

Was aufs Etikett ...

Fortsetzung von Seite 67

sein. Wer auf dem Etikett steht, übernimmt die Haftung für schadhafte Produkte. Die Angabe muss so sein, dass eine eindeutige postalische Zuordnung möglich ist.

Herkunftsangabe für Fleisch wird nötig

Rindfleischanbieter kennen dies bereits, für Anbieter von anderem Fleisch gilt demnächst eine neue Kennzeichnungsverpflichtung. Denn auch verpacktes Fleisch von Schwein, Schaf, Ziege und Geflügel, egal ob frisch oder gefroren, ist zukünftig mit einer Herkunftsangabe zu versehen. Erfolgt Geburt, Aufzucht und Schlachtung in Deutschland, so lautet

die korrekte Angabe „Deutschland“. Ist dies nicht der Fall, sind zwei Angaben gefordert, nämlich „Aufgezogen in ...“ und „Geschlachtet in ...“. Angegeben werden muss jeweils immer das EU-Mitgliedsland. Darüber hinaus sind freiwillige Angaben zur Herkunft des Fleisches erlaubt (z. B. aus eigener Schlachtung). Die Pflicht zur Herkunftsangabe gilt für verarbeitetes Fleisch bislang nicht.

Alkoholgehalt korrekt angeben

Immer wieder werden Fehler bei der Kennzeichnung alkoholhaltiger Getränke gemacht. Die Angabe des Alkoholgehaltes ist bei allen Getränken mit mehr als 1,2 Vol.-% Alkohol vorgeschrieben. Formal gibt es folgende Möglichkeiten: „... % vol“;

„Alkohol ... % vol“ oder „alc. ... % vol“. Auch die zulässigen Abweichungen (+/-) sind in der LMIV festgelegt. Sie dürfen im Regelfall 0,3 Vol.-% betragen, bei Getränken mit eingelegten Früchten oder Pflanzen liegt die Toleranz bei 1,5 Vol.-%.

Auf die Umsetzung kommt es an

Neben den allgemeinen Kennzeichnungsregeln der LMIV gibt es spezielle Vorschriften, z. B. für Produkte, die der Konfitürenverordnung unterliegen, Fruchtsäfte, Essige oder Honig. Auf all diese Vorschriften einzugehen, würde den Umfang dieses Fachbeitrages sprengen. Beispielfaß finden Sie Musteretiketten für wichtige Produkte in der Direktvermarktung.

Generell besteht die Möglichkeit, hinsichtlich der korrekten Produktkennzeichnung die zuständigen Kontrolleure der Lebensmittelüberwachung anzusprechen. Auch einige Anbieter, die sich auf den Druck von Etiketten für Direktvermarkter spezialisiert haben, verfügen über entsprechendes Fachwissen. Ebenso können Sie die Fachberatung an den Ämtern für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten ansprechen. Darüber hinaus gibt es von der Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“ eine Informationsbroschüre, die alle zeichennutzenden Direktvermarkter in Bayern mit den Nutzungsunterlagen über den Bayerischen Bauernverband erhalten.

Dr. Elisabeth Seemer

Landwirtschaftskammer
Rheinland-Pfalz

Herkunft als Wettbewerbsvorteil

Untersuchung über Herkunftsbezeichnungen und deren ökonomische Bedeutung

Macht es ökonomisch Sinn, Herkunftsbezeichnungen zu schützen? Diese Frage stellte sich Prof. Dr. Luisa Menapace, die neue Professorin an der TU München-Weihenstephan, zusammen mit ihrem Forschungsteam. Die Ergebnisse ihrer Untersuchungen stellte sie bei ihrem Vortrag „Schutz von Tradition und Herkunft als Wettbewerbsvorteil in einer globalisierten Welt“ dem Publikum im Rahmen des Tages der Agrar- und Gartenbauwissenschaften vor.

Zunächst machte die Wissenschaftlerin auf die Hintergründe

aufmerksam. Demnach gibt es eine Reihe von Produkten, die die Verbraucher eindeutig einem Land bzw. Region zuordnen, die jedoch nicht dort hergestellt wurden, zum Beispiel Parmaschinken mit den italienischen Nationalfarben, der aber in Kanada hergestellt wurde. Innerhalb der EU ist das traditionelle Produkt aus dem italienischen Parma allerdings geschützt als „Geschützte Ursprungsbezeichnung“. „Herkunftsbezeichnungen stellen den Grundpfeiler der EU-Qualitätspolitik für Agrarerzeugnisse dar“, stellte Menapace fest. Das gelte für Tausende von traditionel-

len Produkten in der EU. Der Wert in Deutschland hergestellter, herkunftsgeschützter Erzeugnisse sei der dritthöchste der EU.

Außerhalb der EU bestehe allerdings ein geringer Schutz. So gelten beispielsweise in Nordamerika „weichere“ Regeln, die das Nachahmen von traditionellen Produkten erlauben. Gegner von geschützten Herkunftsbezeichnungen vertreten den Standpunkt, dass Firmen und Bauern in private Marken investieren können, um internationale Reputation zu erlangen – nach dem Motto: Wenn es für Nike oder McDonald's funktioniert, warum nicht auch für traditionelle Agrar- und Lebensmittelprodukte aus Europa?

„Alles in allem besteht bei der Welthandelsorganisation andauernde Uneinigkeit bezüglich der Reichweite des Schutzes von Herkunftsbezeichnungen“, so die Referentin, die ankündigte, dass dies ein wichtiges Thema bei den anstehenden EU-US Handelsgesprächen sein wird.

Ihr Forschungsteam ging im Rahmen der Untersuchung folgenden Fragestellungen nach: Was bedeuten Herkunftszeichen für Konsumenten, die Wettbewerbsfähigkeit von Produzenten herkunftsgeschützter und nicht-herkunftsgeschützter Produkte und für die Gesellschaft im Hinblick auf ländliche Entwicklung, soziale Nachhaltigkeit und die Umwelt? Weiter wurde gefragt, wie der Schutz von Herkunftsbezeichnungen gestaltet sein soll, welche Vereinbarungen zu einem Konsens beitragen, wie umfassend der Schutz sein sollte, was genau zertifiziert werden sollte und welche Rolle die Herstellerorganisationen haben.

Die Resultate der Untersuchung sind hier zusammengefasst:

1 Im Vergleich mit einer Situation ohne Schutz trägt ein umfassen-



FOTO: GEBENDORFER

Prof. Dr. Luisa Menapace

der Schutz in der EU signifikant zur allgemeinen Wohlfahrt bei.

2 Ein gemäßigter Schutz erhöht die Wohlfahrt, wenn Konsumenten traditionelle Produkte nicht kennen, wobei gemäßigter Schutz beispielsweise bedeutet: In den USA hergestellter Käse kann „Gorgonzola“ genannt werden, ist aber deutlich als „Made in Wisconsin“ gekennzeichnet.

3 Produzenten von Imitaten sind mit gemäßigtem Schutz besser gestellt: Deshalb haben die EU und USA ein gemeinsames Interesse, einen gemäßigten Schutz sicherzustellen.

4 Herkunftsbezeichnungen ergänzen Marken beim Aufbau der Firmenreputation.

5 Insgesamt gesehen ist festzustellen, dass das EU-Herkunftsschutzsystem „besser“ ist als das US-Herkunftsschutzsystem. Denn zum einen führen die Qualitätsvoraussetzungen im EU-System zu mehr Information für die Konsumenten und zum anderen spielen im EU-System die Produzentenorganisationen eine größere Rolle, was zu einem gemeinsamen Handeln führt.

„Im Endeffekt steht es als 1:0 für das EU- gegenüber dem US-Herkunftsschutzsystem“, zog Menapace am Ende Bilanz.

Helga Gebendorfer

Meisterbriefe für Gärtner

Landwirtschaftsminister Helmut Brunner hat 26 Gärtnerinnen und 132 Gärtnern kürzlich auf der Landesgartenschau in Deggendorf ihre Meisterbriefe überreicht. Das ist die höchste Absolventenzahl der vergangenen 20 Jahre.

97 der neuen Meister kommen aus dem Garten- und Landschaftsbau, 32 aus dem Zierpflanzenbau, acht aus

dem Bereich Baumschule, zwei aus der Staudengärtnerei und 19 aus dem Gemüsebau. Die 30 Jahrgangsbesten erhielten zusätzlich den Meisterpreis der Bayerischen Staatsregierung, darunter auch drei Fachagrarwirte für Baumpflege und Baumsanierung. Außerdem erhält jeder Absolvent, der seinen Wohn- oder Betriebsitz in Bayern hat, den Meisterbonus. ■

Neue Verbraucher-Information

Der Freistaat baut die Information der Bevölkerung weiter aus. Der neue Verbraucher-Report bietet wissenswerte Informationen über aktuelle Themen des Verbraucherschutzes und informiert zu neuen gesetzlichen Regelungen aus dem Bereich des Lebensmittel- und Produktsicherheitsrechts. In der ersten Ausgabe des Newsletters geht es beispielsweise über

die Belastung von Lederprodukten mit Chrom VI, Gesundheitsrisiken bei Tattoofarben sowie Risiken von LED-Lampen. Herausgeber ist das Bayerische Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit. Der Newsletter kann unter www.verbraucherkompass.bayern.de oder direkt unter www.lgl.bayern.de/newsletter kostenfrei abonniert und abgerufen werden.