



Brüssel, den 29. September 2021
(OR. en)

12350/21

AGRI 445
AGRIFIN 115
AGRIORG 108
DENLEG 76
FOOD 52
SAN 572
CONSOM 204

VERMERK

Absender: Vorsitz
Empfänger: Delegationen

Betr.: Landwirtschaftliche Erzeugnisse – Überarbeitung der EU-
Vermarktungsnormen
– Diskussionspapier für den Gedankenaustausch

Die Delegationen erhalten beiliegend ein Diskussionspapier des Vorsitzes zu Vermarktungsnormen einschließlich mehrerer Leitfragen für die Beratungen der Ministerinnen und Minister auf der Tagung des Rates (Landwirtschaft und Fischerei) am 11./12. Oktober 2021.

Landwirtschaftliche Erzeugnisse – Überarbeitung der EU-Vermarktungsnormen

Bei den EU-Vermarktungsnormen handelt es sich um Vorschriften, die für die Vermarktung von Agrarlebensmitteln auf allen Stufen der Lieferkette gelten. Sie legen Mindestanforderungen für Erzeugnisse fest, die zwischen Unternehmen gehandelt oder an Verbraucher verkauft werden. Diese Normen können die Form verbindlicher Regeln oder fakultativer vorbehaltener Angaben – z. B. „Freilandhaltung“ für Geflügelerzeugnisse – haben. Sie wurden entwickelt, um das reibungslose Funktionieren des Binnenmarkts zu erleichtern, Lebensmittel von unbefriedigender Qualität nicht auf den Markt gelangen zu lassen, sachdienliche Informationen für die Verbraucher bereitzustellen und gleiche Wettbewerbsbedingungen für konkurrierende Produkte zu gewährleisten. Nicht alle landwirtschaftlichen Erzeugnisse fallen unter die EU-Vermarktungsnormen. Die Vermarktungsnormen sind in der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 über die gemeinsame Marktorganisation (GMO) und in fünf der „Frühstücksrichtlinien“¹ festgelegt. Es gibt auch Verordnungen auf Kommissionsebene, die Vermarktungsnormen enthalten.

Im Oktober 2020 wurde eine Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen² mit einer Evaluierung der EU-Vermarktungsnormen veröffentlicht. Dieser Evaluierung zufolge sind die Vorschriften für Vermarktungsnormen wirksam, um normgerechte landwirtschaftliche Erzeugnisse von zufriedenstellender Qualität zu gewährleisten, und sie sind für die Interessenträger nützlich. Dennoch wird vorgeschlagen, neuen Erfordernissen der Interessenträger in der Lebensmittelversorgungskette Rechnung zu tragen.

¹ Richtlinie 2001/111/EG des Rates über bestimmte Zuckerarten für die menschliche Ernährung, Richtlinie 2001/113/EG des Rates über Konfitüren, Gelees, Marmeladen und Maronenkrem für die menschliche Ernährung, Richtlinie 2001/114/EG des Rates über bestimmte Sorten eingedickter Milch und Trockenmilch für die menschliche Ernährung, Richtlinie 2001/112/EG des Rates über Fruchtsäfte und bestimmte gleichartige Erzeugnisse für die menschliche Ernährung sowie Richtlinie 2001/110/EG des Rates über Honig, Richtlinie 1999/4/EG über Kaffee- und Zichorien-Extrakte und Richtlinie 2000/36/EG über Kakao- und Schokoladeerzeugnisse für die menschliche Ernährung.

² Dok. 12184/20.

Die im Mai 2020 veröffentlichte Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ sieht eine Überarbeitung der Vermarktungsnormen vor, um die Akzeptanz von bzw. die Versorgung mit nachhaltigen Agrarerzeugnissen sicherzustellen. Ferner werden weitere Maßnahmen genannt, mit denen die Nachhaltigkeit der Lebensmittelversorgungskette verbessert werden soll.³ Im Januar 2021 hat die Kommission eine Folgenabschätzung in der Anfangsphase zur Überarbeitung der EU-Vermarktungsnormen für landwirtschaftliche Erzeugnisse eingeleitet, gefolgt von einer öffentlichen Konsultation, die vom 8. Juni bis zum 31. August 2021 lief.

Die Herausforderungen bei den Vermarktungsnormen bestehen darin, dass die Vorschriften potenziell veraltet sind und/oder den sich ändernden Erwartungen der Gesellschaft und der Akteure nicht entsprechen. Bei der vorgeschlagenen Überarbeitung der EU-Vermarktungsnormen für landwirtschaftliche Erzeugnisse wird geprüft, wie die bestehenden Normen angepasst bzw. durch neue Normen ergänzt werden können.

Was die Nachhaltigkeit angeht, so wäre es im Zuge der Überarbeitung der Normen möglich, fakultative vorbehaltene Angaben zu entwickeln, die es den Erzeugern ermöglichen könnten, besser über die Anwendung nachhaltigerer Produktionsmethoden – beispielsweise im Bereich des Tierschutzes – zu kommunizieren, und unlauteren Wettbewerb auszuschließen. Allgemein geltende Mindestproduktionsanforderungen könnten im Einklang mit umwelt- oder klimapolitischen Erwägungen festgelegt werden, auch wenn dies bisher nicht zu den Grundprinzipien der Rolle gehört hat, die die Vermarktungsnormen der EU spielen sollten.

Was den technologischen Wandel und die Erwartungen der Verbraucher anbelangt, so ging es bei der öffentlichen Konsultation beispielsweise um die Kennzeichnung von Fruchtsaft mit reduziertem Zuckergehalt und Mindestzuckergehalt in Konfitüren.

³ Hierzu zählen beispielsweise ein Vorschlag für einen Rechtsrahmen für nachhaltige Lebensmittelsysteme, die Prüfung von Tierwohlkennzeichnungen, die Einführung einer verpflichtenden Nährwertkennzeichnung auf der Packungsvorderseite, die Vereinheitlichung freiwilliger umweltbezogener Angaben und die Schaffung eines Rahmens für Nachhaltigkeitskennzeichnungen sowie die Ausweitung der obligatorischen Ursprungs- oder Herkunftsangaben auf bestimmte Erzeugnisse.

In Bezug auf Honig sollten die Erwartungen der Verbraucher berücksichtigt werden. Die oben genannte Evaluierung bezog sich auch auf die Honigrichtlinie, die derzeit vorschreibt, dass das Ursprungsland bzw. die Ursprungsländer, in denen der Honig geerntet wurde, auf dem Etikett angegeben werden muss. Bei Honigmischungen kann diese Angabe durch die Angabe „Mischung von Honig aus EU-Ländern/Nicht-EU-Ländern“ ersetzt werden, wodurch die Verarbeitungsbetriebe eine stabile Qualität gewährleisten können. Die Evaluierung ergab, dass die entsprechenden EU-Vermarktungsnormen gerechtfertigt sind und einen Mehrwert zu den geltenden internationalen und privaten Normen bieten. In Bezug auf den Beitrag zur Bereitstellung angemessener und transparenter Informationen für die Verbraucher wiesen die Interessenträger jedoch auf gewisse Einschränkungen – d. h. auf die unzureichenden Anforderungen an die obligatorische Ursprungskennzeichnung von Honig – hin und schlugen außerdem einen Aktionsplan auf mehreren Ebenen vor, der Maßnahmen in den landwirtschaftlichen Betrieben, an den Packstellen, an den Grenzen und in den Supermärkten umfasst, um die Rückverfolgbarkeit des Honigs zu verbessern.

Es sei auch daran erinnert, dass die Kennzeichnung von Honig in den Schlussfolgerungen des Vorsitzes zum Thema „Nährwertkennzeichnung auf der Packungsvorderseite, Nährwertprofile und Herkunftskennzeichnung“ (Dok. 14048/20)⁴ erwähnt wird. In Nummer 25 wird darauf hingewiesen, dass die Mitgliedstaaten gefordert haben, die „Honigrichtlinie“ dahingehend zu überarbeiten, dass die Ursprungsländer von Honig, der in Honigmischungen verwendet wird, anzugeben sind; die Kommission wird aufgefordert, mit der Ausarbeitung eines Legislativvorschlags zur entsprechenden Änderung der Richtlinie zu beginnen.

Im Zuge der Überlegungen zur Überarbeitung der EU-Vermarktungsnormen werden die Ministerinnen und Minister ersucht, zu folgenden Fragen Stellung zu nehmen:

- 1) Wie kann eine Politik der Vermarktungsnormen angesichts der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Wirtschaft, Umwelt einschließlich Tierschutz und Soziales – bei der Verfolgung von Nachhaltigkeitszielen Inklusivität gewährleisten?
- 2) Welche Form von Vorschriften für Vermarktungsnormen wäre am besten geeignet, um die Nachhaltigkeit zu fördern? Welche Normen sollten an den Wandel der Verbraucherpräferenzen bzw. die technologische Entwicklung angepasst werden? Welche Sektoren oder Bereiche wären in dieser Hinsicht am vielversprechendsten?

⁴ Auf der Tagung des Rates (Landwirtschaft und Fischerei) vom 15. Dezember 2020 von 23 Mitgliedstaaten unterstützt (BE/BG/DK/EE/IE/ES/FR/HR/CY/LV/LT/LU/HU/MT/NL/AT/PL/PT/RO/SI/SK/FI/S).

- 3) Was wäre angesichts der breiten Unterstützung der Mitgliedstaaten für die Angabe der Ursprungsländer des in Honigmischungen verwendeten Honigs der geeignetste Weg, um die derzeitigen EU-Vorschriften für die Kennzeichnung von Honig zu ändern?
-