vor allem der Endkonsument sollte davon profitieren. Unter dieser Marke sollte sich auch für den Tourismus ein Mehrwert ergeben.

Mit der DVO (EU) 2018/775 (28), betreffend die Vorschriften für die Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts der primären Zutat eines Lebensmittels, kann die Marke weiterhin verwendet werden, da es sich um eine eingetragene Marke handelt

und die Milch ausschließlich in Gröden und in seltenen Fällen in Gebieten rund um das Tal verkauft wird. Die Milch kommt aber aus dem ganzen Eisacktal in Südtirol und nicht nur aus Gröden. Konsumentinnen und Konsumenten, die nicht aus Gröden sind, könnten glauben, dass die Milch ausschließlich aus Gröden kommt, wenn sie nur die Vorderseite der Verpackung anschauen, obwohl die Herkunft Südtirol ist. Irreführung soll aber seitens der Genossenschaft vermieden werden. Auf der Rückseite ist die Herkunft der Milch (Südtirol) angegeben und ersichtlich, dass die Milch von der Brimi verarbeitet und abgefüllt wird. Daher muss die Verpackung nicht an die DVO angepasst werden.

Butter trägt die Marke „SCHABSER/SCIAVES“; dies ist auch eine Marke der Brimi und hat heute nichts mehr mit dem Ort Schabs gemeinsam. Bereits in den 20er-Jahren wurde in der kleinen Sennereigenossenschaft Schabs und in der Sennerei Brixen die Milch veredelt und verkauft. 1969 erfolgte der Zusammenschluss der beiden Sennereien aus Südtirol und die Gründung des Brimi-Milchhofes Brixen (181).

Die Angabe „Eisacktaler“, z. B. auf der Vorderseite der Frischmilch, ist auch nicht Auslöser der verpflichtenden Angabe der Herkunft der primären Zutat im selben Sichtfeld, da die gesamte Milch tatsächlich aus dem Eisacktal kommt.

Auch die Begriffe „Bergbauernbutter“, „Bergbauernmilch“ oder „Bergbauernhof“ dürfen rechtlich gesehen verwendet werden, da Südtirol generell als Bergregion gilt und die Auflagen verschiedener Rechtsquellen erfüllt werden. Beispiele dafür sind: die VO (EU) 1151/2012 (100) mit Bestimmungen zu „Bergerzeugnis“ (Art 31), die Delegierte VO (EU) 665/2014 (123) zur Ergänzung der VO (EU) 1151/2012 hinsichtlich der Bedingungen für die Verwendung der fakultativen Qualitätsangabe „Bergerzeugnis“, das Dekret von MIPAAFT n. 57167 (182) vom 26. Juli 2017 und die Leitlinien von MIPAAFT vom 20. Juli 2018 (183).

Das wohl wichtigste Standbein des Betriebes ist die Mozzarellaherstellung. Über die Vermarktung als Mozzarella g.t.S. wurde intern diskutiert, jedoch erfüllt die hausgene Rezeptur nicht die Anforderungen an die Spezifikation von jener mit g.t.S.

Bei einigen Produkten ist noch keine definitive Entscheidung bezüglich einer eventuellen Anpassung an die DVO gefallen. Generell hat die Genossenschaft nicht so viele Produkte im Sortiment wie andere Molkereien/Sennereien, die möglicherweise in die DVO fallen. Unklar ist noch, ob Berglandschaften, auch wenn es sich nur um einen beliebigen Bergumriss handelt, Auslöser sind. Hier ist eine Gesamtbetrachtung der Aufmachung erforderlich und wenn Irreführungsgefahr besteht, muss die Kennzeichnung angepasst werden.

### **3.8.5 Fazit**

Aktuell wird auf EU-Ebene noch heftig diskutiert, was diese DVO (28) anbelangt und eine definitive rechtliche Beurteilung verschiedener Fragestellungen ist noch nicht möglich. Mehr Klarheit werden der Fragen-Antwort-Katalog der EK bringen oder erste Gerichtsurteile. Zum jetzigen Zeitpunkt kann man noch keine Etiketten im Handel mit Anpassung an die DVO finden, daher können Unternehmen nicht voneinander profitieren bzw. sich daran orientieren, wie andere kennzeichnen.

Der Kennzeichnungsaufwand ist je nach Produkt unterschiedlich. Für stark verarbeitete Produkte mit vielen Zutaten ist er besonders hoch. Bei der Kennzeichnung in mehreren Sprachen ist das Platzproblem ein wichtiger Punkt. Aufwand, Kostenfaktor und Umweltaspekt einer Verpackung in mehreren Sprachen und Ausführungen müssen auch bedacht werden.

Für den Online-Handel sowie Werbung und Aufmachung jeglicher Art gilt diese VO ebenfalls, da sie eine DVO der LMIV ist.

Ein strategischer Schritt, der mit relativ wenig Aufwand verbunden ist, ist das Entfernen freiwilliger Herkunftsangaben, wie Länderfahnen, entlokalisierete Hinweise, wie „Hergestellt in...“, „Qualität aus...“ usw. und generell der Verzicht von Herkunftsangaben, wenn die angegebene Herkunft nicht mit der Herkunft der primären Zutat/en übereinstimmt.

Der Druck seitens des Handels ist aber groß, der vielleicht ein Produkt nur nimmt, wenn z. B. „aus Österreich“ draufsteht.

Für Unternehmen gilt es, immer die gleiche Produktqualität zu liefern, um die Verbrauchererwartung zu erfüllen. Es geht darum, dass die Qualität stimmt, die Rohstoffe verfügbar sind und die Produktion läuft; woher diese kommen spielt in manchen Fällen eine untergeordnete Rolle. Wenn „100 % Österreich“ draufsteht, aber die Ernte ausfällt, dann hat das Unternehmen ein Problem. 100 % aus Österreich kann fast kein Unternehmen garantieren. Daher scheint es schlüssig, auf solche Angaben zu verzichten oder über verlässliche Warenwirtschaftssysteme zu verfügen, um gegebenenfalls rechtzeitig auf andere Bezugsquellen oder Lieferanten auszuweichen.

Die Umsetzung dieser DVO stellt die Unternehmen vor zahlreiche Herausforderungen. Wie sich die Situation entwickeln wird, bleibt spannend.

Ebenso spannend ist die Frage, ob es bezüglich der eingetragenen Marken in Zukunft Regelungen geben wird. Im Lebensmittelbereich tragen sehr viele Marken eine Herkunftsangabe in sich, zudem besteht die Gefahr, dass durch die DVO (EU) 2018/775 zunehmend Marken registriert werden.

Beim italienischen Patent- und Markenamt UIBM (Ufficio Italiano Brevetti e Marchi) findet man beispielsweise die registrierte Marke „valgardena“ der Firma Val Gardena s.n.c.. Bei der Firma handelt es sich um einen Großverteiler von Milch und Milchprodukten. Die Marke „valgardena“ ist also geschützt, eine eingetragene Marke. Die Frage ist, ob bei Joghurt der Marke „valgardena“ Konsumentinnen und Konsumenten damit die Ortschaft Val Gardena (Gröden) in Südtirol verbinden. Vor allem italienische Konsumentinnen und Konsumenten verbinden mit diesem Namen Tourismus, Berge, aber auch Landwirtschaft. Die Frage ist, ob man sich den guten Ruf Südtirols zunutze macht. Rechtlich ist aktuell nichts einzuwenden (184, 185).

## **3.9 Zukünftige Perspektiven: Ausweitung der Herkunftskennzeichnung in Österreich**

### **3.9.1 Frankreich und Italien als Vorbild**

Auf nationaler Ebene besteht in einigen Staaten bereits eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung für bestimmte Lebensmittel, wie in Italien bei Milch und Milch als Zutat. So muss beispielsweise das Ursprungsgebiet der Milch bei Frischmilch angegeben werden (Ort des Melkvorganges) oder bei Joghurt die Herkunft der Milch. Das Dekret des Landwirtschaftsministeriums vom 9. Dezember 2016 bleibt vom 19. April 2017 bis zum 31. März 2019 in Kraft (186). Mit einem Dekret (187) wurde die Pflichtkennzeichnung bis zum 31. März 2020 verlängert. Italien wird bis dahin diese „experimentellen“ Vorschriften anwenden (188).

Seit 1. Jänner 2017 gilt in Frankreich eine nationale Regelung, nach der die Angabe der Herkunft von Milch, Milch als Zutat und Fleisch als Zutat in vorverpackten, verarbeiteten Lebensmitteln verpflichtend ist (zunächst für einen Zeitraum von zwei Jahren) (189).

Bereits ab einem Fleischanteil (Rind-, Schweine-, Schaf-, Ziegen-, und Geflügelfleisch) von 8 % müssen Hersteller das Land der Geburt, Land der Aufzucht sowie das Land der Schlachtung angeben. Stammt 100 % des Fleischanteils aus Frankreich, reicht die Kennzeichnung „Produkt aus Frankreich“ (190, 191).

Betroffen ist Milch sowie Milch, die als Zutat in Verarbeitungserzeugnissen mit mehr als 50 % Anteil in einem der im dazugehörigen Dekret (190) genannten Milchprodukte verwendet wird. Betroffen sind nur in Frankreich hergestellte Erzeugnisse (191). Auch in Frankreich wurde das „Pilotprojekt“ verlängert und es wird die DVO (EU) 2018/775 abgewartet (192).

### 3.9.2 Politischer Exkurs: Österreich seit 2017

Das Regierungsprogramm der vormaligen Regierung in Österreich (2017–2019) sah eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung von Lebensmitteln für Fleischprodukte, Milch, Eiprodukte, verarbeitete Produkte und Milchprodukte nach dem Vorbild Frankreichs vor (193).

Man erwarte sich von einer Ausweitung der verpflichtenden Herkunftskennzeichnung eine höhere Wertschöpfung für die in Österreich ansässigen Landwirte, hieß es seitens des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus (BMNT) (Stand Jänner 2019) (194).

Von Seiten des Bauernbundes heißt es, dass die eindeutige Deklaration österreichischer, bäuerlicher Produkte eine „Überlebensfrage“ für die österreichischen Landwirte darstelle. Voraussetzung für eine bessere Herkunftskennzeichnung sei die Sicherstellung einer ausreichenden Versorgung mit heimischen Rohstoffen. Der Bauernbund spricht sich für eine einheitliche Herkunftskennzeichnung, nicht nur auf nationaler Ebene, sondern auch auf EU-Ebene aus. Mehr als Einzelinitiativen in den EU-Mitgliedsstaaten, wie etwa in Frankreich und Italien, wären notwendig (Stand Jänner 2019) (194).

Das Ziel für 2019 war es laut BMNT eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung zum einen für verarbeitete Produkte und zum anderen in der Gemeinschaftsverpflegung durchzusetzen. Gemeinsam mit dem Gesundheitsministerium, der Landwirtschaftskammer sowie Vertreterinnen und Vertretern der Wirtschaft sollte ein machbares System erarbeitet werden. Eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung stelle eine wichtige Chance für die bäuerlichen Familienbetriebe dar und trage dazu bei, den Wert österreichischer Lebensmittel weiter zu steigern (Stand März 2019) (195).

Die Umsetzung sei laut BMNT gar nicht so einfach, da die EU eine „relativ umfangreiche Folgenabschätzung“ und Daten verlange, dass im eigenen Land die Zustimmung für eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung für verarbeitete Produkte groß sei (196).

### 3.9.3 Standpunkte der Interessenvertreter

Im Artikel „Fakten zur Herkunftskennzeichnung: Warum die heimische Lebensmittelindustrie eine verpflichtende nationale Herkunftskennzeichnung ablehnt“, vom Jänner 2019 (197), geht es um die von der österreichischen Bundesregierung geplante nationale verpflichtende Herkunftsangabe nach dem Vorbild Frankreichs. So könnte der EU-Binnenmarkt gestärkt werden und inländische Produzenten könnten vor ausländischer Konkurrenz geschützt werden.

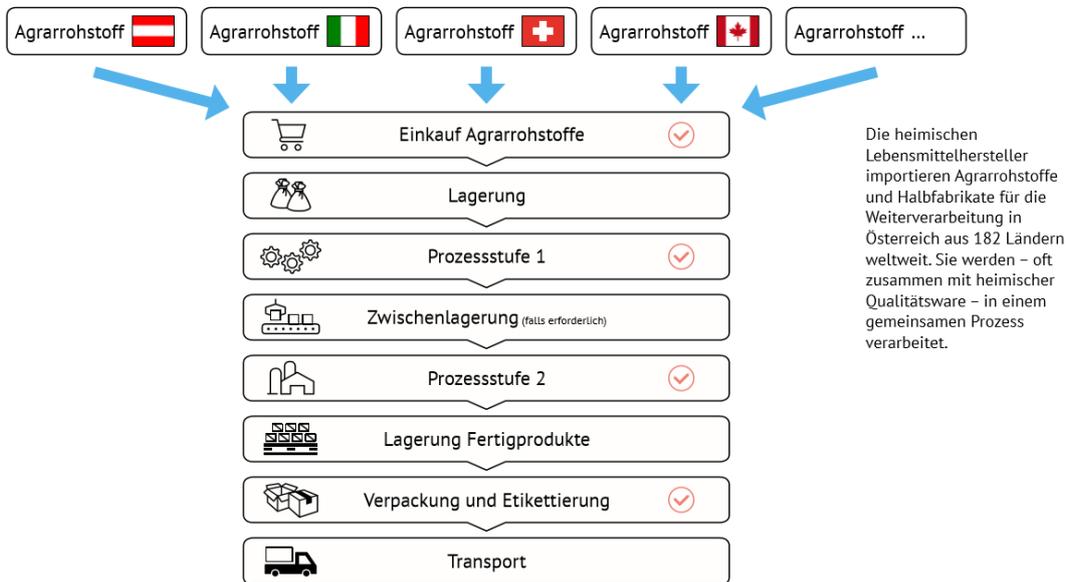
Die österreichische Lebensmittelindustrie lehnt jedoch jeden Vorstoß ab, der über das geltende EU-Recht hinausgeht. Standpunkte des **Fachverbandes der Lebensmittelindustrie**:

- ein nationaler Alleingang Österreichs für Zwangsangaben über die Herkunft auf dem Etikett verpackter Produkte geht über das EU-Recht hinaus und verursacht als „Gold Plating“ eine besondere Hürde für die heimischen Hersteller und Exporteure auf den hochkompetitiven europäischen und internationalen Märkten;
- Wettbewerbsnachteil/„Inländerdiskriminierung“: alle in Österreich produzierenden Unternehmen würden betroffen sein, nicht aber die ausländischen Mitbewerber;
- keine Lösung der Einkommensfrage der heimischen Landwirte und des Strukturwandels in der Landwirtschaft;
- Kostendruck für die heimische Lebensmittelindustrie;
- heimischer Agrar-Exportserfolg in Gefahr, da „heimische“ Betriebe das Zugpferd sind - Nachteile für (Export-) Standort;
- nur einheitliche Vorgaben auf EU-Ebene verhindern Wettbewerbsnachteile für die heimische Lebensmittelindustrie und schaffen gleiche Regeln für sämtliche Marktteilnehmer;
- bereits umfassende Regelung der Herkunftskennzeichnung für definierte Lebensmittel, zudem DVO (EU) 2018/775 (28) und verpflichtende Herkunftsdeklaration bei Irreführung nach LMIV;
- flächendeckende Versorgung mit ausschließlich heimischen Rohstoffen ist nicht möglich: - Export ist stark - SVG ist zu gering;

- Import von nicht in ausreichender Menge vorhandener oder in Österreich nicht verfügbaren Lebensmittel/n, Rohstoffen, Halbfabrikaten, um gleichbleibende Qualität gewährleisten zu können;
- viele Einflüsse: Saison, Umwelteinflüsse (Wetter, Missernten usw.), Mengen, Qualität, Marktbedingungen;
- Lieferantenwechsel - Flexibilität;
- Administrationsaufwand, Zunahme der Bürokratie - Komplexität - hohe Kosten
  - Etikettierungsaufwand
  - Trennung der Rohware nach verschiedenen Herkünften in der gesamten Produktionskette
  - aufwändige Produktions- und Logistikprozesse - getrennte Lagerung, Weiterverarbeitung, Verpackung - Anpassung der Produktionsverfahren - Änderung der Produktionsabläufe - Änderungen von Verpackungen - Änderungen von Rückverfolgbarkeitssystemen
    - Mehraufwand ⇒ Erhöhung des Produktionspreises
  - bei Herkunftsänderung Anpassung der Verpackung in allen Sprachen für den Inlandsmarkt und sämtliche Exportmärkte, Strafen bei Nichtbeachtung
  - Preissensibilität: Einfluss auf Kaufentscheidung und Einkaufspolitik des Einzelhandels
    - Dass die Bereitschaft der Konsumentinnen und Konsumenten, für Herkunftsinformationen mehr zu zahlen, generell gering ist, zeigten zuletzt die Berichte der EK (Fleisch als Zutat (30), unverarbeitete Lebensmittel, Erzeugnisse aus einer Zutat und Zutaten, die über 50 % eines Lebensmittels ausmachen (198), Milch, Milch als Zutat in Milchprodukten, andere Fleischsorten (29));

Die Abbildungen 45–47 zeigen die Verarbeitungsprozesse ohne und mit Berücksichtigung einer etwaigen Ausweitung der Herkunftskennzeichnung.

## Vom Agrarrohstoff zum verzehrfertigen Lebensmittel So läuft der Verarbeitungsprozess heute

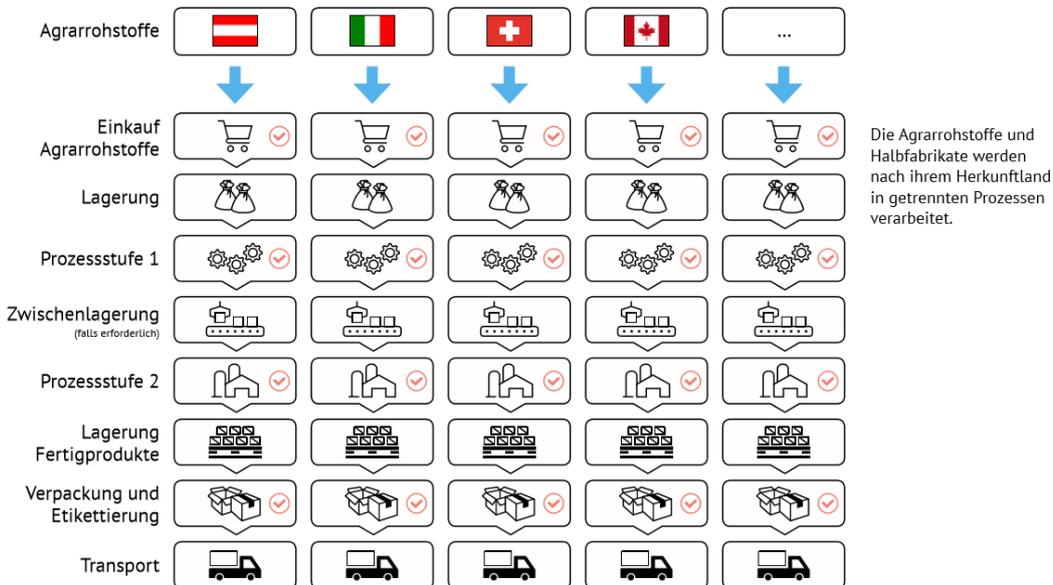


☑ Zusätzlicher Kontrollpunkt für Herkunftssicherung.

Österreich  
**isst informiert**  
Eine Initiative der Lebensmittelindustrie

Abbildung 45: gemeinsamer Prozess der Agrarrohstoffe und zusätzliche Kontrollpunkte für die Herkunftssicherung (199)

## Vom Agrarrohstoff zum verzehrfertigen Lebensmittel Verarbeitungsprozess getrennt nach Herkunftsländern

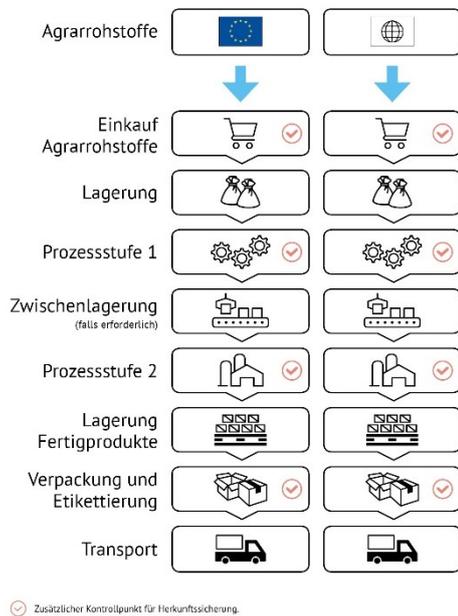


☑ Zusätzlicher Kontrollpunkt für Herkunftssicherung.

Österreich  
**isst informiert**  
Eine Initiative der Lebensmittelindustrie

Abbildung 46: Verarbeitungsprozess getrennt nach Herkunftsländern und zusätzliche Kontrollpunkte für die Herkunftssicherung (200)

Vom Agrarrohstoff zum verzehrfertigen Lebensmittel  
**Verarbeitungsprozess getrennt nach Herkunft EU/Nicht-EU**



Die Agrarrohstoffe und Halbfabrikate werden nach ihrer Herkunft aus EU-Ländern und Nicht-EU-Ländern in getrennten Prozessen verarbeitet.



Abbildung 47: Verarbeitungsprozess getrennt nach Herkunft EU/Nicht-EU (201)

Die österreichische Lebensmittelindustrie setzt vielmehr auf eine zusätzliche freiwillige Herkunftskennzeichnung, etwa über firmeneigene Markenprogramme wie „Regionalitäts-Initiativen“ und unterstützt den Ausbau etablierter freiwilliger Herkunftssysteme wie das AMA-GS und den Ausbau des EU-Modells der geschützten Bezeichnungen „g.U.“, „g.g.A.“ und „g.t.S.“, da heimische Agrarerzeugnisse und Lebensmittel ihre Güte und Eigenschaften ihrer geografischen Herkunft verdanken. Hier hat Österreich noch Aufholbedarf, da die Anzahl an Produkten, die unter Herkunftsschutz stehen, im Vergleich zu Italien oder Frankreich beispielsweise gering ist.

In Österreich gibt es gut funktionierende, freiwillige, staatlich anerkannte Qualitätssysteme, wie das rot-weiß-rote AMA-GS und das AMA-Biosiegel. Diese dürfen unter bestimmten Voraussetzungen für Frischeprodukte, wie Milch, Fleisch oder Eier, aber auch für einige verarbeitete Produkte, wie Joghurt, Käse, Wurstwaren, Speiseöl oder Tiefkühlgemüse, verwendet werden. Alle Kriterien, von der Qualität bis zur österreichischen Herkunft, werden laufend von unabhängigen Kontrollstellen überprüft (202).

Das AMA-GS ist gut eingeführt und bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern bekannt. Es deckt etwa bei Milch und Milchprodukten praktisch den gesamten heimischen Markt ab.

Österreich ist im Gegensatz zu Frankreich von kleinstrukturierter Landwirtschaft, klein- und mittelständischen Lebensmittelerzeugern und einem hochkonzentrierten LEH geprägt.

Bestehende freiwillige Systeme, die lokal agierenden Unternehmen derzeit die Möglichkeit bieten, Eigenschaften ihrer Produkte, etwa die Herkunft, hervorzuheben, sollen nicht geschwächt werden. Wird die Herkunftskennzeichnung für Lebensmittel verpflichtend, würde dieses Alleinstellungsmerkmal für viele wegfallen. Am Beispiel „AMA-GS“ stellt sich die Frage, ob eine „Doppelkennzeichnung“ für Unternehmer, Verbraucherinnen und Verbraucher überhaupt sinnvoll sein kann.

Weiters ist abzuwarten, ob die französische Regelung überhaupt mit dem Unionsrecht vereinbar ist. Die rechtliche Zulässigkeit der Regelung wird nämlich aktuell vom EuGH in einem Vorabentscheidungsverfahren geprüft (Rs C-485/18).

Jene Verbraucherinnen und Verbraucher, die Interesse und Kaufbereitschaft für Herkunftsinformationen mitbringen, finden ein entsprechendes Angebot bereits vor, ohne dass die gesamte Lebensmittel- und Wertschöpfungskette mit höheren Kosten und Auflagen belastet wird.

*Eine nationale, verpflichtende Herkunftskennzeichnung für österreichische Hersteller würde die Sicherheit von Lebensmitteln nicht verbessern, wie manche Stimmen aus der Landwirtschaft behaupten. Entscheidend ist, dass die Vielzahl an bestehenden Regeln für Lebensmittel in allen Ländern und von allen Partnern in der Lebensmittelkette eingehalten, kontrolliert und sanktioniert wird. Kennzeichnung kann die einwandfreie Produktion in der Landwirtschaft und der Weiterverarbeitung nicht ersetzen.* Hier ersucht der Fachverband der Lebensmittelindustrie Österreichs in der öffentlichen Debatte um mehr Umsicht (203). Wenn freiwillige Systeme genutzt werden und die Konsumentinnen und Konsumenten den Mehrpreis bezahlen, ist keine nationale Änderung der Lebensmittelkennzeichnung notwendig (204).

Position der **WKÖ** zur verpflichtenden Herkunftskennzeichnung bei verarbeiteten Lebensmitteln: (205)

- Unterstützung einer Herkunftskennzeichnung bei Lebensmitteln nur auf freiwilliger Basis. Damit kann dem Kundenwunsch nach Kennzeichnung nachgekommen werden.
- Jene Verbraucherinnen und Verbraucher, die interessiert und bereit sind, für Herkunftsinformationen zu bezahlen, finden bereits ein entsprechendes Angebot vor.
- Durch freiwillige Systeme haben lokal agierende Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produkte besonders hervorzuheben. Durch eine verpflichtende Kennzeichnung würde dieses sehr oft überlebensnotwendige Alleinstellungsmerkmal wegfallen.
- Vorsätzliches Verhalten, wie Betrug, Skandale oder Fälschungen, lassen sich nicht durch Herkunftskennzeichnung verhindern.
- Kostenaufwand für Unternehmen (Beschaffung, Lagerung, Verarbeitung, Kontrolle, Administration etc.), für die Behörden (Kontrolle, Administration etc.) und für die Verbraucherinnen und Verbraucher.
- Konsumentinnen und Konsumenten sind nicht bereit, die zusätzlichen Kosten für diese Zusatzleistung zu tragen, wie einige Berichte der EK zeigen.
- Ablehnung einer verpflichtenden Herkunftskennzeichnung für nur „leicht verarbeitete“ Erzeugnisse, denn eine Abgrenzung zwischen hoch und leicht verarbeiteten Erzeugnissen ist nicht möglich. Auch leicht verarbeitete Erzeugnisse können eine Vielzahl verschiedener Herkünfte haben, was Komplexität, Administrationsaufwand und hohe Kosten mit sich bringt.
- Umstellung der marktorientierten Einkaufspraxis: Flexibilität geht verloren, die Herkunftsmärkte müssten auf ein Minimum an Großlieferanten beschränkt werden, möglicherweise Nachteile für österreichische Lieferanten.
- Adaption bzw. Errichtung teurer Systeme zur Nachverfolgbarkeit.
- Hohe Mehrkosten und hoher Aufwand vor allem bei Fleisch in verarbeiteten Lebensmitteln (z. B. Wurst: unzählige kleine Fleischteile unterschiedlicher Herkunft) - große Fehleranfälligkeit eines solchen Systems.

- Mehraufwand und hohe Kosten bei verarbeiteten Milchprodukten aber auch bei Trinkmilch, da die Lieferkette komplex sein kann. Im grenznahen Bereich kann auch Milch von Bauern eines anderen EU-Mitgliedsstaats verwendet werden. Die Herkunft kann - je nach Verfügbarkeit und Qualität - variieren.
- Eine flächendeckende Versorgung in Österreich mit einheimischen Rohprodukten ist saisonal, wetter-, mengen-, und marktbedingt nicht immer möglich.
  - Statistik Austria 2019: SVG Österreichs bei ausgewählten Produkten für den pflanzlichen Sektor (2017/18): Getreide 86 %; Obst 40 %; Gemüse 56 %; Kartoffeln 80 %; Ölsaaten 48 %; Pflanzliche Öle 27 %) (206) und für den tierischen Sektor (2018): Käse (inkl. Schmelzkäse) 115 %; Fleisch 108 %; Eier 86 %; Butter 72 % (207)
- Einschränkung globaler Wettbewerbsfähigkeit europäischer Lebensmittelunternehmen (205).
- Die Kosten der verpflichtenden Herkunftskennzeichnung stehen dem Zusatznutzen für die Konsumentinnen und Konsumenten gegenüber (205).

Laut **Handelsverband** ist der **LEH** offen für eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung (Stand Jänner 2019): (208)

*Der heimische LEH setzt in vielen Bereichen auf österreichische Produkte. In den Regalen findet sich eine Vielzahl an regional und lokal produzierten Qualitätsprodukten, häufig aus biologischem Anbau. Damit trägt der Handel entscheidend zum Erhalt landwirtschaftlicher Strukturen und Produzenten in Österreich bei.*

*Insbesondere Eigenmarken fördern im Gegensatz zu Industriemarken eine lokale, regionale Produktion und bieten für heimische Landwirte eine substantielle Absatzchance. Darüber hinaus werden österreichische Produkte auch seitens der Konsumenten gezielt bevorzugt, obwohl sie im internationalen Vergleich aufgrund verschiedenster struktureller Faktoren etwas teurer sind. Im Bereich der Milchprodukte stammen Eigenmarken zu 95 % aus österreichischer Produktion, bei den Backwaren liegt der Anteil bei 90 %, bei Fleisch sind es rund 70 %, und bei Obst und Gemüse liegt der Lebensmittelhandel im Jahresschnitt bei rund 50 bzw. in den Sommermonaten bei über 75 %.*

Vor diesem Hintergrund möchte der Handelsverband, der die führenden Lebensmittel Einzelhändler in dieser Thematik vertritt, klarstellen, dass der Lebensmittelhandel konstruktiven Gesprächen über eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung für verarbeitete Lebensmittel durchaus offen gegenübersteht.

*Es gibt seitens des Handels keine Vorbehalte gegen die geplante verpflichtende Herkunftskennzeichnung, sofern diese auch in der Gemeinschaftsverpflegung Anwendung findet", bestätigt die Handelsverband-Geschäftsführung. Eine einheitliche Kennzeichnungspflicht ist auf jeden Fall sinnvoll, egal ob ein Konsument seine Lebensmittel im Handel, in der Kantine oder im Lokal bezieht. Alles andere ist aus Verbrauchersicht nicht nachvollziehbar."*

*Dass der Handel unser Partner ist, wenn es um Herkunftskennzeichnung geht, nehme ich sehr gerne mit. Wir sollten es allerdings nicht übertreiben, sodass wir am Schluss gar nichts zustande bringen",* hieß es seitens der LKÖ (September 2019). Die Erfahrung zeige, dass mit realistischen Schritten und Beharrlichkeit mehr zu gewinnen sei. *Insbesondere bei Verarbeitungsprodukten müssen wir eine bessere Kennzeichnung der Rohstoffherkunft erreichen. Hier gibt es zu viele Trittbrettfahrer. Es geht nicht darum, den Ursprung von Salz und Pfeffer auszuweisen, sondern woher die Rohstoffe kommen, die 50 % oder mehr des Produkts ausmachen. Damit wäre schon viel gewonnen (209).*

#### **3.9.4 Praxisbeispiel: Eier**

Wie bereits in Kapitel 3.3.5 erwähnt, sind die Meinungen bezüglich der Ausweitung der Herkunftskennzeichnung bei Eiern geteilt.

*Es dürfen keine Wettbewerbsnachteile für den Standort Österreich riskiert werden, auch im Falle von Eiern. Noch mehr Pflichtangaben über Eier in verarbeiteten Lebensmitteln, die über EU-Recht hinausgehen, sind wenig durchdacht und schaden dem Produktionsstandort Österreich,* heißt es seitens des **Fachverbandes der Lebensmittelindustrie Österreichs** (Stand: Oktober 2019). *Die Herkunft der Eier oder die Haltungsfom der Legehennen ist auf zahlreichen verarbeiteten Lebensmitteln freiwillig angegeben. Informationen dieser Art werden über Etikett, Website oder Verbraucherhotlines zur Verfügung gestellt (204).*

*Auch das AMA-GS informiert als freiwilliges System über Qualität und Herkunft. Darüber hinaus ist Lebensmittelkennzeichnung europäisches Recht, das gilt auch für die Angabe der Herkunft von Lebensmitteln, wie Eier. Diese wird laufend erweitert. Auch für Eier in verarbeiteten Lebensmitteln wird die DVO (EU) 2018/775 gelten (204).*

*Zusätzlich hat die AMA-Marketing eine eigene RL für Flüssigei und Eipulver vorgestellt. Eine Umsetzung bzw. ein Ausbau solcher etablierter Qualitäts- und Herkunftssysteme sind ein guter Weg. Allerdings sind die höheren Kosten für getrennte Anlieferung und Verarbeitung über den Preis der Produkte zu bezahlen (204).*

*Eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung für Eier in verarbeiteten Lebensmitteln bzw. für verarbeitete Eiprodukte wäre mit einem hohen Aufwand verbunden und die heimische Landwirtschaft und Marktbedingungen sind nicht darauf ausgelegt, dass sich dadurch Wettbewerbsvorteile generieren (204).*

*Österreich kann sich mit Eiern regelmäßig nicht selbst versorgen (SVG von 86 % (207)). Daher müssen Eier sowohl für den Frischmarkt als auch für die Weiterverarbeitung und für die Gastronomie tagtäglich zusätzlich importiert werden. Diese Eier werden zu 99,96 % aus der EU importiert, wie die Zahlen 2018 der Statistik Austria verdeutlichen. Laut Statistik Austria exportierte die österreichische Landwirtschaft 2018 Eier im Wert von rund 24 Mio. €. Diese Mengen fehlen in Folge am Inlandsmarkt, z. B. für die heimischen Weiterverarbeiter (204).*

*Verarbeitete Eier, wie Eigelb und Eipulver, wurden 2018 laut Statistik Austria ebenfalls zu 97,81 % aus der EU importiert. Der mengenmäßige Anteil der Importe aus Drittstaaten (2,19 %) ist von 2017 auf 2018 um über 30 % zurückgegangen (204).*

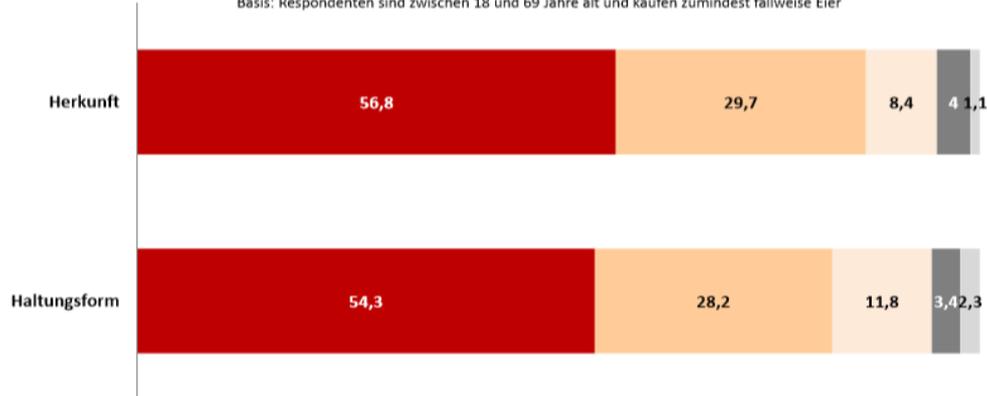
*Ein österreichischer Lebensmittelhersteller, der pro Jahr einige Tonnen des Produkts Eierbiskotten erzeugt und vertreibt, benötigt neben anderen Zutaten auch hochwertige Eier, z. B. aus Freilandhaltung. Da diese in Österreich regelmäßig nicht in ausreichender Menge und Qualität zur Verfügung steht, muss er sie aus anderen Ländern zukaufen (202).*

Eine Online-Befragung von AMA-Marketing (210) zeigt, dass Herkunftsangaben in Österreich auch bei Verarbeitungsprodukten mit Eiern gewünscht sind.

## Herkunftsangaben auch bei Verarbeitungsprodukten gewünscht

Bitte denken Sie nun an Verarbeitungsprodukte mit Eiern (z.B. Eiernockerl, Mayonnaise, Kuchen, Mehlspeisen, Brot und Gebäck, Nudeln etc.). Wie wichtig sind Ihnen folgende Informationen über die verwendeten Eier in diesen Produkten?

Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt und kaufen zumindest fallweise Eier



MARKETAGENT.COM  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

Angaben in %, n=475

Quelle: Onlinebefragung marketagent.com / AMA-Marketing, November 2017



Abbildung 48: Herkunftsangaben bei Verarbeitungsprodukten (210)

In Kapitel 3.9.5 sind einige statistische Daten bezüglich Wichtigkeit der Herkunft bei Eiern in der Gemeinschaftsverpflegung/Gastronomie dargestellt.

Die **ZAG** ist der Meinung, dass die Kennzeichnung von Eiern in verarbeiteten Lebensmitteln notwendig sei. *Einfache nationale Kennzeichnungslösungen könnten für Konsumentinnen und Konsumenten Klarheit bringen. Österreich verbietet mit Ende des Jahres (Ende 2020) als erstes Land in der EU auch die Haltung von Legehennen im größeren „ausgestalteten Käfig“. Wie viele Eier aus der Käfighaltung und aus welchen Ländern in verarbeiteter Form in heimischen Lebensmitteln verarbeitet werden, kann aufgrund des freien Handels innerhalb der EU nicht genau festgestellt werden (211).*

*Wenn gekennzeichnete Eier-Chargen verarbeitet werden, so trennen die Unternehmer auch jetzt schon die Ware nach Haltungsform und Herkunft. Eine gesetzlich verpflichtende Kennzeichnung hinsichtlich Herkunft und Haltungsform auf dieser ersten Verarbeitungsstufe und der Ebene der Ei-Monoprodukte fehlt allerdings als erster*

*Schritt in die richtige Richtung und wäre aus Sicht der Ei-Verarbeitungsbetriebe auch technisch einfach möglich. Die Unternehmen könnten zusätzlich ihre Mengen im Rahmen von Markenprogrammen in die OEDB melden und wären damit in der Lage, ein hochwertiges und gut abgesichertes Ei-Produkt an die Marktpartner zu liefern (211).*

*Inzwischen können fast 90 % aller Eier, die in Österreich als Frischeier oder in verarbeiteter Form konsumiert werden, regional in Österreich produziert werden. „Wir sehen in der Produktion eine sehr erfolgreiche Entwicklung“, heißt es seitens der Österreichischen Frischeier Erzeugergemeinschaft (EZG Frischei). Lebensmittelhersteller und Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung können auch zu den Absatzspitzen, wie jetzt zu Ostern, mit österreichischer Ware versorgt werden, wenn Lieferverträge abgeschlossen werden und für die Produzenten eine längerfristige Planbarkeit gegeben ist (Stand: April 2019) (211).*

Die ZAG steht für eine proaktive Zusammenarbeit aller Partner entlang der Wertschöpfungskette und lädt die Marktpartner zu weiterführenden Gesprächen ein, wobei das Ziel immer eine bessere und transparentere Information und Wahlfreiheit für Konsumentinnen und Konsumenten sein soll (211).

### **3.9.5 Gemeinschaftsverpflegung/Gastronomie**

Über die Herkunft von Lebensmitteln ist in der Gemeinschaftsverpflegung oft wenig bekannt und es fehlt an Transparenz. Eine Herkunftskennzeichnung ist EU-weit nicht verpflichtend. Dies trifft auf die gesamte Außer-Haus-Verpflegung, wie Kindergärten, Schulen, Betriebskantinen, Krankenhäuser, Pflegeheime, Restaurants und Catering-Unternehmen zu. Eine freiwillige Kennzeichnung kann erfolgen, solange diese korrekt und nicht irreführend ist.

In der österreichischen Gemeinschaftsverpflegung gibt es bereits einige Initiativen und Kennzeichnungssysteme, wie „Gut zu wissen“ (212) oder das „AMA-Gastrosiegel“ (151) für die Gastronomie, auf freiwilliger Basis.

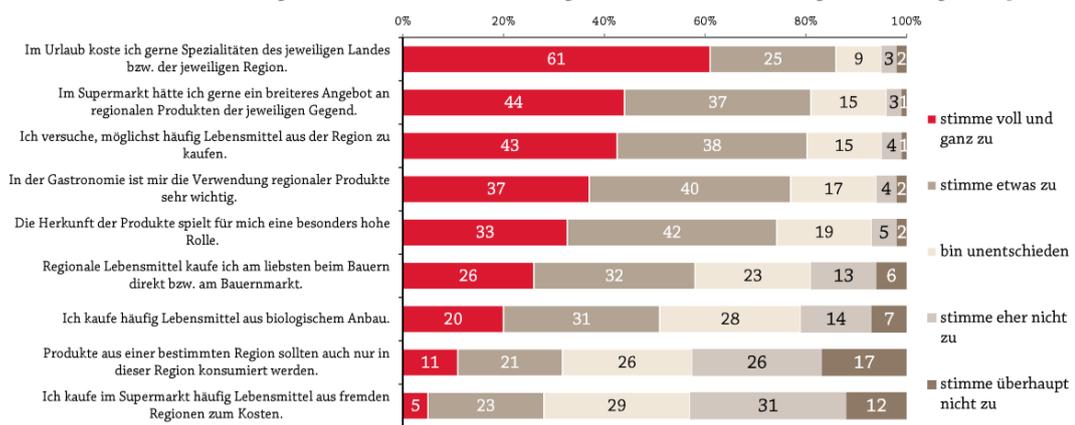
Die RL „Transparente Herkunft in der Gemeinschaftsverpflegung“ (213) regelt ein freiwilliges System, mit dem Konsumentinnen und Konsumenten eine möglichst einfache

Information über die Herkunft von Fleisch sowie die Herkunft und Haltungsform von Eiern und Eiprodukten in der Gemeinschaftsverpflegung erhalten. Teilnehmende Betriebe sind im Einkauf von Fleisch und Eiern/Eiprodukten nicht eingeschränkt und brauchen keine Anpassungen vorzunehmen. Erforderlich ist freilich eine praktikable Auslobung der Herkunft bzw. Haltungsform für alle Gerichte mit Fleisch und Eiern. Es ist branchenüblich, zu diesem Zweck die Marke „Gut zu wissen“, die der LKÖ gehört und von ihr bewirtschaftet wird, zu verwenden.

Laut Regierungsprogramm der vormaligen Regierung (2017–2019) war für die Gemeinschaftsverpflegung in Österreich künftig auch eine verpflichtende nationale Kennzeichnung der Lebensmittelherkunft geplant (Stand Jänner 2019) (208).

## Regionalität in Supermarkt und Gastronomie gefragt

Wenn Sie Lebensmittel für den täglichen Bedarf nach Herkunft und Regionalität betrachten, wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte?



GfK Angaben in %, n=1.685  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing

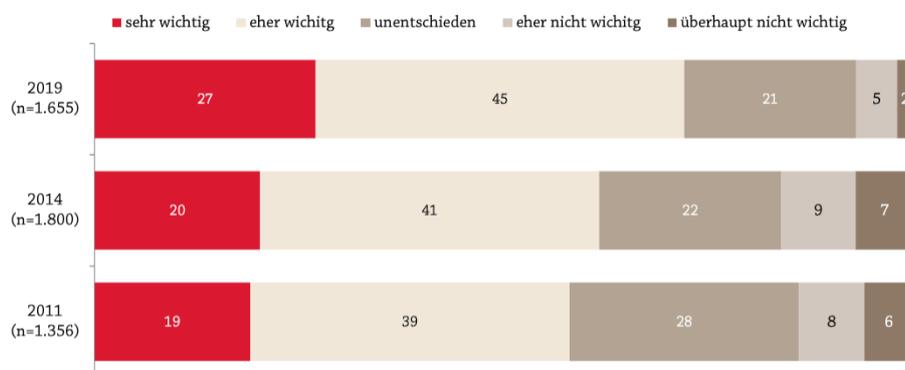


Abbildung 49: Regionalität in Supermarkt und Gastronomie (11)

Laut der RollAMA-Motivanalyse vom August 2019 (11) ist Regionalität in Österreich auch in der Gastronomie als Zweig der Gemeinschaftsverpflegung gefragt.

## Herkunftsauslobung in Speisekarten gewinnt an Bedeutung

Wie wichtig ist es Ihnen, dass Gastronomiebetriebe (z. B. Restaurants, Gasthäuser, Kantinen), die Herkunft der Produkte in ihrer Speisekarte angeben?



GfK Angaben in %, n=1.655, Basis: besucht zumindest selten Gastronomiebetriebe  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing

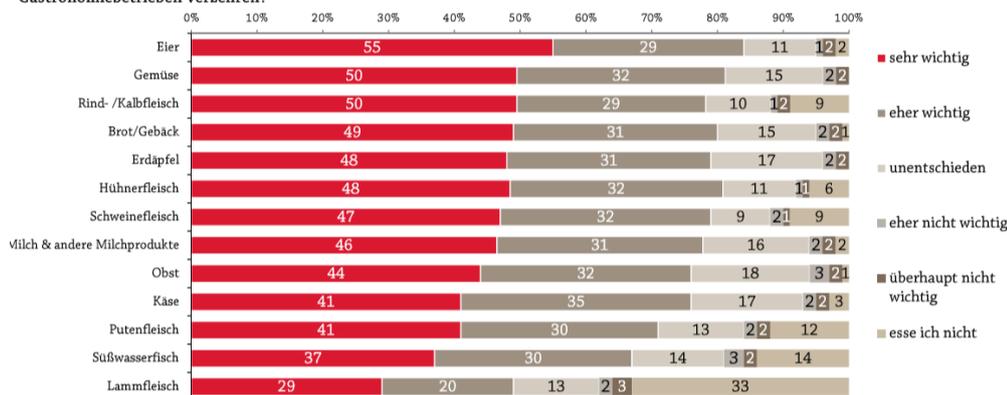


Abbildung 50: Herkunftsauslobung in Speisekarten (11)

Im Jahre 2019 waren 27 % der Befragten in Österreich der Meinung, dass es für sie sehr wichtig sei, wenn in Gastronomiebetrieben die Herkunft der Produkte in der Speisekarte angegeben wird. 45 % meinten, es sei für sie eher wichtig. Man kann sehen, dass die Wichtigkeit einer Herkunftsauslobung im Vergleich zu 2011 zugenommen hat (11).

## Wichtigkeit regionaler Herkunft in der Gastronomie

Wie wichtig ist Ihnen die regionale Herkunft der folgenden Rohstoffe, wenn Sie Gerichte aus diesen Rohstoffen in Gastronomiebetrieben verzehren?



GfK Angaben in %, n=1.655, Basis: besucht zumindest selten Gastronomiebetriebe  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing

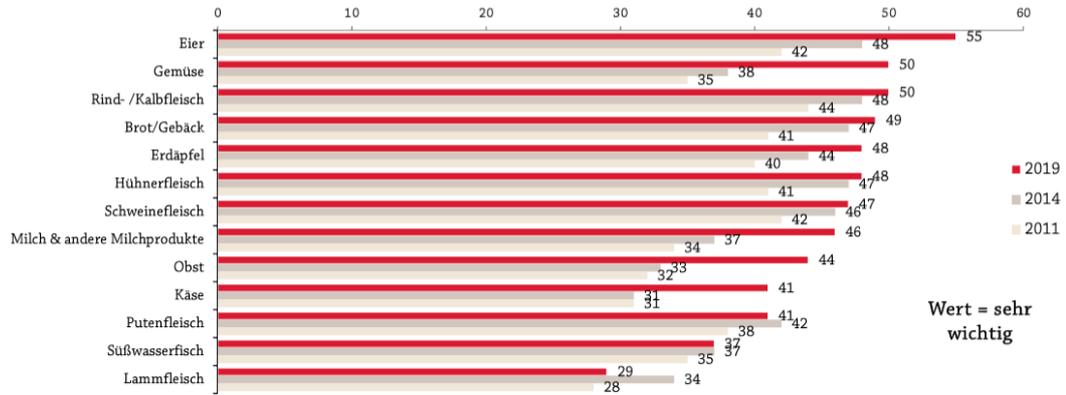


Abbildung 51: Wichtigkeit regionaler Herkunft in der Gastronomie 1 (11)

Vor allem bei Eiern, Gemüse, Rind- und Kalbfleisch und Brot/Gebäck ist die Wichtigkeit der regionalen Herkunft in der Gastronomie für die Befragten sehr wichtig (11).

## Wichtigkeit regionaler Herkunft in Gastronomie stark gestiegen

Wie wichtig ist Ihnen die regionale Herkunft der folgenden Rohstoffe, wenn Sie Gerichte aus diesen Rohstoffen in Gastronomiebetrieben verzehren?



Angaben in %, 2019: n=1.655, Basis: besucht zumindest selten Gastronomiebetriebe, 2014: n=1.800, 2011: n=1.348  
Quelle: RollAMA Motivanalyse August 2019 / AMA-Marketing



Abbildung 52: Wichtigkeit regionaler Herkunft in der Gastronomie 2 (11)

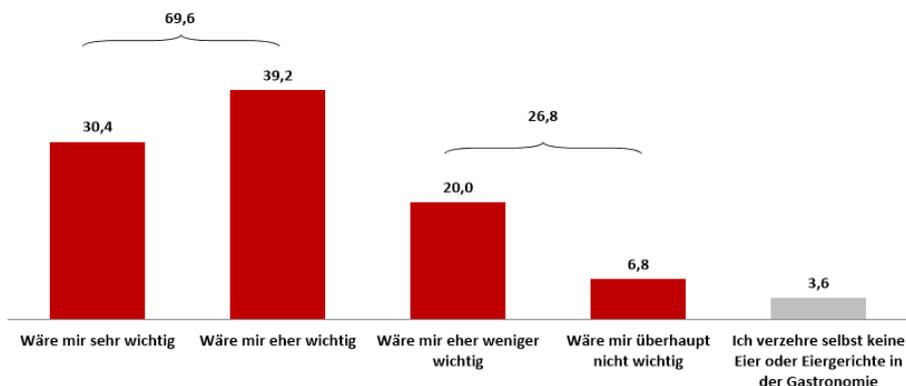
Die Wichtigkeit regionaler Herkunft ist in den letzten Jahren generell stark gestiegen. Den größten Anstieg kann man bei Eiern und Gemüse beobachten (11).

Laut einer von AMA-Marketing in Auftrag gegebenen Online-Befragung (210) ist für 69,6 % der Befragten sehr wichtig und eher wichtig, dass sie wissen, woher die Eier kommen, wenn sie in der Gastronomie Eier oder Eiergerichte verzehren.

### Herkunft von Eiern in der Gastronomie wichtig

Wenn Sie Eier oder Eiergerichte in der Gastronomie verzehren, inwieweit wäre es Ihnen wichtig zu wissen, woher die Eier kommen?

Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt



Angaben in %, n=500  
Quelle: Onlinebefragung marketagent.com / AMA-Marketing, November 2017



Abbildung 53: Herkunft von Eiern in der Gastronomie (210)

Der **Handelsverband** ist der Meinung, dass, wenn Verbraucherinnen und Verbraucher in Betriebskantinen oder Restaurants die Herkunft ihrer Speisen kennen würden, die Nachfrage nach Produkten aus Herkunftsländern mit hohen Standards wesentlich höher wäre. Davon würde auch die „heimische“ Landwirtschaft stark profitieren (208). Laut Handelsverband landen aktuell allein in der Gastronomie in Österreich täglich ca. 1,6–1,8 Mio. Käfigeier aus Ländern wie der Ukraine, ohne dass dies dem Konsumenten bewusst sei. Der österreichische LEH bietet hingegen ausschließlich Eier aus Boden- und Freilandhaltung an. Daher brauche es mehr Transparenz für verarbeitete Lebensmittel - egal ob im Handel, in der Gastronomie oder bei Direktvermarktern. Wichtig sei nur, dass sich der bürokratische Mehraufwand für Hersteller und Händler in Grenzen halte und auf realistische Übergangsfristen geachtet werde. Händler würden auch erwarten, bei der Planung und Umsetzung aktiv miteinbezogen zu werden (208).

Gem. Positionspapier zur Herkunftskennzeichnung in der Gastronomie des **Fachverbandes Gastronomie** (September 2019) (189) wird eine Herkunftskennzeichnung nur auf freiwilliger Basis, nach der geltenden Rechtslage auf EU-Ebene, unterstützt:

- *Eine nationale verpflichtende Herkunftskennzeichnung für österreichische Gastronomen verbessert weder die Sicherheit der Lebensmittel noch das Tierwohl.*
  - *Die Herkunft allein sagt nichts darüber aus, wie ein Tier gehalten wird oder ein Lebensmittel produziert wird. Zu Lebensmittelsicherheit und Tierhaltung gibt es EU-weit einheitliche Vorschriften, die auch in allen Mitgliedsstaaten gleichermaßen kontrolliert und sanktioniert werden müssen.*
- *Eine gesetzliche Herkunftskennzeichnung in der Gastronomie ändert nichts daran, dass die Nachvollziehbarkeit in der Kette der Lieferanten bis hin zum Bauen nicht sichergestellt ist. Niemand überprüft die Richtigkeit der Angaben, damit wird eine falsche Sicherheit suggeriert.*
- *Die heimische Landwirtschaft ist gar nicht in der Lage, den Bedarf in allen Bereichen zu decken.*

- *Der Versorgungsgrad bei Fleisch ist nur bei Schwein und Rind gegeben - Versorgungsengpässe mit heimischen Produkten bei anderen Lebensmittelgruppen. Die Landwirtschaft ist nicht in der Lage ist, auf die geänderte Nachfrage der heimischen Bevölkerung entsprechend zu reagieren.*
- *Wenn die Verfügbarkeit der heimischen Produkte nicht gegeben ist, führt die verpflichtende Herkunftskennzeichnung zwangsläufig zu einer weiteren Verknappung und einen damit verbundenen Preisanstieg bei Lebensmitteln.*
- *Das von der Landwirtschaft immer wieder ins Spiel gebrachte „Schweizer Modell“ der Herkunftskennzeichnung in der Gastronomie bringt de facto kaum Verbesserung der Transparenz.*
  - *In der Schweiz muss das Produktionsland von Fleisch, Fleischzubereitungen und Fleischerzeugnissen (sofern diese mehr als 50 % Fleischanteil haben) schriftlich auf der Speisekarte angegeben werden. Bezieht der Gastwirt seine Produkte aus mehreren Herkunftsländern (was in der Regel der Fall sein wird) ist auch die Angabe mehrerer Herkunftsländer zulässig. Damit wäre es zulässig auf die Speisekarte zu schreiben: „unser Rindfleisch beziehen wir aus der Schweiz, aus der EU, aus Argentinien oder USA“.*
- *Exorbitanter bürokratischer Mehraufwand für Gastronomen und Lebensmittelinspektion - immenser zusätzlicher personeller und kostenmäßiger Mehraufwand, den letztlich Steuerzahler zu tragen haben werden.*

*Für eine immer größer werdende Anzahl von Gastronomiebetrieben ist die Auslobung von regionalen Zutaten und Ausgangsprodukten mittlerweile zu einem wesentlichen Asset und Marketingfaktor geworden. Die freiwillige Kennzeichnung zu stärken, ist zu begrüßen. Durch eine gesetzlich verpflichtende Herkunftskennzeichnung würde dieses für viele Betriebe geradezu überlebensnotwendige Alleinstellungsmerkmal wegfallen.*

Die Meinungen zu einer verpflichtenden Kennzeichnung in der Gemeinschaftsverpflegung, inklusive Gastronomie für bestimmte Produktgruppen, sind aktuell noch stark geteilt.

### 3.9.6 Zukunftsperspektiven

Laut Regierungsprogramm (2017-2022) war einiges in Richtung Ausweitung der Herkunftskennzeichnung vorgesehen. Nach dem Sturz der Regierung (2019) bestimmte seit Anfang Juni eine Übergangsregierung die politische Situation. Nach dem Wahlsieg wurde die ÖVP mit der Regierungsbildung beauftragt. Nun stellt sich die Frage, wann Österreich eine neue Regierung haben wird; aktuell sind noch Koalitionsverhandlungen am Laufen. Erst dann wird klar sein, ob laut neuem Regierungsprogramm ebenfalls eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung angestrebt wird.

Laut **Dr. Michael Blass (Interview 21. Oktober 2019)** (214) beginnt mit April 2020 eine „neue Zeitrechnung“ für die Herkunftskennzeichnung. Seit einigen Jahren wird schon darüber diskutiert, was eine Primärzutat ist usw. Durch die DVO (EU) 2018/775 (28) wird bereits viel mehr Information über geographische bzw. regionale Herkunft der „bedeutenden bzw. der bedeutendsten Zutat/en“ verfügbar sein.

Bezüglich der Diskussion über die Ausweitung der Herkunftskennzeichnung hält Dr. Blass es für möglich, dass früher oder später eine Herkunftskennzeichnung für verarbeitete Eiprodukte verpflichtend eingeführt werden wird.

Die Wirtschaftskammer ist gegen eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung, da sie für ihre Mitglieder die Bezugsquellen möglichst offenhalten möchte. In Österreich sind nicht alle Rohstoffe und Zutaten verfügbar bzw. nicht immer in ausreichender Menge und Qualität vorhanden. Preislich gesehen, erfüllen österreichische Waren auch nicht immer die Erwartungen.

Herr Blass erwartet sich vom Regierungsprogramm für die nächste Legislaturperiode konkrete Vorgaben, wie die Kennzeichnung der örtlichen Herkunft zusätzliche Transparenz schaffen kann. Aktuell (Dezember 2019) hat Österreich noch eine Übergangsregierung.

Zudem ist er der Meinung, dass sich zu einem späteren Zeitpunkt auch in der Gastronomie, bezüglich Herkunftskennzeichnung, etwas entwickeln wird. Jedoch sei der Kostenfaktor hoch, da die Überprüfbarkeit von Lebensmitteln, die sozusagen ohne Zutatenliste auf den Markt kommen, schwierig ist.

*Die Landwirtschaftskammer ist für eine verpflichtende Kennzeichnung, die Wirtschaftskammer dagegen und die Politik verspricht viel. Versprechen sind aber erst dann sinnvoll, wenn sie eingehalten und auch kontrolliert werden. Zurzeit ist Lebensmittelsicherheit wichtiger als die Kontrolle der Herkunftskennzeichnung bzw. als die Kontrolle von Etiketten, meint Herr Blass.*

Laut Herrn Blass ist das vom BMNT ins Leben gerufene NWK eine strategische Aufgabe für die AMA-Marketing. Sie wurde vom BMNT damit beauftragt, eine Strategie auszuarbeiten, um kulinarische und regionale Initiativen in Österreich zu stärken. Diese Initiativen Österreichs sollen gebündelt und in eine gemeinsame Richtung weiterentwickelt werden. Eine gemeinsame stimmige Geschichte soll erzählt werden, womit auch andere Gebiete bis andere Bundesländer erreicht werden sollen. Das Ziel ist auch eine Verknüpfung mit den vielen Initiativen im Tourismus. Kulinarik spielt im Tourismus eine zentrale Rolle, daher sollen Kulinarik und Tourismus liiert werden. All das sind Aufgaben, die im Rahmen des NWK strategisch zu planen sind. Das NWK ist mit der Planung beauftragt. Mit der Umsetzung der Agenden betraut ist ein Cluster, die Vernetzungsstelle des NWK nur im Rahmen von Pilot-Vorhaben.

Ein Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem (QHS) (215) wurde geschaffen. Dieses regelt Basisanforderungen an Gastronomie, Direktvermarkter und Manufakturen. Das sind die drei Zielgruppen, die in der zukünftigen Kulinarikstrategie eine Rolle spielen. Diese drei sollen über das QHS in ein einfaches System eingebaut werden. Wichtig ist, dass hinter jedem Logo ein taugliches System stecken muss.

Zuerst müssen Qualitätsanforderungen festgestellt, angemessene Kontrollen und Maßnahmen bei Verstoß definiert und Korrekturmaßnahmen etabliert werden. In einem zweiten Schritt kann man sich überlegen, ob man Logos überarbeitet, aussortiert oder neue schafft.

Die Gastronomie als eine Spielart der Gemeinschaftsverpflegung soll in das QHS eingearbeitet werden, so sieht es die Strategie vor. Die Inhalte der AMA-Gastrosiegel-RL, die zurzeit die Basis darstellt, auf der einen Seite und die Inhalte des QHS für die Gastronomie auf der anderen Seite sind weitgehend identisch.

Für die drei Vermarktungsschienen Gastronomie, Direktvermarktung und Manufakturen soll eine möglichst weit einheitliche Qualitätsgrundlage geschaffen werden, damit eine gemeinsame Geschichte erzählt werden kann.

Das AMA-Gastrosiegel ist ein Betriebssiegel und kennzeichnet Leistungen, wie die Aufrechterhaltung von Lieferbeziehungen, oder jene in Richtung Küchenhygiene. Das Siegel hat indirekt mit Herkunft zu tun, angegebene Bezugsquellen von Lebensmitteln werden überprüft, wie die Kontrolle der Lieferscheine.

Laut Herrn Blass steht für die AMA-Marketing weniger die örtliche Herkunft an erster Stelle, sondern vielmehr die Garantie einer nachvollziehbaren, verlässlichen Herkunft. Dazu richtet sie Systeme ein, wie ein umfassendes Qualitätsmanagementsystem, und führt Kontrollen durch. Ein neues Logo zu schaffen, ist immer die Ultima Ratio. Die AMA-Marketing übernimmt spezifische Aufgaben in der Qualität, in der Werbung und in der Absatzförderung im Bereich des Agrarmarktes.

#### **4 Abschließende allgemeingültige Ansichten auf europäischer Ebene**

Der Bericht von BEUC von 2013 (194), in dem auch die Ergebnisse der Meinungsumfrage aus Kapitel 3.1.3 veröffentlicht wurden, enthält auch Empfehlungen für künftige Vorschriften zur Ursprungs- bzw. Herkunftskennzeichnung, die auf Basis dieser Ergebnisse definiert wurden und laut Verband bis heute gültig sind:

- Die Ursprungs- bzw. Herkunftskennzeichnung sollte für alle Fleischarten, Fleisch als Zutat, Milch, Milch, die als Zutaten in Milchprodukten verwendet wird, unverarbeitete Lebensmittel, Produkte mit einer einzigen Zutat und für Zutaten, die mehr als 50 % eines Lebensmittels ausmachen, obligatorisch sein.
  - Die Ergebnisse der Studie zeigen die Notwendigkeit einer Ausweitung der verpflichtenden Kennzeichnung auf zusätzliche Lebensmittelkategorien auf, da das Interesse nach Herkunftsinformation seitens Verbraucherinnen und Verbrauchern groß ist.
- Eine Kennzeichnung sollte (zumindest) durch eine Länderangabe erfolgen.
  - Die überwiegende Mehrheit der Befragten interessiert die Angabe eines Landes und nicht einer Region als Herkunftsinformation.
  - Indikationen wie „EU“, „Nicht-EU“, „EU und Nicht-EU“, „EU und/oder Nicht-EU“ erfüllen nicht die Verbrauchererwartungen.
- Regeln für die Kennzeichnung von Schweine-, Geflügel-, Schaf- und Ziegenfleisch sollten sich nach den Regeln für Rindfleisch richten, nach dem Prinzip der Kennzeichnung von Geburts-, Aufzucht- und Schlachtungsort. Die spätere DVO (EU) 1337/2013 (27) erfüllt diese Bedingungen.
- Mehr Transparenz darüber, welche Produktionsschritte im genannten Land stattgefunden haben, sowie Konsistenz in der Kennzeichnung innerhalb der und zwischen verschiedenen Lebensmittelkategorien würden dabei helfen, Verwirrung bei Konsumentinnen und Konsumenten zu vermeiden.
- Die Herkunft der primären Zutat/en sollte dem Ort der landwirtschaftlichen Erzeugung der Rohstoffe entsprechen. Die Angabe sollte möglichst genau erfolgen, d. h. auf Länderebene oder auf regionaler Ebene, wie die für das Lebensmittel selbst angegebene Herkunft.

- Die Modalitäten für die Kennzeichnung sollten den Erwartungen, worauf sich „Herkunft“ bzw. Ursprung beziehen sollte, je nach Lebensmittel (Herkunftsart/Ort der landwirtschaftlichen Erzeugung vs. Land der letzten wesentlichen Verarbeitung, Stufe(n) der Landwirtschaft mit der Eigenschaft eine Ursprungs- bzw. Herkunftseigenschaft zu verleihen usw.), entsprechen.
- Für verarbeitete Lebensmittel (tierisch oder pflanzlich) möchten die meisten Befragten sowohl das Herkunftsland der primären Zutat/en wissen (z. B. Ort der landwirtschaftlichen Erzeugung der Rohstoffe) als auch den Ort der Verarbeitung oder Herstellung. Um eine Vereinheitlichung der Information zu erreichen und um Verbraucherinnen und Verbrauchern aussagekräftige Informationen bereitzustellen, sollte die Herkunft der primären Zutat/en auf der gleichen geografischen Ebene erfolgen, wie die der angegebenen Herkunft für das Lebensmittel.
- Die Forderung der Verbraucherinnen und Verbraucher nach mehr Herkunftsinformation könne nicht länger ignoriert werden, insbesondere wenn gleichzeitig die freiwillige Kennzeichnung als Marketingargument verwendet wird/werde, um für Herkunft zu werben.

## 5 Schlussbetrachtung und Diskussion

Die Herkunft oder der Ursprung eines Lebensmittels oder einzelner Zutaten spielen für viele Verbraucherinnen und Verbraucher eine wesentliche Rolle bei der Produktauswahl, Kaufentscheidung, aber auch wenn sie Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung, inklusive der Gastronomie, besuchen. Die statistischen Daten, die in dieser Arbeit enthalten sind, bestätigen diese Tatsache. Dass gerne mit entsprechenden Auslobungen geworben wird, liegt auf der Hand.

Der Trend „Regionalität“ ist beständig und die Tendenz ist steigend. Der Bedarf an „regionalen“ Lebensmitteln war aber rückblickend immer schon da, bzw. gab es früher nur Lebensmittel aus der näheren Umgebung. „Trend“ ist vielleicht der falsche Begriff.

Regionalität liegt laut der gezeigten Statistik in der Wichtigkeit vor biologischen Lebensmitteln. Der Grund dafür könnte sein, dass Konsumentinnen und Konsumenten auf dem unübersichtlichen Markt Herkunftsangaben als Schlüsselinformation heranziehen, um ihre Entscheidung zu vereinfachen. Mit Regionalität verbinden sie u. a. Qualität, Frische, Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Darüber hinaus bedeutet für sie Regionalität Vertrauen, Nähe, Sicherheit und auch das Gefühl, die „heimische“ Produktion zu unterstützen. Zunehmende Globalisierung verlangt mehr Transparenz.

Für Betriebe, die an regionalen Konzepten teilnehmen, bedeutet dies durchaus die Möglichkeit, die Wertschöpfung zu verbessern.

Dass für viele Verbraucherinnen und Verbraucher die bereitgestellte Information noch nicht ausreichend ist und dass das Angebot an „regionalen Lebensmitteln“ ausbaufähig ist, konnte ebenfalls aufgezeigt werden. Zumindest die Befragten der in dieser Arbeit miteinbezogenen Analysen sind dieser Meinung.

Herkunfts- und Ursprungsangaben in diverser Ausführung werden aktuell in der EU kontrovers diskutiert, da der Zweck der Information von Verbraucherinnen und Verbrauchern in bestimmten Situationen bzw. bei bestimmten Produkten in den Hintergrund rückt.

Ein Problem ist, dass geschützte Bezeichnungen oft missbraucht werden, im Rahmen von Falschetikettierung bzw. Herkunftsfälschung. Problematisch ist auch die Irreführungs- und Täuschungsthematik. Dem entgegenzuwirken ist eine große Herausforderung.

Die Wahrnehmung, Auffassung und Interpretation von Angaben zur Herkunft oder zum Ursprung und von Siegeln ist unter Konsumentinnen und Konsumenten heterogen. Verbraucherinnen und Verbrauchern ist nicht immer klar, welche Zutat/en der angegebenen Herkunft sind und/oder welche Produktionsschritte im angegebenen Ort stattfinden. Es herrscht in vielen Fällen Diskrepanz zwischen Interpretation von Herkunftsinformation und Erwartungen an die Kennzeichnung.

Die Erfassung der Begriffe „Herkunft“ oder „Ursprung“ eines Lebensmittels oder Produktes ist komplex. Das Gleiche gilt für „Region“, „Regionalität“ oder „regionale Lebensmittel“. Hier gibt es keine einschlägigen Definitionen und somit viel Interpretationsspielraum.

Der Bedarf nach einheitlichen Definitionen ist gegeben. Viele Begriffe sind nicht rechtlich definiert und deshalb dehnbar. Eine Kilometergrenze gibt es auch nicht. Daher werden diese Begriffe zu Werbe- und Marketingzwecken gerne verwendet und in vielen Fällen wird eine gezielte Absatzsteigerung angestrebt. Anstatt Verbraucherinnen und Verbraucher zu informieren und die Entscheidung zum Kauf eines Produktes zu erleichtern, wird nicht selten Verwirrung, Irreführung und Täuschung ausgelöst.

Da die Verbrauchererwartung unterschiedlich ist, ist es schwierig zu beurteilen, ob die Aufmachung eines Produktes irreführend ist und ob daher bei einem Produkt, bei dem keine Herkunftsinformation erforderlich ist, trotzdem eine Kennzeichnung nach LMIV notwendig ist.

Unwissende Verbraucherinnen und Verbraucher gibt es viele und nicht alle verstehen die Kennzeichnung oder schauen sich ein Etikett genauer an. Einige sind gut informiert und können die Information auch deuten, andere verlieren den Überblick und verbin-

den mit einer Angabe mehr bzw. etwas anderes, als in Wahrheit dahintersteckt. Beispielsweise wird Herkunft nicht selten mit einer höheren Qualität verbunden. Das haben die in dieser Arbeit gezeigten statistischen Daten gezeigt.

Herkunftsangaben können auch andere Angaben maskieren, sodass möglicherweise über „qualitätsmindernde“ Aspekte hinweggesehen wird. Wird z. B. ein Produkt mit Regionalität beworben, kann es sein, dass beim Einkauf nicht auf die Inhaltsstoffe geschaut wird, da man denken könnte, dass ein „regionales“ Produkt auch gleichzeitig „gesunde“ Zutaten enthält. Andererseits kann auch sein, dass Konsumentinnen und Konsumenten fälschlicherweise glauben, das gesamte Produkt stamme aus einem bestimmten Land oder Gebiet, wenn z. B. eine Länderfahne auf dem Produkt abgebildet ist, aber eigentlich nur der Ort des Verpackens oder die Herkunft einer Zutat gemeint ist.

Bei der Wahl zwischen billig und teuer kann das Image von transparenter Herkunft oder heimischer Lebensmittel möglicherweise als Kaufkriterium gelten.

Welcher Produktionsschritt generell im angegebenen Ort stattgefunden hat oder was unter Auslobungen wie „hergestellt in...“, „Qualität aus...“ oder „Produkt aus...“ zu verstehen ist, ist oft nicht klar.

Einige Siegel sind am Markt gut etabliert, bekannt und vertraut, andere weniger. Die Frage ist, ob ein oft höherer Preis der Produkte mit Siegeln im Vergleich zu denjenigen ohne Siegel immer gerechtfertigt ist und ob in manchen Fällen Produkte ohne Siegel schlichtweg benachteiligt sind, obwohl die Qualität gleich oder sogar höher ist.

GS mit expliziter Herkunftsbotschaft sind selten. Meist ist der Herkunftsaspekt in einem Qualitätssiegel eingebettet und es handelt sich eher um die Garantie einer nachvollziehbaren Herkunft als einer bestimmten örtlichen Herkunft.

Ein Missbrauch der Verwendung von Qualitätssiegeln, um bei Verbraucherinnen und Verbrauchern eine Herkunftsinformation als Qualitätsaspekt erscheinen zu lassen, ist der falsche Weg. Die Herkunft von Lebensmitteln muss für sich a priori nichts mit deren Qualität zu tun haben.

Man muss sich mit der Frage auseinandersetzen, ob eine Überarbeitung von bestimmten Siegeln erforderlich ist, die Anzahl verringert werden sollte oder ob eine Zusammenlegung von bestimmten Siegeln erfolgen sollte. Bei der Einführung von neuen Siegeln sollten vorab Notwendigkeit, Aufwand, Nutzen für Verbraucherinnen und Verbraucher oder Wirtschaftlichkeit geprüft werden.

Essenziell ist, dass Verbraucherinnen und Verbraucher über die Bedeutung eines Siegels bzw. über die Botschaft, die kommuniziert werden soll, aufgeklärt werden. Aktuell gibt es einige Siegel, die nicht bekannt sind, nicht verstanden oder richtig interpretiert werden.

Das AMA-GS ist ein gutes Beispiel für ein Qualitäts- und Herkunftsgütezeichen, das von Verbraucherinnen und Verbrauchern angenommen wird und bekannt ist.

Das Ziel ist, alle Verbraucherinnen und Verbraucher auf einen gleichen Informationsstand, was Herkunftsinformation anbelangt, zu bringen. Dafür müssen auf EU-Ebene Maßnahmen festgelegt werden.

In dieser Arbeit konnte auch gezeigt werden, dass einerseits die Nähe eines Produktes zur Landwirtschaft, die Bedeutung der Herkunft steigen lässt. Landwirtschaftsnahe Produkte werden „strenger“ beurteilt.

Andererseits schreitet die Entlokalisierung voran. In der Aufmachung und in der Kommunikation von Produkten werden deshalb Themen aufgegriffen, die mit Regionalität oder Heimat spielen. So gewinnen für ein bestimmtes geographisches Gebiet typische Herstellungsweisen, Macharten oder Rezepturen an Bedeutung, losgelöst von der Rohstoffherkunft und nicht selten auch mithilfe entsprechender Abbildungen. Vertrauen und Lieblichkeit sollen geschaffen werden. So gewinnen Produkte mit g.t.S. oder mit Gattungsbezeichnungen (z. B. Kärntner Kasnudeln) an Popularität. Diese Tatsache könnte das Bewusstsein für Produkte mit Herkunftsschutz und für die teils noch unbekannteren EU-Zeichen für geschützte Bezeichnungen erhöhen.

Das System der geschützten Bezeichnungen wird in den Mitgliedsstaaten der EU unterschiedlich gehandhabt und die Wertschätzung und Anzahl der Produkte variieren. Ein

EU-weites Problem ist die unterschiedliche Wahrnehmung des Produktes innerhalb und außerhalb der jeweiligen „Herkunftsregion“. Der EU-Herkunftsschutz gewährt zudem ein kollektives und kein individuelles Recht, was bedeutet, dass die Hersteller zusammenarbeiten und das Produkt gemeinsam vermarkten müssen. Es gibt viele unterschiedliche Anbieter eines (im Wesentlichen) gleichen Produktes, mit unkoordinierter Preis-, Vertriebs- und Mengenpolitik. Italien hat beispielsweise zwar viele eingetragene geschützte Produkte, jedoch sind 10 % der italienischen Herkunftsbezeichnungen für 80 % des Umsatzes verantwortlich. In der jetzigen Form ist der EU-Schutz in erster Linie für den Handel von Vorteil, der schon eine gewisse Machtposition einnimmt. Denn er steht einer Vielzahl von Anbietern gegenüber, die durch den EU-Schutz untereinander austauschbar und schwach in ihrer Verhandlungsposition werden. Die Qualität ist unabhängig zertifiziert, der Name bzw. die Marke ist für alle gleich. Der jeweils billigste Anbieter liefert und drückt das Preisniveau kontinuierlich nach unten. Diese Probleme wurden am Ersten österreichischen EU-Herkunftsschutz-Tag (Salzburg, Juni 2019) dargestellt (216).

Für definierte Lebensmittel sind die Vorgaben zur Herkunftskennzeichnung bereits umfassend auf obligatorischer Basis geregelt. Zu nennen sind dabei vor allem Rind, Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Geflügelfleisch oder frische Eier. Dafür sind verpflichtende Kennzeichnungssysteme essenziell, einerseits aufgrund der Rückverfolgbarkeitsthematik, andererseits verlangen Verbraucherinnen und Verbraucher zunehmend danach. Aber auch die anderen aufgezeigten Beispiele mit einer obligatorischen Kennzeichnung sind positiv zu bewerten.

Im Falle von Österreich leistet die Kennzeichnungspflicht einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung der Qualitätsproduktion.

Je nach Produkt ist eine Kennzeichnung unterschiedlich leicht zu bewerkstelligen. Bei frischen Eiern beispielsweise, ist die Kennzeichnung relativ aussagekräftig; sie bietet mit ein wenig Hintergrundwissen sehr gute Aufschlüsse. Mit zunehmendem Verarbeitungsgrad entfällt die Kennzeichnungspflicht bzw. eine Zuordnung, oder das richtige Deuten von Herkunftsangaben wird schwieriger.

Verpflichtende Bestimmungen zur Herkunftskennzeichnung können dazu führen, dass das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten gestärkt wird und dass Irreführung oder Täuschung vermieden werden. Der Grund dafür ist, dass klare Kennzeichnungsvorschriften Transparenz schaffen, dass eine Rückverfolgbarkeit garantiert werden kann und dass Kontrollen der Kennzeichnung umfassend sind.

In der freiwilligen Kennzeichnung ist der Spielraum größer und klare Grenzen können nicht einfach gesetzt werden. Trotzdem hat diese Arbeit gezeigt, dass auch freiwillige Systeme funktionieren können. Hervorzuheben sind Kennzeichnungs- und Rückverfolgbarkeitssysteme von bestimmten Fleischsorten und Eiern und etablierte Siegel in Österreich, die auf freiwilliger Basis detaillierte Informationen zur Verfügung stellen, die einzigartig in der EU sind. Freiwillige Systeme müssen nach harmonisierten Kriterien funktionieren, und ein rechtlicher Rahmen ist notwendig.

Produkte, bei denen die Herkunft ein Alleinstellungsmerkmal darstellt, können sich aktuell noch nicht ausreichend von anderen abheben, die ebenfalls mit Herkunftsaspekten, meist freiwilliger Natur, werben. Hersteller verspüren seitens des Handels einen gewissen Druck, der Herkunftsangaben fordert, und es herrscht generell ein Konkurrenzkampf in der Lebensmittelbranche.

Bei einigen Lebensmitteln, für die aktuell noch eine freiwillige Kennzeichnung gilt, bzw. auf Basis der LMIV erfolgt, ist der Wunsch seitens der Verbraucherinnen und Verbraucher nach einer verpflichtenden Kennzeichnung bzw. nach mehr Herkunftsinformation da. Ein Beispiel dafür sind Milch- und Milchprodukte. Einerseits ist die Kompromissbereitschaft der einzelnen Mitgliedsstaaten gering, andererseits wird auf die DVO zur primären Zutat gewartet.

Diese DVO basiert ganz klar auf der Irreführungsthematik. Irreführung wird durch die Anwendung der DVO in einem gewissen Ausmaß sicherlich eingedämmt werden. Wünschenswert wäre es, eine gewisse Transparenz zu erreichen, die bisher nicht gegeben war. Die DVO wird nicht alle Diskussionspunkte lösen können. Anzustreben ist auch, dass freiwillige Herkunftsangaben durch die DVO umfassender geregelt werden.

Durch die Anwendung der DVO zur primären Zutat könnte möglicherweise die Notwendigkeit einer verpflichtenden Kennzeichnung der Herkunft von Zutaten verarbeiteter Lebensmittel, auch bei anderen in dieser Arbeit in Erwägung gezogenen Lebensmitteln, in Frage gestellt werden.

Fraglich ist, ob nach der DVO der Bedarf nach nationalen Vorgaben noch das ist, wenn die DVO korrekt angewendet wird.

Nationale Sonderregelungen für Lebensmittelgruppen, für die in der EU eine freiwillige Kennzeichnung erfolgt (z. B. in Italien und Frankreich) sind bzw. waren nur „Pilotprojekte“ und sollen durch die DVO abgelöst werden.

Die DVO ist kritisch zu betrachten: Einerseits ist sie relativ kurz ausgefallen und viele Aspekte zur Anwendung von Art 26 Abs 3 der LMIV wurden nicht klar formuliert, und andererseits waren Fragen diesbezüglich auch nur wenige Monate vor Inkrafttreten noch völlig offen.

Zurzeit fehlt noch der Anwendungsleitfaden zur DVO, um detailliertere Angaben zur Umsetzung zu machen.

Im Rahmen von persönlichen Gesprächen mit Mitarbeitern verschiedener Betriebe bei Tagungen bzw. Seminaren oder im Rahmen von Interviews wurde klar, was auch das Ergebnis öffentlicher Diskussionen auf EU-Ebene zeigt, nämlich dass die DVO viele Herausforderungen und Unklarheiten mit sich bringt.

Bei einigen Produkten sieht man bereits seit Anfang des Jahres 2020 Veränderungen in der Etikettierung. Bei Produkten mit einer langen Haltbarkeit (z. B. Konserven), die vor dem Stichtag verpackt und etikettiert wurden, wird man wahrscheinlich noch eine gewisse Zeit auf neue Etiketten warten müssen.

Betriebe sind in einem unterschiedlichen Ausmaß von der Anwendung der DVO betroffen. Vor allem bei Produkten mit vielen Zutaten wird der Aufwand hoch sein. Spannend ist, wie es mit den eingetragenen Marken weitergehen wird und ob es zu einer

auffällig hohen Anzahl an Markenregistrierungen kommen wird. Produkte, die eine geschützte Bezeichnung tragen, sind ausgenommen. Spannend bleibt zudem, ob vermehrt Produkte registriert werden.

Hohe Kosten, ein hoher Aufwand, viele offene Fragen, Diskussionen und Herausforderungen sind vorprogrammiert, da erst die Praxis und die Zeit danach zeigen werden, ob die Anwendung der DVO korrekt erfolgt.

Beim Ausblick auf die Zukunft stellt sich die Frage, ob das Problem der losen bzw. unverpackt verkauften Ware, die von einigen Kennzeichnungsvorschriften ausgenommen ist, gelöst wird. Wie wird bei verarbeiteten Lebensmitteln und Produkten mit mehreren Zutaten verfahren? Werden durch die DVO einige „Fälle“ gelöst werden, da mehr Informationen zur Herkunft bereitgestellt werden? Wird die Pflicht zur Kennzeichnung bei anderen Lebensmitteln in Zukunft eingeführt? Wenn ja, bei welchen, und nur in einzelnen Mitgliedsstaaten oder auf EU-Ebene? All dies sind offene Fragen, die aktuell nicht beantwortet werden können.

Ein zentraler Aspekt ist die Preisfrage: Sind Konsumentinnen und Konsumenten bereit, für einen Mehrwert einer zusätzlichen Kennzeichnung zu bezahlen? Wenn der Aufwand vernachlässigbar wäre, wäre es schon lange zu einer Entscheidung dafür gekommen. Mehrere Untersuchungen der EU-Kommission zu diesem Thema kommen zum Ergebnis, dass Konsumentinnen und Konsumenten dazu nicht oder nicht in ausreichendem Maße bereit sind.

Interessant wäre auch, wie sich „regionale Lebensmittel“ auf der Preisebene mit anderen Lebensmitteln schlagen. Auf die Frage, auf welche „regionalen Lebensmittel“ aus welchem Preissegment zurückgegriffen wird, wurde in dieser Arbeit nicht eingegangen. Auch nicht darauf, ob für regionale Produkte ein höherer Preis akzeptiert wird und wenn ja, wo Preisschwellen liegen. Das Gleiche gilt für Produkte mit Herkunftsschutz.

Fakt ist, dass die Meinungen zu einer Erweiterung der Kennzeichnungspflicht auf bestimmte vorverpackte Produkte oder auf andere in dieser Arbeit genannte Produktgruppen, aber auch auf die Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie in Österreich

auseinandergehen. Für Österreich wird das Jahr 2020 zeigen, welche Rolle dieses Thema in der Politik einnehmen wird. Generell wird das Thema zukünftig in der gesamten EU weiterhin zu vielen Diskussionen führen, möglicherweise aber auch zu ersten Ansätzen und Lösungen.

Je nach Lebensmittelgruppe und Sektor müssen Aufwand, Nutzen, Kosten, Überprüfbarkeit, Verifizierbarkeit abgewogen werden und die Durchführbarkeit ermittelt werden.

Eine Möglichkeit besteht darin, Anreizsysteme zu schaffen, um eine freiwillige Kennzeichnung in der Gemeinschaftsverpflegung inklusive Gastronomie voranzutreiben und einheitlich zu gestalten oder eine Kennzeichnung ausschließlich auf obligatorischer Basis zu schaffen.

Seitens der Verbraucherinnen und Verbraucher ist das Interesse an Herkunftsinformation vorhanden, da die derzeitige Situation intransparent ist, auf der anderen Seite der Außer-Haus-Verzehr stetig zunimmt und ein wichtiger Absatzkanal für „regionale Produkte“ ist.

Generell ist das System der Herkunftskennzeichnung auf EU-Ebene noch nicht ausreichend durchdacht. Diese Arbeit hat gezeigt, dass einige Inhalte überarbeitet werden müssen oder generell ein Rechtsrahmen für diese geschaffen werden muss. Bei einigen Produkten fehlt eine Bereitstellung von Herkunftsinformation oder sie ist mangelhaft. Eine EU-weite Harmonisierung der Herkunftskennzeichnung sollte angestrebt werden.

Freiwillige, aber auch verpflichtende Modelle und Systeme der Herkunftskennzeichnung und -information weisen Vor- und Nachteile auf, keines davon ist fehlerlos bzw. perfekt. Schwarze Schafe, Grauzonen und Ausnahmen wird es weiterhin geben, diese sind nicht vermeidbar.

Dass Mitgliedsstaaten Kompromisse eingehen und sich in gewissen Punkten einigen, wird im Rahmen der EU-Rechtsgebung immer schwieriger. Diese Tatsache geht zu Lasten der erhofften Rechtsklarheit.

Bereits innerhalb der EU sind ein reibungsloser Ablauf und einheitliche, lückenlose Kennzeichnungsvorschriften schwer erreichbar, noch komplizierter wird es auch in Zukunft für importierte Waren. Einige Kennzeichnungsvorschriften berücksichtigen bereits die Einfuhr aus Drittländern. Diese auch zu kontrollieren, stellt aber eine Hürde dar. Generell ist die Rückverfolgbarkeit nicht immer und ausnahmslos gewährleistet und weist gewisse Grenzen auf.

Eine Verbesserung der Verbraucherinformation kann aber nicht einfach durch ein Mehr an Kennzeichnung erzielt werden. Erforderlich ist vielmehr eine Reduzierung von Komplexität, eine Konzentration auf das wirklich Wichtige. Diese Anforderungen können von Kennzeichnungssystemen nicht so einfach erfüllt werden. Zentrale Fragen sind: Welche Informationen wollen Verbraucherinnen und Verbraucher tatsächlich auf dem Etikett lesen, welche Informationen sind hingegen zu viel? Was wollen, was müssen Verbraucherinnen und Verbraucher wirklich wissen?

Ein wichtiges Ziel ist, die Interessen von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu unterstützen, denn sie sind diejenigen, die Lebensmittel kaufen.

Kennzeichnungsvorschriften bewegen sich daher im Spannungsfeld zwischen Informationsflut und Bedürfnis nach detaillierter Information. Regulierung ist wichtig, zu einer Überregulierung darf es aber auch nicht kommen.

Gewisse Vorgaben sind wichtig, aber wenn man die Hersteller in einzelne Systeme zwingt, kann das die großen Produzenten begünstigen und kleine überfordern. Die geforderte Anbietervielfalt kann dadurch gefährdet werden.

Einen rechtlichen Rahmen für Lebensmittel mit unterschiedlicher Herkunft, die international gehandelt, importiert, exportiert und miteinander vermischt werden, zu schaffen, stellt Entscheidungsträger in der EU und auf nationaler Ebene vor große Herausforderungen, da viele Interessenvertreter, Akteure und Stakeholder beteiligt sind. Gleichzeitig soll die freie Verkehrsfähigkeit der Waren innerhalb der EU nicht beeinträchtigt werden.

## 6 Zusammenfassung

Aktuell ist die Herkunfts- und Ursprungskennzeichnung eines der Themengebiete im EU-Lebensmittelrecht, über die am stärksten diskutiert wird. Das Thema beschäftigt sowohl Verbraucherinnen und Verbraucher, Lebensmittelwirtschaft/Industrie als auch die Politik.

Verbraucherinnen und Verbraucher werden mit Herkunfts- bzw. Ursprungsangaben in diversen Ausführungen, auf obligatorischer und freiwilliger Basis, konfrontiert.

Solche Angaben können das Einkaufsverhalten und die Kaufentscheidung beeinflussen. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher interessieren sich für die Herkunft bzw. für den Ursprung eines Produktes oder einzelner Zutaten in geographischer Hinsicht und wählen diese Aspekte als Kaufkriterium. Der Trend „Regionalität“ beeinflusst den Lebensmittelsektor markant.

Die Werbung mit transparenter und nachvollziehbarer Herkunft, Rückverfolgbarkeit oder „Regionalität“ ist aktuell sehr präsent, auch im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung inklusive Gastronomie.

Aufgrund von Lebensmittelskandalen, Etikettenschwindel und Skepsis gegenüber der Globalisierung wächst die Nachfrage nach „regionalen“ Lebensmitteln bzw. aus der näheren Umgebung.

Lebensmittel mit einer irreführenden Aufmachung oder mit unklarer, intransparenter, falscher oder fehlender Herkunftskennzeichnung stellen EU-weit ein Problem dar. Auf der anderen Seite sind Verbrauchererwartung, Interpretation und Auffassung von Herkunfts- und Ursprungsangaben unterschiedlich.

Kompromissbereitschaft für (neue) Kennzeichnungsvorschriften für Lebensmittel auf EU-Ebene und für aus Drittstaaten in die EU eingeführte Lebensmittel ist von allen Mitgliedsstaaten und Akteuren notwendig, um das Herkunftskennzeichnungsrecht zu optimieren und Problemen, wie das der Irreführung, entgegenzuwirken.

Einige verpflichtende und freiwillige Systeme, Modelle und Instrumente der Herkunftskennzeichnung und -information für Lebensmittel auf EU-Ebene sind gut etabliert, andere noch nicht ausreichend oder müssen überarbeitet bzw. angepasst werden. Für bestimmte Lebensmittelgruppen müssen Vorschriften erst geschaffen werden.

Generell weisen sowohl freiwillige als auch verpflichtende Systeme Vor- und Nachteile auf und je nach Lebensmittel muss geprüft werden, welches System sich besser eignet.

In dieser Arbeit konnten einige gut funktionierende Systeme spezifisch für Österreich und Italien aufgezeigt werden.

Die Zukunft wird zeigen, ob weitere Verpflichtungen zur Herkunftskennzeichnung erlassen werden und wenn ja, für welche Lebensmittelgruppen, in welcher Form und ob für die gesamte EU geltend oder nur für einzelne Mitgliedsstaaten. Dasselbe gilt für die Außer-Haus-Verpflegung.

## 7 Summary

Currently, the labelling of provenance and origin is one of the most discussed topics of EU food law. The theme concerns consumers, food economy/industry and politics.

Consumers are confronted with indications of provenance or origin in various versions, on a mandatory and voluntary basis.

Such information can influence purchasing behaviour and decisions. Many consumers are interested in the provenance or origin of a product or individual ingredients in a geographical sense and choose these aspects as a purchase criterion.

Advertising with a transparent and traceable provenance and origin, traceability or "regionality" is currently very present, also in the catering industry, including gastronomy.

Due to food scandals, fraudulent labelling and scepticism about globalization, the demand for "regional" food or from surrounding areas is growing.

Food products with a misleading presentation or with unclear, non-transparent, incorrect or missing labelling of provenance/origin pose a problem across the EU. On the other hand, consumer expectations, interpretation and perception of indications of provenance and origin differ.

Willingness to compromise for (new) labelling regulations for food at EU level and for food imported into the EU from third countries is necessary for all member states and actors in order to optimize the right of provenance/origin labelling and counter problems such as misleading.

Some mandatory and voluntary systems, models and instruments of provenance/origin labelling and information for food at EU level are well established, others are not yet sufficient or have to be revised or adapted. Regulations have to be created for certain food groups.

In general, both voluntary and mandatory systems have advantages and disadvantages, and depending on the food product, it must be checked which system is more suitable.

In this thesis it was possible to show some well-functioning systems specifically for Austria and Italy.

The future will show whether further obligations on labelling of provenance and origin are enacted and if so, for which food groups, in what form and whether they apply to the entire EU or only to individual member states. The same applies to out-of-home catering.

## 8 Literaturverzeichnis

1. EUR-Lex. Internet: <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=de> (Stand: 26.11.2019)
2. Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort: Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS). Internet: <https://www.ris.bka.gv.at/> (Stand: 26.11.2019)
3. Kaiser R. Qualitative Experteninterviews - Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1. Auflage, Wiesbaden, 2014; 97–110.
4. European Food Safety Authority (EFSA): Europäer zu den Lebensmittelfragen von heute: neue EU-weite Erhebung erscheint am ersten Internationalen Tag der Lebensmittelsicherheit. Internet: <https://www.efsa.europa.eu/de/press/news/190607> (Stand: 26.11.2019)
5. European Food Safety Authority (EFSA), Europäische Kommission (EK): Special Eurobarometer - Report - Food safety in the EU (2019). Internet: [https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/corporate\\_publications/files/Eurobarometer2019\\_Food-safety-in-the-EU\\_Full-report.pdf](https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/corporate_publications/files/Eurobarometer2019_Food-safety-in-the-EU_Full-report.pdf) (Stand: 26.11.2019)
6. European Food Safety Authority (EFSA), Europäische Kommission (EK): Eurobarometer 91.3 - Österreich (2019). Internet: [https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/corporate\\_publications/files/eurobarometer19/country-factsheets/EB91.3\\_EFSA\\_fact\\_at\\_de.pdf](https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/corporate_publications/files/eurobarometer19/country-factsheets/EB91.3_EFSA_fact_at_de.pdf) (Stand: 26.11.2019)
7. TQS RESEARCH & CONSULTING KG: Quantitative Methoden - Online-Befragung (CAWI). Internet: <https://www.tqs.at/de-at/methoden/quantitative-methoden/> (Stand: 26.11.2019)
8. Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH (AGES): Risikobarometer Umwelt & Gesundheit 2018. Internet: [https://www.ages.at/index.php?id=34443&pk\\_campaign=AGES%20Newsletter%2002%2F19&pk\\_kwd=PAGE75162](https://www.ages.at/index.php?id=34443&pk_campaign=AGES%20Newsletter%2002%2F19&pk_kwd=PAGE75162) (Stand: 26.11.2019)

9. Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH (AGES), Umweltbundesamt GmbH: Risikobarometer Umwelt & Gesundheit 2018 (Wien 2019).  
Internet: [https://www.ages.at/download/0/0/d443dfc7f8050a2d85013e9bbd9e2014e5586d6e/fileadmin/AGES2015/Wissen-Aktuell/Risikobarometer\\_Umwelt\\_\\_Gesundheit\\_2018.pdf](https://www.ages.at/download/0/0/d443dfc7f8050a2d85013e9bbd9e2014e5586d6e/fileadmin/AGES2015/Wissen-Aktuell/Risikobarometer_Umwelt__Gesundheit_2018.pdf) (Stand: 26.11.2019)
10. AMA-Marketing: RollAMA-Motivanalysen - Regionalität Juni 2016 - Qualität August 2017 - Ernährung April 2017 - Produktqualität und Interessen im Bereich Lebensmittel September/Oktober 2016 - Fleisch Jänner/Februar 2019.
11. AMA-Marketing: RollAMA-Motivanalyse - Regionalität August 2019.
12. AMA-Marketing: Österreichische Lebensmittel - August 2019.
13. BEUC: Where does my food come from? - BEUC consumer survey on origin labelling on food. Internet: <https://www.beuc.eu/publications/2013-00043-01-e.pdf> (Stand: 15.12.2019)
14. Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH (AGES): TSE (BSE/Scrapie/CWD). Internet: <https://www.ages.at/themen/krankheitserreger/tse-bsescrapiecwd/> (Stand: 26.11.2019)
15. Europäische Union: Die Geschichte der Europäischen Union - 1996. Internet: [https://europa.eu/european-union/about-eu/history/1990-1999/1996\\_de](https://europa.eu/european-union/about-eu/history/1990-1999/1996_de) (Stand: 26.11.2019)
16. Wolters Kluwer Deutschland GmbH: EuGH, 12.07.1996 - C-180/96 R - Beschluss des Gerichtshofes vom 12. Juli 1996. Internet: <https://research.wolterskluwer-online.de/document/af5b3110-2563-489d-b5a2-c4707df54b8a?searchId=89164654> (Stand: 26.11.2019)
17. Beschluss vom 12.07.1996 - RECHTSSACHE C-180/96 R. Internet: <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?jsessionid=39BEFCF5B8B0DE52017A3C3C4E-ABAC07?text=&docid=101059&pageIndex=0&do-clang=de&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=1968482> (Stand: 26.11.2019)

18. Fischer R. Die Europäische Union auf dem Weg zu einer vorsorgenden Risikopolitik?: Ein policy-analytischer Vergleich der Regulierung von BSE und transgenen Lebensmitteln. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1. Auflage, Wiesbaden, 2009; 140.
19. Verordnung (EG) 178/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 28. Januar 2002 zur Festlegung der allgemeinen Grundsätze und Anforderungen des Lebensmittelrechts, zur Errichtung der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit und zur Festlegung von Verfahren zur Lebensmittelsicherheit, ABl L 2002/31, 1.
20. BBC: End to 10-year British beef ban. Internet:  
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/4967480.stm> (Stand: 27.11.2019)
21. GVFI Europe: Rindfleischetikettierung. Internet: <http://www.gvfi.eu/Qualitaet/Etikettierung.html> (Stand: 27.11.2019)
22. Verordnung (EG) 1760/2000 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17. Juli 2000 zur Einführung eines Systems zur Kennzeichnung und Registrierung von Rindern und über die Etikettierung von Rindfleisch und Rindfleischerzeugnissen sowie zur Aufhebung der Verordnung (EG) 820/97 des Rates, ABl L 2000/204, 1.
23. Verordnung (EU) 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel und zur Änderung der Verordnungen (EG) 1924/2006 und (EG) 1925/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates und zur Aufhebung der Richtlinie 87/250/EWG der Kommission, der Richtlinie 90/496/EWG des Rates, der Richtlinie 1999/10/EG der Kommission, der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, der Richtlinien 2002/67/EG und 2008/5/EG der Kommission und der Verordnung (EG) 608/2004 der Kommission, ABl L 2011/304, 18–63.
24. Verordnung (EWG) 2913/92 des Rates vom 12. Oktober 1992 zur Festlegung des Zollkodex der Gemeinschaften, ABl L 1992/302, 1.
25. Delegierte Verordnung (EU) 2015/2446 der Kommission vom 28. Juli 2015 zur Ergänzung der Verordnung (EU) 952/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates

mit Einzelheiten zur Präzisierung von Bestimmungen des Zollkodex der Union, ABl L 2015/343, 1.

26. Bundesgesetz über Sicherheitsanforderungen und weitere Anforderungen an Lebensmittel, Gebrauchsgegenstände und kosmetische Mittel zum Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher (Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz - LMSVG), BGBl I 2006/13.

27. 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 bzw. Herkunftsortes von frischem, gekühltem oder gefrorenem Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Geflügelfleisch, ABl L 2013/335, 19.

28. Durchführungsverordnung (EU) 2018/775 der Kommission vom 28. Mai 2018 mit den Einzelheiten zur Anwendung von Artikel 26 Absatz 3 der Verordnung (EU) 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel hinsichtlich der Vorschriften für die Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts der primären Zutat eines Lebensmittels, ABl L 2018/131, 8.

29. Europäische Kommission: BERICHT DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DEN RAT über die obligatorische Angabe des Ursprungslands oder des Herkunftsorts im Falle von Milch, von Milch, die als Zutat in Milchprodukten verwendet wird, und von anderen Fleischsorten als Rind-, Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Geflügelfleisch (2015). Internet: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2015:0205:FIN:DE:PDF> (Stand: 27.11.2019)

30. Europäische Kommission: REPORT FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL regarding the mandatory indication of the country of origin or place of provenance for meat used as an ingredient (2013). Internet: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2013/DE/1-2013-755-DE-F1-1.Pdf> (Stand: 27.11.2019)

31. Verordnung (EG) 820/97 des Rates vom 21. April 1997 zur Einführung eines Systems zur Kennzeichnung und Registrierung von Rindern und über die Etikettierung von Rindfleisch und Rindfleischerzeugnissen, ABl L 1997/117, 1.
32. Verordnung (EG) 1825/2000 der Kommission vom 25. August 2000 mit Durchführungsvorschriften zur Verordnung (EG) 1760/2000 des Europäischen Parlaments und des Rates hinsichtlich der Etikettierung von Rindfleisch und Rindfleischerzeugnissen, ABl L 2000/216, 8.
33. Verordnung (EG) 800/1999 der Kommission vom 15. April 1999 über gemeinsame Durchführungsvorschriften für Ausfuhrerstattungen bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen, ABl L 1999/102, 11.
34. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Die Rindfleisch-Kennzeichnung - Transparenz und Kontrolle schafft Vertrauen. 1. Auflage, Wien, 2008.
35. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Merkblatt 8 „Kennzeichnung“ (2014). Internet: [https://b2b.amainfo.at/fileadmin/user\\_upload/Dokumente/Alle\\_Dokumente/Alle\\_Dokumente/bos\\_-\\_Merkblatt\\_8\\_Kennzeichnung.pdf](https://b2b.amainfo.at/fileadmin/user_upload/Dokumente/Alle_Dokumente/Alle_Dokumente/bos_-_Merkblatt_8_Kennzeichnung.pdf) (Stand: 27.11.2019)
36. Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE): Leitfaden Rindfleischetikettierung (2008). Internet: [https://www.erlangen.de/Portaldata/1/Resources/080\\_stadtverwaltung/dokumente/broschueren/39\\_Leitfaden\\_Rindfleischetikettierung.pdf](https://www.erlangen.de/Portaldata/1/Resources/080_stadtverwaltung/dokumente/broschueren/39_Leitfaden_Rindfleischetikettierung.pdf) (Stand: 27.11.2019)
37. SAICON Consulting: Sonderausgabe Herkunftsangaben Frischfleisch. Internet: <http://www.saicon-dls.com/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/e9c41bfd-aa45-44aa-b5ae-f2315b9f9331/Blickpunkt%5bRecht%5d%202015%2001%20SA%20FFUrsprung.pdf?guest=true> (Stand: 27.11.2019)
38. ORGAINVENT Entwicklungs- und Koordinationsgesellschaft mbH: Schlagwortkatalog - Hackfleisch, Gehacktes oder Tatar. Internet: [https://www.orgainvent.de/index.php?option=com\\_content&view=article&id=277&Itemid=274&lang=de](https://www.orgainvent.de/index.php?option=com_content&view=article&id=277&Itemid=274&lang=de) (11.12.2019)

39. Verordnung (EG) 589/2008 der Kommission vom 23. Juni 2008 mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EG) 1234/2007 des Rates hinsichtlich der Vermarktungsnormen für Eier, ABl L 2008/163, 6.
40. Verordnung (EG) 1234/2007 des Rates vom 22. Oktober 2007 über eine gemeinsame Organisation der Agrarmärkte und mit Sondervorschriften für bestimmte landwirtschaftliche Erzeugnisse (Verordnung über die einheitliche GMO), ABl L 2007/299, 1.
41. Verordnung des Bundesministers für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft über Vermarktungsnormen für Eier, BGBl II 2009/365.
42. Richtlinie 2002/4/EG der Kommission vom 30. Januar 2002 über die Registrierung von Legehennenbetrieben gemäß der Richtlinie 1999/74/EG des Rates, ABl L 2002/30, 44.
43. Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort: Eier - Güteklassen/Gewichtsklassen. Internet: <https://www.usp.gv.at/Portal.Node/usp/public/content/brancheninformationen/landwirtschaft/eier/51122.html> (Stand: 27.11.2019)
44. Bundesgesetz vom 8. Oktober 1980 über das land- und forstwirtschaftliche Betriebsinformationssystem (LFBIS-Gesetz), BGBl 1980/448.
45. Verordnung (EU) 1308/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17. Dezember 2013 über eine gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse und zur Aufhebung der Verordnungen (EWG) 922/72, (EWG) 234/79, (EG) 1037/2001 und (EG) 1234/2007, ABl L 2013/347, 671.
46. Durchführungsverordnung (EU) 543/2011 der Kommission vom 7. Juni 2011 mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EG) 1234/2007 des Rates für die Sektoren Obst und Gemüse und Verarbeitungserzeugnisse aus Obst und Gemüse, ABl L 2011/157, 1.

47. Delegierte Verordnung (EU) 2019/428 der Kommission vom 12. Juli 2018 zur Änderung der Durchführungsverordnung (EU) 543/2011 hinsichtlich der Vermarktungsnormen im Sektor Obst und Gemüse, ABl L 2019/75, 1.
48. Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE): Vermarktungsnormen und Hilfen zur Anwendung. Internet: [https://www.ble.de/DE/Themen/Ernaehrung-Lebensmittel/Vermarktungsnormen/Obst-Gemuese/Vermarktungsnormen-Hilfen-zur-Anwendung/vermarktungsnormen-hilfen\\_node.html](https://www.ble.de/DE/Themen/Ernaehrung-Lebensmittel/Vermarktungsnormen/Obst-Gemuese/Vermarktungsnormen-Hilfen-zur-Anwendung/vermarktungsnormen-hilfen_node.html) (Stand: 27.11.2019)
49. Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE): ERZEUGNISSE DES OBST- UND GEMÜSEHANDELS OHNE VERMARKTUNGSNORM GEMÄSS VO (EU) NR. 543/2011 (2019). Internet: [https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/Ernaehrung-Lebensmittel/Vermarktungsnormen/VermarktungsnormenObstGemuese/Liste\\_Warenarten\\_ohne.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=5](https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/Ernaehrung-Lebensmittel/Vermarktungsnormen/VermarktungsnormenObstGemuese/Liste_Warenarten_ohne.pdf?__blob=publicationFile&v=5) (Stand: 27.11.2019)
50. Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE): Kennzeichnung von frischem Obst und Gemüse (Bonn 2018). Internet: [https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/Ernaehrung-Lebensmittel/Vermarktungsnormen/VermarktungsnormenObstGemuese/TagungQualitaetskontrolle/Bickelmann-Text-DE.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.ble.de/SharedDocs/Downloads/DE/Ernaehrung-Lebensmittel/Vermarktungsnormen/VermarktungsnormenObstGemuese/TagungQualitaetskontrolle/Bickelmann-Text-DE.pdf?__blob=publicationFile&v=2) (Stand: 27.11.2019)
51. Richtlinie 2001/110/EG des Rates vom 20. Dezember 2001 über Honig, ABl L 10 2002/10, 47.
52. Verordnung der Bundesministerin für Gesundheit und Frauen über Honig (Honigverordnung), BGBl II 2004/40.
53. Richtlinie 2014/63/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Mai 2014 zur Änderung der Richtlinie 2001/110/EG des Rates über Honig, ABl L 2014/164, 1.
54. Durchführungsverordnung (EU) 29/2012 der Kommission vom 13. Januar 2012 mit Vermarktungsvorschriften für Olivenöl, ABl L 2012/12, 14.

55. Verordnung (EG) 510/2006 des Rates vom 20. März 2006 zum Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, ABl L 2006/93, 12.
56. Erste Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken, ABl L 1989/40, 1.
57. Verordnung (EG) 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke, ABl L 1994/11, 1.
58. Verordnung (EU) 1379/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2013 über die gemeinsame Marktorganisation für Erzeugnisse der Fischerei und der Aquakultur, zur Änderung der Verordnungen (EG) 1184/2006 und (EG) 1224/2009 des Rates und zur Aufhebung der Verordnung (EG) 104/2000 des Rates, ABl L 2013/354, 1.
59. Verordnung (EG) 110/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Januar 2008 zur Begriffsbestimmung, Bezeichnung, Aufmachung und Etikettierung von Spirituosen sowie zum Schutz geographischer Angaben für Spirituosen und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) 1576/89, ABl L 2008/39, 16.
60. Verordnung (EG) 834/2007 des Rates vom 28. Juni 2007 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) 2092/91, ABl. L 2007/189, 1.
61. Verordnung (EG) 889/2008 der Kommission vom 5. September 2008 mit Durchführungsvorschriften zur Verordnung (EG) 834/2007 des Rates über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen hinsichtlich der ökologischen/biologischen Produktion, Kennzeichnung und Kontrolle, ABl L 2008/250, 1.
62. Verordnung (EU) 2018/848 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Mai 2018 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen sowie zur Aufhebung der Verordnung (EG) 834/2007 des Rates, ABl L 2018/150, 1.

63. Austria Bio Garantie GmbH: Die Basisverordnung zu den neuen EU Bio-Bestimmungen - Information für Betriebe und MitarbeiterInnen (2019). Internet: <http://www.abg.at/wp-content/uploads/2019/02/K0419.pdf> (Stand: 27.11.2019)
64. Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (BMNT): Einheitliche GMO - Wein. Internet: [https://www.bmnt.gv.at/land/produktion-maerkte/gmo-rechtsinfo/VO\\_1308\\_2013/gmo-wein/Wein.html](https://www.bmnt.gv.at/land/produktion-maerkte/gmo-rechtsinfo/VO_1308_2013/gmo-wein/Wein.html) (Stand: 27.11.2019)
65. Delegierte Verordnung (EU) 2019/33 der Kommission vom 17. Oktober 2018 zur Ergänzung der Verordnung (EU) 1308/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates in Bezug auf Anträge auf Schutz von Ursprungsbezeichnungen, geografischen Angaben und traditionellen Begriffen im Weinsektor, das Einspruchsverfahren, Einschränkungen der Verwendung, Änderungen der Produktspezifikationen, die Löschung des Schutzes sowie die Kennzeichnung und Aufmachung, ABl L 2019/9, 2.
66. Österreich Wein Marketing GmbH: Das Weingesetz. Internet: <https://www.oesterreichwein.at/unser-wein/das-weingesetz> (Stand: 27.11.2019)
67. Verordnung (EG) 852/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 über Lebensmittelhygiene, ABl L 2004/139, 1.
68. RIDA GmbH: RIDA-Abkürzungsliste. Internet: <http://www.ridaonline.at/zitiermaster/AbkListe.a5w> (Stand: 27.11.2019)
69. Europäische Kommission (EK): Food Law General Requirements. Internet: [https://ec.europa.eu/food/safety/general\\_food\\_law/general\\_requirements\\_en](https://ec.europa.eu/food/safety/general_food_law/general_requirements_en) (Stand: 27.11.2019)
70. European Commission - Directorate-General for Health and Consumer Protection: Food Traceability (2007). Internet: [https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/gfl\\_req\\_factsheet\\_traceability\\_2007\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/gfl_req_factsheet_traceability_2007_en.pdf) (Stand: 27.11.2019)
71. Landesverband der Lebensmittelkontrolleure Saar e.V.: Merkblatt über die Rückverfolgbarkeit gem. Art. 18 der Basis VO (EG) 178/2002.

72. Wu H, Steiner J. ECO - das ORF Wirtschaftsmagazin: Eierproduktion in Österreich: Vorzeigeland mit schalem Beigeschmack (18.04.2019).
73. Richtlinie 89/396/EWG des Rates vom 14. Juni 1989 über Angaben oder Marken, mit denen sich das Los, zu dem ein Lebensmittel gehört, feststellen lässt, ABI L 1989/186, 21.
74. Richtlinie 2011/91/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Dezember 2011 über Angaben oder Marken, mit denen sich das Los, zu dem ein Lebensmittel gehört, feststellen lässt, ABI L 2011/334, 1.
75. Verordnung des Bundesministers für Gesundheit über Angaben, mit denen sich das Los, zu dem ein Lebensmittel gehört, feststellen lässt (Loskennzeichnungsverordnung), BGBl II 2014/230.
76. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL): Das Identitätskennzeichen. Internet: [https://www.bmel.de/DE/Ernaehrung/Kennzeichnung/VerpflichtendeKennzeichnung/Produktbezogene\\_Kennzeichnungsregelungen/\\_Texte/Identitaetskennzeichen.html](https://www.bmel.de/DE/Ernaehrung/Kennzeichnung/VerpflichtendeKennzeichnung/Produktbezogene_Kennzeichnungsregelungen/_Texte/Identitaetskennzeichen.html) (Stand: 27.11.2019)
77. WKO/Die Lebensmittelindustrie: Hygiene - Schwerpunktthema (2015). Internet: <https://www.wko.at/branchen/industrie/nahrungs-genussmittelindustrie/Hygiene.html> (Stand: 27.11.2017)
78. Verordnung (EG) 853/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 mit spezifischen Hygienevorschriften für Lebensmittel tierischen Ursprungs, ABI L 2004/139, 55.
79. Verordnung (EG) 854/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 mit besonderen Verfahrensvorschriften für die amtliche Überwachung von zum menschlichen Verzehr bestimmten Erzeugnissen tierischen Ursprungs, ABI L 2004/139, 206.
80. Landwirtschaftskammer Oberösterreich: Pressemitteilung - Fleisch am Schlachthof wird lückenlos kontrolliert - Konsument kann sich auf die Fleischqualität verlassen (Linz

2016). Internet: [https://www.oefk.at/fileadmin/user\\_upload/PDF/Pressemitteilung\\_Reisecker.pdf](https://www.oefk.at/fileadmin/user_upload/PDF/Pressemitteilung_Reisecker.pdf) (Stand: 27.11.2019)

81. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Fleischkennzeichnung - Was unter Herkunft und Ursprung zu verstehen ist (Wien 2015). Internet: [http://shop.a-mainfo.at/fileadmin/downloads/webshop/Broschueren/Download\\_Folder\\_Fleischkennzeichnung\\_15.pdf](http://shop.a-mainfo.at/fileadmin/downloads/webshop/Broschueren/Download_Folder_Fleischkennzeichnung_15.pdf) (Stand: 27.11.2019)

82. Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL): Schnellsuche (Teil A). Internet: [http://apps2.bvl.bund.de/bltu/app/process/bvl-btl\\_p\\_veroeffentlichung?execution=e2s1](http://apps2.bvl.bund.de/bltu/app/process/bvl-btl_p_veroeffentlichung?execution=e2s1) (Stand: 27.11.2019)

83. Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH (AGES) und Bundesministerium für Gesundheit (BMG) (2011): Vorgehen bei Gastroenteritis-Ausbrüchen durch Norovirus...in gesundheitsversorgenden Einrichtungen, auf Personenschiffen, Beherbergungsbetrieben, Schulen und in anderen Gemeinschaftseinrichtungen. Internet: [https://www.ages.at/download/0/0/b5e36d645cd4231854da490cb8f2c1999674c797/fileadmin/AGES2015/Themen/Krankheitserreger\\_Dateien/Noroviren/Noroviren\\_Leitlinie\\_2011.pdf](https://www.ages.at/download/0/0/b5e36d645cd4231854da490cb8f2c1999674c797/fileadmin/AGES2015/Themen/Krankheitserreger_Dateien/Noroviren/Noroviren_Leitlinie_2011.pdf) (Stand: 27.11.2019)

84. Verein Österreichische Eierdatenbank: Österreichische Eierdatenbank (OEDB). Internet: <https://www.eierdatenbank.at/> (Stand: 27.11.2019)

85. Wiesböck G. Persönliches Interview über die Österreichische Eierdatenbank (OEDB). AMA-Marketing, Wien, 6. Mai 2019.

86. Wiesböck G. Österreichische Eierdatenbank erneut in aller Munde. ZAG Journal 3/2016: 40–41.

87. GS1 Austria: Rückverfolgbarkeit mit dem GS1 Rückverfolgbarkeits-Standard. Internet: [https://www.gs1.at/fileadmin/user\\_upload/Broschuere\\_GS1\\_Austria\\_Rueckverfolgbarkeit.pdf](https://www.gs1.at/fileadmin/user_upload/Broschuere_GS1_Austria_Rueckverfolgbarkeit.pdf) (Stand: 27.11.2019)

88. GS1 Austria: Glossar - GTIN. Internet: [https://www.gs1.at/downloads-services/allgemeines/glossar.html?tx\\_a21glossaryadvancedoutput\\_pi1%5Bchar%5D=s&tx\\_asframework\\_%5Baction%5D=getCurrentHomepage&tx\\_asframework\\_%5Bcontroller%5D=Homescreen&hid=1568410402&tx\\_dpnglossary\\_glossarylist%5B%40widget\\_0%5D%5Bcharacter%5D=G&cHash=1d998c5923e63f67b630e3a69af25d4e](https://www.gs1.at/downloads-services/allgemeines/glossar.html?tx_a21glossaryadvancedoutput_pi1%5Bchar%5D=s&tx_asframework_%5Baction%5D=getCurrentHomepage&tx_asframework_%5Bcontroller%5D=Homescreen&hid=1568410402&tx_dpnglossary_glossarylist%5B%40widget_0%5D%5Bcharacter%5D=G&cHash=1d998c5923e63f67b630e3a69af25d4e) (Stand: 27.11.2019)
89. GS1 Austria: Zuwachs in der Strichcodefamilie - GS1 DataBar. Internet: [https://www.gs1.at/fileadmin/user\\_upload/Broschuere\\_GS1\\_Austria\\_GS1\\_DataBar.pdf](https://www.gs1.at/fileadmin/user_upload/Broschuere_GS1_Austria_GS1_DataBar.pdf) (Stand: 27.11.2019)
90. GS1 Austria: GS1 DataBar. Internet: <https://www.gs1.at/strichcodes-rfid/strichcodes/gs1-databar.html> (Stand: 27.11.2019)
91. GS1 Austria: Grünbuch „Lebensmittelsicherheit und Rückverfolgbarkeit“ - Beiträge aus den Bereichen Wissenschaft, Politik und Interessensvertretung (2014). Internet: [https://www.gs1.at/fileadmin/user\\_upload/Gruenbuch\\_Lebensmittelsicherheit\\_Rueckverfolgbarkeit.pdf](https://www.gs1.at/fileadmin/user_upload/Gruenbuch_Lebensmittelsicherheit_Rueckverfolgbarkeit.pdf) (Stand: 27.11.2019)
92. APA-OTS: RollAMA 2015: 140 Euro für Frischeprodukte pro Monat. Internet: [https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20160316\\_OTS0079/rollama-2015-140-euro-fuer-frischeprodukte-pro-monat](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20160316_OTS0079/rollama-2015-140-euro-fuer-frischeprodukte-pro-monat) (Stand: 27.11.2019)
93. GS1 Austria: Online-Bevölkerungsumfrage zum Thema Rückverfolgbarkeit erstellt von KeyQUEST Marktforschung GmbH. Internet: [https://www.gs1.at/fileadmin/user\\_upload/Praesentation\\_Marktforschung\\_Rueckverfolgbarkeit.pdf](https://www.gs1.at/fileadmin/user_upload/Praesentation_Marktforschung_Rueckverfolgbarkeit.pdf) (Stand: 27.11.2019)
94. Verordnung (EWG) 2081/92 des Rates vom 14. Juli 1992 zum Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, ABl L 1992/208, 1.
95. Verordnung (EWG) 2082/92 des Rates vom 14. Juli 1992 über Bescheinigungen besonderer Merkmale von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln, ABl L 1992/208, 9.

96. Verordnung (EWG) 1848/93 der Kommission vom 9. Juli 1993 mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EWG) 2082/92 des Rates über Bescheinigungen besonderer Merkmale von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln, ABl L 1993/168, 35.
97. Verordnung (EG) 509/2006 des Rates vom 20. März 2006 über die garantiert traditionellen Spezialitäten bei Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln, ABl L 2006/93, 1.
98. Europäische Kommission: Verstärkte EU-Politik für eine bessere Information über hochwertige Lebensmittel. Internet: [https://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-10-1692\\_de.htm?locale=en](https://europa.eu/rapid/press-release_IP-10-1692_de.htm?locale=en) (Stand: 27.11.2019)
99. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL): Allgemeines zu den Agrarmärkten. Internet: [https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iem/dateien/jh\\_agrarmärkte20112012\\_allgemeines.pdf](https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iem/dateien/jh_agrarmärkte20112012_allgemeines.pdf) (Stand: 27.11.2019)
100. Verordnung (EU) 1151/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 21. November 2012 über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, ABl L 2012/343, 1.
101. Europäische Kommission: DOOR. Internet: <https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html> (Stand: 27.11.2019)
102. Verordnung (EG) 1030/2009 der Kommission vom 29. Oktober 2009 zur Genehmigung geringfügiger Änderungen der Spezifikation einer im Register der geschützten Ursprungsbezeichnungen und der geschützten geografischen Angaben eingetragenen Bezeichnung (Pecorino Romano (g.U.)), ABl L 2009/283, 43.
103. Österreichisches Patentamt: Steirische Käferbohne g.U. - Produktspezifikation. Internet: [https://www.patentamt.at/fileadmin/root\\_oepa/Dateien/Marken/Herkunftsangaben/SteirischeKaeferbohne.pdf](https://www.patentamt.at/fileadmin/root_oepa/Dateien/Marken/Herkunftsangaben/SteirischeKaeferbohne.pdf) (Stand: 27.11.2019)
104. Europäische Kommission: DOOR. Internet: <https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filter->

Min.milestone\_\_mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone\_\_mask=&filterMax.milestone=&filter.country=AT&filter.category=&filter.type=PDO&filter.status=REGISTERED (Stand: 27.11.2019)

105. Europäische Kommission: Feta-Käse: Kommissionsvorschlag für Schutz der geographischen Angabe (2002). Internet: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/IP\\_02\\_866](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/IP_02_866) (Stand: 27.11.2019)

106. Verordnung (EG) 1829/2002 der Kommission vom 14. Oktober 2002 zur Änderung des Anhangs der Verordnung (EG) 1107/96 der Kommission in Bezug auf die Bezeichnung "Feta", ABl L 2002/277, 10.

107. Europäische Kommission: Eintragungsantrag für TYRI POP FETA (KÄSE g.U. FETA). Internet: VI/5015/95A(PMON\DE\0074.wpd (Stand: 3.1.2020)

108. Anonym: FETA-Spezifikation. Internet: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiH7\\_fWoovmAhWylYsKHbgFDCYQFjAAegQIBBAC&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Fagriculture%2Fquality%2Fdoor%2FdocumentDisplay.html%3Fchk-Document%3D4782\\_1\\_en&usg=AOvVaw3s1G\\_VnnhhRe-lbVWbhwOa](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiH7_fWoovmAhWylYsKHbgFDCYQFjAAegQIBBAC&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Fagriculture%2Fquality%2Fdoor%2FdocumentDisplay.html%3Fchk-Document%3D4782_1_en&usg=AOvVaw3s1G_VnnhhRe-lbVWbhwOa) (Stand: 27.11.2019)

109. Veröffentlichung eines Änderungsantrags gemäß Artikel 50 Absatz 2 Buchstabe a der Verordnung (EU) 1151/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, ABl C 2018/46, 8.

110. Bundesverband der Süßwarenindustrie: Antrag auf Eintragung von Nürnberger Lebkuchen g.g.A. nach Art 17 der VO (EWG) 2081/92.

111. Veröffentlichung eines Eintragungsantrags nach Artikel 6 Absatz 2 der Verordnung (EG) 510/2006 des Rates zum Schutz von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, ABl C 2008/91, 10.

112. Consorzio tra Produttori di Aceto Balsamico Tradizionale di Modena: Antrag auf Eintragung von Aceto Balsamico Tradizionale di Modena g.U. nach Art 17 der VO (EWG) 2081/92.
113. Verordnung (EG) 583/2009 der Kommission vom 3. Juli 2009 zur Eintragung einer Bezeichnung in das Verzeichnis der geschützten Ursprungsbezeichnungen und der geschützten geografischen Angaben (Aceto Balsamico di Modena (g.g.A.)), ABl L 2009/175, 7.
114. Lebensmittelversuchsanstalt GmbH: Das Österreichische Lebensmittelbuch (Codex Alimentarius Austriacus). Internet: [www.lebensmittelbuch.at](http://www.lebensmittelbuch.at) (Stand: 28.11.2019)
115. Veröffentlichung eines Eintragungsantrags gemäß Artikel 50 Absatz 2 Buchstabe b der Verordnung (EU) 1151/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, ABl C 340/2014, 6.
116. Durchführungsverordnung (EU) 2016/304 der Kommission vom 2. März 2016 zur Eintragung einer Bezeichnung in das Register der garantiert traditionellen Spezialitäten [Heumilch/Haymilk/Latte fieno/Lait de foin/Leche de heno (g. t. S.)], ABl L 2016/58, 28.
117. Europäische Kommission: DOOR. Internet: [https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=de&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=heumilch&filterMin.milestone\\_\\_mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone\\_\\_mask=&filterMax.milestone=&filter.country=&filter.category=&filter.type=&filter.status=](https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?locale=de&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=heumilch&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=&filter.category=&filter.type=&filter.status=) (Stand: 28.11.2019)
118. Verordnung (EG) 1898/2006 der Kommission vom 14. Dezember 2006 mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EG) 510/2006 des Rates zum Schutz von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, ABl L 2006/369, 1.
119. Durchführungsverordnung (EU) 668/2014 der Kommission vom 13. Juni 2014 mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EU) 1151/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, ABl L 2014/179, 36.

120. Delegierte Verordnung (EU) 664/2014 der Kommission vom 18. Dezember 2013 zur Ergänzung der Verordnung (EU) 1151/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates im Hinblick auf die Festlegung der EU-Zeichen für geschützte Ursprungsbezeichnungen, geschützte geografische Angaben und garantiert traditionelle Spezialitäten sowie im Hinblick auf bestimmte herkunftsbezogene Vorschriften, Verfahrensvorschriften und zusätzliche Übergangsvorschriften, ABl L 2014/179, 17.

121. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL): Agrarmärkte 2013 - Allgemeines. Internet: [https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iem/dateien/teilauszug\\_allgemeines.pdf](https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iem/dateien/teilauszug_allgemeines.pdf) (Stand: 28.11.2019)

122. Verordnung (EG) 1257/1999 des Rates vom 17. Mai 1999 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft (EAGFL) und zur Änderung bzw. Aufhebung bestimmter Verordnungen, ABl L 1999/160, 80.

123. Delegierte Verordnung (EU) 665/2014 der Kommission vom 11. März 2014 zur Ergänzung der Verordnung (EU) 1151/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates hinsichtlich der Bedingungen für die Verwendung der fakultativen Qualitätsangabe „Bergerzeugnis“, ABl L 2014/179, 23.

124. Broscha K. Persönliches Interview über das System der geschützten Bezeichnungen in Österreich. SVGH, Wien, 27. Juni 2019.

125. Serviceverein geschützte Herkunftsbezeichnungen für Lebensmittel (SVGH). Internet: <http://www.svggh.at/> (Stand: 28.11.2019)

126. Serviceverein geschützte Herkunftsbezeichnungen für Lebensmittel (SVGH): Praxishandbuch zum EU-Herkunftsschutz (2019).

127. Europäische Kommission: DOOR - Südtiroler Schüttelbrot/Schüttelbrot Alto Adige. Internet: <https://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/appliedName.html?denominationId=21446> (Stand: 28.11.2019)

128. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Netzwerk Kulinarik (NWK). Internet: <https://b2b.amainfo.at/kulinarik/> (Stand: 28.11.2019)
129. Pichler L. Persönliches Interview über den EU-Herkunftsschutz - Situation in Südtirol/Italien. Handelskammer Bozen, Bozen, 1. August 2019.
130. Verordnung (EG) 1855/2005 der Kommission vom 14. November 2005 zur Ergänzung des Anhangs der Verordnung (EG) 2400/96 zwecks Eintragung bestimmter Bezeichnungen in das Verzeichnis der geschützten Ursprungsbezeichnungen und der geschützten geografischen Angaben (Mela Alto Adige bzw. Südtiroler Apfel (g.g.A.), Asperge des Sables des Landes (g.g.A.), Pâtes d'Alsace (g.g.A.), Jamón de Trevélez (g.g.A.), Oliva Ascolana del Piceno (g.U.)), ABl L 2005/297, 6.
131. Veröffentlichung des Antrags auf Eintragung gemäß Artikel 6 Absatz 2 der Verordnung (EWG) 2081/92 zum Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, ABl C 2005/12, 20.
132. Legge 24 dicembre 2003, n. 350, "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2004)".
133. IDM Südtirol - Alto Adige: Qualität Südtirol - Das Qualitätszeichen Südtirol als Qualitätsmarke mit Herkunftsbezeichnung. Internet: <https://www.suedtirolerspezialitaeten.com/de/produkte.html> (Stand: 28.11.2019)
134. Autonome Provinz Bozen - Südtirol: Dachmarke Südtirol. Internet: [https://www.dachmarke-suedtirol.it/dachmarke\\_suedtirol#d316](https://www.dachmarke-suedtirol.it/dachmarke_suedtirol#d316) (Stand: 28.11.2019)
135. Handelskammer Bozen: Auflagen zur Herkunft in Italien. Internet: <http://www.handelskammer.bz.it/de/dienstleistungen/marktregelung/etikettierung-von-lebensmitteln/vorverpackte-lebensmittel/auflagen-zur-herkunft-italien> (Stand: 28.11.2019)
136. Handelskammer Bozen: Herkunft des Hartweizengrieses bei Pasta. Internet: <http://www.handelskammer.bz.it/de/dienstleistungen/marktregelung/etikettierung->

von-lebensmitteln/vorverpackte-lebensmittel/auflagen-zur-herkunft-italien/herkunft-des-hartweizengrieses-bei-pasta (Stand: 28.11.2019)

137. Decreto del Presidente della Repubblica 9 febbraio 2001, n. 187, "Regolamento per la revisione della normativa sulla produzione e commercializzazione di sfarinati e paste alimentari, a norma dell'articolo 50 della legge 22 febbraio 1994, n. 146".

138. Decreto MIPAAF 26 luglio 2017, "Indicazione dell'origine, in etichetta, del grano duro per paste di semola di grano duro".

139. Pichler C. Persönliches Interview über den EU-Herkunftsschutz bei Wein - Situation in Südtirol/Italien. Handelskammer Bozen, Bozen, 1. August 2019.

140. Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammer Bozen/Kontrollstelle für Weine: Neuer Kontrollplan für DOC- und IGT-Weine (31.07.2012). Internet: [http://www.handelskammer.bz.it/sites/default/files/uploaded\\_files/Agricoltura/16578\\_Informationen\\_Kontrollstelle\\_f%C3%BCr\\_Weine\\_31.07.2012.pdf](http://www.handelskammer.bz.it/sites/default/files/uploaded_files/Agricoltura/16578_Informationen_Kontrollstelle_f%C3%BCr_Weine_31.07.2012.pdf) (Stand: 2.12.2019)

141. Verordnung (EU) 271/2010 der Kommission vom 24. März 2010 zur Änderung der Verordnung (EG) 889/2008 mit Durchführungsvorschriften zur Verordnung (EG) 834/2007 des Rates hinsichtlich des Logos der Europäischen Union für ökologische/biologische Produktion, ABl L 2010/84, 19.

142. Europäische Kommission/Landwirtschaft und ländliche Entwicklung: Das EU-BIOLOGO. Internet: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/organic-logo-user-manual\\_de.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/documents/organic-logo-user-manual_de.pdf) (Stand: 2.12.2019)

143. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Das AMA-Gütesiegel. Internet: <https://a-mainfo.at/siegel/ama-guetesiegel> (Stand: 2.12.2019)

144. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: AMA-Gütesiegel.

145. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Das AMA-Biosiegel. Internet: <https://a-mainfo.at/siegel/ama-biosiegel> (Stand: 2.12.2019)

146. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: AMA-Biosiegel.

147. Bundesgesetz über die Errichtung der Marktordnungsstelle „Agrarmarkt Austria“ (AMA-Gesetz 1992), BGBl 1992/376.
148. Quality Austria - Trainings, Zertifizierungs und Begutachtungs GmbH ("Quality Austria"): Das Austria Gütezeichen. Internet: <https://www.qualityaustria.com/unternehmen/austria-guetezeichen/> (Stand: 2.12.2019)
149. Bundesgesetz zur Bereinigung der vor 1946 kundgemachten einfachen Bundesgesetze und Verordnungen (Erstes Bundesrechtsbereinigungsgesetz - 1. BRBG), BGBl 1999/191.
150. Verein zur Förderung von Lebensmitteln mit erhöhter Qualität: Nationale Gütezeichen. Internet: <https://www.lebensmittel-guetezeichen.at/> (Stand: 2.12.2019)
151. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Das AMA-Gastrosiegel. Internet: <https://amainfo.at/siegel/ama-gastrosiegel> (Stand: 2.12.2019)
152. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Das AMA-Gastrosiegel - Ziel der Initiative. Internet: <https://amainfo.at/siegel/ama-gastrosiegel/rund-ums-siegel> (Stand: 2.12.2019)
153. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: AMA-Gastrosiegel
154. AMA-Marketing: Wahrnehmung von Gütezeichen und Marken - eine quantitative Untersuchung - Juli 2019.
155. Sachsenhofer R. Persönliches Interview über freiwillige Herkunftskennzeichnung am Beispiel der AMA-Marketing-Siegel. AMA-Marketing, Wien, 16. Mai 2019.
156. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: AMA-Futtermittelrichtlinie pastus+. Version 2016, Wien.
157. Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz. Österreichisches Lebensmittelbuch - A 5 Kennzeichnung, Aufmachung. Internet: [https://www.verbrauchergesundheit.gv.at/lebensmittel/buch/codex/A\\_5\\_Kennzeichnung\\_Aufmachung\\_8\\_10\\_2018.pdf?6tdu2g](https://www.verbrauchergesundheit.gv.at/lebensmittel/buch/codex/A_5_Kennzeichnung_Aufmachung_8_10_2018.pdf?6tdu2g) (Stand: 3.12.2019)

158. Urteil vom 4. September 2019, C-686/17, EU:C:2019:659. Internet: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=217463&pageIndex=0&doclang=DE&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=11678467> (Stand: 3.12.2019)
159. BGH, Urteil vom 31.03.2016, Az. I ZR 86/13. Internet: <https://www.aufrecht.de/index.php?id=8586> (Stand: 3.12.2019)
160. Verbraucherzentrale NRW e.V.: Himalaya-Salz. Internet: <https://www.verbraucherzentrale.de/gesund-ernaehren/himalayasalz-8638> (Stand: 3.12.2019)
161. Salinen Austria Aktiengesellschaft: PINK YETI Himalayasalz. Internet: <https://www.salinen.com/de/privat/pink-yeti-himalayasalz/> (Stand: 3.12.2019)
162. Rath S. Persönliches Interview über die Absicherung von freiwilligen Angaben am Beispiel von Fleisch: "bos" und "sus". AMA-Marketing, Wien, 2. Oktober 2019.
163. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Richtlinie "bos" - Kennzeichnungs- und Registrierungssystem von Rind- und Kalbfleisch sowie Rinds- und Kalbsfaschiertem. Version November 08, Konsolidierte Fassung 28.01.2015, Wien. Internet: [https://b2b.amainfo.at/fileadmin/user\\_upload/Dokumente/Alle\\_Dokumente/Alle\\_Dokumente/bos\\_-\\_Richtlinie\\_konsolidierte\\_Fassung.pdf](https://b2b.amainfo.at/fileadmin/user_upload/Dokumente/Alle_Dokumente/Alle_Dokumente/bos_-_Richtlinie_konsolidierte_Fassung.pdf) (Stand: 3.12.2019)
164. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Richtlinie "sus" - Kennzeichnungs- und Registrierungssystem von Schweinefleisch sowie Schweinefaschiertem. Version November 2010, Konsolidierte Fassung 24.07.2015, Wien. Internet: [https://b2b.amainfo.at/fileadmin/user\\_upload/Dokumente/Alle\\_Dokumente/Alle\\_Dokumente/sus\\_-\\_Richtlinie\\_konsolidierte\\_Fassung.pdf](https://b2b.amainfo.at/fileadmin/user_upload/Dokumente/Alle_Dokumente/Alle_Dokumente/sus_-_Richtlinie_konsolidierte_Fassung.pdf) (Stand: 3.12.2019)
165. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Rindfleisch-Kennzeichnungssystem BOS. Internet: <https://b2b.amainfo.at/lizenznehmer/fleisch/bos/> (Stand: 3.12.2019)
166. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Schweinefleisch-Kennzeichnungssystem SUS. Internet: <https://b2b.amainfo.at/lizenznehmer/fleisch/sus/> (Stand: 3.12.2019)

167. Verordnung (EU) 653/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Mai 2014 zur Änderung der Verordnung (EG) 1760/2000 hinsichtlich der elektronischen Kennzeichnung von Rindern und der Etikettierung von Rindfleisch, ABl L 2014/189, 33.
168. AgroVet GmbH: cibus.trace. Internet: <https://www.agrovet.at/cibus-trace/> (Stand: 3.12.2019)
169. ORGAINVENT Entwicklungs- und Koordinationsgesellschaft mbH: ORGAINVENT-System. Internet: <https://www.orgainvent.de/index.php/de/> (Stand: 3.12.2019)
170. Rath S. Sinnvolle Verknüpfung von Marketing und Etikettierung mithilfe des bos<sup>®</sup>-Systems in Österreich In: Von der Krise zur Kompetenz / From crisis to competence (ORGAINVENT GmbH Hrsg.), Bonn, 2011; 128.
171. Verordnung (EU) 251/2014 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Februar 2014 über die Begriffsbestimmung, Beschreibung, Aufmachung und Etikettierung von aromatisierten Weinerzeugnissen sowie den Schutz geografischer Angaben für aromatisierte Weinerzeugnisse und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) 1601/91 des Rates, ABl L 2014/84, 14.
172. Bundesinnung der Lebensmittelgewerbe: RUNDSCHREIBEN 040/2018 (24.04.2018). Internet: [https://www.wko.at/branchen/gewerbe-handwerk/lebensmittelgewerbe/RS040\\_2018\\_Herkunft-primarerer-Lebensmittel.pdf](https://www.wko.at/branchen/gewerbe-handwerk/lebensmittelgewerbe/RS040_2018_Herkunft-primarerer-Lebensmittel.pdf) (Stand: 3.12.2019)
173. FoodDrinkEurope, EuroCommerce. Guidance on the Origin Indication of the Primary Ingredient (march 2019). Internet: [https://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications\\_documents/Joint\\_Guidance\\_on\\_the\\_origin\\_indication\\_of\\_the\\_primary\\_ingredient\\_WEB.pdf](https://www.fooddrinkeurope.eu/uploads/publications_documents/Joint_Guidance_on_the_origin_indication_of_the_primary_ingredient_WEB.pdf) (Stand: 3.12.2019)
174. European Commission: Draft Commission Notice on the application of the provisions of Article 26(3) of Regulation (EU) No 1169/2011. Internet: [https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/adv-grp\\_plenary\\_20190507\\_pres\\_06.pdf](https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/adv-grp_plenary_20190507_pres_06.pdf) (Stand: 3.12.2019)

175. Kodritsch T. Die EU-Kommission erweitert ihr Regime der Herkunftskennzeichnung. Die Ernährung, 2018; 42: 43–44.
176. Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Konsumentenschutz, Sektion IX - Öffentliche Gesundheit, Lebensmittel-, Medizin- und Veterinärrecht, Referat IX/B/16a - Lebensmittelrecht und -kennzeichnung, Wien 2019.
177. Richtlinie (EU) 2015/2436 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 2015 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken, ABl L 2015/336, 1.
178. Bekanntmachung der Kommission zur Anwendung des Prinzips der mengenmäßigen Angabe von Lebensmittelzutaten (QUID), ABl C 2017/393, 5.
179. Experte 1, Experte 2. Persönliches Interview über die DVO (EU) 2018/775 - Herausforderungen in der Praxis: Milchverarbeitung. BRIMI - Milchhof Brixen Gen. u. landw. Ges., Brixen, 24. Oktober 2019.
180. BRIMI - Milchhof Brixen Gen. u. landw. Ges. Internet: <https://www.brimi.it/de> (Stand: 3.12.2019)
181. BRIMI - Milchhof Brixen Gen. u. landw. Ges.: Geschichte der Genossenschaft. Internet: <https://www.brimi.it/de/milchhof-brixen/milchhof-brixen-geschichte> (Stand: 3.12.2019)
182. Decreto MIPAAF 26 luglio 2017, n. 57167, "Disposizioni nazionali per l'attuazione del regolamento (UE) n. 1151/2012 e del regolamento delegato (UE) n. 665/2014 sulle condizioni di utilizzo dell'indicazione facoltativa di qualità «prodotto di montagna»".
183. Decreto MIPAAF 20 luglio 2018, "Linee guida sulla verifica di quanto disposto dall'articolo 2, comma 3, del decreto 26 luglio 2017, concernente disposizioni nazionali per l'attuazione del regolamento (UE) n. 1151/2012 e del regolamento delegato (UE) n. 665/2014 sulle condizioni di utilizzo dell'indicazione facoltativa di qualità «prodotto di montagna» in merito all'origine degli alimenti destinati all'alimentazione animale".

184. Anonym: Val Gardena S.n.c. Di Bardini Massimiliano E C. Internet:  
<https://www.cibo.bz/azienda-val-gardena-di-bardini-massimiliano-mogliano-veneto-43893> (Stand: 3.12.19)
185. Die Neue Südtiroler Tageszeitung: „Valgardena“-Joghurt aus Treviso. Internet:  
<https://www.tageszeitung.it/2015/09/10/valgardena-joghurt-aus-treviso/> (Stand: 3.12.2019)
186. HANDELS UND LANDWIRTSCHAFTSKAMMER BOZEN: Herkunft bei Milch und Milch als Zutat. Internet: <http://www.handelskammer.bz.it/de/dienstleistungen/marktregelung/etikettierung-von-lebensmitteln/vorverpackte-lebensmittel/auflagen-zur-herkunft-italien/herkunft-bei-milch-und-milch-als-zutat> (Stand: 3.12.2019)
187. Decreto MIPAAFT 18 marzo 2019, "Modifica del decreto 9 dicembre 2016, concernente l'indicazione dell'origine in etichetta della materia prima per il latte e i prodotti lattieri caseari, relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori".
188. A.N.M.V.I. Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani: Origine di latte e derivati: in etichetta fino a nuove regole Ue. Internet: <https://www.anmvioggi.it/rubriche/attualita/68393-origine-di-latte-e-derivati-in-etichetta-fino-a-nuove-regole-ue.html> (Stand: 3.12.2019)
189. WKO/Fachverband Gastronomie: Position des Fachverbandes Gastronomie zur verpflichtenden Herkunftskennzeichnung. Internet: <https://www.wko.at/branchen/ooe/tourismus-freizeitwirtschaft/gastronomie/Positionspapier-zur-Herkunftskennzeichnung-in-der-Gastronomi.pdf> (Stand: 26.12.2019)
190. Décret n° 2016-1137 du 19 août 2016 relatif à l'indication de l'origine du lait et du lait et des viandes utilisés en tant qu'ingrédient. Internet: <https://www.actualitesdudroit.fr/documents/fr/lr/decret/2016/8/19/2016-1137/20170101> (Stand: 3.12.2019)
191. La France Agricole: Un seuil d'incorporation de 8 % pour la viande. Internet: <http://www.lafranceagricole.fr/actualites/etiquetage-de-lorigine-des-viandes-et-du>

lait-un-seuil-dincorporation-de-8-pour-la-viande-1,0,2623236361.html (Stand: 3.12.2019)

192. Wolters Kluwer France: Indication de l'origine des ingrédients: informer sans tromper. Internet: <https://www.actualitesdudroit.fr/browse/environnement-qualite/qualite/14852/indication-de-l-origine-des-ingredients-informer-sans-tromper> (Stand: 3.12.2019)

193. Kärntner Bauernbund: Verpflichtende Herkunftskennzeichnung soll so schnell wie möglich umgesetzt werden. Internet: <https://www.kaerntner-bauernbund.at/2018/05/14/verpflichtende-herkunftskennzeichnung-soll-so-schnell-wie-moeglich-umgesetzt-werden/> (Stand: 3.12.2019)

194. SPV Printmedien Gesellschaft m.b.H.: Politik will verpflichtende Kennzeichnung 2019 durchsetzen. Internet: <https://blickinsland.at/politik-will-verpflichtende-kennzeichnung-2019-durchsetzen/> (Stand: 3.12.2019)

195. Landwirtschaftskammer Österreich: Bundesbäuerinnentag 2019 - Herkunftskennzeichnung und Mehrwert regionaler Lebensmittel. Internet: <https://www.lko.at/bundesbaeuerinnentag-2019-herkunftskennzeichnung-und-mehrwert-regionaler-lebensmittel+2500+2914351> (Stand: 3.12.2019)

196. Der ORF: Herkunftskennzeichnung für Lebensmittel bleibt umstritten. Internet: <https://orf.at/stories/3108169/> (Stand: 3.12.2019)

197. Kodritsch T. Fakten zur Herkunftskennzeichnung - Warum die heimische Lebensmittelindustrie eine verpflichtende nationale Herkunftskennzeichnung ablehnt. Die Ernährung, 2019; 43: 8–12.

198. Europäische Kommission: BERICHT DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT UND DEN RAT über die verpflichtende Angabe des Ursprungslands oder Herkunftsorts bei unverarbeiteten Lebensmitteln, Erzeugnissen aus einer Zutat und Zutaten, die über 50 % eines Lebensmittels ausmachen (2015). Internet: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2015/DE/1-2015-204-DE-F1-1.PDF> (Stand: 3.12.2019)

199. Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie Österreichs (Lebensmittelindustrie)/Österreich isst informiert: Vom Agrarrohstoff zum verzehrfertigen Lebensmittel - So läuft der Verarbeitungsprozess heute. Internet: [https://www.oesterreich-isst-informiert.at/fileadmin/Infografik/Verarbeitungsprozess\\_Lebensmittel.pdf](https://www.oesterreich-isst-informiert.at/fileadmin/Infografik/Verarbeitungsprozess_Lebensmittel.pdf) (Stand: 3.12.2019)
200. Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie Österreichs (Lebensmittelindustrie)/Österreich isst informiert: Vom Agrarrohstoff zum verzehrfertigen Lebensmittel - Verarbeitungsprozess getrennt nach Herkunftsländern. Internet: [https://www.oesterreich-isst-informiert.at/fileadmin/Infografik/verarbeitungsprozess\\_getrennt.pdf](https://www.oesterreich-isst-informiert.at/fileadmin/Infografik/verarbeitungsprozess_getrennt.pdf) (Stand: 4.12.2019)
201. Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie Österreichs (Lebensmittelindustrie)/Österreich isst informiert: Vom Agrarrohstoff zum verzehrfertigen Lebensmittel - Verarbeitungsprozess getrennt nach Herkunft EU/Nicht-EU.
202. Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie Österreichs (Lebensmittelindustrie): Herkunftskennzeichnung - was heißt das in der Praxis? Internet: <https://www.oesterreich-isst-informiert.at/herstellung/herkunftskennzeichnung-was-heisst-das-in-der-praxis/> (Stand: 4.12.2019)
203. Manstein Zeitschriftenverlagsges.m.b.H.: Lebensmittelsicherheit und Herkunft. Internet: <https://www.cash.at/archiv/lebensmittelsicherheit-und-herkunft/> (Stand: 4.12.2019)
204. WKO/Die Lebensmittelindustrie: Presseinformation - Welteitag: Fakten zum Einsatz von Eiern in Lebensmitteln beachten! Internet: [https://www.wko.at/branchen/industrie/nahrungs-genussmittelindustrie/PA\\_11.10.2019-Welteitag\\_Fakten-zum-Einsatz.html](https://www.wko.at/branchen/industrie/nahrungs-genussmittelindustrie/PA_11.10.2019-Welteitag_Fakten-zum-Einsatz.html) (Stand: 4.12.2019)
205. Wirtschaftskammer Österreich/EU-Büro Brüssel: WKÖ Position zur verpflichtenden Herkunftskennzeichnung bei verarbeiteten Lebensmitteln. Internet: [https://www.wko.at/branchen/gewerbe-handwerk/lebensmittelgewerbe/RS029\\_2016\\_Herkunftskennzeichnung\\_B1.pdf](https://www.wko.at/branchen/gewerbe-handwerk/lebensmittelgewerbe/RS029_2016_Herkunftskennzeichnung_B1.pdf) (Stand: 4.12.2019)

206. STATISTIK AUSTRIA: Versorgungsbilanzen für den pflanzlichen Sektor. Internet: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/wirtschaft/land\\_und\\_forstwirtschaft/preise\\_bilanzen/versorgungsbilanzen/index.html](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/land_und_forstwirtschaft/preise_bilanzen/versorgungsbilanzen/index.html) (Stand: 4.12.2019)
207. STATISTIK AUSTRIA: Versorgungsbilanzen für den tierischen Sektor: Internet: [http://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/wirtschaft/land\\_und\\_forstwirtschaft/preise\\_bilanzen/versorgungsbilanzen/index.html#index2](http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/land_und_forstwirtschaft/preise_bilanzen/versorgungsbilanzen/index.html#index2) (Stand: 4.12.2019)
208. Handelsverband - Verband österreichischer Handelsunternehmen: Lebensmittelhandel offen für verpflichtende Herkunftskennzeichnung bei Nahrungsmitteln. Aber was ist mit der Gastronomie? Internet: <https://www.handelsverband.at/presse/presseaussendungen/verpflichtende-herkunftskennzeichnung-bei-nahrungsmitteln/> (Stand: 4.12.2019)
209. Landwirtschaftskammer Österreich: "Tag des Handels 2019" beleuchtete Partnerschaft zwischen Landwirtschaft und LEH. Internet: <https://www.lko.at/tag-des-handels-2019-beleuchtete-partnerschaft-zwischen-landwirtschaft-und-leh+2500+3005630> (Stand: 4.12.2019)
210. AMA-Marketing/ Onlinebefragung marketagent.com: Herkunftsangaben auch bei Verarbeitungsprodukten gewünscht (November 2017).
211. APA-OTS Originaltext-Service GmbH: ZAG: Kennzeichnung von Eiern in verarbeiteten Lebensmitteln notwendig. Internet: [https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20190418\\_OTS0091/zag-kennzeichnung-von-eiern-in-verarbeiteten-lebensmitteln-notwendig](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20190418_OTS0091/zag-kennzeichnung-von-eiern-in-verarbeiteten-lebensmitteln-notwendig) (Stand: 4.12.2019)
212. Landwirtschaftskammer Österreich: Gut zu wissen. Internet: <https://www.gutzuwissen.co.at/> (Stand: 4.12.2019)
213. Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH: Richtlinie „Transparente Herkunft in der Gemeinschaftsverpflegung“ - Version 2018.
214. Blass M. Persönliches Interview über Zukunftsperspektiven im Rahmen der Herkunftskennzeichnung. AMA-Marketing, Wien, 21. Oktober 2019.

215. Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem zur Stärkung unserer Betriebe. Internet: <https://b2b.ainfo.at/kulinarik/qhs/> (Stand: 4.12.2019)

216. Serviceverein geschützte Herkunftsbezeichnungen für Lebensmittel (SVGH): Erster österreichischer EU-Herkunftsschutz-Tag (Salzburg 2019).