

Gütesiegel-Dschungel im Supermarkt

Kennzeichnung. In den Regalen gibt es einen Wildwuchs an Qualitätsversprechen. Wofür diese letztlich stehen, finden selbst Experten nur mit Mühe heraus

VON SIMONE HOEPKE

Um die hundert verschiedene Gütesiegel gibt es in Österreich allein auf Lebensmittel. Wofür genau sie stehen, wissen allerdings die wenigsten Konsumenten. Eine aktuelle Umfrage (800 Teilnehmer) des Ifes-Instituts fällt jedenfalls ernüchternd aus. Die Erwartungen der Konsumenten an die Gütesiegel sind deutlich höher als das, was die Labels halten.

„Drei Viertel der Befragten erwarten, dass bei Lebensmitteln ‚Made in Austria‘ sowohl die Rohstoffe aus Österreich kommen als auch die Verarbeitung im Land stattgefunden hat“, erläutert Petra Lehner, Lebensmittel-expertin der Abteilung Konsument:innenpolitik in der Arbeiterkammer Wien. Die Wahrheit ist eine andere. In Anlehnung an das vor mehr als zehn Jahren ausgelaufene Gütesiegelgesetz gilt die Regelung, dass bei einer Österreich-Auszeichnung zumindest 50 Prozent der Wertschöpfung in Österreich stattfinden muss.

Kritik am AMA-Siegel

Apropos „Made in Austria“. Das aktuell einzige staatliche Gütesiegel in Österreich ist jenes der Agrarmarkt Austria (AMA) Marketing. Dabei handelt es sich um eine mit Pflichtbeiträgen (etwa von Bauern und Händlern) finanzierte Tochter der AMA, die wiederum dem Agrarministerium untersteht. Die AK kritisiert, dass das AMA-Gütesiegel lediglich eine Herkunftskennzeichnung sei, bei der die Tierwohlstandards meist nicht über die gesetzlich festgeschriebenen Mindeststandards hinausgehen. Geht es nach der AK, sollten diese Herkunftsangaben um Angaben zur Tierhaltung erweitert werden. Und

*„Ein neues
Gütesiegelgesetz
wäre die schärfste
Waffe gegen
Scheingütesiegel“*

**Petra Lehner
Arbeiterkammer Wien**

zwar so, dass es für Konsumenten keine Wissenschaft ist, herauszufinden, welche Standards genau hinter dem Label stecken. Genau das sei das Problem der AMA: viele unterschiedliche Programme in unterschiedlichen Bereichen, die für den Konsumenten nicht leicht zu durchblicken seien. Das Problem ist bekannt. Aus der Branche ist

zu hören, dass hinter den Kulissen bereits über ein AMA-Premiumsiegel diskutiert wird, das höhere Tierwohlkriterien abdecken soll.

Dass damit die Ställe im großen Stil zu Wohlfühl-oasen für die Tiere umfunktionierte werden, darf bezweifelt werden. Experten sprechen von einer Nische, die maximal fünf bis zehn Prozent des Marktes ausmacht. Denn auch wenn Konsumenten in Umfragen behaupten, dass ihnen Tierwohl am Herzen liegt, zeigen Auswertungen der Kassenbons, dass letztlich oft Billigfleisch in den Einkaufswagen landet. Detail am Rande: Die AMA Marketing darf nur in Österreich und außerhalb der EU mit „Made in Austria“ werben, nicht aber im EU-Binnenmarkt. Hintergrund ist eine EU-Regelung, die besagt, dass andere Mitgliedsstaaten nicht diskriminiert werden dürfen.

Was ist „regional“?

Mit glücklichen Kühen, idyllischen Almlandschaften und höchster Qualität wird im Inland gerne auch unter dem Regionalitätsmascherl erworben. Was genau „regional“ ist, ist allerdings nicht geregelt – weder gesetzlich noch im so genannten Lebensmittelbuch. Laut Ifes-Studie gehen die Vorstellungen der Konsumenten weit

auseinander. Je 38 Prozent erwarten, dass regionale Produkte „aus meinem Bundesland“ oder „aus Österreich“ kommen. 29 Prozent erwarten eine Entfernung von maximal 50 Kilometern und 28 Prozent einen Radius von maximal 100 Kilometern.

Aus Sicht von Lehner wäre ein neues Gütesiegelgesetz „die schärfste Waffe gegen Scheingütesiegel“. Derzeit sei ein solches nicht in Sicht. Und Klagen wegen irreführender Werbung für Waren „Made in Austria“ gibt es so gut wie keine. Auch weil der Kläger beweisen muss, dass die Kennzeichnung irreführend ist und nicht der Beklagte, dass sie rechtens ist.

Gütesiegel-Dschungel im Supermarkt



A) Vor dem Lesen

- Diskutieren Sie im Plenum, welche Gütesiegel Sie kennen und welchen Einfluss Gütesiegel auf Ihre Kaufentscheidung haben.
- Definieren Sie möglichst genau, welche Erwartungen Sie haben, wenn ein Produkt als „Made in Austria“ gekennzeichnet ist. Definieren Sie außerdem, bis zu welcher Entfernung von Ihrem Standort Sie ein Produkt als „regional“ ansehen würden. Notieren Sie Ihre Einschätzung.



B) Textbearbeitung

- Lesen Sie den Artikel aufmerksam durch.
- Fassen Sie die Informationen über die Kennzeichnung „Made in Austria“ zusammen und vergleichen Sie sie mit Ihren Vorüberlegungen.
- Erläutern Sie, welchen Stellenwert das Tierwohl bei den Kaufentscheidungen der Konsumentinnen und Konsumenten spielt. Nehmen Sie anschließend dazu Stellung, welchen Stellenwert Tierwohl für Sie persönlich hat.
- Erschließen Sie die Argumente für ein strengeres Gütesiegelgesetz, die im Text genannt werden.
- Untersuchen Sie die Sprache des Artikels und achten Sie dabei vor allem darauf, wo die Autorin einer ironischen Haltung Ausdruck verleiht und wie sie bildhafte Ausdrücke einsetzt (z. B. „Gütesiegel-Dschungel“...)
- Arbeiten Sie in der Kleingruppe und sammeln Sie alle Gütesiegel, die Sie kennen. Recherchieren Sie, wenn nötig, im Internet. Diskutieren Sie anschließend, für wie vertrauenswürdig Sie die jeweiligen Gütesiegel halten. Informieren Sie sich dann im Gütesiegel-Check von Greenpeace (<https://bit.ly/3Lcxp8E>) darüber, welche Standards hinter den Kennzeichnungen stehen und vergleichen Sie diese Informationen mit Ihrer Einschätzung.



C) Textproduktion

Situation: Im Rahmen eines Redewettbewerbs unter dem Motto „Nachhaltig konsumieren für eine bessere Zukunft“ möchten Sie eine Rede über bewusstes Einkaufsverhalten schreiben. Der vorliegende Artikel liefert Ihnen dafür wertvolle Basisinformationen. Verfassen Sie eine **Meinungsrede**.

- Fassen Sie die Informationen über die momentane Rechtslage bei der Verwendung von Gütesiegeln zusammen.
- Erläutern Sie die Wichtigkeit einer einheitlichen Handhabung.
- Appellieren Sie an Ihre Zuhörerenden, eine kritische Haltung beim Einkauf einzunehmen.

Schreiben Sie zwischen 405 und 495 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.



D) Weiterführende Aufgabe

Arbeiten Sie in Kleingruppen und entwerfen Sie selbst ein Gütesiegel. Überlegen Sie sich, wofür Ihr Gütesiegel stehen sollte, wählen Sie einen vertrauenserweckenden Namen und ein passendes Design. Präsentieren Sie Ihr Gütesiegel dann im Plenum und stimmen Sie ab, welches Gütesiegel am überzeugendsten wirkt.