



verbraucherzentrale
Thüringen

HERKUNFT AUSGEWÄHLTER OBST- UND GEMÜSEARTEN IN DER SAISON

Eine Marktstichprobe der Verbraucherzentrale Thüringen

HERKUNFT AUSGEWÄHLTER OBST- UND GEMÜSEARTEN IN DER SAISON

INHALT

I. DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE	3
II. HINTERGRUND	3
1. Regionalität im Trend	3
2. Rechtlicher Hintergrund.....	4
3. Selbstversorgungsgrad mit Obst und Gemüse	4
III. ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE	5
IV. ERGEBNISSE UND EINSCHÄTZUNG	7
1. Gemüse, Obst und Kartoffeln aus aller Welt.....	7
1.1 Wenig deutsches Obst – Nicht-EU-Ware auch in der Hochsaison.....	8
1.2 Gute Verfügbarkeit von Gemüse aus heimischem Anbau	9
1.3 Kartoffeln: EU-Ware trotz hohem Selbstversorgungsgrad	11
1.4 Der Bio-Markt beim Angebot deutscher Ware vorn	12
2. Ursprungsangaben: Das Suchen muss ein Ende haben	13
3. Nur wenige Regionalangaben	15
3.1 Regionalfenster	16
3.2 Händlerspezifische Kennzeichnungen.....	16
3.3 QR-Codes für weiterführende Informationen bei Netto	17
3.4 Spezielle Regionalprodukte.....	19
3.5 Erzeuger, Vermarkter oder Importeur?	22
4. Der Preis spielt eine Rolle	22
5. Kennzeichnungsfehler.....	23
V. FAZIT UND FORDERUNGEN	25

I. DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Die Verbraucherzentrale Thüringen hat in einer nicht-repräsentativen Marktstichprobe das Angebot verschiedener Obst- und Gemüsearten sowie Kartoffeln untersucht. Die Stichprobe fand in fünf Lebensmitteleinzelhandels-Filialen im Raum Erfurt und Arnstadt statt. Der Fokus lag dabei auf der Herkunft der verschiedenen Angebote in der Saison sowie auf zusätzlichen Angaben zur Regionalität.

Die Untersuchung zeigte, dass sich auch in der jeweiligen Saison der verschiedenen Obst- und Gemüsearten der Blick auf das Ursprungsland lohnt. So konnten in den ausgewählten Filialen keine deutschen Trauben und Birnen gefunden werden. Insgesamt stammten zwölf Prozent der 507 erfassten Angebote aus Nicht-EU-Ländern. Die Angabe des Ursprungslandes erfolgte nicht einheitlich. Im schlechtesten Fall müssen Verbraucher:innen aufwendig nach der Angabe suchen.

Genauere Informationen zur regionalen Herkunft auf der Verpackung waren bei 17 Prozent der verpackten Produkte zu finden. Auch diese erfolgten uneinheitlich. Neben dem Regionalfenster gab es unter anderem händlerspezifische oder produktspezifische Kennzeichnungsvarianten. Ein Händler stellte über QR-Codes vertiefende Informationen zur Verfügung, die jedoch unterschiedlich ausführlich waren.

Ein Händler fiel durch wiederkehrende fehlerhafte Kennzeichnungen auf. Hier gab es Widersprüche zwischen den Angaben auf der Verpackung und auf dem Preisschild. Diese Fehler setzten sich auch bei loser Ware fort. Dies ist aus Sicht der Verbraucherzentrale besonders kritisch, da in diesen Fällen das Preisschild üblicherweise die einzige Informationsquelle ist.

II. HINTERGRUND

1. REGIONALITÄT IM TREND

Regionale Lebensmittel liegen im Trend. So berücksichtigen, laut Ernährungsreport 2022 des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), 83 Prozent der Befragten bei ihrem Einkauf regionale Produkte.¹ Dabei stehen neben Eiern sowie Brot- und Backwaren besonders Gemüse und Obst im Fokus.² Als „regional“ werden laut einer Verbraucherbefragung im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands vor allem Lebensmittel aus dem eigenen Landkreis und Bundesland beziehungsweise Lebensmittel akzeptiert, die maximal 100 Kilometer vom Verkaufsort erzeugt oder verarbeitet wurden.³ Verbraucher:innen ist jedoch auch bewusst, dass Lebensmittel nicht immer regional verfügbar sind, so dass auch Kartoffeln aus ganz Deutschland als „regional“ akzeptiert werden, im Vergleich beispielsweise zu ägyptischen Kartoffeln.⁴ Die wichtigsten Kaufmotive für regionale Lebensmittel sind die Unterstützung der heimischen Landwirtschaft, kürzere Transportwege sowie mehr Frische und Nachhaltigkeit.

¹ BMEL: [Deutschland, wie es isst – Der BMEL-Ernährungsreport 2022](#).

² Ebd., sowie Verbraucherzentrale Bundesverband: [Verbrauchererwartung an regionale Lebensmittel](#), 2022.

³ Verbraucherzentrale Bundesverband: [Verbrauchererwartung an regionale Lebensmittel](#), 2022.

⁴ INFO GmbH Markt und Meinungsforschung, [Ergebnisbericht Verbrauchererwartungen gegenüber regionalen Lebensmitteln für Verbraucherzentrale Bundesverband](#), 2021.

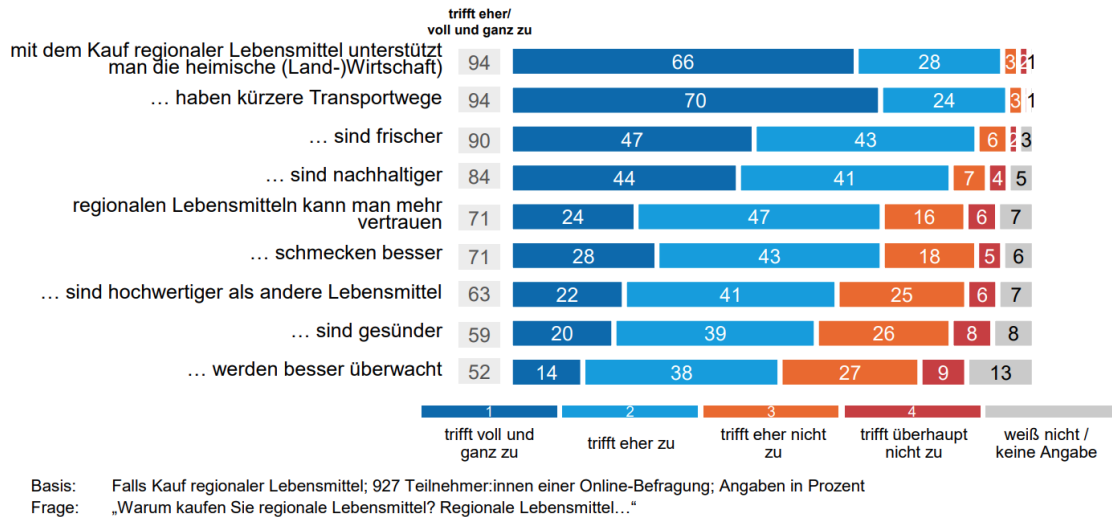


Abbildung 1: Befragung im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands, Verbrauchererwartung an regionale Lebensmittel, 2022.

2. RECHTLICHER HINTERGRUND

Die Angabe des Ursprungslandes ist auf Ebene der Europäischen Union (EU) bisher nur für wenige Lebensmittel vorgeschrieben. Jedoch gilt eine Kennzeichnungspflicht entsprechend der gemeinsamen Marktorganisations-Verordnung für die meisten frischen Obst- und Gemüsearten.⁵ Damit haben Verbraucher:innen bei diesen Produkten die Möglichkeit, gezielt heimische Ware auszuwählen. Bei einigen ist die Kennzeichnung jedoch freiwillig. Dazu gehören Früh- und Speisekartoffeln sowie Bananen.

Wird Obst- und Gemüse gefroren oder als Konserve angeboten, entfällt die Pflicht zur Ursprungsangabe. Dann erfahren Verbraucher:innen die Herkunft der Ware nur, wenn Hersteller diese freiwillig angeben.

Der Begriff „regional“ oder bedeutungsgleiche Formulierungen wie „aus der Heimat“ oder „von hier“ sind rechtlich nicht definiert. Eine einheitliche Verkehrsauffassung, was „regional“ ist, gibt es nicht.⁶

3. SELBSTVERSORGUNGSGRAD MIT OBST UND GEMÜSE

Der Selbstversorgungsgrad ist ein Maßstab, der angibt, in welchem Umfang der Bedarf durch die Erzeugung der heimischen Landwirtschaft gedeckt werden kann. Insgesamt lag der Selbstversorgungsgrad in Deutschland in den vergangenen Jahren im Durchschnitt bei 80 Prozent.



Abbildung 2: Informationsgrafik „Der Selbstversorgungsgrad in Deutschland“, BZL, 2022.

⁵ Gemeinsame Marktorganisations-VO (VO (EU) 1308/2013), Art. 76.

⁶ Christina Rempe, *Herkunfts- und Regionalkennzeichnung von Lebensmitteln – Rechtliche Rahmenbedingungen und Änderungsanfordernisse für mehr Klarheit und Wahrheit auf dem Etikett*, Gutachten im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e.V., 2020.

Der Selbstversorgungsgrad für Obst und Gemüse ist vergleichsweise gering. Während der Bedarf an Obst 2020 nur zu 20 Prozent und an Gemüse nur zu 36 Prozent aus heimischer Erzeugung gedeckt werden konnte, betrug der Selbstversorgungsgrad bei Kartoffeln 145 Prozent.⁷

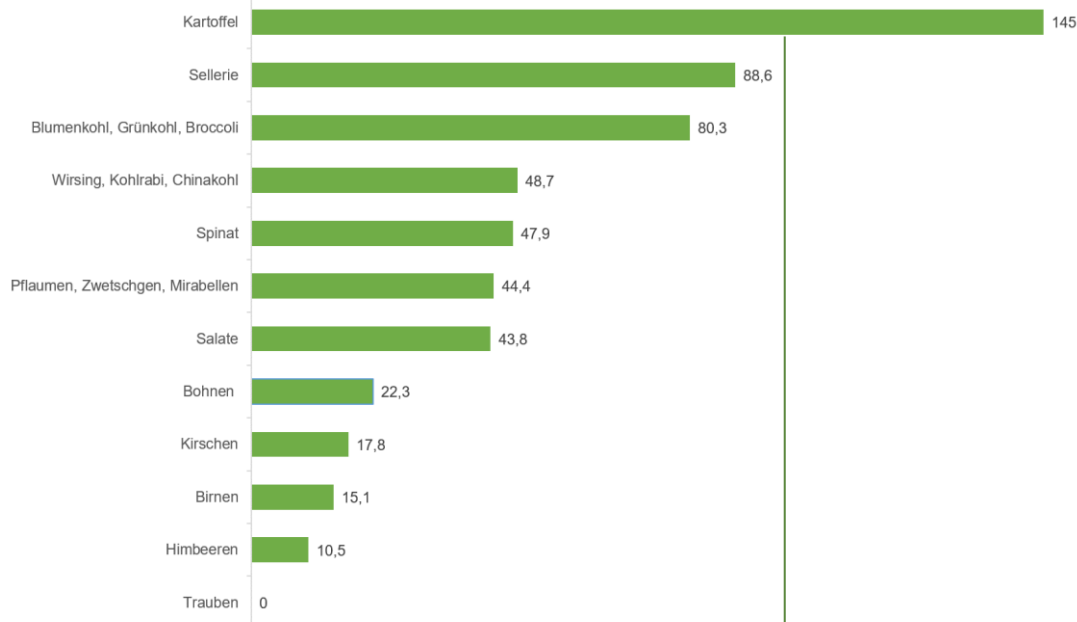


Abbildung 3: Selbstversorgungsgrad Obst/Gemüse 2021/2022 in Prozent, Statistisches Bundesamt, BLE (414).

Wichtige Obst-Anbaukulturen in Thüringen sind Äpfel, Süß- und Sauerkirschen, Pflaumen und Zwetschgen, Erdbeeren und Keltertrauben.⁸ Beim Gemüseanbau sind Spargel, Speisezwiebeln, Weißkohl und Blumenkohl von Bedeutung. Gleichzeitig geht die Anbaufläche für Gemüse und Getreide in Thüringen stetig zurück: In den letzten zehn Jahren hat sie sich halbiert. Dies liegt zum einen an der Flächenversiegelung, zum anderen an der zunehmenden Unwirtschaftlichkeit des Gemüseanbaus durch steigende Kosten für Löhne, Düngemittel und Pestizide, aber auch am Personalmangel.⁹

III. ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE

Ziel war es, einen Einblick in die Auswahlmöglichkeiten bei frischem Obst und Gemüse im Lebensmitteleinzelhandel zu geben. Die Marktbegehung sollte stichprobenhaft die Verfügbarkeit ausgewählter Obst- und Gemüsearten sowie Kartoffeln in ihrer jeweiligen Saison in Deutschland erfassen. Es handelte sich nicht um eine repräsentative Erhebung. Berücksichtigt wurden sowohl das Ursprungsland als auch freiwillige Angaben zur genaueren Herkunft. Die Auswahl der Produkte und der jeweiligen Saison erfolgte mit Hilfe des Saisonkalenders der Verbraucherzentralen (Stand November 2021).¹⁰ Erfasst wurde nur in den Monaten, in denen laut Saisonkalender Ware aus Freilandanbau angeboten wird.

⁷ BMEL: Ernährung und Fischerei – Versorgungsbilanzen, abgerufen am 17.03.2023.

⁸ Thüringer Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft: Ernte in Thüringen 2022 – Witterung, Erträge und Preise.

⁹ MDR Thüringen: Fläche für Gemüse-Anbau in Thüringen schrumpft, 22. April 2022, abgerufen am 17.03.2023.

¹⁰ Verbraucherzentrale Saisonkalender, Auflage November 2021, abgerufen am 17.03.2023.

Von April bis Oktober 2022 wurden je nach Monat die ausgewählten, saisonalen Gemüse- und Obstarten und Kartoffeln in fünf Einzelhandelsfilialen in Erfurt beziehungsweise Arnstadt erfasst. Konkret waren das die Discounter Netto Markendiscount und Lidl, die Vollsortimenter Rewe und Kaufland und der Bio-Supermarkt Alnatura.

	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt
Blumenkohl							
Bohnen							
Kartoffeln							
Kohlrabi							
Rucola							
Spinat							
Stangensellerie							
Birnen							
Himbeeren							
Süßkirschen							
Pflaumen							
Trauben							

Abbildung 4: Erfassungszeiträume der unterschiedlichen Produktgruppen in Abhängigkeit von ihrer Saison.

Dabei wurden die verschiedenen Produkte im jeweiligen Monat einmal pro Filiale überprüft, wobei die unterschiedlichen Filialen möglichst über den ganzen Monat verteilt aufgesucht wurden.

Über den gesamten Zeitraum wurden 507 Produkte an insgesamt 40 Tagen erfasst. Es wurde nur verfügbare Ware aufgenommen, nicht aber die Informationen auf Preisschildern bei ausverkauften Produkten. Es wurden das Ursprungsland sowie spezielle Regionalangaben berücksichtigt. Sieben Produkte konnten nicht in die Auswertung zum Ursprungsland aufgenommen werden. Bei einem Produkt fehlten jegliche Angaben, bei sechs weiteren Produkten war davon auszugehen, dass es sich um eine fehlerhafte Angabe handelte (siehe auch 3.5 Kennzeichnungsfehler). In 472 Fällen konnte erfasst werden, ob das Ursprungsland am Preisschild oder auf der Verpackung gekennzeichnet wurde.

Die Nachverfolgung von QR-Codes auf Produkten erfolgte nur stichprobenhaft, da in der Filiale mit entsprechenden Produkten zum Zeitpunkt der Erfassung weder WLAN noch Mobilfunk-Empfang zur Verfügung standen. Zum Abrufen der weiterführenden Informationen musste stets der Eingangsbereich des Ladens aufgesucht werden.

Außerdem wurden erfasst: Angaben zum Verpacker, Erzeuger und Importeur, der Preis, die Sorte, etwaige Fehler und ob es sich um Bio-Produkte handelte. Teilweise konnten die Erfassenden weitere Informationen anhand der Kisten erhalten. Da diese aber nicht systematisch gesammelt wurden und in den meisten Fällen nur durch Anheben oder

Verrücken der Kiste zum Vorschein kamen, flossen die Angaben nicht in die Auswertung ein. Ausnahmen waren die Ursprungsangaben bei vier losen Produkten.

IV. ERGEBNISSE UND EINSCHÄTZUNG

Die Herkunft wurde in der Auswertung in die drei Kategorien „Deutschland“, „EU-Länder“ und „Nicht-EU-Länder“ unterteilt. Die Angabe „EU-Länder/EU-Ware“ bezieht sich im folgenden Text immer auf alle EU-Mitgliedsstaaten ohne Deutschland.

1. GEMÜSE, OBST UND KARTOFFELN AUS ALLER WELT

Gut die Hälfte (55 Prozent) der erfassten Produkte kam aus Deutschland. Ein Drittel stammte aus einem anderen EU-Land und 12 Prozent aus Nicht-EU-Ländern. Insgesamt waren 19 verschiedene Herkunftsländer angegeben. Die häufigsten Ursprungsländer nach Deutschland waren Italien (19 Prozent), Spanien (7 Prozent), Israel (4 Prozent) sowie Frankreich und Marokko (jeweils 2 Prozent).

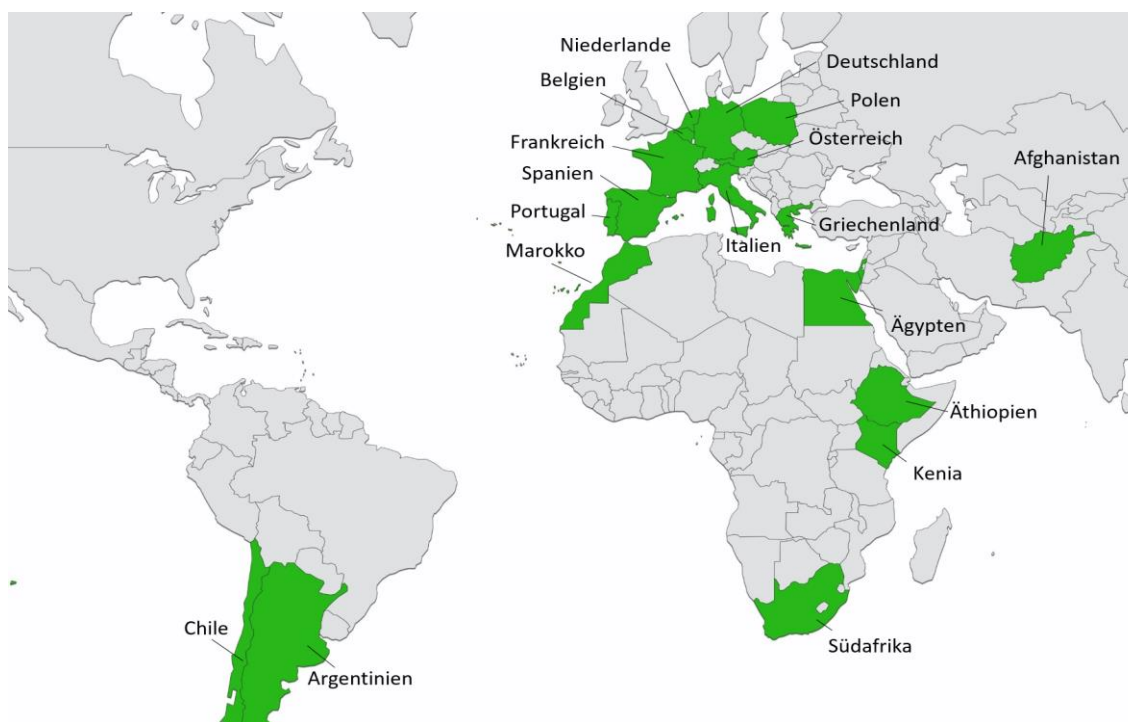


Abbildung 5: Übersicht der erfassten Ursprungsländer. Grafik erstellt mit Mark O'Travel, 15.03.2023.

Im April war der Anteil an Ware aus EU-Ländern mit 88 Prozent am größten. Dies liegt daran, dass in diesem Monat nur Spinat erfasst wurde. Von acht Produkten stammten sechs aus Italien und eines aus Frankreich. Auch im Mai dominierte die EU-Ware mit 52 Prozent knapp vor deutscher Ware mit 48 Prozent. Produkte aus Nicht-EU-Ländern spielten erst bei der Erfassung im Juni eine Rolle und hatten in diesem Monat mit 35 Prozent ihren größten Anteil im Verlauf der Erfassung. Dies lag vor allem am Beginn der Kartoffel-Erfassung. Acht der Kartoffelangebote stammten in diesem Monat aus Ägypten, neun aus Israel. Im Juni war der Anteil deutscher Ware mit 73 Prozent im Erfassungszeitraum am höchsten. Insgesamt dominierte die deutsche Ware aber von Juni bis Oktober.

1.1 Wenig deutsches Obst – Nicht-EU-Ware auch in der Hochsaison

Betrachtet man nur das Obst (152 Produkte), war der Anteil deutscher Ware mit 15 Prozent gering. Dagegen dominierten italienische Produkte (47 Prozent). Dies ist vor allem auf die Erfassung von Tafeltrauben zurückzuführen. 81 Prozent der angebotenen Trauben waren italienischen Ursprungs. Aus Spanien stammten 18 Prozent des erfassten Obstes. Neun Prozent der Ware kam aus den Nicht-EU-Ländern Afghanistan, Argentinien, Chile und Südafrika.

Birne

Insgesamt wurden im Erfassungszeitraum August bis September 33 Birnen-Angebote erfasst. Diese stammten aus neun verschiedenen Ländern. Deutschland war nicht darunter, obwohl Deutschland einen Selbstversorgungsgrad von 15 Prozent hat. Auch in Thüringen findet Birnenanbau zumindest in geringem Umfang statt, und zwar auf insgesamt 19 Hektar.¹¹ Die häufigsten Herkunftsländer waren Spanien und Italien mit jeweils sechs Produkten, gefolgt von den Niederlanden mit fünf Produkten. 70 Prozent der Ware stammten aus der EU, 30 Prozent aus den Nicht-EU-Ländern Argentinien, Chile und Südafrika.

Himbeeren

Im Erfassungszeitraum von Juli bis August wurden sieben Himbeer-Angebote erfasst. Trotz des geringen Selbstversorgungsgrades von 11 Prozent stammten drei Produkte aus Deutschland. Die übrigen vier Produkte kamen aus Portugal.

Kirschen

Es wurden 13 Kirsch-Angebote in den Monaten Juni bis August erfasst. Diese stammten aus fünf verschiedenen Ursprungsländern. Obwohl Deutschland mit fünf Produkten das häufigste Ursprungsland war, überwogen die Waren aus den übrigen EU-Ländern mit 46 zu 38 Prozent. Zwei Produkte stammten trotz Kirschen-Saison aus Afghanistan. Der Selbstversorgungsgrad mit Süß- und Sauerkirschen liegt in Deutschland bei 18 Prozent. Er ist damit ähnlich hoch wie der Selbstversorgungsgrad für Birnen, bei denen es jedoch kein deutsches Angebot gab.

Pflaumen

In den Monaten August bis September wurden 22 Pflaumen-Angebote erfasst. Sie stammten aus drei verschiedenen Herkunftsländern. Deutsche Ware dominierte mit einem Anteil von 64 Prozent. Die übrigen Produkte stammten aus der EU. In Thüringen werden Pflaumen auf circa 175 Hektar angebaut. Der Selbstversorgungsgrad mit Pflaumen in Deutschland liegt bei 44 Prozent.

Trauben

Trauben haben in Deutschland von August bis Oktober Saison. Der erwerbsmäßige Anbau von Tafeltrauben in Obstbaubetrieben ist in Deutschland jedoch erst seit dem Jahr 2000 erlaubt.¹² Der Anbau findet in Deutschland nur auf einer kleinen Fläche von insgesamt rund 300 Hektar statt.¹³ Die Ernte wird in der Regel lokal vermarktet.¹⁴ In Thüringen

¹¹ Thüringer Landesamt für Statistik, [Baumobstflächen in Thüringen](#), 2022, abgerufen am 17.03.2023.

¹² Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau: [Tafeltrauben](#), abgerufen am 17.03.2023.

¹³ BZL: [Tafeltrauben: Worin unterscheiden sie sich von Keltertrauben?](#), abgerufen am 17.03.2023.

¹⁴ BLE: [Kompaktinfo – Tafeltrauben](#), Mai 2021.

ist kein erwerbsmäßiger Anbau von Tafeltrauben dokumentiert. Keltertrauben werden in Thüringen auf 86 Hektar angebaut.¹⁵ Dies spiegelt sich auch in dem erfassten Trauben-Angebot wider. Zwar war das Sortiment mit 77 Produkten verhältnismäßig groß. Die Trauben stammten mit 81 Prozent aber überwiegend aus Italien. Deutsche Produkte konnten nicht erfasst werden. Ein Produkt stammte aus Chile.

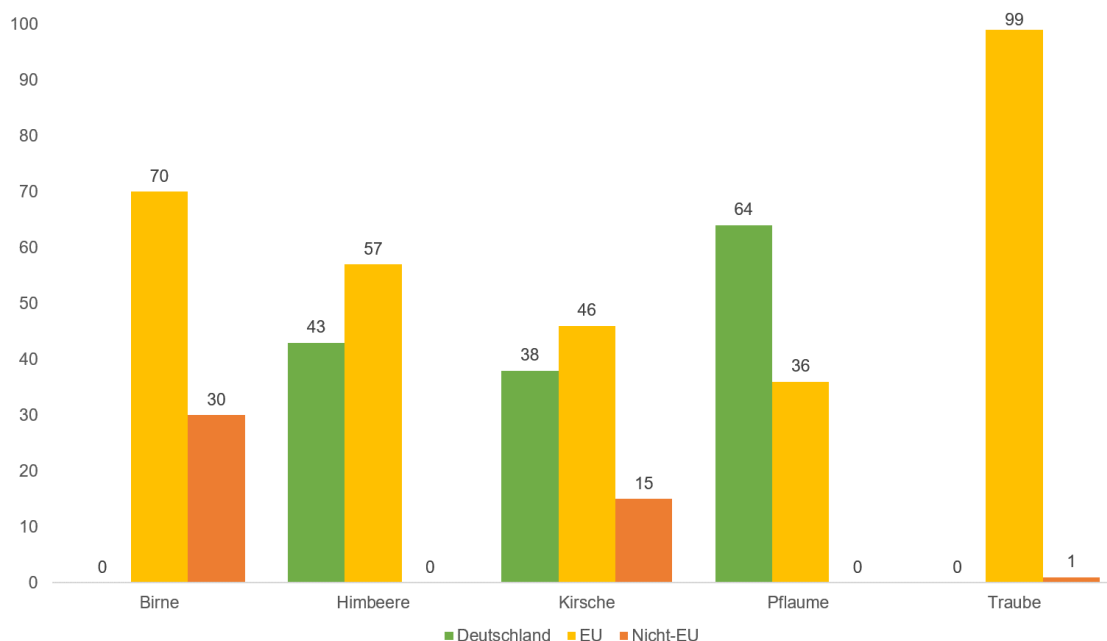


Abbildung 6: Herkunft der erfassten Obst-Sorten im gesamten Erfassungszeitraum in Prozent.

1.2 Gute Verfügbarkeit von Gemüse aus heimischem Anbau

Es wurden 174 Gemüse-Angebote erfasst. Während bei Obst lediglich 15 Prozent aus Deutschland stammten, waren es bei Gemüse immerhin 72 Prozent der Ware. Das zweithäufigste Ursprungsland war Italien mit 14 Prozent, gefolgt von Marokko mit sechs Prozent. Bei zehn Prozent des Gemüses handelte es sich um Ware aus Nicht-EU-Ländern. Dies betraf ausschließlich Bohnen. Knapp die Hälfte (44 Prozent) der erfassten Bohnen stammte aus Äthiopien, Kenia und Marokko.

Blumenkohl

Im Zeitraum von Mai bis Oktober wurden 22 Blumenkohl-Angebote erfasst. Blumenkohl wurde ausschließlich als lose Ware angeboten. Davon konnten 19 Produkte hinsichtlich des Ursprungslands ausgewertet werden (siehe dazu 3.5 Kennzeichnungsfehler). Mit 68 Prozent stammte der überwiegende Anteil der Ware aus Deutschland, die übrigen Produkte aus anderen EU-Ländern. Damit lag der Anteil der angebotenen Ware unter dem Selbstversorgungsgrad für Blumen- und Grünkohl sowie Brokkoli (80 Prozent). In Thüringen wird Blumenkohl auf einer Fläche von rund 60 Hektar angebaut.

¹⁵ Thüringer Landesamt für Statistik: [Landwirtschaftliche Betriebe insgesamt nach jeweiligen Flächen und Anbaukulturen in Thüringen, 2022](#), abgerufen am 17.03.2023.

Bohnen

Im Zeitraum von Juni bis Oktober wurden 41 Angebote an grünen Bohnen erfasst. Diese wurden auch als Prinzess-, Busch-, Stangen-, Wachs- oder gelbe Bohnen bzw. Bohne fein und Bohne breit bezeichnet. Der Selbstversorgungsgrad von 22 Prozent spiegelt sich in einem hohen Anteil an Nicht-EU-Ware von 44 Prozent selbst in Saisonzeiten wider. Der Anteil an deutscher Ware überwog mit 54 Prozent nur knapp. Aufgrund der Produktanzahl und dem vergleichsweise langen Erfassungszeitraum ließ sich eine tendenzielle Veränderung des Angebots im Laufe der Saison beobachten. Die meisten deutschen Produkte gab es im August und September, während im Juni und Oktober – auch in der Saison – Ware aus Nicht-EU-Ländern dominiert. Produkte aus anderen EU-Ländern spielten eine untergeordnete Rolle: Es gab lediglich ein Produkt im Juni.

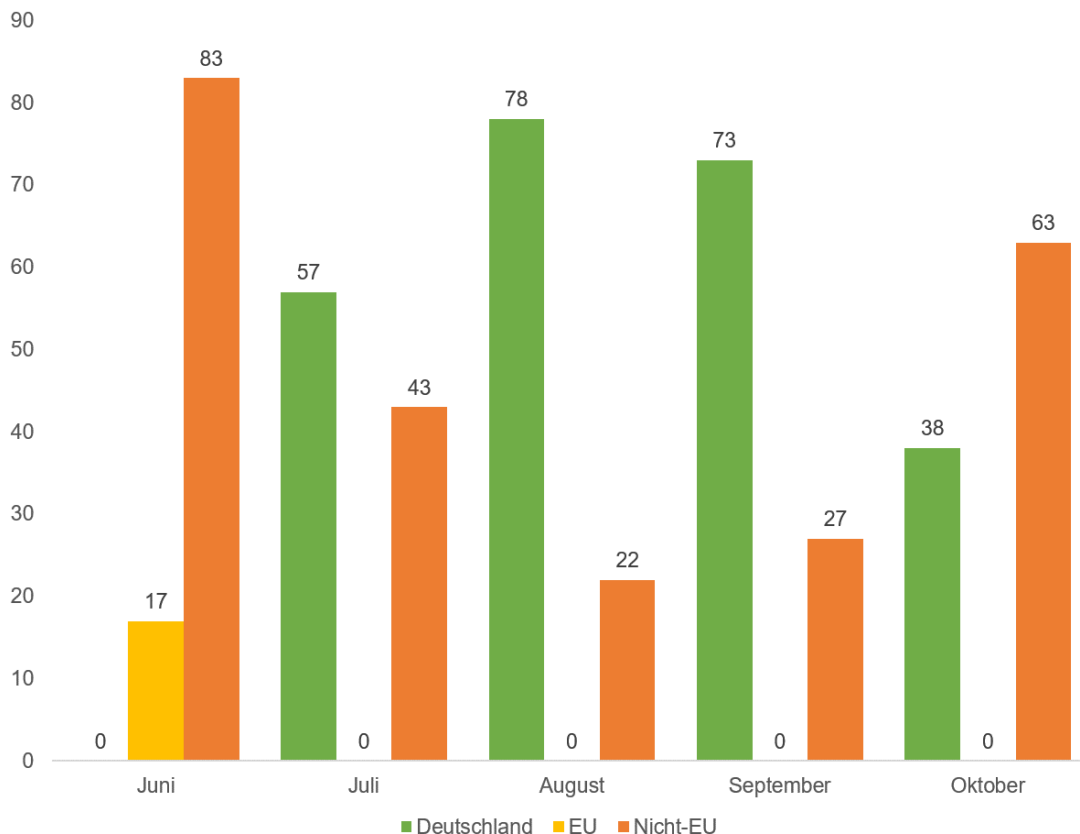


Abbildung 7: Herkunft der Bohnen nach Monat in Prozent.

Kohlrabi

Im Zeitraum von Mai bis Oktober wurden 30 Kohlrabi-Angebote erfasst. Dabei mussten vier Produkte aus der Auswertung zum Ursprungsland genommen werden, da von einer fehlerhaften Kennzeichnung ausgegangen werden musste (siehe dazu 3.5 Kennzeichnungsfehler). Von allen erfassten Gemüsesorten stammte Kohlrabi mit 91 Prozent am zweithäufigsten aus Deutschland. Lediglich jeweils ein Kohlrabi-Angebot stammte aus Italien und Spanien. Damit übertraf das Angebot deutlich den Selbstversorgungsgrad von 49 Prozent bei Wirsingkohl, Kohlrabi und Chinakohl in Deutschland.

Rucola

In den Monaten Mai bis Oktober wurden 28 Rucola-Produkte erfasst. 71 Prozent der Ware stammte aus Deutschland. Die übrigen 29 Prozent kamen aus Italien. Auffällig war hier, dass es sich bei der ausländischen Ware überwiegend um Bio-Ware handelte

(sechs von acht Produkten). Rucola spielt in der deutschen Öko-Landwirtschaft eine untergeordnete Rolle. Dies spiegelte sich auch im Angebot wider. So war Rucola bei Alnatura im gesamten Erfassungszeitraum nicht verfügbar. Die einzige Bio-Ware bot Rewe an. Diese kam aus Italien.

Spinat

Spinat wurde mit 39 Produkten von April bis Oktober erfasst. Ähnlich wie Rucola stammte ein großer Teil der Ware (64 Prozent) aus Deutschland, die übrigen Produkte überwiegend aus Italien (33 Prozent). Nur ein Produkt kam aus Frankreich. Dabei dominierte im April noch die Ware aus EU-Ländern (acht von neun Produkten), ab Mai jedoch die deutsche Ware.

Sellerie

Über einen Zeitraum von Juni bis Oktober wurden 21 Sellerie-Angebote erfasst. Der Selbstversorgungsgrad ist mit 89 Prozent hoch. Dieser spiegelte sich auch in der Stichprobe wider. In der Saison stammten alle erfassten Produkte aus Deutschland.

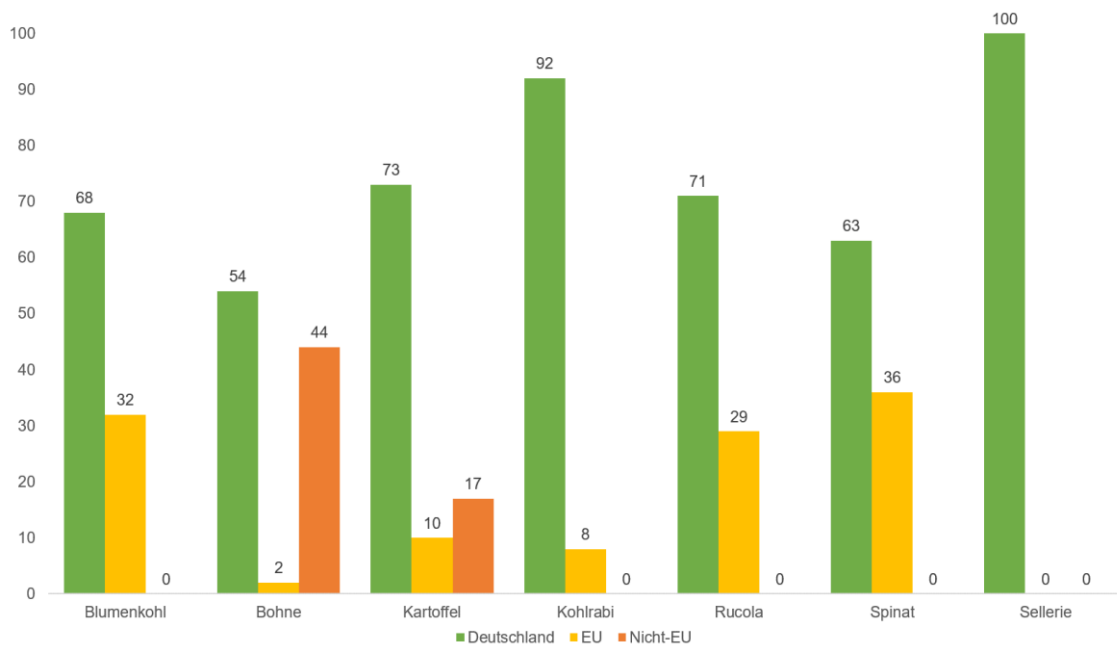


Abbildung 8: Herkunft der erfassten Gemüsearten im gesamten Erfassungszeitraum in Prozent.

1.3 Kartoffeln: EU-Ware trotz hohem Selbstversorgungsgrad

Neben Obst und Gemüse wurden auch Kartoffeln erfasst, bei denen Deutschland einen Selbstversorgungsgrad von 145 Prozent aufweist. Deutschland ist, gemessen an der Ernte, das führende Kartoffelanbauland der EU. Dennoch stammten 29 der insgesamt 174 erfassten Kartoffeln und damit 17 Prozent aus den Nicht-EU-Ländern Ägypten und Israel. Aus Deutschland kamen 73 Prozent der Ware. Kartoffeln aus anderen EU-Ländern spielten eine untergeordnete Rolle.

Ab Dezember wird die Versorgung in Deutschland über Importware unter anderem aus Ägypten, Zypern und Israel abgedeckt.¹⁶ Die Frühkartoffelernte in Deutschland beginnt üblicherweise Ende Mai. Im Juni überwog bei den erfassten Kartoffeln noch die impor-

¹⁶ BLE: Bericht zur Markt- und Versorgungslage Kartoffeln, April 2021.

tierte Ware aus Ägypten und Israel (59 Prozent). Ab Juli dominierte das deutsche Kartoffelangebot. In jedem Monat wurden nur wenige Produkte (drei bis sechs) aus anderen EU-Ländern angeboten.

Kritisch sieht es die Verbraucherzentrale Thüringen, wenn Frühkartoffeln aus Ägypten und Israel selbst dann angeboten werden, wenn die heimischen Lager noch gefüllt sind.¹⁷ Dies ist nicht nur problematisch für die Landwirte hier, sondern auch für die ägyptische Bevölkerung. Wasser in der Wüste ist knapp und die Kartoffeln dort müssen aufwendig bewässert werden.¹⁸

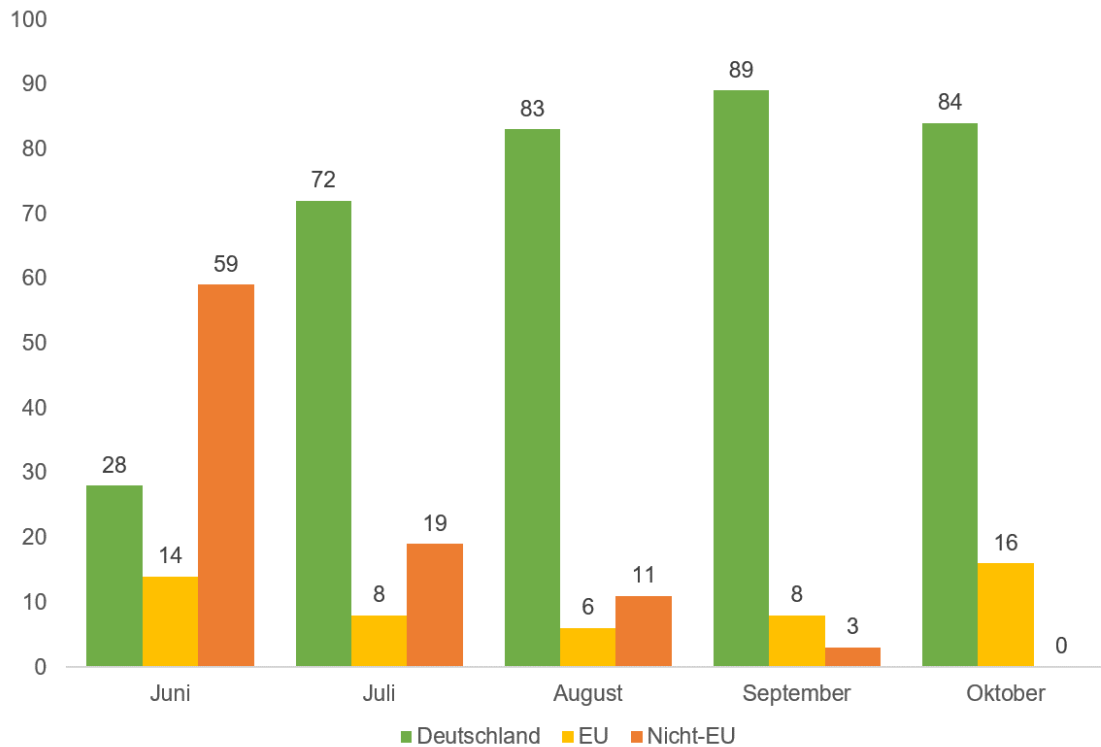


Abbildung 9: Herkunft der Kartoffeln nach Monat in Prozent.

Positiv soll erwähnt werden, dass sämtliche Produkte eine Ursprungsangabe trugen, obwohl dies für Speise- und Frühkartoffeln nicht vorgeschrieben ist.

1.4 Der Bio-Markt beim Angebot deutscher Ware vorn

Lidl, Rewe, Kaufland und Aldi hatten etwa zur Hälfte deutsche Ware im Angebot (50 bis 54 Prozent). Im Vergleich dazu lag Alnatura als Bio-Markt mit einem Angebot von 70 Prozent deutlich über diesem Wert. Dies könnte daran liegen, dass die Bemühungen, einen möglichst hohen Anteil heimischer Ware anzubieten, zu Lasten der Angebotsbreite gingen. So wurde bei Alnatura im gesamten Erfassungszeitraum kein Rucola angeboten. Dies könnte daran gelegen haben, dass dieser nicht aus Deutschland verfügbar war. Betrachtet man die Ware aus Nicht-EU-Ländern, hatten Lidl mit 4 Prozent und Alnatura mit 5 Prozent die geringsten Anteile. Kaufland hatte mit 24 Prozent den höchsten Anteil.

¹⁷ Landwirt-media.com: [Frühkartoffeln trotz voller Lager importiert](#), 11. März 2021, abgerufen am 17.03.2023.

¹⁸ ÖKO-TEST Oktober 2015: [10 Kartoffeln im Test](#), 25.09.2015, abgerufen am 17.03.2023.

2. URSPRUNGSANGABEN: DAS SUCHEN MUSS EIN ENDE HABEN

Gerade bei Obst und Gemüse spielt die Herkunft für Verbraucher:innen eine große Rolle. Deshalb ist es beschwerlich, wenn man beim Einkauf aufwendig nach der Ursprungsangabe suchen muss. Bei den 472 Produkten, für die der Ort der Ursprungsangabe ausgewertet werden konnte, waren 136 unverpackt. Die Herkunftskennzeichnung erfolgte bei 129 unverpackten Produkten auf dem Preisschild. In 13 Fällen erfolgte eine Ursprungsangabe auf einer Banderole oder einem Aufkleber. In 4 Fällen erfolgte eine Ursprungsangabe nur auf der Kiste.

Die Kennzeichnung am Preisschild ist aus Sicht der Verbraucherzentrale Thüringen grundsätzlich zur Information geeignet, da Verbraucher:innen üblicherweise auch nach dem Preis eines Produktes schauen und so beide Informationen auf einen Blick erhalten.¹⁹ Jedoch ist die Zuordnung der Preisschilder nicht immer ganz einfach. Vorteilhaft ist es, wenn die Preisschilder direkt an den Produktkisten stecken. In einigen Einkaufsstätten hingen die Preisschilder jedoch über der Warenauslage. So war teilweise nicht auf den ersten Blick ersichtlich, welche Preis- und Ursprungsangabe zu welchem Produkt gehört.



Abbildung 10: Werden Preisschilder über der Warenauslage angebracht, ist die Zuordnung von Produkt und Preis- beziehungsweise Ursprungsangabe erschwert.

¹⁹ Lebensmittelverband Deutschland: [Lebensmittelpreise: Deutsche sorgen sich und achten mehr auf Preis als auf Geschmack](#), Pressemitteilung vom 18.07.2022, abgerufen am 17.03.2023.

Außerdem sind Preisschilder fehleranfällig, wenn sie nicht sorgfältig genug vom Personal angepasst werden (siehe 3.5 Kennzeichnungsfehler). Bei 336 Produkten, die in dieser Auswertung berücksichtigt wurden, handelte es sich um verpackte Ware. Davon war bei einem Viertel das Ursprungsland auf dem Preisschild gekennzeichnet. Bei sechs Prozent war das Ursprungsland ausschließlich auf dem Preisschild angegeben. Das betraf überwiegend Angebote in offenen Papiertüten oder Folienbeuteln.

Knapp zwei Drittel (63 Prozent) der Verpackungen trugen die Ursprungsangabe direkt auf der Schauseite. Bei 30 Prozent erfolgte die Herkunftskennzeichnung ausschließlich dort. Grundsätzlich ist die Kennzeichnung auf der Schauseite positiv zu bewerten, da hier üblicherweise der Blick zuerst hinfällt. Allerdings sagt diese Zahl nichts über die Sichtbarkeit des Hinweises aus. So gab es Produkte mit schlecht lesbarem Aufdruck.

Auf anderen Produkten hingegen war die Herkunft deutlich hervorgehoben, beispielsweise durch große Schrift, die Abbildung einer Deutschlandkarte oder die Verwendung des Logos „Geerntet in Deutschland“. Letzteres ist ein 2020 entwickeltes Verkaufslogo der Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse. Es soll auf den ersten Blick erkennbar machen, dass ein Produkt aus Deutschland stammt.

Lidl verwendete auf mehreren Produkten das Siegel „Qualität aus Deutschland“. Auch dieses Siegel soll die Erkennbarkeit heimischer landwirtschaftlicher Erzeugnisse unterstützen. Oftmals wurde es mit einer genaueren Regionalangabe verbunden. Bei Kaufland-Produkten war das Siegel ebenfalls zu finden. Auch Lebensmittel nichtdeutscher Herkunft trugen teilweise gut lesbare Angaben zum Ursprungsland.

Bei 56 Prozent der verpackten Ware konnten Herkunftsangaben an anderen Stellen als der Schauseite, beispielsweise den Unter- oder Rückseiten, erfasst werden. Bei einem Viertel der verpackten Produkte erfolgte die Ursprungskennzeichnung ausschließlich an einem anderen Ort als der Schauseite oder dem Preisschild. Diese Art der Kennzeichnung bewertet die Verbraucherzentrale Thüringen als verbraucherunfreundlich, da dadurch das Erkennen des Ursprungs schwieriger und zeitaufwendiger war.

Aus Sicht der Verbraucherzentrale Thüringen scheint es möglich, dass Verbraucher:innen bei saisonalem Obst und Gemüse davon ausgehen, dass es sich um deutsche Ware handelt. In diesem Fall würden sie nicht nach der Ursprungsangabe suchen. Besonders inakzeptabel ist nach Ansicht der Verbraucherzentrale Thüringen die Kennzeichnung auf der Unterseite einer offenen Papiertüte oder Schale.



Abbildung 11: Bei diesen Speisekartoffeln befindet sich die Ursprungsangabe zwar direkt auf der Schauseite, ist jedoch durch die kleine Schriftgröße und unauffällige Stelle schwer zu erkennen.



Abbildung 12: Verkaufslogo der Bundesvereinigung der Erzeugerorganisation Obst und Gemüse.



Abbildung 13: Ursprungsangabe auf der Unterseite einer offenen Papiertüte bei Trauben (Rewe).

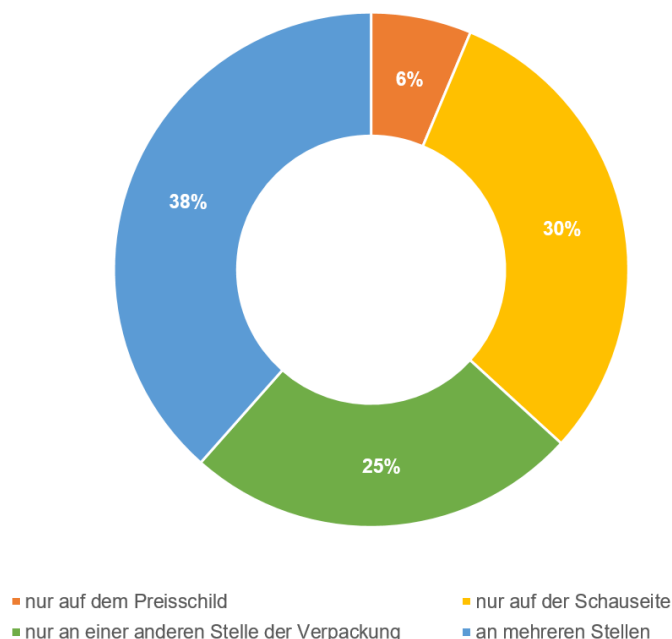


Abbildung 14: Position der Ursprungsangabe bei verpackten Produkten.

Nicht systematisch erfasst wurden in der Stichprobe die Angaben auf den Kisten. Es gab jedoch in Einzelfällen Positivbeispiele mit einer auffälligen Kennzeichnung der Herkunft an der Kiste.



Abbildung 15: Gut sichtbare Ursprungsangabe auf der Kiste bei Blumenkohl (Netto).

Besonders bei Lidl fielen Etiketten an den Kisten auf, die teilweise auch den Erzeuger auswiesen. Ein Nachteil war jedoch, dass diese meist nur durch Anheben der Kisten sichtbar wurden. Außerdem sind diese Angaben fehleranfällig, da beim Einsortieren der neuen Ware nicht zwangsläufig die Kisten ausgetauscht werden. So stimmten die Herkunftsangaben auf den Verpackungen teilweise nicht mit den Angaben auf der Kiste überein.

3. NUR WENIGE REGIONALANGABEN

Ebenfalls von Interesse waren in der Marktstichprobe genauere Angaben zur Ursprungsregion. Berücksichtigt wurden dabei alle Angaben, die sich auf eine Region kleiner als ein Land bezogen.

Bei der unverpackten Ware konnte von Juli bis Oktober bei Lidl Stangensellerie mit einer Regionalangabe auf der Banderole erfasst werden. Dies zeigt, dass sich verpackungsarmes Einkaufs-



Abbildung 16: Regionalangaben auf der Banderole bei Staudensellerie (Lidl).

fen und Regionalkennzeichnung nicht ausschließen müssen. Auf verpackten Lebensmitteln konnten bei 17 Prozent Regionalangaben gefunden werden.

Insgesamt hatte Lidl den größten Anteil an Regionalangaben direkt auf dem Produkt (28 Prozent der verpackten Ware). Den geringsten Anteil hatte Alnatura. Lediglich ein Produkt trug eine genauere Herkunftsangabe. Dies lässt sich beispielsweise mit dem hohen Anteil unverpackter Ware (78 Prozent) erklären. Gleichzeitig spiegelt dies jedoch nicht das Interesse der Verbraucher:innen wieder, die in einer Umfrage des Ökobarometers 2022 die regionale Herkunft und die Unterstützung regionaler Betriebe als dritthäufigsten Kaufgrund (88 Prozent) für Bio-Produkte angaben.²⁰ Hier sollten nach Meinung der Verbraucherzentrale Thüringen auch große Biohandelsketten ihre Bemühungen verstärken, regionale Lebensmittel anzubieten und entsprechend auch bei loser Ware zu kennzeichnen, beispielsweise auf dem Preisschild.

3.1 Regionalfenster

Eine verlässliche Regionalangabe ist das Regionalfenster. Es gibt Auskunft über die Herkunftsregion des Obstes oder Gemüses und bietet eine gute Orientierungshilfe.²¹ Es garantiert jedoch nicht, dass das Produkt aus der Einkaufsregion stammt. In dieser Marktstichprobe trugen lediglich 17 Produkte und damit 3 Prozent der erfassten Ware ein Regionalfenster. Die geringe Verbreitung auf Lebensmitteln könnte eine Ursache für den geringen Bekanntheitsgrad des Siegels sein.²²



Abbildung 17: Abbildung einer Deutschlandkarte mit hervorgehobener Region und Regionalfenster bei Himbeeren (Lidl).

3.2 Händlerspezifische Kennzeichnungen

Lidl und Kaufland, beides Marken der Schwarz-Gruppe, kennzeichneten ihre Produkte teilweise mit Deutschlandkarten, in denen die betreffende Region hervorgehoben und benannt wurde. In einigen Fällen wurde der Gemüsebauer direkt genannt. Dies ist nach Meinung der Verbraucherzentrale Thüringen eine verbraucherfreundliche Kennzeichnung, die auf jedem fünftem der bei Lidl erfassten Produkte (20 von 98) und auf jedem siebtem der bei Kaufland erfassten Produkte (19 von 140) zu finden war. Teilweise wurde diese Kennzeichnung zusätzlich durch ein Regionalfenster ergänzt.

Eine abgebildete Deutschlandkarte war jedoch kein Garant für eine genauere Regionalangabe. Sie wurden auch ohne Hervorhebung einer Region abgebildet.



Abbildung 18: Deutschlandkarte ohne Hervorhebung der Region bei Spinat (Kaufland).

²⁰ BMEL: Öko-Barometer 2022 – Umfrage zum Konsum von Bio-Lebensmitteln, Februar 2023.

²¹ regionalfenster.de: Das Zeichen, abgerufen am 17.03.2023.

²² Verbraucherzentrale Bundesverband: Verbrauchererwartung an regionale Lebensmittel, 2022.

Rewe hat eine eigene Regionalmarke „Rewe Regional“. Sie wird laut Rewe nur auf Produkten aus dem Bundesland, in dem sich der Markt befindet, maximal noch aus angrenzenden Bundesländern ausgewiesen.²³ In der Erfassung trugen sie lediglich zehn Produkte, davon acht Mal Kartoffeln immer in Kombination mit dem Regionalfenster. Bei den beiden anderen Produkten handelte es sich um Kirschen und Zwetschgen. Die Kirschen wurden in einer offenen Pappschale angeboten. Zwar war die Marke „Rewe Regional“ deutlich erkennbar, der erklärende Hinweis, dass es sich um Kirschen aus Thüringen handelte, wurde jedoch auf der Unterseite der Packung abgedruckt. Das ist nach Einschätzung der Verbraucherzentrale Thüringen alles andere als verbraucherfreundlich, denn es ist nicht selbsterklärend, welche Anforderungen hinter der Regionalmarke stecken.



Abbildung 19: Die eigene Regionalmarke von Rewe namens „Rewe Regional“.

3.3 QR-Codes für weiterführende Informationen bei Netto

Netto nutzte als einziger der untersuchten Händler QR-Codes für weiterführende Informationen zur Herkunft der Lebensmittel, bei 41 Prozent der dort erfassten Produkte. Eine aktuelle Verbraucherbefragung im Rahmen des Projekts „Lebensmittelklarheit“ des Verbraucherzentrale Bundesverbands zeigt, dass nur die wenigsten Verbraucher:innen QR-Codes häufig im Einkaufsalltag nutzen.²⁴

Grundsätzlich sollten aus Sicht der Verbraucherzentrale Thüringen kaufentscheidende Informationen, wie genauere Regionalangaben, daher direkt auf der Verpackung abgedruckt werden. Andere Unternehmen in dieser Stichprobe zeigen, dass dies möglich ist. Dennoch können QR-Codes eine Möglichkeit für zusätzliche Informationen sein.

Die Informationen hinter den QR-Codes waren unterschiedlich detailreich. Oftmals handelte es sich um lange Texte, aus denen Verbraucher:innen relevante Inhalte zur Herkunft, die über das Ursprungsland hinausgehen, herausfiltern müssen. Eine Garantie zu erfahren, wo das Produkt tatsächlich erzeugt wurde, wie es die Beschreibung des QR-Codes suggeriert, gab es nicht. Hier muss Netto aus Sicht der Verbraucherzentrale Thüringen nachbessern. Die Angabe „Hier komme ich her“ könnte sonst Erwartungen wecken, die sie nicht erfüllt. Bestenfalls lieferte ein QR-Code detaillierte Angaben zu Erzeuger und Lieferant sowohl für deutsche als auch für ausländische Ware, zum Beispiel: „Erzeuger: Daltex, Ägypten, westliches Nildelta; Lieferant: Friweika eG, Deutschland“.



Abbildungen 20 - 22: QR-Code auf dem Etikett der Kartoffeln (Netto) sowie über das Öffnen des Links bereitgestellte Informationen.

²³ Rewe Image-Film, liegt der Verbraucherzentrale Thüringen vor.

²⁴ Zühlsdorf, A., Kühl, S., Radda, D., Spiller, A. (2023): [Grüne Marketingclaims auf Lebensmitteln. Verbraucherstudie zum Verständnis von umwelt- und klimabezogenen Werbeaussagen](#), Chartbook, Göttingen 2023.

Teilweise wurde jedoch nur ein Beispielbetrieb genannt oder gar kein Erzeuger angegeben, sondern nur der Lieferant beziehungsweise das verantwortliche Unternehmen. In diesen Fällen blieb unklar, in welcher Region die Produkte tatsächlich angebaut wurden. Die Karte unter Unternehmen/Herkunft zeigte in der Regel lediglich den Sitz des Lieferanten und nicht des Erzeugers. Diese Angaben waren wenig aussagekräftig, denn die Produkte konnten überall eingekauft worden sein.



Abbildung 23: Beispielbetrieb als Erzeuger bei Kartoffeln (netto).

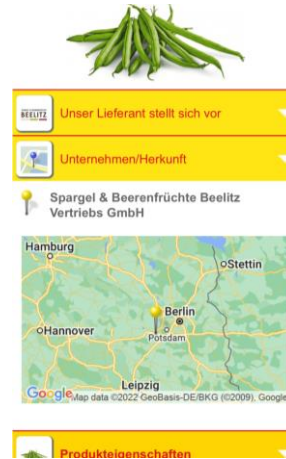


Abbildung 24 und 25: Der QR-Code führt nur zum verantwortlichen Unternehmen. In der Karte ist der Sitz des Unternehmens markiert, nicht zwangsläufig die Anbauregion.

Besonders kritisch sieht die Verbraucherzentrale Thüringen ein Kartoffelangebot. Auf der unteren Vorderseite des Etiketts war als Ursprung „Spanien“ angegeben. Dem QR-Code folgend, erschien eine Seite, die mit einer Deutschland-Flagge und „Agricola GmbH & Co. KG“ überschrieben war. Als Produktbezeichnung folgte „Bio-Speisefrühkartoffeln aus Nicht-EU-Landwirtschaft“. Alle weiterführenden Informationen bezogen sich lediglich auf den deutschen Lieferanten Agricola. Weder folgten Angaben zum Erzeuger noch die konkrete Nennung des Ursprungslandes. Das zeigt, dass QR-Codes auch fehlerhaft sein können. Bekanntlich ist Spanien kein „Nicht-EU-Land“. Aus Sicht der Verbraucherzentrale Thüringen bestand in diesem Fall Irreführungspotential.



Abbildungen 26 und 27: Speisekartoffeln mit dem Ursprung Spanien. Der QR-Code führt jedoch zu widersprüchlichen Informationen.



Abbildung 28: Kohlrabi mit der Kennzeichnung „In der Heimat gesät - für die beste Qualität“ (Netto).

Ein weiterer Nachteil war, dass in der besuchten Filiale zum Zeitpunkt der Erfassung weder WLAN noch Mobilfunk-Empfang zur Verfügung standen. Ein Abrufen der Informationen im Laden war dadurch nicht beziehungsweise nur in der Nähe des Eingangs möglich. Stand Februar 2023 wurde jedoch inzwischen Kunden-WLAN in der Filiale nachgerüstet.

Eine weitere Kennzeichnung bei Netto war die Angabe „In der Heimat gesät – für beste Qualität“. Zum Teil stand diese im Zusammenhang mit dem QR-Code, zum Teil aber ohne weitere Hinweise auf dem Preisschild bei unverpackter Ware. Da unklar ist, was sich hinter der Aussage verbirgt und was unter „der Heimat“ zu verstehen ist, handelt es sich hier um Werbung ohne Informationswert.

3.4 Spezielle Regionalprodukte

Vereinzelt wurden Produkte individuell mit ihrer regionalen Herkunft beworben. Dies betraf ein Himbeer-, ein Birnen- und vier verschiedene Kartoffel-Angebote.

Himbeeren aus dem Biosphärenreservat Schaalsee

Bei den Himbeeren handelte es sich um ein Angebot von Alnatura. Es wurde in einer Pappschale angeboten. Auf dieser stand der Hinweis „Frisch aus dem Biosphärenreservat Schaalsee“.



Abbildung 29 (oben): Himbeeren aus dem Biosphärenreservat Schaalsee bei Alnatura.

Abbildung 30 (rechts): Birnen mit geschützter Ursprungsbezeichnung „Pera Rocha do Oeste“ bei Lidl.



Birne – Pera Rocha do Oeste

Ein Birnen-Produkt von Lidl trug eine sogenannte geschützte Ursprungsbezeichnung. Dabei handelt es sich um eine geografische Herkunftsangabe, die durch EU-Recht geschützt wird. Es handelte sich um die portugiesische „Pera Rocha do Oeste“. Die Birnen

dürfen nur als solche vermarktet werden, wenn sie in einer der 29 Gemeinden der Region Oeste im Westen Portugals erzeugt und verpackt wurden.²⁵

Allerdings erfolgte diese Kennzeichnung klein auf der Rückseite des Etiketts und auf Portugiesisch, so dass der Informationswert dieser Angabe für die meisten Verbraucher:innen begrenzt sein dürfte. Hinzu kommt, dass Verbraucherbefragungen zeigen, dass sowohl die Bekanntheit als auch die Verständlichkeit der „geschützten Ursprungsbezeichnung“ seit Jahren gering bleibt.^{26 27}

Erdäpfel - Kartoffeln aus Sachsen

Bei Netto wurden „Erdäpfel – Kartoffeln aus Sachsen“ angeboten. Dabei handelt es sich um eine Marke der Marktgemeinschaft Erdäpfel – Kartoffeln aus Sachsen GbR. Als Abpacker wurde auf der Verpackung Friweika eG Weidensdorf angegeben. Eine Besonderheit der Erdäpfel war, dass mittels der L-Nummer auf der Packung die Charge bis zum Acker zurückverfolgt werden konnte. Die Auffindbarkeit der Losnummer auf dem Etikett hätte besser sein können, ebenso die Auffindbarkeit auf der Seite www.friweika.de.

Einen direkten Hinweis auf der Startseite gab es nicht. Erst nach Klicken und Scrollen war die Chargenverfolgung unter „Service“ zu finden. Die Informationen, die man dann jedoch erhielt, waren ausführlich. Sie reichten vom Ort und dem Datum, an dem die Kartoffeln gelegt wurden, über das Erntedatum bis hin zum Ort und Datum der Abpackung. Dies bewertet die Verbraucherzentrale Thüringen positiv.



SUCHE NACH: 00503400666

Sie haben mit der Sorte **Noblesse** eine vorwiegend festkochende Kartoffel gekauft.

Gelegt am, Ort	Die Kartoffeln wurden am 28.04.2022 auf dem Schlag "Seiferitz Weber/ Keller" (5,3 ha) der Dennerhitzer Agrarproduktions GmbH & Co.KG gelegt.
Pflege- u. Düngemaßnahmen	Häufeln, Striegeln, organische und mineralische Düngung
Lagerung	Bis zu Ihrer Verarbeitung lagerten die Kartoffeln in einem unserer modernen Behälterlager bei einer Durchschnittstemperatur von 4°C.
Aufbereitung	Danach wurden die Kartoffeln mittels modernster Wasch- und Sortiertechnik aufbereitet und später in unserem Kühlregal getrocknet.
Abpackung	Ihre Kartoffeln wurden am 08.10.2022 in der Friweika eG, Weidensdorf abgepackt.
Ernte	Die Ernte dieser Kartoffeln erfolgte vom 05.10.2022. Es wurden von diesem Schlag 215,38 Tonnen geerntet.

Abbildungen 31 und 32: Die Losnummer führt zu ausführlichen Informationen über den Anbaustandort der Kartoffeln (Netto).

²⁵ agriculture.ec.europa.eu: Pera Rocha do Oeste g.U., abgerufen am 17.03.2023.

²⁶ Zühlsdorf, Anke; Spiller, Achim (2014): *Herkunftsangaben auf Lebensmittelverpackungen. Ergebnischarts zum 2. Zwischenbericht des Projekts „Repräsentative Verbraucherbefragungen im Rahmen des Projektes ‚Lebensmittelklarheit 2.0‘“ im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv), Göttingen.*

²⁷ European Commission, Directorate-General for Agriculture and Rural Development, *Evaluation support study on geographical indications and traditional specialities guaranteed protected in the EU : final report*, Publications Office, 2021

Permentine – Kartoffeln aus Frankreich



Bei Permentine handelt es sich um eine Dachmarke einer französischen Produzentengemeinschaft. Auf der Schauseite stand deutlich sichtbar „Produit en France“. Auf der Rückseite war zusätzlich eine kleine Karte abgebildet, in der die Regionen hervorgehoben waren, in denen die Kartoffeln produziert wurden. Der Nachteil war, dass diese Regionen weit verbreitet in Frankreich liegen, so dass letzten Endes nicht nachvollziehbar war, aus welcher Region genau die Kartoffeln im Netz stammten.

Abbildung 33: Karte mit Anbauregionen in Frankreich bei Kartoffeln (Lidl).

Pfälzer Grumbeere „Pellissimo“ – Qualität aus der Pfalz

Bei der „Pfälzer Grumbeere Pellissimo“ handelt es sich um eine eingetragene Marke der Pfälzischen Früh-, Speise- und Veredelungskartoffel-Erzeugergemeinschaft w.V. Die Pfalz ist traditionell die Anbauregion für die ersten deutschen Frühkartoffeln. Dementsprechend wurde dieses Produkt bereits im Juni bei Kaufland angeboten.

Kartoffelkultur Heichelheim

Mit dem Schriftzug „Kartoffelkultur Heichelheim“ wurden mehligkochende Kartoffeln der Karland Agrarprodukte GmbH & Co. KG angeboten. Zusätzlich wurden diese als „Regional. Vegan. Gesund.“ beworben. Ob die Kartoffel tatsächlich nur aus der Thüringer Region rund um Heichelheim stammt, lässt sich anhand der Verpackung nicht nachvollziehen. Laut Internetauftritt der Firma Karland stammen die Kartoffeln für ihre Produkte aus Thüringen und Sachsen-Anhalt, nähere Informationen zum vorliegenden Produkt waren nicht auffindbar.

Die aufgezählten Beispiele von händler- oder erzeuerspezifischen Regionalkennzeichnungen zeigen aus Sicht der Verbraucherzentrale Thüringen, dass einzelne Initiativen zwar die Vermarktung regionaler Produkte fördern können. Sie sind jedoch oft sehr unterschiedlich in der Aussagekraft und Verständlichkeit. Zudem können sie nur einen sehr kleinen Teil des Angebots abdecken und entfalten so einen geringen Wirkungsgrad. Wünschenswert wäre stattdessen eine Ausweitung der Regionalfenster-Kennzeichnung, die neutral und verständlich über die Region informiert, aus der ein Produkt stammt. Diese Kennzeichnung wurde jedoch nur selten verwendet.

Ebenfalls bemerkenswert: Lediglich drei Prozent der verpackten Ware waren als Thüringer Produkte gekennzeichnet.

3.5 Erzeuger, Vermarkter oder Importeur?

Auf verpackten Lebensmitteln ist die Angabe des verantwortlichen Unternehmers verpflichtend. Einen Hinweis auf die Herkunft des Produktes können diese jedoch nicht zuverlässig geben. So war es nicht möglich, anhand der Angaben auf den Produkten sicher zu ermitteln, ob diese auch in der Region des angegebenen Unternehmens erzeugt wurden. Verbraucher:innen wurden hier mit diversen Begrifflichkeiten konfrontiert:



Abbildung 34: Übersicht über die verschiedenen vorgefundenen Bezeichnungen der verantwortlichen Lebensmittelunternehmen.

Unklar ist, wie diese Angaben von Verbraucher:innen verstanden werden und ob immer verständlich ist, dass der Hinweis „abgepackt von“ keine Herkunftsangabe ist. Dies zeigte sich am Beispiel von Buschbohnen, die von Van Oers United, Handelsweg 170, NL-2988 DC Ridderkerk abgepackt wurden. Laut Ursprungsangabe stammten sie jedoch aus Marokko.

Ebenso stammen Kartoffeln abgepackt von „H.W. Böhmer Verpackung und Vertrieb GmbH & Co KG“ aus Ägypten. Auch die BEHR AG erscheint immer wieder als Unternehmensname, mal mit dem Hinweis „Abgepackt von“ und mal „Abgepackt für“.

Im Rahmen der Stichprobe war es der Verbraucherzentrale Thüringen nicht möglich auszuwerten, in wie vielen Fällen es sich bei diesen Unternehmensangaben tatsächlich um den Erzeuger und damit um einen Hinweis auf die Ursprungsregion handelte. Daher ist diese Art der Kennzeichnung für Verbraucher:innen weder transparent noch leicht verständlich und kann lediglich der Rückverfolgbarkeit der Ware dienen.

4. DER PREIS SPIELT EINE ROLLE

Häufig heißt es, regional und saisonal eingekaufte Lebensmittel wären auch preisgünstiger.²⁸ Ein Preisvergleich war nur in Produktgruppen möglich, bei denen auch deutsche Ware verfügbar war, nicht also für Birnen und Trauben. Auch Sellerie fällt nicht in den Vergleich, da alle Produkte im Markcheck deutschen Ursprungs waren.

Die Preisvergleiche können lediglich eine grobe Orientierung geben, da beispielsweise Aktionsangebote oder teure Premiumprodukte nicht herausgerechnet wurden. Betrachtet man alle neun Produktgruppen, waren Himbeeren, Kirschen, Blumenkohl und Kohlrabi aus Deutschland im Durchschnitt teurer als ausländische Ware. Pflaumen, Bohnen, Rucola, Spinat und Kartoffeln waren dagegen günstiger.

²⁸ Vgl. u.a. bzfe.de: [Preisbewusst einkaufen mit dem Saisonkalender](#), abgerufen am 17.03.2023.

Nimmt man Alnatura aus der Berechnung heraus, hebt sich dieser Effekt auf. Gerade bei Kirschen und Himbeeren lagen die Alnatura-Preise deutlich über den Preisen der restlichen Märkte.

	Alnatura-Preis in Euro pro Kilogramm	Durchschnittlicher Preis in den anderen Märkten in Euro pro Kilogramm
Deutsche Himbeeren	34,90	13,92
Deutsche Kirschen	14,40	5,80

Tabelle 1: Preisunterschiede bei Himbeeren und Kirschen zwischen Alnatura und den übrigen Märkten.

Das Bio-Angebot bei den im Preisvergleich einbezogenen Obst- und Gemüsearten in den anderen Märkten war sehr überschaubar. Lediglich Rewe verkaufte Spinat, Rucola, Bohnen und Pflaumen in Bio-Qualität, Lidl nur Spinat. Einzig Bio-Kartoffeln wurden in allen fünf untersuchten Filialen angeboten. Nimmt man die Bio-Produkte ganz aus dem Preisvergleich heraus, war die deutsche Ware in allen Produktgruppen günstiger, ausgenommen Blumenkohl. Hier gab es keinen nennenswerten Preisunterschied. Der deutsche Blumenkohl kostete im Durchschnitt 1,88 Euro pro Stück, der Blumenkohl aus dem Ausland durchschnittlich 1,85 Euro.

Grundsätzlich sind höhere Preise für ökologisch erzeugte Ware jedoch berechtigt. Durch den Verzicht auf chemisch-synthetische Dünge- und Pflanzenschutzmittel ist die Erzeugung von Bio-Produkten aufwendiger. Die umweltschonenderen Anbaumethoden liefern in der Regel auch geringere Erträge.²⁹ Zugleich bieten diese Produkte einen nicht zu vernachlässigenden Mehrwert für die Umwelt.

5. KENNZEICHNUNGSFEHLER

Teilweise wurde die Erfassung durch Kennzeichnungsfehler erschwert. Ein wiederkehrender Fehler, der für die Marktstichprobe jedoch wenig relevant war, waren unterschiedliche Sortenangaben auf dem Preisschild und dem Etikett. Auch wenn dies nur vier Prozent der Produkte betraf, zeigt es doch, dass die Angaben auf dem Preisschild nicht immer zuverlässig sind. In einem Fall fehlte das Preisschild ganz. Bei Alnatura fehlte teilweise die Grundpreisangabe bei Kartoffeln im Netz. In zwei Fällen bei Rewe und Kaufland waren auf den Preisschildern falsche Füllmengen angegeben. Dies wirkte sich auch auf die Grundpreise aus, die dadurch zu gering ausfielen.

Besonders negativ fiel die Kaufland-Filiale auf. Hier wurde mehrfach das Ursprungsland falsch angegeben. Dies machte sich besonders bei zwölf verpackten Produkten bemerkbar, darunter Kartoffeln, Trauben, Bohnen, Stangensellerie und Pflaumen.

²⁹ Oekolandbau.de: [Warum sind Bio-Lebensmittel teurer?](https://www.oekolandbau.de/warum-sind-bio-lebensmittel-teurer/), abgerufen am 17.03.2023.



Abbildungen 35 und 36: Ursprungsangabe auf dem Preisschild und der Verpackung stimmen nicht überein.



Abbildung 37:
 Die Ursprungsangabe Ägypten bei Blumenkohl ist wenig plausibel (Kaufland).

Doch auch bei loser Ware ließen sich fehlerhafte Ursprungsangaben vermuten. Der Nachweis ist in diesen Fällen besonders schwer, da das Preisschild üblicherweise die einzige Informationsquelle für Verbraucher:innen ist. Bei Kaufland waren jedoch sechs Ursprungsangaben mit hoher Wahrscheinlichkeit falsch. Betroffen waren Blumenkohl und Kohlrabi, die mit dem Ursprungsland Ägypten gekennzeichnet waren. Dies war nicht plausibel, da weder für Blumenkohl noch Kohlrabi Ägypten zu den relevanten Importländern gehört.³⁰ Zudem war auch bei den nachweislich falschen Preisschildern der verpackten Produkte überwiegend Ägypten fälschlich als Ursprungsland ausgewiesen.

³⁰ Johann Heinrich von Thünen-Institut: Thünen Working Paper 56 – Entwicklung des Gemüsebaus in Deutschland von 2000 bis 2015: Anbauregionen, Betriebsstrukturen, Gemüsearten und Handel, 2016.

V. FAZIT UND FORDERUNGEN

Saison ist keine Garantie für heimische Erzeugung

Die Marktstichprobe zeigt, dass Verbraucher:innen, die Wert auf heimische Ware legen, auch in der Saison genau auf die Ursprungsangaben achten sollten. Insgesamt stammten 55 Prozent der erfassten Produkte aus Deutschland, 33 Prozent kamen aus einem anderen EU-Land und 12 Prozent aus Nicht-EU-Ländern. Die Herkunftsverhältnisse unterschieden sich dabei deutlich zwischen den verschiedenen Obst- und Gemüsearten. Während keine deutschen Trauben oder Birnen gefunden werden konnten, wurde ausschließlich deutscher Sellerie angeboten.

Gerade bei Frühkartoffeln sollten Verbraucher:innen, die deutsche Ware bevorzugen, auf die Ursprungsangaben achten. Zum Teil verdrängen neue Kartoffeln aus Ägypten und Israel die deutschen Lagerkartoffeln, wenn die Nachfrage noch nicht durch deutsche Frühkartoffeln gedeckt werden kann.³¹ In der Stichprobe stammten im Juni noch 59 Prozent der angebotenen Ware aus Nicht-EU-Ländern. Auch bei Bohnen müssen Verbraucher:innen ganzjährig nach dem Ursprungsland schauen, wenn sie kurze Transportwege bevorzugen. Hier stammten über den gesamten Erfassungszeitraum 44 Prozent der Produkte aus Nicht-EU-Ländern.

Auffindbarkeit der Ursprungsangabe teilweise schlecht

Nicht immer haben es Verbraucher:innen leicht, den Ursprung der Ware auf einen Blick zu erfassen. Bei knapp einem Viertel (23 Prozent) der verpackten Produkte versteckte sich die Angabe am Rand oder der Unterseite der Verpackung. Andere Anbieter zeigten, dass eine transparente Kennzeichnung dieses wichtigen Einkaufskriteriums auf der Schauseite möglich ist. Dies erleichtert Verbraucher:innen die Wahl heimischer Erzeugnisse. Auch die Kennzeichnung auf dem Preisschild, wie es bei 43 Prozent der Angebote der Fall war, bewertet die Verbraucherzentrale Thüringen positiv.

Unabhängig vom Ort der Ursprungsangaben waren diese unterschiedlich gut lesbar. Zum Teil wurde die Herkunft der Produkte besonders hervorgehoben. Im Falle deutscher Ware waren beispielsweise Logos in den Farben der deutschen Flagge zu finden. Teilweise wurde die Ursprungsangabe jedoch auch nur schlecht leserlich oder sehr klein aufgedruckt. Hier müssen die Anbieter aus Sicht der Verbraucherzentrale Thüringen nachbessern.

Regionalangaben haben Seltenheitswert

Genauere Regionalangaben konnten auf 17 Prozent der verpackten Produkte gefunden werden. Dabei zeigte die Regionalangabe auf der Banderole von Stangensellerie, dass sich ein verpackungsarmer Einkauf und eine detaillierte Herkunftskennzeichnung nicht ausschließen müssen. Auf Preisschildern konnten keine konkreten Regionalangaben ausfindig gemacht werden. Lediglich bei Rewe und Netto waren vereinzelt Angaben wie „Rewe Regional“ oder „In der Heimat gesät – für gute Qualität“ zu finden, ohne das erkennbar wurde, was dies für das Produkt bedeutet. Diese Angaben sind daher aus Sicht der Verbraucherzentrale Thüringen nicht ausreichend als Verbraucherinformation.

Insgesamt war die Regionalkennzeichnung uneinheitlich. Neben dem Regionalfenster auf 17 Produkten nutzten die Händler eigene Kennzeichnungsvarianten oder es handelte

³¹ ÖKO-TEST Oktober 2015: [10 Kartoffeln im Test](#), 25.09.2015, abgerufen am 17.03.2023.

sich um spezielle Produkte mit Regionalbezug, wie die „Erdäpfel“ aus Sachsen. Allgemeine Aussagen wie „Rewe Regional“ oder „In der Heimat gesät – für beste Qualität“ bieten wenig Informationswert ohne weitere Erläuterungen. Zudem bedeuten Regionalangaben nicht automatisch, dass es sich um Produkte aus der eigenen Region handelt. Lediglich drei Prozent der verpackten Ware waren direkt auf der Verpackung als aus Thüringen stammend gekennzeichnet.

Netto nutzte als einziger der untersuchten Händler QR-Codes auf seinen Produkten. Die Informationen hinter den QR-Codes waren jedoch unterschiedlich detailreich. Zum Teil konnten Angaben zum Erzeuger gefunden werden, bei anderen Produkten wurde lediglich der Lieferant genannt. Aus Sicht der Verbraucherzentrale Thüringen besteht dadurch die Gefahr, dass Verbrauchererwartungen an die Angabe „Hier komme ich her“ nicht erfüllt werden.

Konventionelle heimische Ware in der Saison günstiger

Die Preisvergleiche können nur eine grobe Orientierung bieten. Stellt man konventionelle Ware gegenüber, sind die heimischen Produkte im Durchschnitt günstiger als EU- und Nicht-EU-Angebote. Der Spartipp, vor allem saisonales und regionales Obst und Gemüse auszuwählen, scheint anhand dieser Stichprobe also weiterhin seine Berechtigung zu haben.

Zu viele Kennzeichnungsfehler

Auffällig waren Kennzeichnungsfehler wie widersprüchliche Herkunfts-, Sorten- oder Füllmengenangaben zwischen Preisschild und Etikett. Zwar handelte es sich meist um Einzelfälle, diese summierten sich jedoch auf, so dass bei insgesamt jedem zehnten Produkt Fehler gefunden werden konnten. Besonders negativ fiel die Kaufland-Filiale auf, bei der über mehrere Monate hinweg in mehreren Fällen „Ägypten“ als falsches Ursprungsland auf den Preisschildern angegeben wurde.

UNSERE FORDERUNGEN:

Die Ursprungsangabe sollte bei verpackten Produkten immer gut sichtbar und in ausreichender Größe auf der Schauseite erfolgen.

Preisschilder müssen besser gepflegt werden. Die Ursprungsangaben, Füllmengen und Grundpreise müssen zu jeder Zeit korrekt sein. Die Preisschilder müssen sich mühelos den jeweiligen Produkten zuordnen lassen.

Händler sollten nur mit Begriffen wie „aus der Region“ oder „von hier“ werben, wenn sie auch konkretisieren, welche Region gemeint ist. Es braucht auf europäischer Ebene Mindeststandards für die Werbung mit Regionalbezug.

Ein größeres Angebot an Lebensmitteln mit Regionalfenstern als transparente und leichtverständliche Regionalkennzeichnung ist wünschenswert.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Verbraucherzentrale Thüringen e.V.

Eugen-Richter-Straße 45

99085 Erfurt

www.vzth.de

Titelbild: littlewolf1989 / Adobe Stock

Fotos: Verbraucherzentrale Thüringen e.V.

Kontakt: lebensmittel@vzth.de

Stand: März 2023

© Verbraucherzentrale Thüringen e.V.

verbraucherzentrale

Thüringen