

**Besondere Aufmerksamkeit ist auf folgende Punkte zu legen:**

- Befinden sich Werbematerialien im oder vor dem Verkaufsgeschäft (z.B. Vitrinenkleber, Portalfahne, Türkleber, Plakate, Flugblätter etc.), deren Angaben (z.B. Herkunft, unbestimmte Qualitätsaussagen, etc.) **nicht** der Wahrheit entsprechen, so sind diese zu entfernen. Aus der Sicht des Konsumenten stellt dies eine Irreführung und Täuschung dar.
- Spezielle **Regions- und/oder Qualitätsbezeichnungen** zum Fleisch (z.B. „Gletschertaler Qualitätsfleisch“) dürfen nur dann ausgelobt werden, wenn diese (inkl. der Maßnahmen zur Absicherung) zuvor von der zuständigen Behörde mittels Bescheid genehmigt worden sind.
- Werden in „Flugblättern“ nähere Angaben zum Fleisch getätigt, ist sicherzustellen, dass auch „entsprechende Mengen“ mit dieser Angabe zum Verkauf angeboten werden.
- Wird z.B. für die **Lagerung über das Wochenende** oder Feiertage Fleisch aus der Bedientheke vakuumiert, genügt eine Kennzeichnung mit dem Abpackdatum. Um die geforderte Zuordenbarkeit zu den aufbewahrten Zerlegeetiketten zu gewährleisten, ist bei mehreren Angaben zusätzlich ein Hinweis auf die Herkunft bzw. nähere Angabe notwendig.
- Werden Großteilstücke **direkt für die Bedientheke zerlegt** und dabei keine Zerlegeetiketten erstellt, brauchen die Schlachtkörperetiketten nicht aufbewahrt werden, wenn bei Fleisch aus der Eigenschlachtung das Schlachtprotokoll und die Viehverkehrsscheine „bos“ aufbewahrt werden (Grund: die Ohrmarken-Nr. der Tiere sind dort angeführt).
- Die Kriterien der Bedienthekenkennzeichnung gelten auch bei Verkauf von **Kalbfleisch und Faschiertem** mit über 50% Rindfleischanteil!

Die hier gezeigten Möglichkeiten einer Bedienthekenkennzeichnung wurden unter Mithilfe von Vertretern der österreichischen Wirtschaft erstellt sowie mit den zuständigen Behörden für die verpflichtende und freiwillige Rindfleischkennzeichnung (Bundesministerium für Gesundheit und Frauen sowie Agrarmarkt Austria) abgestimmt!

Bei Fragen zu diesem Merkblatt oder anderen Varianten der Bedienthekenkennzeichnung stehen Ihnen die Mitarbeiter der AMA-Marketing bzw. die Organe der jeweiligen Lebensmittelaufsicht gerne zur Verfügung.

Medieninhaber und Hersteller: Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH.,  
Pasettistrasse 64, 1200 Wien, Telefon: 01/331 51-0, Telefax: 01/331 51-4925

© 2004 by Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH., Version Februar 2004  
<http://www.ama.at>

Gestaltung: grafikbox Franz Seitzl; Fotos: AMA-Archiv

# Kennzeichnung von offenem Fleisch in der Bedientheke!

(inkludiert auch die Anforderungen der verpflichtenden Rindfleischkennzeichnung)

Seit dem Inkrafttreten der verpflichtenden Rindfleischkennzeichnung stellt sich die Frage, wie diese Anforderungen im Bereich einer Bedientheke gesetzeskonform und praktikabel umgesetzt werden können.

Die Verordnung (EG) Nr. 1760/2000, Titel II, Artikel 12, Abs. 2 besagt:

„ ... **im Falle nicht vorverpackter Erzeugnisse schriftliche und deutlich sichtbare geeignete Angaben für den Verbraucher am Ort des Verkaufs; ...**“



Aufgrund dieser nicht ganz klaren Aussage zur konkreten Umsetzung, werden in diesem Merkblatt **neben den obigen Möglichkeiten** (ein Etikett zu jedem Stück Fleisch geben) **Alternativen** für eine korrekte Bedienthekenkennzeichnung dargestellt.

# Bei Verkauf von offener Ware sind drei Kriterien zu beachten

## 1. Aushang der Herkunftsangaben

Für den Konsumenten hat im Bereich der Bedientheke eine **deutlich sichtbare** Information zu erfolgen, wo die verpflichtenden **Herkunftsangaben** des Fleisches ersichtlich sind.



- Für jedes einzelne Herkunftsland und jede weitere Angabe ist eine eigene Kundeninformation anzubringen.
- Die Liste der Schlacht- und Zerlegebetriebe ist immer aktuell zu halten. Dabei sind sämtliche Veterinär-Nummern anzuführen, die auf den Etiketten aufscheinen.
- Wenn im Verkaufsgeschäft eine Zerlegung bzw. Portionierung stattfindet, ist die eigene Veterinärkontroll-Nr. auch auf der Liste anzugeben.

Im Idealfall sollte sich die Herkunfts- und gegebenenfalls weitere Angabe zur Qualität (z.B.: Tierkategorie) und Produktionsweise (z.B.: „Styria Beef“) auch am Kassabon befinden.



## 2. Etikettenaufbewahrung

Damit dem Rind- und Kalbfleisch in der Theke auch eine Identifikations-Nummer zugeordnet werden kann, sind zusätzlich zum Aushang sämtliche Etiketten **tageweise** zu sammeln und **zumindest 7 Tage lang** aufzubewahren.



- Im Fall eines „Wochenbrettes“ werden die Etiketten von allen Fleischteilen tageweise auf einem „Nagelbrett“ angebracht.
- Da sich im Fall eines „Tagesbrettes“ ausschließlich die Etiketten des aktuellen Verkaufstages am Brett befinden, sind die Etiketten an anderer Stelle griffbereit insgesamt 7 Tage lang aufzubewahren.



- Das Sammeln der Etiketten in beschrifteten Säckchen, Behältern, etc. ist eine andere Möglichkeit. Die Zerlegeetiketten sind ebenfalls tageweise zu sammeln, mit Datum zu versehen und zumindest 7 Tage lang aufzubewahren.
- Das Aufbewahren der Etiketten kann (muss aber nicht!) für den Konsumenten ersichtlich sein.

## 3. Vitrinenkennzeichnung

Für den Konsumenten müssen die unterschiedlichen Herkünfte bzw. näheren Angaben zum Fleisch jederzeit **klar ersichtlich** und **zuordenbar** sein. Der Aushang allein reicht nicht aus!

- Vitrinenkennzeichnung bei **EINER** Angabe

Optimal wäre eine Auslobung direkt am Preisschild (siehe unten). Die Auslobung kann z.B. auch mittels Vitrinenkleber erfolgen.



- Vitrinenkennzeichnung und Trennung bei **MEHREREN** Angaben



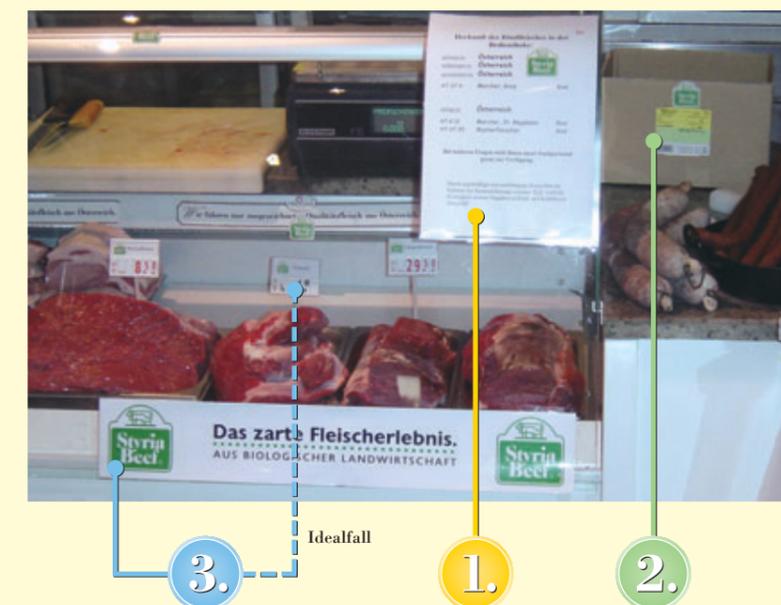
In der Praxis reicht eine optische Trennung und Kennzeichnung der Bereiche in der Theke wie im obigen Bild aus.



Unabhängig von der Anzahl der Herkünfte bzw. näheren Angaben stellt die Auslobung am jeweiligen Preisschild, welches dem Fleisch auf der Tasse genau zuordenbar ist, die Idealvariante dar.

# Beispiele aus der Praxis, die alle drei Kriterien erfüllen:

**Beispiel 1:** In der Bedientheke wird ausschließlich **Rindfleisch einer Angabe** (z.B. STYRIA BEEF) verkauft:



**Beispiel 2:** In der Bedientheke werden zwei Angaben („Kalbfleisch aus Holland“ und „Rindfleisch aus Österreich“) verkauft:

