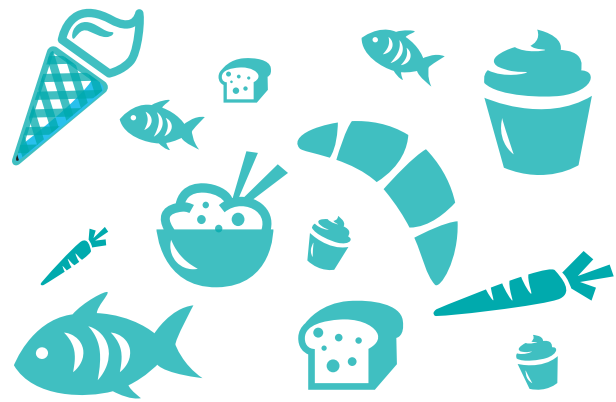


REGIONALE LEBENSMITTEL: ZWISCHEN ERWARTUNGSHALTUNG UND REALITÄT

Die regionale Herkunft von Lebensmitteln ist für die Mehrzahl der Verbraucher beim Einkauf wichtig. Es besteht zumeist eine höhere Zahlungsbereitschaft. Nachvollziehen können die Kunden die Herkunft der Produkte im Supermarkt oft nur schwer, da nur bei einem Teil der Lebensmittelgruppen zumindest das Herkunftsland pflichtgemäß ausgewiesen werden muss. Für den Handel ist Regionalität ebenfalls von zentraler Bedeutung: Einerseits werden eigene Regionallabel etabliert, andererseits werden tatsächliche oder vermeintliche Lebensmittel aus der Region mit Begriffen wie „Heimat“ oder „von hier“ emotional aufgeladen. Es gibt eine Vielzahl an werblichen Aussagen, die für Verbraucher am Point of Sale unterschiedlich transparent zeigen, was am Produkt eigentlich „regional“ ist. Für Kunden mündet das nicht selten im Wirr-Warr, das immer wieder die Frage hinterlässt:

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

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



DIE VERBRAUCHERZENTRALE SACHSEN EMPFIEHLT:

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

Monoprodukte mit Regionalwerbung: 100 Prozent der landwirtschaftlichen Rohstoffe müssen aus der jeweils definierten Region stammen bzw. dort erzeugt sein.

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

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

Werbung mit der Region: Wird in Flyern, Wurfsendungen, Printanzeigen, im Fernsehen oder Internet mit diffusen Begriffen wie „Heimat“ oder „von hier“ die regionale Herkunft eines Produktes suggeriert, muss die Region konkret benannt werden, aus der die beworbenen Produkte stammen.

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

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

verbraucherzentrale

Sachsen

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

BESTEHENDE KENNZEICHNUNGEN UNZUREICHEND

Gesetzliche Herkunftskennzeichnung

Die gesetzlichen Kennzeichnungen bleiben auf der Ebene des Herkunftslandes für einzelne unverarbeitete Lebensmittel. Dazu zählen frisches Obst, Gemüse, Kartoffeln, Eier und verpacktes Fleisch. Bei Bioprodukten und Honig darf die Angabe noch großzügiger bemessen werden: Es reicht die Unterscheidung zwischen EU- und Nicht-EU-Herkunft. Die breite Angebotspalette der verarbeiteten Lebensmittel, darunter Milch und Milchprodukte, Brot und Backwaren muss jedoch keine pflichtgemäße Herkunftskennzeichnung tragen.

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

Geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.), bei der Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung in einem bestimmten geografischen Gebiet nach einem anerkannten und festgelegten Verfahren erfolgen müssen.

Geschützte geografische Angabe (g.g.A.), bei der mindestens eine Produktionsstufe, wie Erzeugung, Verarbeitung oder Herstellung in einem bestimmten Herkunftsgebiet stattfinden.


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


Freiwillige Kennzeichnungen


Einige **Bundesländer** vergeben eigene Ländergütezeichen. Entsprechend dem EU-Recht zeigen sie nicht nur auf die Herkunft der Produkte, sondern stellen auch zusätzliche Qualitätsanforderungen über den gesetzlichen Standard hinaus. Die Kriterien dieser Zeichen variieren je nach Bundesland. Für Verbraucher sind die Ländergütezeichen in Hinblick auf die Herkunft eine Orientierung. In Sachsen wird kein Regionalzeichen vergeben.

Daneben gibt es **freiwillige, privatrechtlich definierte Zeichen**. Prominentes Beispiel dafür ist das Regionalfenster, bei dem Herstellungsort und Herkunft der wertgebenden Zutaten eindeutig ausgewiesen werden.

DATEN UND FAKTEN

 Für die Mehrheit der deutschen Verbraucher ist Regionalität ein wichtiges Entscheidungskriterial beim Lebensmitteleinkauf (Eigenauskunft).

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

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

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: Einkaufs- und Ernährungsverhalten in Deutschland, TNS-Emnid-Umfrage des BMEL, 2014.
Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft (Hrsg.) (2018): Wie regional is(s)t Sachsen?