

13. November 2008

Qualität ist was Verbraucher wünschen

Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbandes

**zum Grünbuch der EU-Kommission zur Qualität von Agrarerzeugnissen:
Produktnormen, Bewirtschaftungsauflagen und Qualitätsregelungen**

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv
Fachbereich Gesundheit/Ernährung
Markgrafenstr. 66
10969 Berlin
gesundheit@vzbv.de
www.vzbv.de

Forderungen des Verbraucherzentrale Bundesverbandes

- Besser abgestimmte Regelungen zur Kennzeichnung und Kommunikation über Qualität für Verbraucherinnen und Verbraucher
- Keine Abschwächung der Qualität von Agrarerzeugnissen
- Wegfall der Regelung zur geschützten geographischen Angabe (g.g.A.), da sie irreführend ist. Verbraucher gehen davon aus, dass die Rohstoffe aus dem genannten Gebiet stammen.
- Die Kriterien, die in den Vermarktungsnormen zu Grund gelegt werden, sollten zukünftig vor dem Hintergrund der Verbraucherwünsche an die Qualität von Agrarerzeugnissen überarbeitet werden.
Verbindliche Standards sind wichtig, aber sie sollten auf Zielkonflikte geprüft und überarbeitet werden.
- Die Anwendung und Kontrolle von Vermarktungsnormen dürfen nicht der Selbstregulierung durch die Wirtschaft überlassen werden.
- EU-Bewirtschaftungsauflagen sollten stärker darauf hin überprüft werden, ob sie zur Erreichung der gewünschten Qualitäten hinsichtlich Produkt- und Prozessqualität dienen. Die Aspekte der EU-Bewirtschaftungsauflagen nehmen im Grünbuch zu wenig Raum ein.
- Es fehlen Konzepte zur Verbesserung der Verbraucheraufklärung und zur Förderung des nachhaltigen Konsums.

Produktnormen, Bewirtschaftungsauflagen und Qualitätsregelungen sind aus der Perspektive der Verbraucher vielfach Produkt- und Prozesseigenschaften, die weder vor noch nach dem Kauf bewahrheitet werden können. Sie bergen die Gefahr der normativen Irreführung. Grundsätzlich ist daher ein staatlicher Eingriff auf Ebene des Binnenmarktes geboten.

Zudem sind die Verbraucher durch Informationsmaßnahmen über die Inhalte, Bedeutungen und Bedeutungsgrenzen zu informieren. Diese Informationsmaßnahmen sind prinzipiell so zu gestalten, dass sie die Konsumententscheidungen der Verbraucher unterstützen.

Stellungnahme im Einzelnen

Frage 1:

Wie könnten die über die Produkthygiene und –sicherheit hinausgehenden Auflagen und Normen, die von den Landwirten befolgt werden, besser bekannt gemacht werden?

Was wären die Vor- und Nachteile

- der Erarbeitung neuer EU-Systeme mit einem oder mehreren Symbolen oder Logos, die auf die Beachtung von EU-Bewirtschaftungsauflagen anderen als Hygiene und Sicherheit hinweisen? Sollte eine solche Qualitätsregelung der EU auch für Drittlanderzeugnisse, die den Produktionsanforderungen der EU genügen, verwendet werden können?
- einer obligatorischen Angabe des Ortes, an dem die Grundstoffe erzeugt wurden (EU/Drittland)?

Zu Frage 1:

Um Verbraucherinnen und Verbraucher besser über Standards informieren zu können, sollten die Verbraucherorganisationen mit einer langfristig soliden Finanzausstattung versehen werden. Auch sollten die Möglichkeiten der Informationsvermittlung durch die Medien oder durch Organisationen zur Absatzförderung besser genutzt werden um das Thema Produkt- und Prozessqualität für Verbraucher verständlicher zu machen. Hierbei ist sicher zu stellen, dass die Informationen anbieterunabhängig sind.

Wir gehen davon aus, dass gesetzliche Auflagen so gewählt wurden, dass sie zu dem gesellschaftlich gewünschten Zustand führen. Darüber hinausgehende Standards werden freiwillig gewählt.

Für Verbraucher sollte nachvollziehbar sein, ob Produkte aus Drittländern den Produktionsanforderungen der EU genügen oder nicht. Bisher gehen europäische Verbraucher davon aus, dass Importe aus Drittländern dem europäischen Standard entsprechen. Verbraucher sollten wahrheitsgemäßer informiert werden, in welchen Bereichen dies nicht der Fall ist.

Eine Stärkung der Nachfrage nach in der EU erzeugten Waren lässt sich nur mit einem Vertrauen der Bürger in die Wahrhaftigkeit der Aussagen über Qualitäten erreichen. Importierte Ware ist nicht immer sicher, häufig fehlen der Lebensmittelüberwachung die Informationen über die Anbausituation oder Haltungsbedingungen und andere mehr. Dies ist Voraussetzung dafür um etwaige Rückstände (zum Beispiel von Pflanzschutzmitteln oder Tierarzneimittel) nachweisen zu können. In diesem Bereich fehlt das Eingeständnis der Kommission, dass für eine garantierte Sicherheit häufig die notwendigen Informationen fehlen.

Gleichzeitig ist es sinnvoll auf Qualitätsregelungen, wie im Bereich des Tierschutzes hinzuweisen, wenn diese in Importländern, gleiche oder sogar höhere Standards aufweisen. Dies ist notwendig um ausländische Ware nicht zu diskriminieren und um offen für Innovationen aus dem Ausland zu sein.

Zusätzliche Symbole oder Logos, die auf die Beachtung der EU-Bewirtschaftungsauflagen hinweisen, sind nicht zu befürworten. Jedes in der EU erzeugte Lebensmittel und jedes gleichwertige importierte Produkt würde mit diesem Symbol gekennzeichnet und damit entfällt seine Aussage- und Differenzierungskraft. Außerdem setzen die Verbraucher voraus, dass die Auflagen und Normen der EU und ihrer Mitgliedsstaaten zur Bewirtschaftung eingehalten werden. Die obligatorische Herkunftsangabe für Rohstoffe wird befürwortet.

Aus der Perspektive der Verbraucher erfüllen solche Kennzeichnungssysteme ihren Zweck grundsätzlich nur, wenn sie spezifische Anforderungen erfüllen, da sie grundsätzlich die Gefahr der normativen Irreführung bergen. Die Gefahr der Irreführung besteht immer dann, wenn die in den entsprechenden gesetzlichen Regelungen definierten normativen Begriffe (produkt- und prozessbezogen) nicht den berechtigten Erwartungen der Verbraucher entsprechen (vgl. WRAGE 1987). Folgende Anforderungen sind an diese Kennzeichnungssysteme daher zu stellen:

- Auflagen und Standards sind zu definieren und zwar abschließend.
- Die Definitionen der Auflagen und Standards müssen explizit den Erwartungen der Verbraucher entsprechen.
- Die Einhaltung der Auflagen und Standards ist durch ein obligatorisches Kontrollsystem zu überwachen.
- Verstöße sind wirksam zu sanktionieren.
- Die Ergebnisse der Überwachung sind unter Nennung der Produkt-/Marken-/Unternehmensnamen zu veröffentlichen.

Nur unter diesen Voraussetzungen können die Kennzeichnungssysteme die selbstbestimmte Kaufentscheidung der Verbraucher unterstützen.

Ein solches Kennzeichnungssystem sollte auch für Drittlandserzeugnisse Verwendung finden. Nur dann können die Verbraucher in Kenntnis wesentlicher Umstände eine informierte und selbstbestimmte Wahl treffen.

Damit wird nicht einer undurchschaubaren Vielfalt von staatlichen Labeln das Wort gesprochen. Bei der Etablierung und Gestaltung von neuen staatlichen Logos ist prinzipiell auf die Informationsverarbeitungs- und -aufnahmemöglichkeit der verschiedenen Verbrauchergruppen zu achten. So wäre bei der Gestaltung eines Logos auf klare Unterscheidbarkeit zu achten, damit es nicht mit anderen staatlichen oder privaten Logos verwechselt werden kann.

Die obligatorische Angabe des Ortes, an welchem der Rohstoff beziehungsweise die wesentliche Zutat erzeugt wurden, stellt für Verbraucher grundsätzlich ein Kaufentscheidungskriterium dar. Die Angaben sind aber nur sinnvoll in die Kaufentscheidung integrierbar, wenn sie eine detaillierte Angabe kommunizieren. Die Unterscheidung zwischen EU und Drittland beziehungsweise Mitgliedstaat erfüllt diesen Zweck nicht.

Eine obligatorische Angabe der Herkunft der Rohstoffe siehe oben ist ohnehin seit Jahren Forderung der Verbraucherzentralen. Die Angabe der Herkunft ist für die Verbraucher wichtig (Ergebnisse der Umfrage „Die Ausweise bitte“ der Verbraucherzentralen in Deutschland im Zeitraum Januar bis März 2007).

Eine obligatorische Angabe des Herstellers beziehungsweise Produzenten fordern 71,3 % von befragten 3.500 Verbrauchern.

Nach Auskunft der Verbraucher fehlen vor allem bei Fleisch (80%), Obst und Gemüse (77%) und Milch (60%) klare Herkunftsangaben. Zudem erwarten sie bei

zusammengesetzten, verarbeiteten Lebensmitteln die Herkunftsangabe der Hauptzutat.

Zu Punkt 1. Bewirtschaftungsauflagen

Es heißt darin:

„Für die Verbraucher bedeutet dies, dass sie darauf vertrauen können, dass bei allen in der EU erzeugten Agrarerzeugnissen tragbare Produktionsauflagen, einschließlich der bereits genannten legitimen gesellschaftlichen Belange, beachtet werden.“

Hierzu möchten wir anmerken, dass der Vollzug dieser Auflagen in der EU nicht sichergestellt ist und dass die Anforderungen häufig in einem Flickenteppich vorliegen.

So gibt es Regelungen zur Tierhaltung (in den Tierschutz-

Nutztierhaltungsverordnungen) bisher nur für sehr wenige Tierarten.

Es heißt außerdem:

„Allerdings gelingt es offenbar nicht, den Verbrauchern zu vermitteln, dass es diese Bewirtschaftungsauflagen gibt und dass sie bei der Nahrungsmittelproduktion beachtet werden.“

Für uns stellt sich hier die Frage, wie viel Aufwand ist die EU-Kommission bereit an Verbraucherinformation zu investieren, damit diese Informationen in der Gesellschaft breit verankert werden. Außerdem wird es für Verbraucher zunehmend schwierig zu unterscheiden zwischen rechtlichen Auflagen, die in der EU eingehalten werden oder Qualitätsversprechungen von im Ausland erzeugten Waren. Es fehlen ihm zur Beurteilung aufgrund einer mangelhaften Herkunftsregelung auch Hinweise auf den tatsächlichen Produktionsort.

Frage 2:

Wie wirkt sich die Tatsache, dass in den Vermarktungsnormen nach EU-Recht Produktidentitäten festgeschrieben sind, auf die Verbraucher, Händler und Erzeuger aus? Was sind die Vor- und Nachteile?

Sollte es zulässig sein, im Einzelhandel Erzeugnisse zu verkaufen, die den Hygiene- und Sicherheitsauflagen entsprechen, den Vermarktungsnormen aber aus ästhetischen oder ähnlichen Gründen nicht genügen? Falls ja, sind für solche Erzeugnisse besondere Verbraucherinformationen erforderlich?

Könnte die obligatorische Güte- und Gewichtsklassifizierung fakultativ in Form von „fakultativen, vorbehaltenen Angaben“ erfolgen (wie in Abschnitt 2.2 dargelegt)?

Zu Frage 2:

Vermarktungsnormen bringen Vorteile für Verbraucher, doch dürfen die Standards nicht überzogen werden. Der Krümmungsgrad einer Gurke war kein Kriterium, das Verbraucher interessierte, sondern wurde von der Verarbeitungsseite gewünscht.

Hier wurde mit dem Verbraucherwunsch argumentiert, obwohl dieser Aspekt zu Kosteneinsparung bei Transport und Verarbeitung führen soll.

Die Kriterien, die in den Vermarktungsnormen zu Grunde gelegt werden, sollten zukünftig stärker vor dem Hintergrund der Verbraucherwünsche überarbeitet werden und sich nicht nur an „äußeren“ Qualitätsmerkmalen orientieren, sondern auch „innere“ Qualitätsmerkmale wie Nährwert, gesundheitliche Unbedenklichkeit einbeziehen. Verbindliche Standards sind wichtig, aber sie sollten auf Zielkonflikte geprüft und überarbeitet werden.

Bisher haben Vermarktungsnormen auch zu einer Beschränkung des Angebotes verschiedener Sorten geführt. Sorten, die nicht in das Kriterienraster passten (ohne schlechter zu sein) waren nicht verkäuflich. Dies trifft auf viele exotische Früchte zu. So hat sich die Palette der erzeugten Zitrusfrüchte im Weltmaßstab erweitert, ohne dass Anpassungen der Kriterien auf EU-Ebene stattgefunden hätten. Eine Erweiterung des Angebotes ist aber nur verbunden mit entsprechenden Informationen sinnvoll.

Bereits heute werden Zitrusfrüchte einem Verfahren unterzogen (Degreening, Entgrünung), das die Qualität der Erzeugnisse reduziert, nur weil der Verbraucher die Information nicht hat, dass grün gefärbte Zitrusfrüchte nicht unreif sind (anders als dies ja für viele heimische Produkte gilt).

Hier besteht Aufklärungsbedarf, der von allen Beteiligten geleistet werden muss.

Vermarktungsnormen berücksichtigen derzeit die „innere“ Qualität vieler Produkte zu wenig, die Verbraucher beim Kauf kaum erkennen können. Beispielhaft sei auf die Klassifizierung bei Schweinefleisch verwiesen, in die die Fleischbeschaffenheit – obwohl routinemäßig leicht erfassbar – nicht in die Klassifizierung eingeht.

Auch muss nicht jeder Stich eines Insektes zu einem Ausschluss führen. Dieser ist nicht relevant solange sich im Obst nicht bereits die nächste Generation des Insektes befindet. Wichtig für die Verbraucher aber ist die Rückstandsfreiheit von Pflanzenschutzmitteln – so weit wie möglich. Damit Rückschlüsse auf die Belastung mit Pflanzenschutzmitteln überhaupt möglich werden, sollte der Pestizidpass Bestandteil der Vermarktungsnorm für Obst und Gemüse werden. Mehrfachrückstände von Pflanzenschutzmitteln sollten zum Ausschluss der Ware führen, bis diese in einem Verfahren bei der Höchstmengenbetrachtung methodisch berücksichtigt worden sind.

Die Gewichtsklassifizierung muss jedoch Bestandteil der Vermarktungsnormen bleiben um die Vergleichbarkeit der Produkte zu erleichtern.

Eine obligatorische Güteklassifizierung – über einen verbindlichen Standard und die Informationen dazu- könnte allerdings nach unserer Auffassung auch in Form von fakultativen vorbehaltenen Angaben erfolgen.

Der Vorteil: Fakultativ vorbehaltenen Angaben werden gesetzlich definiert und sie können Verbrauchern nützliche, richtige und sachbezogene Informationen liefern.

Prinzipiell liegt Irreführung dann vor, wenn das wirtschaftliche Verhalten der Verbraucher durch Marktinformationen im Allgemeinen und durch Kennzeichnung im Besonderen derart beeinflusst wird, dass die Kaufentscheidung nicht ihren Präferenzen entspricht (vgl. BENNER 2000). Prinzipiell ließe sich das Problem der normativen Irreführung lösen, wenn der Gesetzgeber mit der Festlegung der Verständigungsnorm zugleich sicherstellen würde, dass die Verbraucher während der Kaufentscheidung tatsächlich Zugang zu den festgelegten Definitionen hätten (vgl. CASWELL, MOJDUSZKA 1996).

Dieser Gefahr der Irreführung kann prinzipiell nur begegnet werden, wenn die Verbraucher über die Aufweichung der exakten Definition der Vermarktungsnorm informiert sind. Daher ist zusätzliche Verbraucherinformation notwendig, wenn Vermarktungsnormen im Sinne der Frage 2 „aufgeweicht“ werden.

Diese Verbraucherinformation hat grundsätzlich spezifischen Anforderungen zu genügen. Sie ist sowohl unabhängig von Anbieterinteressen als auch von staatlichen Eigeninteressen, das heißt Verbraucherinformation ist nicht als Vorbereitungswerbung gestaltet, die ausgewählten Branchen beziehungsweise Gruppen von Anbietern Wettbewerbsvorteile verschafft. Sie wägt weder zwischen den Interessen der Verbraucher und den Interessen der Anbieter ab noch fließen konjunkturbeziehungsweise beschäftigungspolitische oder andere politische Interessen/Überlegungen in sie ein. Verbraucherinformation ist auf Ebene der Bedarfs- und auf Ebene der Konsumententscheidung neutral gestaltet, das heißt, sie tritt weder für noch gegen Konsumhaltungen und Wünsche beziehungsweise den Kauf eines Produktes ein.

Im Rahmen der Verbraucherinformation muss die begrenzte Informationsverarbeitungskapazität der Verbraucher berücksichtigt werden, das heißt, die Bereitstellung ist so gestaltet, dass die Informationen zugänglich, verständlich und vergleichbar sind. Dabei ist sie zielgruppenorientiert auszurichten (vgl. EINSIEDEL, E.F. (1998); FRITSCH, M., WEIN, T., EWERS, H-J. (1999); SCHERHORN, G. (1979, 1983); GRUNERT, K.G. (2000)).

Frage 3:

Inwieweit ist es notwendig, in den Vermarktungsnormen auf EU-Ebene „fakultative, vorbehaltene Angaben“ zu definieren?

Sollte die Gemeinschaft fakultative, vorbehaltene Angaben definieren, mit denen Bewirtschaftungsverfahren in bestimmten Sektoren beschrieben werden (z. B. „Berg-“, „Bauern-“ und „kohlendioxidarm“)?

Zu Frage 3:

Es sollten fakultative vorbehaltene Angaben definiert werden, mit denen Bewirtschaftungsverfahren beschreiben werden. Für Produkte mit dem Attribut zum Beispiel „Alpen-“, „Berg-“ oder „Klimafreundlich-“ müssen verbindliche, nachprüfbare und gleiche Vorgaben gelten.

Wir sind der Meinung, dass Vermarktungsnormen die berechtigten Verbrauchererwartungen an die Qualität von Agrarerzeugnissen berücksichtigen sollten, das heißt es sollten nicht nur – wie oben angeführt die äußere Qualität, sondern auch die innere Qualität berücksichtigt werden.

Obligatorische Güte- und Gewichtsklassifizierungen können aber nur dann in Form von „fakultativen, vorbehaltenen Angaben“ erfolgen, wenn diesen Angaben neben einer gesetzlichen Definition auch ein obligatorisches Kontrollsystem zur Überwachung der Einhaltung der Normen zugrunde liegt.

„Fakultative, vorbehaltene Angaben“ repräsentieren aus der Perspektive der Verbraucher Produkt- und Prozesseigenschaften, die die Verbraucher nicht ohne zusätzliche Informationen vor beziehungsweise nach dem Kauf am Produkt selbst verifizieren können. Es sind so genannte Vertrauenseigenschaften. Diese Eigenschaften bergen in besonderer Weise die Gefahr der Irreführung. Aus diesem Grund sind prinzipiell gesetzlich definierte Vermarktungsnormen für „fakultative, vorbehaltene Angaben“ erforderlich (vgl. BENNER 2003). Gesetzlich definierte „fakultative, vorbehaltene Angaben“ können aber nur dann die Gefahr der Irreführung beheben, wenn deren Festlegung an die folgenden Bedingungen geknüpft ist:

- Bei der Auswahl der zu definierenden fakultativen, vorbehaltenen Angaben sind die Informationsbedürfnisse der Verbraucher zugrunde zu legen.
- Fakultative, vorbehaltene Angaben sind in Form der abschließenden Festlegung zu definieren.
- Die Definitionen der fakultativen, vorbehaltenen Angaben müssen explizit den Erwartungen der Verbraucher entsprechen.
- Die Einhaltung der fakultativen, vorbehaltenen Angaben ist durch ein obligatorisches Kontrollsystem zu überwachen.
- Verstöße sind wirksam zu sanktionieren.
- Die Ergebnisse der Überwachung sind unter Nennung der Produkt-/Marken-/Unternehmensnamen zu veröffentlichen.

Nur unter diesen Voraussetzungen können die Verbraucher in Kenntnis wesentlicher Umstände eine informierte und selbstbestimmte Wahl treffen.

Frage 4:

In welchem Maße könnte der Entwurf, die Anwendung und die Kontrolle von Vermarktungsnormen (oder Teilen davon) der Selbstregulierung überlassen werden?

Falls Vermarktungsnormen (oder Teile davon) weiterhin durch EU-Recht geregelt werden, was wären die Vor- und Nachteile (einschließlich Verwaltungsaufwand)

- des Einsatzes von Koregulierung?
- des Verweises auf internationale Normen?
- der Beibehaltung des derzeitigen legislativen Konzepts (bei möglichst weitgehender Vereinfachung der Substanz)?

Zu Frage 4:

Das derzeitige legislative Konzept sollte bei möglichst weitgehender Vereinfachung der Substanz beibehalten werden.

Wir halten eine kritische Überprüfung für notwendig, da an einigen Stellen vereinfacht und gestrafft und ein neuer harmonisierter Rahmen gesetzt werden kann.

Die Anwendung und Kontrolle von Vermarktungsnormen können aus der Perspektive der Verbraucher grundsätzlich nicht der Selbstregulierung überlassen werden.

Die Koregulierung, in der die Interessensvertreter aufgefordert wären, die Gesetzgebung auf der Grundlage ihrer Erfahrungen zu ergänzen und technische Daten und Spezifikationen aufzustellen oder der schlichte Verweis auf internationale Normen reicht uns nicht aus.

Mit diesen Verfahren würden die Verbraucherinteressen ins Hintertreffen geraten.

Frage 5:

Sollte irgendein Aspekt der Regeln für die Rechte der Verwender geografischer Angaben und anderer Verwender (oder potenzieller Verwender) eines Namens geklärt oder geändert werden?

Anhand welcher Kriterien sollte bestimmt werden, dass ein Name eine Gattungsbezeichnung ist?

Ist die Regelung für geografische Angaben zu ändern in Bezug auf

- den Schutzzumfang?
- die Durchsetzung des Schutzes?
- die darunter fallenden Agrarerzeugnisse und Lebensmittel?

Sollte der Rückgriff auf andere Instrumente wie den Schutz von Warenzeichen aktiver gefördert werden?

Zu Frage 5:

Es ist dringend erforderlich die Regeln für geografische Angaben strenger zu fassen. Wir sprechen uns für den Wegfall der g.g.A.-Regelung (geschützte geographische Angabe) aus, weil sie aus unserer Sicht eine Irreführung der Verbraucher darstellt. Die Produktspezifikationen sind Verbrauchern nicht transparent, außerdem geht die Verbrauchererwartung davon aus, dass die Rohstoffe aus dem genannten Gebiet stammen.

Wir halten die Anforderung, dass bei verarbeiteten Lebensmitteln alle Rohstoffe ebenfalls aus dem ausgelobten Gebiet stammen, für zu weitgehend. Die Beschränkung auf die Hauptzutaten ist ausreichend. Andererseits soll ein Verarbeiter von Lebensmitteln nicht damit werben dürfen, wenn er unwesentliche Bestandteile aus der regionalen Erzeugung verarbeitet.

Der Schutz von Warenzeichen ist kein alternatives Instrument, da Auseinandersetzungen durch die Wirtschaft erfolgen müssen, was langwierige rechtliche Auseinandersetzungen bedeuten kann. Kennzeichnungsvorgaben dagegen müssen von der Lebensmittelüberwachung kontrolliert werden und können so verbrauchernäher durchgesetzt werden. Voraussetzung allerdings ist eine schlagkräftige Lebensmittelüberwachung.

Exkurs: Irreführung durch das bestehende System der Herkunftskennzeichnung

Die Erzeugnisnamen, die sich Anbieter auf Grundlage der Verordnung zur g.U. oder g.g.A schützen lassen, haben in der Regel zwei Bestandteile. Sie besitzen einen Namensbestandteil, der die Herkunftskomponente der Herkunfts-Qualitäts-Beziehung, und einen Bestandteil, der deren Qualitätskomponente ausdrückt (zum Beispiel Altenburger Ziegenkäse, Meißner Fummel). (vgl. Benner 2002, 2003, 2008). Der Herkunftskomponente liegt die geografische Abgrenzung des Produkursprungs zugrunde. Sie beinhaltet jedoch nicht per se den Rohstoffbezug.

Bei geschützten geografischen Angaben kann der Rohstoff auch von außerhalb der namensgebenden Region stammen. Für geschützte Ursprungsbezeichnungen ist dies bei Produkten möglich, deren Name vor dem 1. Mai 2004 geschützt wurde.

Der Qualitätskomponente liegen die Produkt- beziehungsweise Prozesseigenschaften zugrunde, die Gegenstand der Herkunfts-Qualitäts-Beziehung sind. Eine geschützte Ursprungsbezeichnung umfasst sowohl Prozess- als auch Produkteigenschaften. Die Geo-Verordnung lässt in Artikel 4 offen, ob ein Produktionsverfahren auf einer eindeutig definierten Gesamtheit von Prozesseigenschaften beruhen muss, oder ob einzelne Prozesseigenschaften zwischen den Anbietern variieren werden können. Bei geschützten geografischen Angaben liegen der Qualitätskomponente lediglich entweder Produkteigenschaften, die von den Anbietern zu definierende Qualität oder das Ansehen des Produkts zugrunde.

Auf Grundlage dieser Schutzbestimmungen ergibt sich für Verbraucher trotz gesetzlicher Regelung dieser Verständigungsnorm gleich mehrfach das Problem der Irreführung.

Die Herkunfts-komponente birgt eine Irreführungsgefahr, wenn die geografische Abgrenzung, nicht den Verbrauchererwartungen entspricht, das heißt wenn ihre Abgrenzung größer oder kleiner ist als von den Verbrauchern berechtigt erwartet. Bei geschützten geografischen Angaben können die Verbraucher zudem am Produkt selbst nicht erkennen auf welche Vermarktungsstufe/n sich die Herkunfts-komponente des geschützten Namens bezieht. Das heißt sie können nicht verifizieren, ob sich dieser Namensbestandteil auf die Region des Rohstoffbezugs oder auf die Region eines nachgelagerten Verarbeitungsschrittes, welcher etwa lediglich das Ansehen des Produkts bedingt, bezieht. Bezieht sich die Herkunfts-komponente auf die Region des Rohstoffbezugs, ist für die Verbraucher zudem bei geschützten geografischen Angaben nicht erkennbar, ob der Rohstoff zu 100 Prozent aus dieser Region bezogen wird. Bei geschützten Ursprungsbezeichnungen besteht diese Irreführungsgefahr bei allen Produkten, deren Namen vor Mai 2004 geschützt wurden.

Bei der Qualitätskomponente ergibt sich für die Verbraucher immer dann die Gefahr der Irreführung, wenn deren Festlegung nicht ihren Erwartungen entspricht. So besteht bei geschützten Ursprungsbezeichnungen die Gefahr der Irreführung, wenn beispielsweise einzelne Prozesseigenschaften zwischen Anbietern variieren können oder andere Prozesseigenschaften dem Schutz zugrunde liegen als von den Verbrauchern erwartet. Bei geschützten geografischen Angaben besteht die Gefahr der Irreführung, wenn beispielsweise die Verbraucher eine bestimmte Produkteigenschaft als Wert gebend erwarten, der Schutz aber auf einer anderen Eigenschaft oder dem Ansehen des Produkts beruht.

Diese Gefahren der Irreführung werden nicht mit der ab 2008 zur Verfügung stehenden Internetdatenbank aufgehoben. Zwar können dann Verbraucher die Spezifikationen einsehen, so dass die Vertrauenseigenschaft, sollte der Inhalt der Datenbank tatsächlich ausführlich genug sein, prinzipiell in eine Sucheigenschaft zu transformieren wäre. Allerdings regelt weder diese noch eine andere Verordnung den hierzu notwendige Internetzugang der Verbraucher. Erst mit der Gewährleistung des Internetzugangs für jeden Verbraucher würde der Gesetzgeber jedoch die Transformation tatsächlich ermöglichen.

Die Verordnung zur g.U. oder g.g.A birgt also die Gefahr der normativen Irreführung, für welche ursächlich der weite Rahmen, den die Geo-Verordnung aufgrund ihres Kerngedankens zur offenen Festlegung der Verständigungsnorm aufspannt, verantwortlich ist.

Dieser Rahmen ermöglicht den Anbietern zwar auf Grundlage verschiedenster Schutzgründe die Namen einer Vielzahl von Produkten gegen Missbrauch zu schützen, er bedingt damit aber zwangsläufig, dass es für die Verbraucher nicht nachvollziehbar ist, welcher Schutzgrund einem Namen jeweils zugrunde liegt.

Die Kenntnis des tatsächlichen Schutzgrundes ist aber für eine Kaufentscheidung der Verbraucher, die deren Präferenzen entsprechen soll, das heißt die unter Vermeidung der Irreführung getroffen werden soll, von zentraler Bedeutung.

Die grundsätzliche Gefahr der Irreführung der Verbraucher ist nur durch Regelungen zu beheben, die sicherstellen, dass den Verbrauchern ersichtlich wird, auf welcher Grundlage das Produkt jeweils als ein „Original“ angesehen und sein Name geschützt wird. Die bisherige Unterscheidung in geschützte geografische Angaben und geschützte Ursprungsbezeichnungen ist hier ebenso wenig ausreichend wie die Veröffentlichung der Spezifikationen im Internet.

Die Auflösung der Irreführungsgefahr, die durch die Qualitätskomponente gegeben ist, besteht darin, die Qualitätskomponente durch eine „abschließende“ Festlegung als Verständigungsnorm zu definieren, welche das zugrundeliegende Produktionsverfahren als Gesamtheit spezifischer Prozesseigenschaften definiert. Bei Bedarf ist insbesondere für Qualitätskomponenten über die abschließende Festlegung von Verständigungsnormen zu befinden.

Hierfür ist vom Gesetzgeber ein Verfahren zu definieren.

Für die Herkunfts-komponente sind eindeutige Regeln festzuschreiben, die sicherstellen, dass für die Verbraucher die Region der namensgebenden Vermarktungsstufe und der tatsächliche Schutzgrund (zum Beispiel Rezeptur, Ansehen) während der Kaufentscheidung erkennbar ist. Ist die Region des Rohstoffbezugs namensgebend, so ist festzuschreiben, dass 100 Prozent des Rohstoffs aus dieser Region stammt.

Der Rückgriff auf andere Instrumente wie den Schutz von Warenzeichen ist nicht zu fördern, da dadurch eine Irreführungsgefahr für Verbraucher entsteht. Ziel des Namensschutzes kann es nicht sein, durch unterschiedliche Warenzeichen zur Intransparenz beizutragen. Warenzeichen fördern Intransparenz, wenn es den Anbietern mit ihrer Hilfe möglich ist, unter zwar unterschiedlichen Warenzeichen, die aber bezogen auf das Produkt (zum Beispiel Schinken, Streuobstsft) vergleichbar sind, gänzlich verschiedene Schutzgründe (zum Beispiel Rezeptur vs. Rohstoffbezug) zu fassen.

Frage 6:

Sollten zusätzliche, einschränkende Kriterien für die Anträge auf Eintragung als geografische Angabe eingeführt werden? Sollten insbesondere die Kriterien für geschützte geografische Angaben – im Unterschied zu den geschützten Ursprungsbezeichnungen – strenger werden, um den Zusammenhang zwischen dem Erzeugnis und dem geografischen Gebiet stärker zu betonen?

Sollten besondere Nachhaltigkeitskriterien oder andere Kriterien in die Spezifikation aufgenommen werden, unabhängig davon, ob sie als solche mit dem Ursprung zusammenhängen oder nicht? Was wären die Vor- und Nachteile?

Zu Frage 6:

Wir sprechen uns für den Wegfall der g.g.A.-Regelung (geschützte geographische Angabe) aus, weil sie aus unserer Sicht eine Irreführung der Verbraucher darstellt. Andere Kriterien können in die Spezifikation einbezogen werden, wenn sie unmittelbar mit der Herkunft verknüpft sind beziehungsweise aus dieser resultieren. Als zusätzliches Kriterium sollte daher zum Beispiel die standortangepasste Bewirtschaftung (gemessen an den Bodenpunkten und der naturräumlichen Situation) herangezogen werden, zusätzlich zur regionalen Herkunft des Rohstoffes.

Die Verordnungen müssen explizit einschränkende Kriterien vorsehen. Diese betreffen insbesondere den Rohstoffbezug und die geografische Abgrenzung. Zur Festlegung der jeweiligen Kriterien ist in jedem Einzelfall explizit die Verbrauchererwartung zugrunde zu legen. Bei der Bestimmung der Verbrauchererwartung ist dergestalt vorzugehen, dass nicht indirekt die Anbietervorstellungen Eingang finden, wie dies typisch für Marktforschungserhebungen ist.

Zusätzliche Kriterien wie etwa Nachhaltigkeitskriterien sind für Verbraucher Kaufentscheidungsgründe. Bisher besteht jedoch für die Auslobung der Nachhaltigkeit weder ein obligatorisches noch ein fakultatives Kennzeichnungssystem. Zusätzliche Kriterien können jedoch nur dann in die bestehenden Regelungen aufgenommen werden, wenn sie für sich genommen die Anforderungen an ein Kennzeichnungssystem erfüllen:

- Die Definitionen der Kriterien müssen explizit den Erwartungen der Verbraucher entsprechen.
- Bei der Auswahl der zu definierenden zusätzlichen Kriterien sind die Informationsbedürfnisse der Verbraucher zugrunde zu legen.
- Die Einhaltung der Kriterien ist durch ein obligatorisches Kontrollsystem zu überwachen.
- Verstöße sind wirksam zu sanktionieren.
- Die Ergebnisse der Überwachung sind unter Nennung der Produkt-/Marken-/Unternehmensnamen zu veröffentlichen.

Frage 7:

Auf welche Schwierigkeit stoßen die Verwender von geografischen Angaben, wenn sie versuchen, den Schutz in Drittländern durchzusetzen?

Was sollte die EU unternehmen, um geografische Angaben in Drittländern möglichst wirksam zu schützen?

Zu Frage 7:

Selbst wenn bisher viele der rund 3000 geographischen Angaben, die derzeit in der EU geschützt sind, nur Produkte betreffen, die hauptsächlich auf lokalen oder regionalen Märkten verkauft werden, sollte der internationale und europäische Schutz dieser Namen weiter angestrebt werden. Das Europa der Regionen wird weiter zusammenrücken und daher ist es auch für den Binnenmarkt wichtig, dass Verbraucher hier verlässliche hochwertige Produkte finden. Auch der bessere Schutz und eine besser gesicherte Eintragung auf WTO und auf bilateraler Ebene ist ein wichtiges Verbraucheranliegen.

Frage 8:

Haben sich aus der Nennung von Zutaten mit einer g. U. oder g. g. A., die in verarbeiteten oder zubereiteten Nahrungsmitteln verwendet wurden, irgendwelche Schwierigkeiten ergeben?

Zu Frage 8:

Bisher werden solche Produkte auf dem deutschen Markt nicht angeboten. Wir halten die Anforderung, dass bei verarbeiteten Lebensmitteln alle Rohstoffe ebenfalls aus einem Gebiet kommen, in dem das Produkt erzeugt wird, für zu weitgehend. Eine Beschränkung auf die Hauptzutaten wäre ausreichend. Andererseits soll ein Verarbeiter von Lebensmitteln nicht damit werben dürfen, wenn er unwesentliche Bestandteile aus der regionalen Erzeugung verarbeitet (vergleiche Antwort auf Frage 5).

Frage 9:

Welche Vor- und Nachteile hat es, den Ursprung der Rohstoffe in den Fällen anzugeben, in denen sie nicht aus dem Gebiet der geografischen Angabe stammen?

Zu Frage 9:

Dieses Zeichen sollte abgeschafft werden, weil bei der Angabe g.g.A. Hauptrohstoffe verwendet werden, die nicht aus der Region stammen (Schweine zur Erzeugung des Schwarzwälder Schinkens).

Die Information darüber, wo die Rohstoffe herkommen, reicht alleine nicht aus, da die Verbrauchererwartung anders ist.

Zu prüfen wäre, ob die bereits unter g.g.A. geschützten Zeichen als „Rezeptur und Herstellungsort geschützt“, deklariert werden könnten. Für diese Alternative müsste allerdings zunächst die Verbrauchererwartung in Erfahrung gebracht werden.

Frage 10:

Sollten die drei EU-Regelungen für den Schutz geografischer Angaben vereinfacht und harmonisiert werden, und falls ja, in welchem Umfang? Oder sollten sie weiter als eigenständige Eintragungsinstrumente fortentwickelt werden?

Zu Frage 10:

Die Regelungen für Weine, Spirituosen und Lebensmittel sollten zusammengefasst und vereinheitlicht werden.

Frage 11:

Gibt es angesichts der geringen Inanspruchnahme der Regelung für die garantiert traditionelle Spezialität einen besseren Weg, traditionelle Spezialitäten zu kennzeichnen und ihren Absatz zu fördern?

Zu Frage 11:

Die garantierte traditionelle Spezialität (g.t.S.) hat aus Verbrauchersicht keine Berechtigung, weil sie nicht wahrhaft ausgelobt wird. Auch ist aus Verbrauchersicht nicht nachvollziehbar, wieso wir bereits nach 25 Jahren von einer traditionellen Spezialität sprechen sollten.

Wenn jedoch Vorteile aus dieser Auslobung für den Verbraucher bestehen, müsste das allerdings wahrheitsgemäß und verständlich kommuniziert werden (siehe Reinheitsgebot bei Bier oder traditionelle Herstellung bei Brot und Käse).

Frage 12:

Welche Faktoren könnten der Entstehung eines europäischen Binnenmarktes für Erzeugnisse des ökologischen Landbaus im Wege stehen? Wie kann das Funktionieren des europäischen Binnenmarktes für Erzeugnisse des ökologischen Landbaus verbessert werden?

Zu Frage 12:

Wir begrüßen, dass die Supermärkte in den einzelnen EU-Mitgliedsstaaten zunehmend Produkte mit dem Zertifikat inländischer Zertifizierungsstellen anbieten, da diese Praxis zu weniger erzwungenem Verkehr führt und die Verbraucher auch höherwertige Verbandsware bekommen, die eine standortangepasste Landwirtschaft sichert. Bei den tierischen Produkten, deren Standards nicht europäisch geregelt sind, sondern bis hin zu den Verarbeitungsregeln national festgelegt werden, sehen wir dringenden Harmonisierungsbedarf.

Die Anerkennung der gleichwertigen Garantien nach Artikel 33 der EG-Öko-Basisverordnung 834/2007 stellen ein Beispiel dafür dar, dass gesetzliche Qualitätsregelungen nicht gemäß der Erwartungen der Verbraucher fixiert werden. Diese Bestimmungen bergen prinzipiell die Gefahr der Irreführung, da Verbraucher ihrer Kaufentscheidung berechtigterweise die Anforderungen an die europäische Landwirtschaft und Kontrollen zugrunde legen. Werden diese Anforderungen nicht eingehalten, sehen die Verbraucher vom Kauf der Produkte Abstand. Die regelmäßige Überprüfung der Anerkennung gemäß Artikel 3 Abs. 3, 5 ist keinesfalls ausreichend, um die berechtigten Erwartungen der Verbraucher sicherzustellen.

Um sicherzustellen, dass die Erwartungen der Verbraucher erfüllt werden, ist für Erzeugnissen, die auf Grundlage gleichwertiger Garantien nach Artikel 33 der EG-Öko-Basisverordnung 834/2007 eingeführt werden, daher mindestens ein hoheitliches, wirksames und striktes Marktüberwachungsprogramm an den Außengrenzen der EU zu etablieren. Dieses Programm hat folgende Anforderungen zu erfüllen:

- Verstöße sind wirksam zu sanktionieren.
- Die Ergebnisse jeglicher Überwachung sind unter Nennung der Produkt-/Marken-/Unternehmensnamen zu veröffentlichen.

Frage 13:

Inwieweit hat die Verwendung des Bildzeichens für die Regionen in äußerster Randlage der EU das Bewusstsein für Erzeugnisse aus diesen Regionen geschärft?

Wie sollten diese Initiativen fortgeführt werden, damit in diesen Regionen mehr landwirtschaftliche Qualitätserzeugnisse hervorgebracht werden?

Zu Frage 13:

Qualitätsprodukte aus den Regionen in äußerster Randlage müssen aus Verbrauchersicht eine höherwertigere Qualität aufweisen, als dies der gesetzliche Standard fordert. Nur dann ist eine spezielle Auslobung gerechtfertigt. Ein separates Bildzeichen ist aus unserer Sicht nicht nur für diese Regionen sinnvoll, sondern für viele naturräumliche Regionen, die nicht am Rande liegen, in denen die Bewirtschaftung aber erschwert ist und die Landwirtschaft die typische Kulturlandschaft erhält. Bei uns sind das zum Beispiel die Mittelgebirgslagen.

Die Verordnungen (EG) Nr. 1452/2001, Nr. 1453/2001 und Nr. 1454/2001 des Rates stellen einen allgemeinen Rahmen für eine herkunftsbezogene Verständigungsnorm zur Verfügung, mit der unverarbeitete beziehungsweise verarbeitete Erzeugnisse als aus einem ultraperipheren Gebiet der EG stammend, gekennzeichnet werden können, wenn sie dort nach festgelegten Kriterien erzeugt beziehungsweise verarbeitet worden sind.

Diese Kriterien wurden von den zuständigen Regionalbehörden der nationalen Landwirtschaftsministerien auf Vorschlag der Branchenverbände ausgestaltet und von der EG auf Grundlage der genannten Verordnungen mit den Entscheidungen der Kommission 1999/165/EG, 1999/124/EG, 1999/266/EG und 99/315/EG für die ultraperipheren Gebiete Guadeloupe, Guyana, Martinique, Réunion, die Azoren, die Region Madeira und Kanarische Inseln anerkannt.

Aus Verbrauchersicht sind die Regelungen daher wie folgt fortzuentwickeln. Der europäische Gesetzgeber muss alle für die Kaufentscheidung der Verbraucher relevanten Eigenschaften (Produkt beziehungsweise Prozess) in einem Gesetz fixieren.

Frage 14:

Gibt es drängende Fragen, bei denen die derzeitigen Regelungen ungeeignet sind und vieles dafür spricht, sie auf EU-Ebene zu regeln?

Sollte die Kommission in bestimmten Fällen (z. B. bei komplexen rechtlichen und wissenschaftlichen Situationen oder um eine höhere Akzeptanz bei den Verbrauchern zu gewährleisten) verbindliche Regelungen in Erwägung ziehen?

Falls dies der Fall ist, wie kann der Verwaltungsaufwand für Interessenvertreter und öffentliche Behörden möglichst gering gehalten werden?

Zu Frage 14:

Wir halten verbindliche Regelungen im Bereich des Tierschutzes für notwendig. In einer nationalen Studie wird unter anderem derzeit untersucht, wie der Verwaltungsaufwand für ein System des Tierschutzlabelling für Interessenvertreter und öffentliche Behörden möglichst gering gehalten werden kann.

Neue Qualitätsregeln bringen immer einen zusätzlichen oder einen geänderten Verwaltungsaufwand zum Beispiel bei der Kontrolle mit sich. Überlegungen, diesen Aufwand zu minimieren, dürfen keinesfalls dazu führen, die Qualitätsregeln so „weich“ zu fassen, dass das grundsätzliche Problem der Irreführung durch Qualitätsaussagen bestehen bleibt beziehungsweise erst geschaffen wird.

Frage 15:

In welchem Maße können Zertifizierungsregelungen für Qualitätserzeugnisse die wichtigsten Forderungen der Gesellschaft in Bezug auf die Produktmerkmale und landwirtschaftlichen Verfahren erfüllen?

Inwieweit besteht das Risiko, dass die Verbraucher durch Zertifizierungsregelungen, die für die Einhaltung von grundlegenden Vorschriften sorgen, irregeleitet werden?

Mit welchen Kosten und Vorteilen für Landwirte und andere Lebensmittelerzeuger (häufig kleine und mittlere Unternehmen) ist die Teilnahme an Zertifizierungsregelungen verbunden?

Sollte eine aktivere Mitwirkung von Erzeugerorganisationen gefördert werden?

Zu Frage 15:

Es besteht ein hohes Risiko, dass die Verbraucher durch Zertifizierungsregelungen irregeführt werden. Sie verwechseln Sicherheit durch den Vollzug rechtlicher Anforderungen mit Instrumenten, die überwiegend der Haftungsabsicherung des Handels dienen.

Für Verbraucher ist es wichtig, dass sie erkennen können, wer die Aussagen garantiert. Der Staat oder eine Erzeuger- oder Handelsvereinigung. Die Erfahrungen mit der Einführung eines staatlichen kontrollierten Biosiegels zeigen, dass die Akzeptanz steigt, wenn der Staat für die Wahrhaftigkeit der Aussage einsteht. Zertifizierung macht aus unserer Sicht bei Geschäften zwischen Unternehmen Sinn. Damit sollen Haftungsklagen unwahrscheinlicher werden, weil der Schuldige schnell gefunden wird. Private Zertifizierungen dürfen aber eine staatliche Sicherstellung der Rückverfolgbarkeit der Waren nicht ersetzen, sondern können diese allenfalls sinnvoll ergänzen.

Private Zertifizierungsregelungen sind grundsätzlich nicht dazu geeignet, die wichtigsten Forderungen der Gesellschaft in Bezug auf die Produktmerkmale und landwirtschaftlichen Verfahren sicherzustellen.

Ohnehin existieren schon heute eine Vielzahl von privaten Zertifizierungsregelungen, die für die Verbraucher auch angesichts ihrer Vielfalt nicht nachvollziehbar sind.

Frage 16:

Könnten EU-Leitlinien ausreichen, um zu einer kohärenteren Entwicklung von Zertifizierungsregelungen beizutragen? Welche Kriterien müssten in ein solches Handbuch oder solche Leitlinien aufgenommen werden?

Zu Frage 16:

EU-Leitlinien reichen nicht aus, um zu einer kohärenten Entwicklung von Zertifizierungsregelungen zu kommen.

EU-Leitlinien sind prinzipiell keine europäischen Gesetze, sondern stellen in der Regel lediglich einen administrativen Vorgang etwa im Rahmen der bereits 1958 in der Europäischen Union eingeführten Beihilfekontrollen, die Wettbewerbsverzerrungen verhindern sollen, dar.

EU-Leitlinien sind daher grundsätzlich ungeeignet das zentrale Problem der Verbraucher - die Irreführungsgefahr durch private Zertifizierungsregelungen - zu beheben.

Frage 17:

Wie lassen sich die Verwaltungskosten und der Verwaltungsaufwand der Mitgliedschaft in einer oder mehreren Qualitätszertifizierungsregelungen verringern?

Zu Frage 17:

In vielen Bereichen findet inzwischen eine Bündelung und Harmonisierung der Auflagen statt (zum Beispiel QS und QS-GAP). Dies ist zu begrüßen, ersetzt aber nicht, dass der europäische Gesetzgeber den Standard mittel- bis langfristig für alle verbindlich festlegen muss. Derzeit aber scheinen die Verhältnisse in den 27 Mitgliedsstaaten noch zu unterschiedlich zu sein, um einen für Verbraucher akzeptablen hohen Standard festlegen zu können.

Frage 18:

Wie können private Zertifizierungsregelungen dafür eingesetzt werden, EU-Ausfuhren zu unterstützen und europäische Qualitätserzeugnisse auf Exportmärkten zu fördern?

Wie kann die EU den Erzeugern in Entwicklungsländern, die privaten Zertifizierungsregelungen genügen müssen, um bestimmte Einzelhändler beliefern zu können, den Marktzugang erleichtern?

Zu Frage 18:

Die Gruppensertifizierungsmöglichkeit im Rahmen von GlobalGap oder ehemals EurepGap scheint ein sinnvoller Kompromiss zu sein, zwischen den Anforderungen seitens der Verbraucher und den Erzeugern in Entwicklungsländern diesen Anforderungen zu genügen.

Die Anwendung extensiver Bewirtschaftungsverfahren, besonders in Entwicklungsländern wäre sehr zu begrüßen und die Zertifizierung der Produktionsmethode könnte die Möglichkeit bieten, den Handel mit tierschutzgerecht erzeugten Produkten zu entwickeln. Dies muss aber zum Beispiel mit den tierseuchenhygienischen Aspekten und einer möglichen Konkurrenzsituation der Futterflächen zu den zur Verfügung stehenden Flächen für die Lebensmittelerzeugung abgewogen werden.

Frage 19:

Die Befragten werden gebeten, jeden weiteren Aspekt der Qualitätspolitik für Agrarerzeugnisse zur Sprache zu bringen, der hier nicht erfasst wurde.

Zu Frage 19:

Zwei weitere Aspekte, die nach unserer Auffassung in engem Zusammenhang zu diesem Thema stehen, wurden zu wenig in die Überlegungen mit einbezogen: Mit der landwirtschaftlichen Erzeugung verbunden sind in vielen Fällen negative Umweltwirkungen. Ein Produkt kann noch so gute Eigenschaften aufweisen, wenn es mit negativen externen Effekten verbunden ist, ist dies nicht die Qualität, die Verbraucher erwarten.

Auch die Diskussion um die Bodenschutzrichtlinie hätte hier ihre Berechtigung gehabt, weil die Qualität des Bodens ausschlaggebend ist für die Qualität der erzeugten Produkte. So gibt es in vielen europäischen Mitgliedsstaaten erhebliche Altlasten und Standorte, in denen die Bodenqualität verbessert werden müsste - zum Wohl aller Verbraucher in der EU. Auch das ist eine Maßnahme zur Verbesserung der Qualität der Agrarerzeugnisse.

Die Europäische Union hat mit der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 des Rates vom 17. Dezember 2007 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt und in Drittländern (vormals Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 des Rates vom 19. Dezember 2000 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt) ein Instrument geschaffen, das der Marktkommunikation der EU-spezifischen Produktionsanforderungen, Vermarktungsnormen, Qualitätsregelungen und Zertifizierungsregelungen dient. Sie setzt dieses Instrument mit rund Euro 10 Mio./a ein. Gemäß Erwägungsgrund 1 der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 des Rates bewertet sie diese wie folgt „Die bisherigen Ergebnisse sind sehr positiv“. Bisher existiert aber keine wissenschaftliche Veröffentlichung, die dieses Ergebnis explizit bestätigt. Diese Form der Kommunikation erfüllt nicht die Anforderungen an eine tatsächlich verbraucherorientierte Informationsvermittlung, welche die selbstbestimmte und informierte Wahl der Verbraucher unterstützt.

Quellenangaben:

Benner, E. (2000): Herkunftsangaben und Irreführung - Die Verordnung (EWG) Nr. 2081/92. In: Agrarwirtschaft 49 (12), S. 438-444.

Benner, E. (2003): Staatliche Unterstützung von Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse - Beschreibung, Analyse und Weiterentwicklung am Beispiel des EG-Konzepts der Werbeförderung. Peter Lang, Frankfurt/M.

Benner, E.; Profeta, A., Wirsig, A. (2008): Die EU-Übergangsregelung zum Herkunftsschutz bei Agrarprodukten und Lebensmitteln aus dem Blickwinkel der Transaktions- und der Informationsökonomie. In: Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., 43.
<http://www.ilr1.uni-bonn.de/gewisola08/downloads/Beitraege/Benner.pdf>

Caswell, J.A.; Mojduszka, E.M. (1996): Using Informational Labeling to Influence the Market for Quality in Food Products. In: American Journal of Agricultural Economics, 78 (5), S. 1248-1253.

Carey, P.; Simnett, R. (2006): Audit Partner Tenure and Audit Quality. In: The Accounting Review, 81 (3), S. 653-676.

Einsiedel, E.F. (1998): The Market for Credible Information in Biotechnology. In: Journal of Consumer Policy, 21 (4), S. 405-444.; Fritsch, M., Wein, T., Ewers, H-J. 1999: Marktversagen und Wirtschaftspolitik: Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns.

Grunert, K.G. 2000: Korrekte Entscheidung in Kenntnis der Sachlage? Anmerkungen zum Verbraucherbild im Weißbuch zur Lebensmittelsicherheit. In: Zeitschrift für das gesamte Lebensmittelrecht, 27 (6), S. 831-842.

Jahn, G.; Schramm, M.; Spiller, A. (2005): The Reliability of Certification: Quality Labels as a Consumer Policy Tool. In: Journal of Consumer Policy, 28 (1), S. 53-73;
Shapiro, S.P. (1987): The Social Control of Impersonal Trust. In: American Journal of Sociology, 93 (3), S. 623-658.

Vahlen: München; Scherhorn, G. 1979: Verbraucherpolitische Einordnung und Begründung des Projekts „Strategien der Verbraucherinformation“. Arbeitspapier 1, Institut für Haushalts- und Konsumökonomie, Universität Hohenheim; Scherhorn, G. 1983: Die Funktionsfähigkeit von Konsumgütermärkten. In: Irle, M. (Hrsg. unter Mitw. von Bodo, A.): Marktpsychologie, Band 2, Hogrefe: Göttingen, S. 45-150;

Verbraucherzentralen

Umfrage „Die Ausweise bitte“ in Deutschland im Zeitraum Januar bis März 2007
http://www.vzbv.de/mediapics/bericht_umfrage_herkunft_von_lebensmitteln_23.07.2007_copy.pdf

Wrage, H. (1986): Normative Irreführung und Täuschungsschutz. In: Wettbewerb in Recht und Praxis, (3) S. 125-129.