



DIE OLIVENÖLKAMPAGNE 2019/2020: DIE GESAMTE PRODUKTIONSKETTE VERSTEHEN

Nach der seit Langem schlechtesten Olivenernte in 2018/19 kündigt sich für 2019/20 eine regional unterschiedliche Produktion an, bei der einige Gebiete recht gut abschneiden, andere relativ schlecht.

So wird beispielsweise nach einer Untersuchung Coldiretti nach Schätzungen von Unaprol/Ismea bei der ersten Pressung in Italien eine Produktion von etwa 315.000 Tonnen Olivenöl erwartet (Prognose nach Coldiretti-Daten), ein Plus von 80% gegenüber dem vorangegangenen Olivenöljahr 2018/2019, das mit 172.000 Tonnen (Ismea-Daten - Aega) das schlechteste der letzten 30 Jahre war.

Dennoch liegt der Ertrag beim Olivenanbau deutlich unter dem Durchschnitt der vergangenen zehn Jahre. Auch angesichts dieser Tatsachen müssen seriöse Herstellungsabläufe prämiert werden, die die Produktion von hochwertigen Ölen gewährleisten. Außerdem müssen kontrollierte und garantierte Produkte mit durchgehend standardisierten und streng überwachten Produktionsverfahren gefördert werden.

Klar gegliederte und gut verständliche Produktetiketten erleichtern dem Verbraucher die Entscheidung für wertvolles und gesundes natives Olivenöl extra und tragen zur Bewahrung dieses wichtigen Naturerbes bei.

Native Olivenöle extra g.U., g.g.A und BIO aus der EU sind sicherlich die beste Wahl, da sie dank der strengen Produktionsvorschriften Qualität und Authentizität garantieren.

Die Kampagne „Looking for the Perfect Food“ wird von der Europäischen Union unterstützt und ist Teil der gemeinsamen Bemühungen um Qualität und zum Schutz der Produktionsprozesse.

Die Kampagne ist eine der Initiativen des Kommunikationsprojekts „EcceOlio“ in Italien, Frankreich und Deutschland. Hauptziel dieses Projektes ist es, den Verbrauchern und den Beschäftigten des Sektors die spezifischen Garantien und den Mehrwert der europäischen Prüfzeichen bezüglich Herkunft, Kontrolle der Produktionskette, Nährwert und organoleptischer Qualität zu vermitteln. Durch eine Reihe von Informations- und Werbeinitiativen auf verschiedenen Ebenen soll eine möglichst akkurate und umfassende Information gewährleistet werden.

Natives Olivenöl extra trägt wesentlich zu unserer Gesundheit bei und wird durch rein mechanische Prozesse direkt aus Oliven gewonnen.

Diesen Vorteil bieten aber nur Qualitätsöle, besonders wenn sie zertifiziert sind.

In Italien ist der Verzehr von Olivenöl nach Angaben von UNAPROL (Nationale Vereinigung der Olivenproduzenten) 2019 um 4% gestiegen.

Deshalb muss besonderer Wert auf die Information der Käufer gelegt werden. Die Produktetiketten müssen leicht verständlich gestaltet sein, damit der Verbraucher den gesamten Produktionsweg nachverfolgen und seine Kaufentscheidung bewusst treffen kann.

In den letzten Monaten hat außerdem die internationale Zollpolitik an Gewicht gewonnen. Glücklicherweise ist es dem italienischen Olivenölsektor gelungen, die bestehenden Bestimmungen aufrecht zu halten. Aus Berechnungen von UNAPROL aufgrund von Daten des italienischen Amtes für Statistik ISTAT



zu den von den USA geplanten Zollabgaben auf Agrar- und Lebensmittelprodukte geht hervor, dass 443 Millionen Euro Olivenölexporte in die Vereinigten Staaten davon unangetastet bleiben und Olivenöl damit eines der bedeutendsten Symbole des Made in Italy bleibt.

Umso mehr ist es wichtig, möglichst übersichtliche, korrekte und vollständige Informationen zu liefern, die auch für den Verbraucher leicht zu verstehen sind.

Im Zeitalter von ökologischer Wirtschaft und nachhaltiger Entwicklung ist hochwertiges Olivenöl ernährungsökologisch konkurrenzlos und stellt eine wertvolle Ressource direkt aus der Natur dar – eine nährstoffreiche, gesunde und umweltschonende Ressource.

Native Olivenöle extra aus der EU mit den Bezeichnungen g.U., g.g.A und BIO sind hier der beste Schutz für Verbraucher und seriöse Unternehmen, die oftmals durch unfaire Geschäftspraktiken geschädigt werden.

Der Inhalt dieser Werbekampagne gibt lediglich die Ansichten des Autors wieder und liegt in seiner alleinigen Verantwortung. Die Europäische Kommission und die Exekutivagentur für Verbraucher, Gesundheit, Landwirtschaft und Lebensmittel (CHAFEA) übernehmen keinerlei Verantwortung für eine etwaige Weiterverwendung der darin enthaltenen Informationen.

