



MARKTWÄCHTER
DIGITALE WELT



verbraucherzentrale

E-FOOD TRENDS IM FRISCHE- MARKT

Marktüberblick im deutschen Lebensmittel-Online-Handel

Eine Untersuchung der Verbraucherzentralen – April 2018

GRÖßERE VIELFALT BEI HÄNDLERN UND ANGEBOT

Im Mai 2017 erweiterte der derzeit marktführende Online-Händler Amazon mit „Amazon Fresh“ sein Portfolio um die Lieferung frischer Lebensmittel. Mit seinem erfolgten Markteintritt prognostizierte die Branche eine tiefgreifende Veränderung im deutschen Lebensmittel-Online-Handel¹. Zudem drängten weitere stationär dominierende Einzelhändler wie Kaufland und Real auf den Online-Markt. Jedoch haben die zur Schwarz-Gruppe gehörenden Handelsketten Kaufland und Lidl zum Jahresende 2017 ihren Online-Lieferservice wieder weitgehend aufgegeben und auch bei Rewe, dem Vorreiter in Sachen Lebensmittel-Online-Handel, stagniert die Zahl der vom Lieferservice abgedeckten Regionen seit einiger Zeit².

Trotz aller Zurückhaltung wächst der Lebensmittel-Online-Handel seit Jahren über 10 Prozent jährlich und die Akzeptanz bei den Verbrauchern³ steigt kontinuierlich: So planen mehr als 40 Prozent der deutschen Konsumenten, in den kommenden 12 Monaten Lebensmittel online einzukaufen. Jeder Sechste kauft bereits heute mehr als die Hälfte seiner Lebensmittel online⁴. Eine aktuelle Untersuchung des HandelsMonitors zu „Food Online – Hype oder die Zukunft des LEH?“ kommt zu einem ähnlichen Ergebnis: Vorausgesetzt Bestellvorgang und Logistik funktionieren perfekt, können sich heute mehr als 80 Prozent der Kunden vorstellen,

nahezu alles online zu kaufen⁵. Doch was bietet der E-Food Markt aktuell für die Verbraucher?

DER HANDEL MIT FRISCHE NIMMT FAHRT AUF

Die Gesamtanzahl aller ermittelten Lebensmittel-Online-Händler stieg im Vergleich zur Vorjahresuntersuchung deutlich. Dies gilt auch für die Anzahl der ermittelten Lebensmittel-Online-Händler mit Frischeprodukten im Angebot: So wurden in 2017 insgesamt 313 Lebensmittel-Online-Händler ermittelt, die überregional Frischeprodukte versenden und ihren Unternehmenssitz in Deutschland haben; 134 Händler mehr als 2016. Hintergrund dieser Entwicklung ist das Eintreten neuer Akteure in den Markt und die Angebotsverbreiterung um Frischeprodukte durch bestehende Händler⁶.

DAS FRISCHESORTIMENT WIRD DURCH VEGANE PRODUKTE BEREICHERT

Die Angebotsbreite frischer Lebensmittel ist ähnlich wie im Vorjahr: Fleisch, Wurst, Käse und Milchprodukte sind die am häufigsten angebotenen Frischeprodukte. Frisches Obst und Gemüse wird im Vergleich hierzu seltener online angeboten. Deutlich ist die Entwicklung im Bereich frischer veganer Lebensmittel: So bieten 20 Prozent der ermittelten Lebensmittel-Online-Händler vegane Ersatzprodukte an.

DER HANDEL MIT SPEZIALITÄTEN UND FEINKOST DOMINIERT

Wie schon 2016 dominieren Händler mit einer Ausrichtung auf Feinkost und landestypische Spezialitäten: Mehr als die Hälfte aller ermittelten Händler kann dieser Rubrik

1 Vgl. Oliver Wyman (2016): Presseinformation Oliver Wyman-Analyse zum Ausbau von Amazon Prime Now. Angriff auf den deutschen Lebensmitteleinzelhandel (http://www.oliverwyman.de/content/dam/oliver-wyman/europe/germany/de/who-we-are/press-releases/2016/201610_PM_Fresh.pdf).

2 Vgl. WAZ-Online (2018): Lebensmittelhandel im Internet kein Erfolg (<http://www.waz-online.de/Nachrichten/Wirtschaft/Lebensmittelhandel-im-Internet-kein-Erfolg>).

3 Die gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf weibliche und männliche Personen. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Doppelbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

4 Vgl. PWC Deutschland (2018): Online-Lebensmittel vor dem Durchbruch in Deutschland (<https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/pwc-studie-online-lebensmittelhandel-2018.pdf>).

5 Vgl. Morschett, Dirk; Schmid, David; Foscht, Thomas (2017): HandelsMonitor: Food Online – Hype oder die Zukunft des LEH? (<http://www.handels-monitor.de/>).

6 Ein weiterer Grund für die erhöhte Anzahl aufgefunderer Lebensmittel-Online-Händler mit Frischeprodukten kann zudem in der veränderten Keyword-Suche liegen, welche neue Entwicklungen im Lebensmittel-Online-Handel berücksichtigt.

zugerechnet werden. Händler veganer oder auch sogenannter „Frei-von-Produkte“ etablieren sich zusehends. Daneben finden sich auch spezialisierte Biohändler mit frischen Lebensmitteln in größerer Anzahl als 2016.

... ❖ **NEUE ONLINE-SUPERMÄRKTE WAGTEN DEN MARKTEINTRITT**

Die Anzahl der Online-Supermärkte mit überregionalem Versand stieg von sechs auf elf. Neben klassischen Supermärkten wie Rewe, Real oder den reinen Lebensmittel-Online-Händlern wie allyouneedfresh.de oder mytime.de bieten nun auch zunehmend Online-Biohändler ein umfassendes Sortiment frischer Lebensmittel an. Dennoch sind es weiterhin die Fachhändler mit dem Online-Vertrieb von ein oder zwei Warengruppen, die den Frische-Online-Handel dominieren.

... ❖ **VERBRAUCHER BESUCHEN AM HÄUFIGSTEN DIE ONLINE-SUPERMÄRKTE**

Die Auswertung der Besucherzahlen der Webseiten zeigt, dass insbesondere Supermärkte, Feinkosthändler und Online-Anbieter veganer Ersatzprodukte von den Verbrauchern häufig besucht werden. Im Vergleich dazu gehen Verbraucher eher selten auf die Webseiten der Fachhändler landestypischer Lebensmittel.

... ❖ **BIOHÄNDLER KOMMEN IHRER PFLICHT DER ZERTIFIZIERUNG, ABER NICHT IMMER DER KENNZEICHNUNGSPFLICHT NACH**

Alle 25 identifizierten Biohändler, die ausschließlich oder überwiegend Lebensmittel in Bioqualität online vertreiben, sind nachweislich kontrolliert und verfügen über ein gültiges Zertifikat⁷. Der Transparenz dient die Angabe der Codenummer ihrer Kontrollstelle, die überwiegend prominent auf der Startseite der Website oder im Impressum platziert wird. Auch bei nicht selbst erzeugten Bio-Lebensmitteln ist es gesetzlich verpflichtend, die Codenummer der für die Bio-Zertifizierung des Produktes letztverantwortlichen Stelle anzugeben. Diese findet sich jedoch nur bei einem Teil der untersuchten Biohändler.

... ❖ **NICHT ALLE HÄNDLER MIT BIOPRODUKTEN SIND ZERTIFIZIERT UND KENNZEICHNEN RICHTIG**

Die Überprüfung der Lebensmittel-Online-Händler mit mindestens einem Bioprodukt im Angebot zeigt: Von den insgesamt 120 Händlern weisen 41 keinerlei Codenummer einer Kontrollstelle auf ihrer Website aus. Somit ist nicht transparent, ob die Online-Händler ihrer Zertifizierung nachgekommen sind. Zudem stellt die fehlende Angabe der Codenummer der für die Bio-Zertifizierung verantwortlichen Kontrollstelle einen Verstoß gegen die Kennzeichnungspflicht dar. Inwiefern die weiteren 79 Online-Händler dieser Kennzeichnungspflicht folgen, war nicht Gegenstand der Untersuchung.

⁷ Dies ist nachprüfbar über die Händlersuche unter: <http://www.oeko-kontrollstellen.de/index.html>. Eine finale Prüfung ist über die zuständige Landesbehörde möglich, Kontaktdaten abrufbar unter: <https://www.oekolandbau.de/haendler/bio-zertifizierung/adressen/zustaendige-behoerden-der-bundeslaender/>.

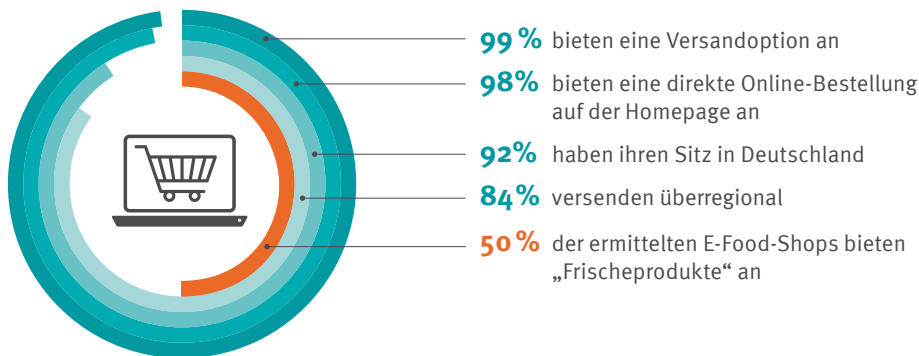
? WIE HAT SICH DER E-FOOD-MARKT SEIT 2016 VERÄNDERT?

Nachfolgend wird eine Antwort auf diese und weitere Fragen gegeben. Ausgangspunkt ist die Untersuchung E-Food im Frischemarkt des Marktwächters Digitale Welt⁸: In dieser wurden insgesamt 822 Lebensmittel-Online-Händler im deutschsprachigen Raum ermittelt. Davon boten 179 Lebensmittel-Online-Händler mit Unternehmenssitz in Deutschland den überregionalen Versand von Frischeprodukten an. Zeitpunkt der Erhebung war Juli 2016. Die erneute Erhebung zeigt, dass sich das Online-Angebot erhöht hat. Dies gilt für die Anzahl der Lebensmittel-Online-Händler mit und ohne Frischeprodukte.

2016 aktiv. Neu vorgefunden wurden insgesamt 418 Lebensmittel-Online-Händler¹⁰.

Von den in 2017 ermittelten 989 Lebensmittel-Online-Händlern haben 92 Prozent ihren Sitz in Deutschland. Bei 98 Prozent der Anbieter ist eine direkte Online-Bestellung auf der Homepage möglich. Praktisch alle Anbieter (99 Prozent) bieten eine Versandoption an. Die Möglichkeit, überregional¹¹ zu versenden, bieten 84 Prozent bzw. 85 Prozent an. 50 Prozent der ermittelten E-Food-Shops offerieren „Frischeprodukte“¹² (vgl. Abbildung: Prozentuale Verteilung der Lebensmittel-Online-Händler nach Kriterien). Im Vergleich zu 2016 (44 Prozent) bieten damit heute mehr Lebensmittel-Online-Händler Frischeprodukte in ihrem Sortiment an.

PROZENTUALE VERTEILUNG DER LEBENSMITTEL-ONLINE-HÄNDLER NACH KRITERIEN 989 Shops im deutschen Sprachraum



? WIE VIELE HÄNDLER SIND AKTUELL AM DEUTSCHEN MARKT AKTIV?

Die Anzahl der ermittelten aktiven Lebensmittel-Online-Händler stieg von 822 (2016) auf insgesamt 989 Händler (2017)⁹. Von diesen waren 571 Händler bereits

¹⁰ Die erhöhte Anzahl aufgefundener Lebensmittel-Online-Händler ergibt sich sowohl durch neue Akteure am Markt als auch methodisch bedingt durch veränderte Keywords (basierend auf einem veränderten Suchverhalten der Nutzer) und die Berücksichtigung der in 2016 gefundenen Lebensmittel-Online-Händler (vgl. Methodik der Erhebung).

¹¹ Überregional meint den Versand in mindestens fünf Bundesländer bzw. den deutschlandweiten Versand.

¹² Vgl. Dautzenberg et al. (2017): E-Food im Frischemarkt – Marktüberblick und Herausforderungen im deutschen Lebensmittel-Online-Handel, S. 14: Frischeprodukte sind jene, „die eine nur begrenzte Haltbarkeit aufweisen. Diese kann darauf beruhen, dass es sich um ein unverarbeitetes Produkt handelt oder alternativ eine Kühlung vonnöten ist, die das Produkt über einen geringen Zeitraum haltbar macht.“

⁸ Vgl. Dautzenberg et al. (2017): E-Food im Frischemarkt – Marktüberblick und Herausforderungen im deutschen Lebensmittel-Online-Handel (vgl. https://ssl.marktwaechter.de/sites/default/files/downloads/e-food_im_frischemarkt_-_vollstaendige_untersuchung.pdf).

⁹ Die ermittelte Anzahl der Lebensmittel-Onlineshops erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und bildet eine Momentaufnahme des Marktes zum Untersuchungszeitpunkt ab.

METHODIK DER ERHEBUNG

Die Erhebung erfolgte mittels Operatoren-gesteuerter Suche über Google. Der Gesamterhebungszeitraum lag zwischen dem 22.11.2017 und dem 16.02.2018. Nachfolgende Schritte wurden durchgeführt:

- Suche relevanter Keywords über google AdWords mittels Ursprungs-Keyword „Lebensmittel online“ in 2016 und 2017. Erweiterung der Keyword-Liste aus 2016 mit 109 Keywords um 31 neue, relevante Keywords aus 2017 (Erhebungszeitpunkt 22.11.2017).
- Systematische Google-Suche der ersten zehn Seiten aller 140 Keywords und Aufnahme aller Suchergebnisse, exklusive Dopplungen und Anzeigen, mit dem Ergebnis derzeit aktiver Lebensmittel-Online-Händler (Erhebungszeitraum 23.11. - 16.12.2017).
- Erfassung der Kriterien: Online-Händler mit Sitz in Deutschland, Online-Bestellung möglich, Versandoption möglich, deutschlandweiter bzw. Versand in mindestens 5 Bundesländer, Angebot an Frischeprodukten, Angebot von Bioprodukten (Erhebungszeitraum 17.12.2017 - 22.01.2018).
- Zusammenführung und Abgleich der Ergebnisse aus 2016 und 2017 hinsichtlich identischer, neu vorgefundener und nicht mehr vorgefundener Online-Händler sowie Ergänzung der Lebensmittel-Online-Händler aus 2017 um jene, die in 2016 vorgefunden wurden und in 2017 noch aktiv sind (Erhebungszeitpunkt 22.01.2018).
- Kategorisierung der Lebensmittel-Online-Händler mit Frischeprodukten nach Warengruppen (Fleisch/ Wurst, Käse/ Milchprodukte, Fisch, Obst/ Gemüse), Sortimentsumfang (Supermärkte, Mischhändler, Fachhändler) und Sortimentsangebot (Spezialitätenhändler landestypischer Lebensmittel, Feinkosthändler, Händler veganer und Frei-von-Produkten, Biohändler) (Erhebungszeitraum 22.01. - 07.02.2018).
- Ermittlung der Zugriffszahlen der Webseiten der Frischehändler über similarweb.com (Free Pro Version) und Erhebung der durchschnittlichen monatlichen Besucherzahl für Oktober – Dezember 2017 (Erhebungszeitraum 19.01. - 24.01.2018).
- Ermittlung der Nennung der Kontrollstelle auf den Webseiten der Biohändler sowie aller Lebensmittel-Online-Händler mit mindestens einem Bioprodukt im Angebot (Erhebungszeitraum 05.02. - 16.02.2018).

WIE HAT SICH DER ONLINE-HANDEL FÜR FRISCHEPRODUKTE IN DEUTSCHLAND ENTWICKELT?

Insgesamt wurden 313 Lebensmittel-Online-Händler in 2017 ermittelt, die überregional Frischeprodukte versenden und ihren Unternehmenssitz in Deutschland haben. Hiervon wurden 99 Lebensmittel-Online-Händler neu vorgefunden. 214 Lebensmittel-Online-Händler waren schon in 2016 aktiv. Nicht alle boten damals Frischeprodukte in ihrem Sortiment an.

Die Verteilung auf die angebotenen Warengruppen ist ähnlich zum ersten Erhebungszeitraum (vgl. Abbildung: Prozentuale Verteilung der Warengruppen auf die Lebensmittel-Online-Händler mit Frischeprodukten). Aufgrund der erstmalig sehr häufig vorgefundenen frischen veganen Ersatzprodukte sind diese als gesonderte Warengruppe aufgenommen. Die am häufigsten angebotene Warengruppe bleibt Fleisch und Wurst, welche von 54 Prozent aller Händler offeriert wird. 50 Prozent boten in 2017 Käse und Milchprodukte an, 32 Prozent frischen oder geräucherten Fisch. Auch das Angebot an frischem Obst und Gemüse blieb mit 17 bzw. 19 Prozent aller Händler im Vergleich zu 2016 nahezu konstant. 20 Prozent der ermittelten Lebensmittel-Online-Händler verkaufen frische vegane Ersatzprodukte.

WER IST IM ONLINE-HANDEL MIT FRISCHEPRODUKTEN AKTIV?

Supermärkte bieten Frischeprodukte aller Warengruppen an und sind in ihrer Sortimentsvielfalt mit den Supermärkten im stationären Handel vergleichbar. Insgesamt wurden 11 Online-Shops dieser Kategorie ermittelt. Prominente Vertreter sind Shops wie: allyouneedfresh.de, rewe.de, real.de, frischeparadies.de oder mytime.de. Aber auch auf den Biohandel spezialisierte Händler, wie amorebio.de oder natur.com, bieten ein umfassendes Sortiment frischer Lebensmittel an. Im Vergleich zur vorhergehenden Untersuchung stieg die Anzahl der Supermärkte von sechs auf elf.

Mischhändler bieten zwischen drei und fünf Warengruppen in ihrem Sortiment an. Insgesamt sind es 66 der ermittelten Lebensmittel-Online-Händler, die ihre Frischeprodukte in dieser Vielfalt anbieten. Beispiele dieser Händler sind Feinkosthändler wie filetundco.de,

genusshandwerker.de, heine-delikatessen.de, aber auch auf landestypische Lebensmittel spezialisierte Händler wie sardische-feinkost.de, schweden-markt.de oder mallorquiner.com.

Fachhändler spezialisieren sich auf das Angebot von ein oder zwei Warengruppen. Insgesamt wurden 236 Lebensmittel-Online-Händler mit diesem Angebot gefunden. Typische Online-Händler mit dem Angebot von ein oder zwei Warengruppen sind Fischhändler wie 1afisch.de, fischfeinkost-shop.de oder das fischkauf-haus.de, aber auch Feinkosthändler wie edles-fleisch.de, genusswelt.de, feinkostmeyer.de, kaesealp.de oder kaeshuette.de, die sich auf den Verkauf von hochwertigem Fleisch oder Käse spezialisiert haben. Mehr als zwei Drittel (70 Prozent) der Fachhändler bieten eine Warengruppe, knapp ein Drittel (30 Prozent) zwei Warengruppen an. Typische

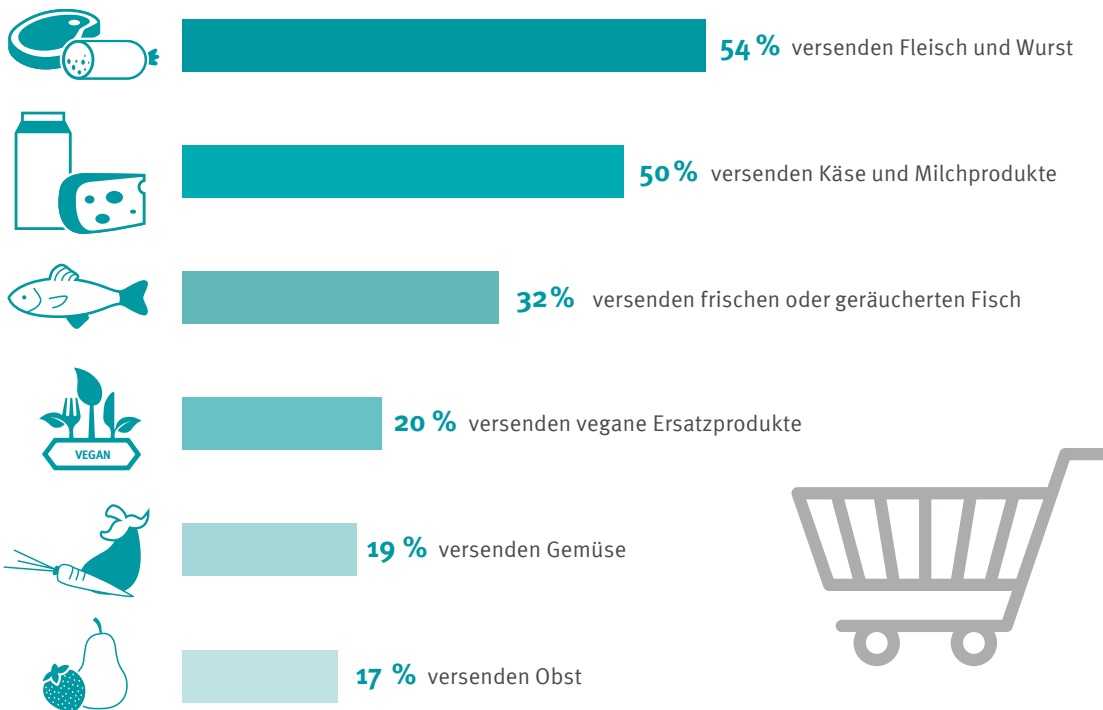
Sortimentskombinationen sind der Verkauf von Fleisch und Käse (37 Fachhändler) sowie Obst und Gemüse (12 Fachhändler).

Neben der Unterteilung hinsichtlich des Warenumfangs lassen sich die Lebensmittel-Online-Händler auch hinsichtlich ihrer spezifischen Ausrichtung auf das Warensortiment¹³ unterscheiden. So finden sich vor allem:

Spezialitätenhändler landestypischer Lebensmittel verkaufen primär frische Lebensmittel aus einzelnen Regionen Europas oder internationale Spezialitäten. Insgesamt wurden 102 Online-Händler dieser Kategorie zugeordnet. Typische Beispiele sind asiafoodland.de, brasil-shop24.de, orient-feinkost.de, sardische-feinkost.de oder turkmarketi.de.

PROZENTUALE VERTEILUNG DER WARENGRUPPEN AUF DIE LEBENSMITTEL-ONLINE-HÄNDLER MIT FRISCHEPRODUKTEN

313 ermittelte Lebensmittel-Online-Händler



¹³ Nicht alle ermittelten Lebensmittel-Online-Händler werden einer spezifischen Ausrichtung hinsichtlich ihres Warensortimentes zugeordnet.

Feinkosthändler vertreiben frische hochwertige Lebensmittel. Dieser Händlerkategorie wurden insgesamt 74 E-Food-Shops zugeordnet. Prominente Vertreter sind der-feinschmecker-shop.de, feinkost-kaefer.de, gourmondo.de, lachskontor.de, otto-gourmet.de oder gosch.de. Diese Händler verkaufen im überwiegenden Fall frische Fleisch- und Wurstspezialitäten, Fisch oder Käse.

Händler veganer und Frei-von-Produkte haben sich auf den Vertrieb von Lebensmitteln spezialisiert, die entweder frei von Lactose, Fructose oder Gluten sind oder sich speziell an Veganer richten. Diese Produkte werden als moderne Lifestyle-Produkte vermarktet und erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Insgesamt wurden 32 Lebensmittel-Online-Händler dieser Kategorie zugeordnet. Beispiele von Online-Anbietern sind alles-vegetarisch.de, boutique-vegan.de, laktosefrei.de oder vegan-total.de.

Biohändler vertreiben ausschließlich bzw. überwiegend Lebensmittel in Bioqualität. Dies bewerben die Händler explizit in ihrem Online-Auftritt bzw. schon in ihrem Shop-Namen oder der verwendeten URL. Insgesamt 25 Lebensmittel-Online-Händler fallen in diese Kategorie. Beispiele bekannter Anbieter sind all-bio.de, amorebio.de, bringmirbio.de, logisch-bio.de oder auch natur.com.

WIE WERDEN E-FOOD-SHOPS VON VERBRAUCHERN NACHGEFRAGT?

Mittels der Anwendung SimilarWeb¹⁴ wurde die Marktrelevanz der Lebensmittel-Online-Händler mit Frischeprodukten anhand von Besucherzahlen untersucht. Insbesondere Supermärkte wie allyouneedfresh.de, real.de und rewe.de¹⁵ zeigen hohe monatliche Besucherzahlen zwischen 500.000 und 1,6 Millionen. Auch Feinkosthändler wie gourmondo.de, gourmetfleisch.de, lemborg-kaviar.de und fleischlust.com werden häufig von potenziellen

¹⁴ SimilarWeb ist eine Plattform, die Big Data Technologien nutzt, um Statistiken über die Nutzung von Webseiten zu messen und zu analysieren. Methodisch basieren die angegebenen Werte auf statistischen Schätzwerten. Die in der Untersuchung genutzten Angaben beziehen sich auf Schätzwerte der monatlichen Besucherzahlen der Monate Oktober-Dezember 2017 (vgl. <https://www.similarweb.com/ourdata>).

¹⁵ Hierbei ist zu berücksichtigen, dass auch Besucher auf der Suche nach weiteren angebotenen Produkten, bei denen es sich nicht um Frischeprodukte handelt, einen Einfluss auf die geschätzten Besuchszahlen haben und diejenigen Online-Händler mit einem umfangreichen Sortiment methodisch bedingt „überschätzt“ werden.

Nutzern besucht (von ca. 150.000 bis 440.000 Besuchen/Monat). Händler veganer und Frei-von-Produkte wie boutique-vegan.com, alles-vegetarisch.de, vegan.z.de oder veggie-shop24.com sind ebenfalls hoch frequentiert (von ca. 65.000 bis 240.000 Besuchen/Monat). Biohändler wie natur.com, bringmirbio.de, all-bio.de und amorebio.de weisen weniger hohe Besuchszahlen auf (von ca. 8.000 bis 36.000 Besuchen/Monat). Zu den eher sehr selten besuchten Lebensmittel-Online-Händlern zählen vor allem Fachhändler mit Spezialisierung auf Feinkost oder landestypische Lebensmittel.

ZERTIFIZIERUNGS- UND KENNZEICHUNGS-PFLICHT BEIM HANDEL MIT BIOPRODUKTEN

Grundsätzlich gilt, dass Produkte mit Bezeichnungen wie „Bio“¹⁶ nur anbieten darf, wer entsprechend den unionsrechtlichen Vorgaben kontrolliert wurde¹⁷ und danach ein Zertifikat („Bescheinigung“)¹⁸ erhalten hat. Dies wurde durch den Europäischen Gerichtshof (EuGH) zum 12. Oktober 2017 für den Online-Handel mit Bioprodukten bestätigt¹⁹. Die Zertifizierung erfolgt über nationale Kontrollstellen. Dabei bekommt jede Kontrollstelle, die das Kontrollsystem entsprechend der EG-Öko-Verordnung durchführt, eine Codenummer zugeteilt²⁰. Für Bioprodukte, die in Deutschland kontrolliert werden, lautet der Kontrollstellen-Code beispielsweise

¹⁶ Siehe zur gesetzlichen Definition Art. 23 Abs. 1 VO (EG) Nr. 834/2007 (vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32007R0834>).

¹⁷ Die Melde- und Kontrollpflicht ergibt sich aus Art. 28 Abs. 1 VO (EG) Nr. 834/2007 (vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32007R0834>). Zum Tatbestand siehe Art. 3 Nr. 8 VO (EG) Nr. 178/2002 (vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:32002R0178>). Zum Tatbestandsmerkmal des Inverkehrbringens siehe Art. 3 Nr. 8 VO (EG) Nr. 178/2002 (vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex%3A32002R0178>).

¹⁸ Siehe Art. 29 VO (EG) Nr. 834/2007 (vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32007R0834>).

¹⁹ Der EuGH entschied mit Urteil vom 12. Oktober 2017, AZ. C-289/16, dass der Verkauf von Bio-Produkten im Internet nur durch einen zertifizierten Online-Händler gestattet ist. Im Ergebnis sind deshalb Händler und Abo-Lieferservice-Betreiber, die Bio-Produkte über Online-Shops oder Internetportale verkaufen, kontrollpflichtig (vgl. <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=195432&pageIndex=0&doclang=DE&mode=req&dir=&occ=first&part=1>).

²⁰ Siehe Art. 27 insbesondere auch Abs. 10 VO (EG) Nr. 834/2007 (vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32007R0834>).

DE-Öko-001²¹. Über die bekannte Codenummer ist die spezifische Kontrollstelle des Händlers daher identifizierbar²². Die händlereigene Codenummer, die sich auch auf dem Zertifikat befindet²³, ist aber nicht zwingend online anzugeben. Nach dem Gesetz auszuweisen ist die für die Bio-Zertifizierung eines Produktes letztverantwortliche Kontrollstelle. Die Kennzeichnungspflicht ist damit produktbezogen. Sie gilt nur für die Codenummer der Öko-Kontrollstelle, die für die Kontrolle des Unternehmens zuständig ist, welches die letzte Erzeugung- oder Aufbereitungshandlung vorgenommen hat. Beispielsweise die Verpackung und Etikettierung²⁴. Dies ist nicht immer der Online-Händler.

KOMMEN HÄNDLER DER ZERTIFIZIERUNGS- UND KENNZEICHNUNGSPFLICHT NACH?

Alle 25 ermittelten Biohändler geben nachweislich die Codenummer ihrer Zertifizierungsstelle an und verfügen über ein gültiges Zertifikat. Die Platzierung der Codenummer der händlereigenen Zertifizierungsstelle wird dabei unterschiedlich gehandhabt²⁵: Zwölf Händler positionieren die Codenummer recht prominent auf der Startseite ihrer Website, neun im Impressum. Bei vier Biohändlern findet sich die Codenummer auf einer Unterseite. Bei einem Händler ist die entsprechende Codenummer erst auf einer mit der eigenen Website verlinkten anderen Internetseite zu finden. Zehn Händler stellen zusätzlich ihr Zertifikat auf der Website zum Download bereit. Ein Großteil der 25 Biohändler vertreibt neben selbst erzeugten Lebensmitteln auch Bioprodukte anderer Hersteller. Dabei weisen einige Biohändler generell an allen nicht selbsthergestellten Produkten die gesetzlich

verpflichtende händlerfremde Codenummer aus, andere nur an einigen dieser Produkte und wieder andere an keinem der Produkte. Hier kann von einem Verstoß gegen die Kennzeichnungspflicht ausgegangen werden.

Diejenigen Lebensmittel-Online-Händler, die nicht ausschließlich Biolebensmittel aber mindestens ein Bioprodukt anbieten, müssen sich ebenfalls dem Kontrollsystem unterziehen und zertifizieren lassen und unterliegen der Kennzeichnungspflicht. Insgesamt wurden von allen 313 Lebensmittel-Online-Händlern 120 Händler ermittelt, die Bioprodukte anbieten. Von diesen nennen 41 Lebensmittel-Online-Händler keine Codenummer einer Kontrollstelle auf ihrer Website, weder die gesetzlich verpflichtende noch freiwillig die händlereigene Codenummer. 17 Händler geben eine Kontrollnummer an, die aber nicht ihre eigene Zertifizierungsstelle identifiziert. Eine Codenummer der händlereigenen Zertifizierungsstelle weisen dagegen 62 der untersuchten Händler online aus. Davon sind 60 ihrer Kontrollpflicht nachgekommen und haben ein aktuell gültiges Zertifikat. Ein Händlerzertifikat war bereits abgelaufen und einem Händler war noch keine Bescheinigung ausgestellt worden.

21 Zur Gestaltung des Codes siehe Art. 58 Abs. 1 lit. d VO (EG) Nr. 889/2008 (vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/de/ALL/?uri=CELEX:32008R0889>).

22 Ergänzend zu Fußnote 7 auch unter: <https://www.oekolandbau.de/haendler/bio-zertifizierung/adressen/kontrollstellen/>.

23 Siehe Art. 29 Abs. 2 VO (EG) Nr. 834/2007 (vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32007R0834>) iVm VO (EG) Nr. 889/2008 Anhang XIIa – Musterformular - (vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/de/ALL/?uri=CELEX:32008R0889>).

24 Die Kennzeichnungspflicht folgt aus Art. 24 Abs. 1 lit. a VO (EG) Nr. 834/2007 (vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32007R0834>). Zur Begriffsbestimmung siehe auch Art. 2 lit. i derselben Verordnung.

25 Eine richtige Platzierung der Codenummer auf der Website bei ausschließlich selbst erzeugten Bioprodukten wurde in der Untersuchung nicht abschließend geklärt.

IMPRESSUM

Herausgeber

Verbraucherzentrale Brandenburg e. V.
Geschäftsführer Dr. Christian A. Rumpke
Babelsberger Str. 12
14473 Potsdam
Tel. (0331) 298 71-0
Fax (0331) 298 71-77
E-Mail marktwaechter@vzb.de

Autoren: Dr. Kirsti Dautzenberg, Constanze Gaßmann,
Britta Groß, Dunja Neukamp

Titelbild: shutterstock

Grafik: Henrike Ott

Icon vegan: created by Freepik.com

Stand: April 2018

© Verbraucherzentrale Brandenburg e. V.

Gefördert durch:



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

verbraucherzentrale