



Chance oder Spuk? Die Renaissance der regionalen Lebensmittel

Verbraucher wollen ins Regionale investieren, fühlen sich aber oft nicht gut informiert

"Es gibt viele erfolgreiche Anbieter, die ihre regional erzeugten Produkte mit großem Engagement bewerben. Bisher kann der Kunde aber leider nicht immer erkennen, ob drin ist, was draufsteht", erklärte Aigner vergangenen Mittwoch auf der Grünen Woche. Er müsse auf den ersten Blick erkennen können, warum ein Hersteller sein Produkt regional nennt. Aigner wolle deshalb an einer besseren Regionalkennzeichnung arbeiten.

Regioboom nach Bioboom: Der Schwindel mit regionalen Lebensmitteln

Auf den Bioboom folge nun der Regioboom, schreibt die Zeitschrift "Öko-Test", und bringt Beispiele: Rewe bietet Produkte "Aus unserer Region", Lidl "Ein gutes Stück Heimat" und Edeka "Bestes aus unserer Region". Doch was steckt dahinter? Die Journalisten hatten recherchiert und Fälle von Etikettenschwindel aufgefing gemacht. Rewe etwa hatte in Tübingen den "Hengstenberg Apfelessig mit Mango" als regional gekennzeichnet und erklärte auf Anfrage, dass die Produktionsstätte für diese Deklaration in einem Umkreis von bis zu 60 Kilometern zum jeweiligen Markt liegen müsse. Öko-Test bemängelte zu Recht, dass in Deutschland keine Mangos wüchsen, dass hier der Etikettenschwindel in vollem Gange sei. Zwar gebe es derzeit keine gesetzlich festgelegte Definition für ein regionales Lebensmittel, doch sollten die Rohstoffe aus der angegebenen Region stammen. Das ernüchternde Fazit der Recherche: Nur 14 der 53 geprüften Lebensmittel stammten tatsächlich aus der Region.

Das Konzept des BMELV zur Regionalkennzeichnung

Aigners Bundesministerium für Ernährung und Verbraucherschutz (BMELV) hat in den vergangenen Monaten ein Konzept zur Regionalkennzeichnung erarbeitet - gemeinsam mit Verbraucherzentralen, Handel, Länder und Ökoverbänden. Ziel sei es, in Deutschland eine klare und transparente Kennzeichnung für regionale Produkte durchzusetzen. Ein "Regionalfenster" auf Lebensmitteln soll der Rahmen sein: Hersteller können bei zusammengesetzten Produkten für jede Zutat einzeln transparent machen, aus welcher Region sie zu welchem Prozentsatz stammt.

Hier kommt in Zukunft auch der QR-Code auf Lebensmittelverpackungen ins Spiel - ein zweidimensionaler Strichcode mit schwarz-weißen Punkten in einer quadratischen Matrix. Der Kunde scannt ihn mit der Kamera seines Smartphones und erhält auf einer Internetseite genaue Herkunfts- und Inhaltsangaben. Das Unternehmen Bizerba aus Balingen ist schon soweit, den Code auf den Displays von Supermarktwagen darzustellen.

Emnid-Umfrage: Verbraucher wollen ins Regionale investieren, fühlen sich aber oft nicht gut informiert

Die Hälfte aller Verbraucher achten beim Einkauf auf die Region. So lautet das Fazit einer Emnid-Umfrage, die das Bundeslandwirtschaftsministerium in Auftrag gegeben hatte. 79 Prozent von 1000 Befragten seien auch bereit, mehr Geld für regionale Lebensmittel auszugeben. Und das sind die Hauptmotive: 83 Prozent haben Vertrauen zu Landwirten aus der Region, 71 Prozent verbinden damit ein positives Lebensgefühl, und 70 Prozent denken an die Arbeitsplätze in der Heimat. Aber nicht einmal jeder Fünfte fühle sich über die Herkunft regionaler Lebensmittel derzeit verlässlich informiert.

Pressekontakt

KLARTEXT ONLINE

Frau KLARTEXT ONLINE
Auf dem Heidgen 27
53127 Bonn

klartextonline.com
info@klartextonline.com

Firmenkontakt

KLARTEXT ONLINE

Frau KLARTEXT ONLINE
Auf dem Heidgen 27
53127 Bonn

klartextonline.com
info@klartextonline.com

Freie Autoren informieren regelmäßig über aktuelle Geschehnisse und Trends in Wirtschaft und Handel, Industrie, Karriere und IT-Welt.