

Standards in der Agrarwirtschaft: öffnen sie neue Produktsegmente, sichern sie bestehende Produkte ab?

Standards in agriculture: do they open new product segments, do they secure existing products?

Werner PFANNHAUSER

Zusammenfassung

Standards in der Agrarwirtschaft müssen an die allgemein gültigen Standards der Lebensmittelwirtschaft herangeführt werden. Die Agrarwirtschaft kann punkten mit: Rückverfolgbarkeit, Herkunftsgarantie (heimische Produkte, regionale Spezialitäten), naturnaher Produktion („Bio“, integrierte Produktion) sowie Frische (Direktvermarktung, Bauernmärkte, Direktlieferung an Handel und Gastronomie).

Schlagnworte: Standards, Lebensmittelqualität, neue Produktsegmente, Hygiene, Trends

Summary

The standards in agriculture must be adapted to and implement the general standards in the food industry. Agricultural products can score through: product tracking, certificate of origin (domestic products, regional specialities), natural production methods (organic, integrated production) as well as freshness (direct selling, farmers' markets, direct delivery to retail stores and gastronomy).

Keywords: Standards, food quality, new product segments, hygiene, trends

Standards in der Agrarwirtschaft garantieren eine gleichbleibende und kontrollierte Qualität und sind somit ein unverzichtbarer Bestandteil der Qualitätssicherung der landwirtschaftlichen Produktion. Für den Konsumenten sind auch und gerade aufgrund von zurückliegenden „Lebensmittelskandalen“ folgende Qualitätskriterien vorrangig:

- Frische
- Hohe sensorische Qualität
- Herkunftsgarantie
- Einwandfreie Hygiene.

An diesen Kriterien misst der Konsument das landwirtschaftliche Produkt besonders.

Hygiene

Gemäß Lebensmittelhygiene VO ((EG) 852/2004) gilt diese für alle der Urproduktion folgenden Stufen. Das heißt auch Bauernmärkte und Marktstände, sowie die Direktvermarktung unterliegen der Hygiene Verordnung. Hier ist ohne Zweifel ein weites Feld für Schulungen und Bewusstseinsbildung gegeben. Darüber hinaus sollten Qualitätssicherungskonzepte bereits eingeführt sein und auch gelebt werden. Dies ist bedauerlicherweise nur punktuell der Fall, obwohl es bereits gesetzlich vorgeschrieben wird. Damit besteht ein erheblicher Druck auf den bäuerlichen Produzenten (insbesondere im Fleisch- und Milchsektor und bei Süßspeisen) diesen Vorgaben zu entsprechen. Hygienemaßnahmen und Hygienekonzepte (z.B. HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Points) sind möglichst rasch einzuführen und umzusetzen.

Es ist eine in Fachkreisen bekannte, jedoch in der Öffentlichkeit und auch bei Betroffenen eine oft unbekannte Tatsache, dass Lebensmittel viel häufiger durch mangelnde Hygiene (Verkeimung durch Hefen, Pilze, Schimmel; Salmonellen, Listerien, *Escherichia coli*) zu gesundheitlichen Beeinträchtigungen des Konsumenten führen, als durch Pestizidrückstände oder andere Rückstände von „Chemikalien“. Hygienemängel sind die häufigste Ursache von Lebensmittelverderb und -vergiftungen. Was in der ersten Stufe der Verarbeitung hygienisch versäumt wird ist in späteren Verarbeitungsschritten nicht wieder aufzuholen.

Im Bereich der Hygiene liegt somit eine große Entwicklungschance für die ländliche Produktion. Diese Chance muss insbesondere bei Halbfertigprodukten für die Gastronomie – ein Feld das für den bäuerlichen Produzenten immer wichtiger werden wird – wahrgenommen werden. Aber auch der Handel legt zunehmend mehr Wert auf Frischwaren aus der jeweiligen Region. Bei Obst und insbesondere Gemüse stellt diese Entwicklung eine große Herausforderung dar. Hier spielt selbstverständlich auch Lieferungslogistik aber auch einwandfreie Hygiene (gewaschen, verpackt) eine bedeutende Rolle.

Das im Weißbuch der Kommission (EU 2000) erstmals formulierte Prinzip „Vom Bauernhof auf den Tisch“ (from farm to fork; from the stable to the table) beinhaltet die besonderen Hygienemaßnahmen am Ort der Produktion, sowie die Rückverfolgbarkeit und damit die Dokumentation für alle Lebensmittelerzeuger – also auch dem bäuerlichen Verarbeiter. Wiederum: dieser Herausforderung kann nur mit verstärkter Ausbildung und Maßnahmen zur Qualitätssicherung begegnet werden.

Ausbildung im Primärbereich bedeutet, dass in bäuerlichen Betrieben alle Personen, die mit Lebensmittel zu tun haben über die Grundregeln einer ausreichenden Betriebshygiene vertraut gemacht werden. Dazu gehören Kenntnisse über richtige Lagerung, persönliche Hygiene und Dokumentation der Bearbeitungsschritte. Zur Erreichung eines ausreichenden Hygienestatus zählen auch Investitionen in verbesserte Betriebshygiene und Betriebsausstattung. Investitionen die sich lohnen!

Herkunftsbezeichnung

Der Trend zur Kennzeichnung der Herkunft hat den Handel längst erreicht und fasst nun auch in der Gastronomie Fuß. Hier liegt die Chance lokaler Marken. Die steigenden Rindfleischimporte (2002: 2.063 t; 2003: 6.676t) haben als Reaktion zu Marken wie „Premium Rind“ (AMA) geführt, die sich vor allem an die Gastronomie wenden. Damit zeichnet sich auch in der Gastronomie der Trend zur Herkunftsbezeichnung ab. Eine Chance für lokale Märkte!



Bei den Produkten mit „geschützter geographischer Angabe“ (g.g.A.) in ähnlicher Weise wie bei „Bio“ Produkten kontrolliert. Auch bei den

g.g.A. - Produkten (z.B. Steirisches Kürbiskernöl) handelt es sich um lokale Spezialitäten, deren hohen Wert für den Konsumenten durch Kontrollnormen gesichert ist (EU 2081/92).

Bioprodukte



Produkte aus biologischer Landwirtschaft sind ein Segment, in dem Kontrolle und Rückverfolgbarkeit obligatorisch sind (EU VO 2092/91). Diese Kontrollsystemstandards dienen auch anderen Bereichen als Vorbild.

Produkte aus biologischer Landwirtschaft sind in der Praxis vom Konsumenten nicht leicht zu erkennen. So ist das offizielle EU-Logo (EU-Verordnung 331/2000) so gut wie unbekannt. Hingegen sind die Marken großer Handelsketten („Natur pur“, „Ja! Natürlich“) bestens bekannt. Das verbindliche Kennzeichen, nämlich die Kennung Landeszeichen z.B. AT, dann das Bundesland z.B. N, eine Ordnungsnummer aus zwei Zahlen und die Bezeichnung BIO, ist bei Konsumenten so gut wie unbekannt. Biologische Produkte sind ein eigentlich recht kleines Marktsegment, es wird im Supermarkt auf etwa 3% geschätzt, allerdings mit verhältnismäßig hohen Zuwachsraten. Die Verbindung von lokalen Marken und Spezialitäten mit „Bio“ haben zunehmend hohen Stellenwert beim Konsumenten. Auch diese Tatsache weist auf den verstärkten Wunsch nach lokaler und kontrollierter Qualität hin.

	Billa Merkur	Spar	ADEG Magnet	Maximarkt	Hofer	Bipa	dm
Milch/-produkte	●	●	●	●	●		●
Getreide/-produkte	●	●				●	●
Obst/Gemüse	●	●	●				
Fleisch/Wurst	●						
Fisch							
Brot/Gebäck	●			●			
Eier	●	●					
Getränke	●						●
Tiefkühlprodukte	●						
Babynahrung	●	●	●	●		●	●

Abb. 1: Biosortiment in verschiedenen Supermärkten und Drogerien

Rückverfolgbarkeit

Die Rückverfolgbarkeit ((EG) 178/2000) gibt bereits eingeführte (HACCP, GMP) Qualitätssicherungsbestandteile wieder und baut darauf auf. Beispiele für Rückverfolgbarkeit sind:

- EC 1804/99: Tierproduktion, Futtermittel & Tiergesundheit
- EC 94/92: Einfuhren aus Drittländern
- EC 2092/91: Produktion von Nahrungspflanzen, Verarbeitung und Kennzeichnung

Ein Beispiel für eine Regelung der Rückverfolgbarkeit ist die Beef Labelling Regulation (EC) 1760/2000. Dabei handelt es sich um die Einführung eines Systems zur Rückverfolgung von Rindern und Rindfleischprodukten.

Strategien

Aufgrund des Gesagten können taugliche Strategien sein :

- Strategien für Produktsegmente
- Regionale Qualität (Herkunft, Authentizität, „lokale Geschichte“, regionale Marke)
- Frischebereich (naturbelassen, absolut frisch → kurzer Weg zum Verbraucher)
- Reinheit (Urprodukte → allergenfrei)
- Bio-Segment (Herkunft)
- Hygienestandards leben (HACCP → Kontrollnachweis)

Strategien für Ausbildungssegmente:

- Hygieneschulung
- Sachkunde (Warenkunde, Qualitätserhaltung)
- Nachhaltiges Wirtschaften

Anschrift des Verfassers

*O. Univ. Prof. Dr. Werner Pfannhauser
Institut für Lebensmittelchemie und -technologie
A-8010 Graz, Petersgasse 12/2
Tel.: +43 316 873 6471
eMail: werner.pfannhauser@tugraz.at*

