

# QUALITÄT UND HERKUNFT FÜR PARTNERBETRIEBE

## RICHTLINIE FÜR DIE GASTRONOMIE

Version 2020



## IMPRESSUM

Medieninhaber und Hersteller: Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH

A-1200 Wien, Dresdner Straße 68a, Tel. 050/3151-0

© 2019 by Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH, Version Jänner 2020

Gestaltung und Fotos: Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH

Kopie und Verteilung nur in unveränderter Form erlaubt!

## **A) ZIEL DER RICHTLINIE**

Mit dieser Richtlinie wird ein einfaches, klares und transparentes Qualitätsprogramm für Gastronominnen und Gastronomen erstellt, das für frische Speisenzubereitung, regionale Herkunft und unabhängige Kontrolle steht. Damit schafft dieses Programm die Voraussetzungen für die Qualität, die Konsumentinnen und Konsumenten in diesen Gastronomiebetrieben erwarten.

## **B) BASISANFORDERUNGEN**

### **Allgemeines**

Bei diesem Qualitätsprogramm handelt es sich um ein behördlich genehmigtes Programm, dessen Umsetzung durch die AMA-Marketing erfolgt. Alle Gastronomiebetriebe, die die im Folgenden beschriebenen Kriterien erfüllen, können als Partner daran teilnehmen.

### **Nachvollziehbarkeit der Herkunft**

Teilnehmende Partnerbetriebe müssen durch Rechnungen und Lieferscheine die Herkunft der Rohstoffe für Dritte nachvollziehbar belegen können. Diese Aufzeichnungen sind so zu führen bzw. die entsprechenden Belege (Lieferscheine, Rechnungen) so abzulegen, dass diese für Dritte plausibel sind und die Daten für die Kontrollstelle jederzeit nachvollziehbar sind.

### **Beratungen**

Es wird empfohlen, laufende Beratungen durch Experten in der Gastronomie in Anspruch zu nehmen.

### **Kontrollen**

#### **a) Eigenkontrollen**

Teilnehmer haben vor der Teilnahme an der Richtlinie sowie zumindest einmal jährlich eine Eigenkontrolle in Form einer von der AMA-Marketing vorgegebenen Selbstbewertungs-Checkliste durchzuführen mit dem Ziel, die Qualitäts- und Herkunftskriterien dieser Richtlinie zu erfüllen.

Zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit hat der Betrieb die gesetzlichen Vorgaben einzuhalten. Dazu ist ein Eigenkontrollsystem, z.B. auf Grundlage der entsprechenden Hygieneleitlinien des BMASGK oder vergleichbare Richtlinien in anderen Mitgliedstaaten, umzusetzen – siehe [www.verbrauchergesundheit.gv.at](http://www.verbrauchergesundheit.gv.at).

## b) Wareneingangskontrolle

Bei Zukäufen von Rohstoffen/Zutaten ist eine Wareneingangskontrolle, betreffend die Anforderungen dieser Richtlinie, durchzuführen.

## c) unabhängige externe Betriebskontrollen

- Erstkontrolle

Vor der Teilnahme erfolgt die Erstkontrolle durch eine unabhängige, von der AMA-Marketing zugelassene externe Kontrollstelle.

- regelmäßige externe Betriebskontrollen

Die Einhaltung der Qualitäts- und Herkunftskriterien dieser Richtlinie wird risikobasiert zumindest alle drei Jahre durch eine unabhängige, von der AMA-Marketing zugelassene externe Kontrollstelle überprüft. Es gilt der Grundsatz „Was ausgelobt wird, muss stimmen und nachvollziehbar sein!“.

Eine Anerkennung von Kontrollen und Qualitätsbestimmungen anderer Qualitätsprogramme durch die AMA-Marketing ist möglich.

## **C) QUALITÄT**

Partnerbetriebe setzen auf typische, unverwechselbare regionale Qualität, die durch folgende Merkmale gekennzeichnet ist:

### **I. Frische Speisenzubereitung**

In Partnerbetrieben erfolgt eine frische Speisenzubereitung aus regionalen Rohstoffen.

### **II. Angebot von regionstypischen Spezialitäten**

Ein Merkmal der Partnerbetriebe ist das Angebot regionstypischer traditioneller Spezialitäten/Speisen. Dabei soll auf traditionelle oder innovative hauseigene Rezepturen und Herstellungsweisen zurückgegriffen werden.

Außerdem ist die Umsetzung mindestens eines der folgenden drei Punkte verpflichtend, wobei der wertbestimmende Rohstoff aus der Region stammen muss.

1. Einsatz von zwei regionstypischen Rohstoffen, z.B. Käse und Jungrindfleisch oder
2. Angebot von zwei regionstypischen Speisen, z.B. Rieslingsbeuscherl, Bohnensterz, Schweinsbraten, Hechnockerl und Kaspresknödel oder

3. Verwendung eines regionstypischen Rohstoffes, z.B. Jungrindfleisch und Angebot einer regionstypischen Speise z.B. Käsespätzle, Kärntner Kasnudeln. Zur Stärkung der Zusammenarbeit der Betriebe ist der Zukauf von traditionellen Spezialitäten aus regionalen Lebensmittelmanufakturen möglich, sofern die Hauptzutat nachweislich aus der Region stammt.

### **III. Bevorzugter Einsatz von Rohstoffen aus Qualitätsprogrammen**

In zumindest einer Produktkategorie (siehe Kapitel D) sind alle Rohstoffe/Zutaten aus Qualitätsprogrammen zu beziehen, z.B. Bio, g.U., g.g.A., AMA-Gütesiegel, AMA-Biosiegel, Qualitäts- und Herkunftsrichtlinien für bäuerliche Direktvermarkter und/oder Lebensmittelmanufakturen.

### **IV. Kein Einsatz von Lebensmittelimitaten**

Partnerbetriebe verzichten auf den Einsatz von Schlagobers-Ersatzprodukten auf pflanzlicher Basis, von Schinkenimitaten mit erhöhtem Wassergehalt sowie von Käseimitaten auf pflanzlicher Basis. Ausgenommen sind vegane Restaurants und Gerichte.

### **V. Keine Verwendung von Eiern und Eiprodukten aus Käfighaltung**

Partnerbetriebe setzen nur Eier und Eiprodukte aus alternativen Haltungsformen ein.

### **VI. Alle Partnerbetriebe verpflichten sich, die Qualitätsstandards des Österreichischen Lebensmittelbuches ([lebensmittelbuch.at](http://www.lebensmittelbuch.at)) einzuhalten.**

Die Qualitätsstandards des Österreichischen Lebensmittelbuches sind in vielen Punkten strenger als die rechtlichen Anforderungen. Sie beschreiben die österreichische Verkehrsauffassung und legen damit ein Qualitätsniveau fest, das eine Differenzierung gegenüber dem allgemeinen EU-Grundansatz der Rezeptfreiheit bei freiem Zugang zu den Rohstoffen auf internationalen Märkten schafft.

Sind für vom Betrieb hergestellte Gerichte/Speisen Qualitätskriterien im Österreichischen Lebensmittelbuch definiert, so müssen diese eingehalten werden. Die Inhalte sind unter [www.lebensmittelbuch.at](http://www.lebensmittelbuch.at) online abrufbar. Vergleichbare Qualitätskriterien anderer Mitgliedstaaten werden anerkannt.

### **VI. Weitere für die Qualität relevante Anforderungen**

Das allgemeine Erscheinungsbild des Betriebes muss jenem eines gut geführten Betriebes bezüglich Ausstattung, Tischkultur und Hygiene entsprechen. Der Betrieb

hat die nationalen und europäischen gesetzlichen Bestimmungen die Hygiene betreffend einzuhalten. Die Betreuung der Gäste erfolgt durch nachweislich geschultes Personal.

## **D) REGIONALE HERKUNFT**

Partnerbetriebe setzen auf kurze Versorgungsketten und damit auf regionale Zutaten, für eine möglichst frische Speisenzubereitung.

Der Betrieb legt jene Region/en fest, aus der/denen er die Rohstoffe für die Produktkategorien bezieht. Regionen sind landschaftlich abgegrenzte Gebiete, Bundesländer oder länder- oder staatenübergreifende Gebiete. Mehrere Regionen übergreifende Gebiete (einschließlich Regionen, die mehr als einen Staat umfassen) sind ebenfalls möglich (z.B. Region Neusiedlersee, Region Bodensee).

Partnerbetriebe verpflichten sich, Rohstoffe aus den folgenden fünf Produktkategorien nachweislich aus den festgelegten Regionen zu beziehen. Werden die Rohstoffe einer bestimmten Produktkategorie nicht eingesetzt, entfällt diese Kategorie, z.B. entfallen für vegetarische Restaurants die Kategorien „Fleisch“ und „Wild und Fisch“. Wenn dem Gast kommuniziert wird, dass temporär Rohstoffe anderer Herkunft im Rahmen von Aktionswochen bezogen, können diese eingesetzt werden.

### **Kategorie 1 – Fleisch**

Aus der Gruppe Rind, Schwein und Huhn müssen verpflichtend zwei regionale Fleischarten eingesetzt werden, sofern zwei dieser Fleischarten ganzjährig angeboten werden bzw. der Schwerpunkt in der Speisekarte auf diesen Fleischarten liegt.

Bei Fleischarten, die für den Betrieb namensgebend sind (z.B. Backhendlwirt), ist verpflichtend Fleisch aus der Region zu verwenden.

### **Kategorie 2 – Milch und Milchprodukte**

Folgende Milch und Milchprodukte müssen verpflichtend aus der Region stammen: Milch (inklusive H-Milch und Kondensmilch), Butter, Topfen, Naturjoghurt, Sauerrahm und Schlagobers, Käse, der beim Kochen der Gerichte verwendet wird, z.B. bei Käsespätzle und Cordon bleu.

Gastronomen, die ein Käsesortiment führen (z.B. bei Käseplatten, im Käsewagen oder im Rahmen des Frühstückangebots), müssen mindestens zwei regionale Käse anbieten.

### **Kategorie 3 – Eier**

Eier (frisch und gekocht) müssen von Legehennen aus Boden-, Freilandhaltung bzw. biologischer Landwirtschaft aus der Region stammen.

### **Kategorie 4 – Erdäpfel, Gemüse und Obst**

Erdäpfel und mindestens drei weitere ganzjährig verfügbare Obst- oder Gemüsearten sind verpflichtend aus der Region zu verwenden. Dabei sind die einzelnen Obst- und Gemüsearten (z.B. Äpfel, Zwiebel, Kraut, Karotten) anzugeben.

### **Kategorie 5 – Wild und Fisch**

Die Verwendung mindestens einer Wildart aus regionaler Jagd oder einer regionalen Fischart ist verpflichtend. Der Bezug kann auch saisonal erfolgen.

Die einzelnen Fisch- bzw. Wildarten wie Forelle, Karpfen, Saibling bzw. Reh, Hirsch, Wildschwein oder Fasan sind gegebenenfalls in der Speisekarte zu nennen.

Bei Fischarten, die für den Betrieb namensgebend sind (z.B. Forellenhof), sind verpflichtend Fische aus der Region zu verwenden.

### **Weitere frei wählbare Produktkategorien**

Es können weitere Produktkategorien gewählt werden, wenn diese von bäuerlichen Produzenten oder regionalen Lebensmittelmanufakturen produziert werden, z.B. Brot und Gebäck, Nudeln, Honig.

### **Herkunft der Rohstoffe - Produktionsgebiet**

pflanzliche Rohstoffe: wo die Pflanzen/Früchte geerntet wurden

Fleisch: wo die Tiere gemästet wurden – Geburt (Schlupf), Schlachtung und Zerlegung finden zumindest in jener Region statt, in der das Produktionsgebiet liegt

Fische: wo die Fische aufgewachsen sind – die Schlachtung und Verarbeitung finden zumindest in jener Region statt, in der das Produktionsgebiet liegt

Eier: wo die Eier gelegt wurden

Milch: wo die Milch gemolken wurde

## **E) FREIWILLIGE HERKUNFTSANGABEN BEI GERICHTEN**

Bei der Verwendung freiwilliger Herkunftsangaben bei Gerichten müssen immer alle wertbestimmenden Rohstoffe aus der angeführten Region stammen. Das Qualitätsprogramm ermöglicht die Herkunftsbezeichnung wahlweise in folgenden Regionsklassen: Produktionsgebiet (z.B. „Illmitzer Spargel“), Bundesland (z.B. „Tafelspitz vom Salzburger Rind“) oder ein mehrere Regionen übergreifendes Gebiet (z.B. „Neusiedlersee Fisch“).

Davon ausgenommen sind verkehrsübliche Bezeichnungen und Gattungsbezeichnungen, einschließlich geografischer Begriffe, die den Ursprung wortwörtlich angeben, die jedoch allgemein nicht als Ursprungsangabe oder Herkunftsort des Lebensmittels verstanden werden, wie Wiener Schnitzel oder Salzburger Nockerl; hier ist kein Herkunftsnachweis (z.B. aus Wien oder Salzburg) zu erbringen.

## **F) ANGABEN IN DER SPEISEKARTE / IM AUSHANG**

Bei den regional zu beziehenden Produktkategorien sind die Herkunft und gegebenenfalls die Produktionsweise anzugeben. Dabei gibt es folgende Möglichkeiten:

- in der Hauptspeisekarte und/oder
- in einer Sonder- oder Zusatzspeisekarte und/oder
- in Form eines Tischaufstellers und/oder
- als Aushang, der für Gäste gut sichtbar angebracht ist und/oder
- in digitalen Medien.

Bei den Angaben ist eine Erklärung zur Bedeutung des Qualitätsprogrammes anzubringen, z.B. „Als Partnerbetrieb kochen wir Spezialitäten frisch mit folgenden regionalen Rohstoffen ...“. Es wird empfohlen, die geografische Region der jeweiligen Rohstoffe dabei möglichst genau anzugeben (z.B. Karpfen aus dem Waldviertel, Käse aus dem Bregenzerwald). Ist die nähere Angabe regionaler Herkunft nicht möglich oder wegen mangelnder kontinuierlicher Verfügbarkeit nicht umsetzbar, kann auch ein Bundesland (z.B. Tirol, Bayern) oder ein mehrere Regionen übergreifendes Gebiet (z.B. Region Neusiedlersee, Region Bodensee) angegeben werden. Dabei ist sicherzustellen, dass die Herkunftsvorgaben gemäß Kapitel D eingehalten werden.



## **G) DEFINITION**

### **Frische Speisenzubereitung**

Frische Zubereitung umfasst die hausgemachte Herstellung von Produkten und Speisen. Zur Haltbarmachung können die gefertigten Produkte beispielsweise auch eingefroren oder anderwärtig konserviert werden (z.B. eingelegtes Gemüse, Kompott).

### **Traditionelle Spezialitäten/Speisen**

Traditionelle Spezialitäten/Speisen sind spezifische Speisen oder Lebensmittel, die

- auf eine traditionelle Art hergestellt, zubereitet oder verarbeitet werden oder
- eine traditionelle Zusammensetzung aufweisen oder nach hauseigenen Rezepturen hergestellt werden oder
- aus traditionell verwendeten Rohstoffen oder Zutaten hergestellt werden.

### **Alternativen Haltungsformen**

Alternative Haltungsformen von Legehennen sind Boden-, Freiland- oder Biohaltung.

### **Lebensmittelimitate**

Lebensmittelimitate sind Produkte, die ein anderes Erzeugnis nachahmen, um diesem in Geschmack und Aussehen weitgehend zu gleichen. Bei Lebensmittelimitaten werden einzelne Bestandteile vollständig oder teilweise ersetzt, z.B. Schinkenimitate, Käseimitate, Schlagobersimitate.

## **H) FACHGREMIUM**

Das Fachgremium ist zuständig für die Erstellung, Änderung und Freigabe dieser Richtlinie, für die fachspezifische Auslegung des Sanktionskatalogs und für die Behandlung von Beschwerden gegen verhängte Sanktionen. Sitzungen des Fachgremiums sind im Bedarfsfall abzuhalten. Die Sitzungen sind nicht öffentlich.

Dieses Fachgremium setzt sich aus folgenden drei Bereichen zusammen:

- sieben Vertreter/innen teilnehmender Betriebe unterschiedlicher Bundesländer (die Nominierung erfolgt in Abstimmung mit den Wirthauskulturen)
- ein/e Vertreter/in der Kulinarik Österreich (KIÖ), ein/e Vertreter/in der Landestourismusorganisationen, vier Vertreter/innen unterschiedlicher Initiativen der Gastronomie, ein/e Vertreter/in des Fachverbandes Gastronomie der Wirtschaftskammer Österreich
- ein/e Vertreter/in der AMA-Marketing

Die Einladung der Teilnehmer unter Angabe der Tagesordnungspunkte und der Vorsitz obliegen der AMA-Marketing. Jeder der nominierten Teilnehmer sorgt bei Verhinderung für die Entsendung einer informierten Vertretung. Je nach Bedarf kann sich das Fachgremium zusätzlicher Experten/innen bedienen. Diesen kommt kein Stimmrecht zu.

Zur Beschlussfassung ist die Zustimmung der einfachen Mehrheit erforderlich, sowie zusätzlich zumindest eines/einer Vertreters/in der genannten Bereiche.

Ein vom Fachgremium gefasster Beschluss kann von einer/einem o.g. Vertreter/in beim übergeordneten Lenkungsgremium für das Qualitätsmanagement der AMA-Marketing angefochten werden.