

# Olivenöl Italien: Lieber weiterhin im trüben fischen.



Seit vier Jahren sprechen wir nun davon, daß die italienischen Olivenöle bald die kontrollierte Ursprungsbezeichnung – nach europäischem Vokabular die geschützte Ursprungsbezeichnung – erhalten sollten. Seit vier Jahren kennen wir sogar die Namen jener DOC-Ölivenöle, die «nächstens» anerkannt werden sollen. Seit Jahren jedoch geschieht nichts. Nur immer «parole, parole, parole ...». Bis zum heutigen Tag gibt es kein einziges italienisches anerkanntes DOC-Ölivenöl.

VON ANDREAS MÄRZ

**K**lar, die DOC alleine garantiert noch keine Qualität (siehe Wein), aber sie setzt die Regeln fest und verankert die Bezeichnung und die Produktionsregeln im Gesetz. Ein Gesetz gibt Sicherheit darüber, was richtig ist und was falsch, was erlaubt ist, was unerlaubt. Ob den Gesetzen dann Beachtung folgt, ist eine andere Frage. Diese muß dann aber nicht mehr der Markt, sondern die zuständige Staatsanwaltschaft beantworten.

Gesetze für den Bezeichnungsschutz des Olivenöls bestehen, schubladenweise, in Rom wie in Brüssel. Nun wäre es zwar einfach, den Behörden die Schuld für die dramatischen Verspätungen in die Schuhe zu schieben ... aber es wäre nicht ganz plausibel. Denn obschon Behörden – die italienischen sind da besonders hell leuchtende Beispiele – Eile nur am Feierabend kennen, macht einen das italienische Schneckentempo in Sachen Olivenöl doch etwas stutzig.

Vor gut vier Jahren wurde das italienische Gesetz, das die Olivenöl-DOC regelt, aus der Taufe gehoben und ebenfalls im Jahre 1992 das europäische Reglement 2081 zum Schutz der Herkunftsbezeichnungen und Ursprungsbezeichnungen der Lebensmittel (von Olivenöl über Käse und Speck bis zum Mineralwasser) verabschiedet. Die italienische Regierung hätte rechtzeitig und gesetzeskonform ihre Wünsche betreffend Olivenöl-DOC anmelden müssen. Es scheint unglaublich, aber bis heute ist das nicht geschehen: unter den ersten 318 Erzeugnissen, deren Ursprungsbezeichnungen dieses Frühjahr von der EU unter ihren Schutz gestellt wurden, befand sich kein einziges italienisches Olivenöl (dafür 16 griechische und 10 spanische).

Wirklich nur Zufall, wirklich nur Unfähigkeit der zuständigen Beamten? Die Unfähigkeit wirkt vorgeschoben. Vor dem Hintergrund eines gigantischen Ölbusineß an Zufälligkeiten glauben zu wollen wäre arg naiv. Einige wenige Firmen (darunter die Lebensmittelmultis Unilever und Nestlé, die Nummer 2 und Nummer 3 der internationalen Multi-Hitparade) haben das italienische Ölgeschäft (Schätzungen sprechen von drei bis vier Milliarden Mark) fest im Griff, klar, daß sie es sich nicht durch lästige Störfeuer, wie den Schutz von Ursprungsbezeichnungen, verderben lassen wollen.

Für die Ölgiganten steht einiges auf dem Spiel. Der Unterschied zwischen einem hochwertigen und einem minderwertigen (oft auch gepanschten) Olivenöl ist äußerlich kaum zu erkennen, und betreffend die Be-

zeichnungen herrscht wenig Kontrolle: alle Marken schwimmen in einem großen, gemeinsamen Ölteich, in dem das einzige Verkaufsargument der Preis ist. Durch eine eventuelle breite Einführung der DOC droht den Großanbietern nun die Gefahr, daß die wertvollen, angesehenen Öle ganz offiziell aus dem Teich auf eine Insel gehoben und damit von den kommerziellen Qualitäten deutlich unterscheidbar würden. Zurück im anonymen Teich blieben die billigen Verschnittöle, die nun – ohne den Vorteil, von den Verbrauchern mit den besseren Ölqualitäten verwechselt zu werden – mit wesentlich schlechteren Markt- und Gewinnchancen dastehen würden.

Geradezu verwunderlich wäre es, wenn die verantwortlichen Manager der führenden Marken – Dante, San Giorgio, Bertolli (alle drei Unilever), Carapelli (Eridiana-Montedison), Sasso (Nestlé), Monini und Sagra – nicht alle Hebel in Bewegung setzen würden, um über ihre politischen Laufburschen die Einführung der DOC zu verzögern. Anders läßt sich auch gar nicht sinnvoll erklären, weshalb die Situation um das italienische Olivenöl noch immer, und wohl noch lange, durch völlige Trübheit glänzt.

Daß das Geschäft mit dem Olivenöl und der Preiskampf auf diesem Sektor

## Stößt Unilever Ölsektor wieder ab?

Nach dem kostspieligen Einstieg in das italienische Ölgeschäft (Übernahme von Bertolli von Cirio) scheinen die Dinge bei Bertolli und San Giorgio schlecht zu laufen. Einschneidende Restrukturierungsmaßnahmen und Entlassungen stehen bevor. In gewöhnlich gut informierten Kreisen wird davon gesprochen, daß die Manager von Unilever die Nase vom Ölgeschäft voll hätten und die beiden Ölfirmen in Balde abstoßen wollten. Als Käufer wird die Familie Ferrara (Olio Sagra) gehandelt.

# Olivenöl ist **OUT!** **IN** ist das synthetische Null-Kalorien-Öl aus den USA.

Öl braucht in den USA nun nicht mehr gepanscht zu werden. Es darf mit Erlaubnis der Food and Drug Administration nun gänzlich ohne Olivenbäume, Erdnüsse oder Maispflanzen hergestellt werden. Künstlich nämlich. Olestra heißt ein synthetischer Öltyp, den Procter & Gamble entwickelt hat und nun unter dem Namen Olean auf den Markt bringt.

Daß Olean ein Verkaufshit wird, steht schon heute fest: es ist nämlich gänzlich unverdaulich und in der Lage, die menschlichen Eingeweide ungeschoren bis zum Ausgang zu passieren. Die Food and Drug Administration ist noch vorsichtig, Olestra-Öle dürfen vorläufig erst für Pommes chips, Crackers und ähnliche Kulturlosigkeiten verwendet werden, und auf der Packung muß vermerkt sein, daß Olestra Verdauungsstörungen und flotten Otto beschern und die Absorption von Vitaminen und anderen Nährstoffen verhindern kann. Wenn's weiter nichts ist. Immerhin verspricht Olestra einen der unwahrscheinlichsten Träume der Überflummenschheit zu erfüllen: fressen, was das Herz begehrt, und eine Linie wie Cindy Crawford. Und auf die paar Vitamine pfeifen wir gerne, dafür gibt's schließlich Pillen.

Die Procter & Gamble-Leute sind euphorisch und wissen, daß sie mit dem Kunstöl den Grundstein für das große Geschäft des ausgehenden zweiten Jahrtausends gelegt haben. Dreißig Jahre haben sie daran geforscht und Unsummen in das Projekt hineingesteckt. Wer möchte ihnen nun den gerechten Markterfolg vergönnen?

Auch wir von der Merum-Redaktion sehnen uns bereits den Tag herbei, wo der Anbau von Tomaten und Olivenbäumen gänzlich unwirtschaftlich geworden ist und wir genußvoll einen auf der Speisekarte mit «Italian Dream» bezeichneten Horssol-Tomatensalat aus sonnen- und bodenfreien Klimazelten mit künstlichen Farb- und Geschmacksstoffen angereichertem Kunstöl genießen dürfen. Mit null Kalorien! Oder, um mit Burton Anderson zu sprechen: Sehnsüchtig warten wir darauf, «... uns von den Lebensmittel-multis in eine prächtige, neue Eßwelt führen zu lassen.»

nen Litern ist die Rede, und damit gestreckt worden seien vor allem Extravergine-Olivenöle!

Komplizen oder Opfer? Ist doch zumindest erstaunlich, wie leicht sich Lebensmittelgiganten wie Bertolli und Sasso von kleinen südtaliesischen Gaunern hinters Licht haben führen lassen wollen! Die Rolle des unschuldigen Opfers steht der Nestlé und den anderen Großkonzernen nicht. Zwar soll es laut Analytikexperten der Branche schwierig sein, Verschnitte mit 20 oder 30 Prozent Haselnußöl mit Hilfe der Gaschromatographie aufdecken zu können, da das Fettsäuremuster von Haselnußöl dem des Olivenöls sehr ähnlich sei, aber viel Vertrauen in die PR-wirksam hochgepiesene

Qualitätsgarantie der Lebensmittelindustrie kommt da jedenfalls nicht auf.

Ob von sträflicher Leichtfertigkeit der Betriebe Bertolli und Sasso oder sogar von Komplizenschaft gesprochen werden muß, steht noch nicht fest. Fest steht jedoch, daß die multinationalen Ölmagnaten den Handel mit Olivenöl rücksichtslos zu einem reinen Preisgeschäft reduziert und den wirklichen Olivenölproduzenten immensen Schaden zugefügt haben. Wie ist es möglich, daß in Italien Extravergine-Öle im Ladengeschäft oft nicht mehr kosten als im Großhandel? Und die Abfüll- und Vertriebskosten, die Etikette, die Flasche? Der Detailpreis müßte mindestens doppelt so hoch sein wie der Grossistenpreis. Schon lange warnen besorgte Stimmen, daß da etwas nicht stimmen kann. Aber keine Zeitung, kein TV-Kanal wagte es bis heute, gegen die Machenschaften der übermächtigen Ölscheichs etwas zu unternehmen.

Der Preisdruck, den die großen Ölfirmen auf die Lieferanten ausüben, scheint deren kriminelle Kreativität enorm zu inspirieren. Hinter dem Haselnußtrick scheinen jedoch mehr als nur ein paar unbedarfte apulische Panscher zu stehen. Die italienischen Fahnder haben bereits mehrere Verhaftungen vorgenommen und sind einer heißen Fährte in London auf der Spur. Die Finanzpolizei vermutet, daß die bisher aufgedeckten Fälschungen nur einen kleinen Teil eines enormen Handels darstellen und noch andere bekannte Olivenölmarken betroffen sein könnten. Es muß daher befürchtet werden, daß die bisher entdeckten gepanschten Olivenöle nur die Spitze eines Ölbergs darstellen und noch einiges Ungutes auf uns zukommen könnte.

Die für uns relevante Frage ist jedoch nicht, welche teuer bezahlten Anwälte nun wessen Schuld an der Panscherei auf wen abschieben und wie stark sich die Affäre auf die Umsätze von Olio Sasso, Bertolli und andere Industrieöle auswirken wird, sondern eine ganz andere: Wie um Himmels willen soll unter solchen schummrigen Marktverhältnissen ein ehrlicher, sorgfältiger Erzeuger im Chianti Classico, am Gardasee, in Umbrien, in Ligurien oder im nördlichen Apulien für sein nach allen Regeln der Kunst gemachtes Olivenöl auf dem Markt den Preis erhalten, der seinen Produktionskosten und der Güte des Öls entspricht? Welches Verkaufsargument kann er noch vorbringen, das die Ölindustriellen nicht schon längst gewinnbringend ausgehöhlt haben? Qualität, Natürlichkeit, Verbraucherschutz, Gesundheit, Qualitätskontrolle, Schutz der Umwelt, Lebensstil, Lightneß, Fitneß ... alles Schlagworte, die die Lebensmittelindustrie längst für Produkte usurpiert und in ihre Werbespots eingebaut hat, die die Hälfte eines

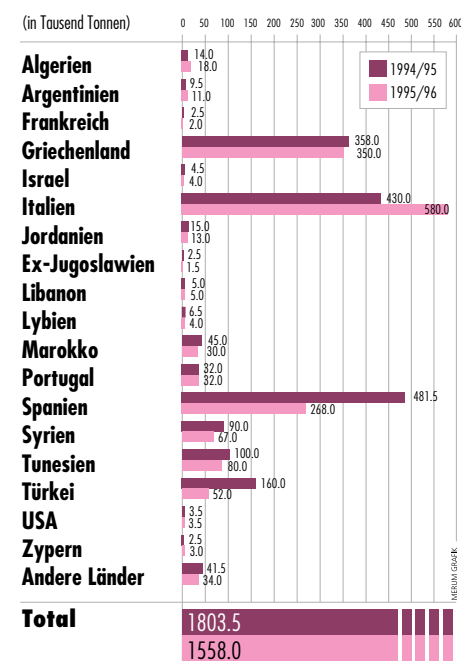
wirklich guten Extravergine-Olivenöl mit klarem Ursprung kosten.

Für Qualitätsproduzenten und Qualitätsverbraucher kann es keine andere akzeptable Perspektive geben als den gesetzlichen Schutz der Bezeichnungen: Schutz und effiziente Kontrolle der – konkrete Qualitätskriterien implizierenden – Ursprungsbezeichnungen.

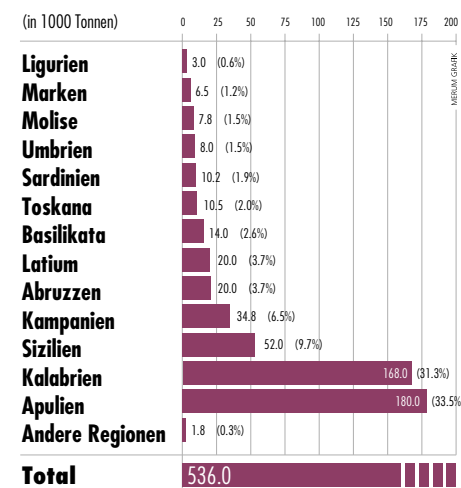
Niemand möchte den Lebensmittelindustriellen das lukrative Geschäft mit verschnittenen, ursprungslosen, mittelmäßigen und preisgünstigen Produkten verderben. Jedenfalls so lange nicht, wie diese Produkte als solche erkennbar sind und auf dem Regal nicht mit Erzeugnissen hoher qualitativer Ansprüche verwechselt werden können. Es kann nicht weiter toleriert werden, daß durch die bezeichnungsrechtliche Strukturlosigkeit im Angebot nicht nur systematisch der Verbraucher geprellt, sondern auch die Konkurrenzfähigkeit der Qualitätsproduzenten, ein zwar kleiner, kulturell und sozial dafür um so wertvollerer Sektor, unlauter benachteiligt wird.

M

## Olivenöl Produktion weltweit



## Olivenöl Produktion Italien 1993/94



Quelle: Uliveto Italia/ISMEA

zu faulen Tricks und sogar zu offensichtlich ungesetzlichen Handlungen verlocken, zeigt der jüngste Ölskandal. Unter den Marken Bertolli und Sasso wurde in den vergangenen Jahren massiv mit minderwertigem Haselnußöl gepanschtes Olivenöl auf den Markt gebracht. Ein Ereignis, das übrigens von Presse und Fernsehen in Italien recht effizient totgeschwiegen wurde. Ob die Tausende von Werbemilliarden (Lire) der Lebensmittelmultis, die da jährlich verteilt werden, den Redaktionen wohl die Sprache verschlagen haben?

Die Zulieferer der Ölgiganten sind einem enormen Preisdruck ausgesetzt, der sie zu solchem und anderem Tun zu verlocken scheint. Zusätzlich zur bekannten Affäre, bei der apulische Händler aus der Türkei und Tunesien importierte Oliven als EU-Importe deklarierten und damit unrechtmäßige Produktionszuschüsse kassierten, gesellt sich nun die neue, brisante Entdeckung der apulischen Staatsanwälte: Nicht alleine von der EU subventionierte Oliven ließ man aus der Türkei kommen, auch billiges Öl aus Haselnußabfällen. Von zehn Millio-