

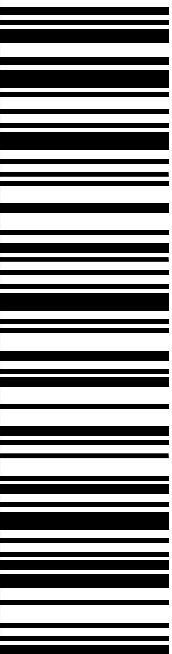


# VON DER KRISE

FROM CRISIS

# ZUR KOMPETENZ

TO COMPETENCE





# INHALT

Einleitung	1	2.1.4 Grenzen einer Handelsorganisation	18
<b>■ KAPITEL 1</b>		<b>2.2 Die ORGAINVENT</b>	<b>19</b>
<b>Vom EHI-Etikett zur EU-Verordnung</b>	<b>2</b>	2.2.1 Parität zwischen Handel und Agrarstufe	20
<b>1.0 Das Etikett als Instrumentarium</b>	<b>3</b>	2.2.2 Vertrags- und EU-Recht	21
<b>1.1 Das EHI-Etikett und Regelwerk</b>	<b>4</b>	2.2.3 Der Fachbeirat und die Systemteilnehmer	22
1.1.1 Grundversionen und Regelwerk	5	2.2.4 Die Zertifizierungsstellen	23
1.1.2 Ergänzung um den EAN-Strichcode	6	2.2.5 Das Sanktionierungssystem- und der Sanktionsbeirat	24
<b>1.2 Die fakultative Etikettierung</b>	<b>7</b>	a. Entwicklung des Sanktionsverfahrens	25
1.2.1 Integration der CMA-Erfahrungen	8	b. Gerichtliche Anfechtungen	26
1.2.2 Inhaltsfestlegung durch Brüssel	9	c. Musterprozesse	27
<b>1.3 Obligatorische Etikettierung</b>	<b>10</b>	<b>3.0 Kernaufgaben</b>	<b>28</b>
1.3.1 Grundüberlegungen	11	<b>3.1 Rückgewinnung des Verbrauchervertrauens</b>	<b>29</b>
1.3.2 Ein Evolutionsprozess	12	3.1.1 Die Kommunikationsarbeit des EHI (1994 – 1997)	30
<b>2.0 Die organisatorische Backstage der fakultativen Etikettierung</b>	<b>13</b>	a. Die Mitarbeiter	31
<b>2.1 Der EHI-Arbeitskreis</b>	<b>14</b>	b. Inhalt	32
2.1.1 Grundsätzliche Haftung des Handels	15	c. Eigenpublikationen	33
2.1.2 Erste und zweite BSE-Krise	16		
2.1.3 Freiwilligkeit basierend auf Vereinsrecht	17		

# STRUCTURE

Introduction	1	2.1.4 Limits of a trade organisation	18
<b>■ CHAPTER 1</b>		<b>2.2 ORGAINVENT</b>	<b>19</b>
<b>From EHI label to EU regulation</b>	<b>2</b>	2.2.1 Parity between retail and agricultural stages	20
<b>1.0 The label as a legal instrument</b>	<b>3</b>	2.2.2 Contractual and EU law	21
<b>1.1 The EHI label and regulatory framework</b>	<b>4</b>	2.2.3 The advisory council and the system subscribers	22
1.1.1 Basic versions and regulatory framework	5	2.2.4 The certification bodies	23
1.1.2 Amendment to the EAN barcode	6	2.2.5 The Sanctions system and the sanctions committee	24
<b>1.2 Facultative labelling</b>	<b>7</b>	a. Progress of the sanctioning procedure	25
1.2.1 Integration of the CMA experiences	8	b. legal challenges	26
1.2.2 Content specification by Brussels	9	c. test cases	27
<b>1.3 Obligatory labelling</b>	<b>10</b>	<b>3.0 Core functions</b>	<b>28</b>
1.3.1 Basic considerations	11	<b>3.1 Regaining consumer confidence</b>	<b>29</b>
1.3.2 An evolutionary process	12	3.1.1 The communications work of EHI (1994 – 1997)	30
<b>2.0 The organisational background to facultative labelling</b>	<b>13</b>	a. The Staff	31
<b>2.1 The EHI working group</b>	<b>14</b>	b. Content	32
2.1.1 Basic liabilities of the trade	15	c. Proprietary publications	33
2.1.2 First and second BSE crises	16	ca. Dynamik im Handel	34
2.1.3 Voluntary participation on the basis of the law governing associations	17	cb. Enzyklopädie des Handels	35



<b>5.0 Konklusion</b>	<b>75</b>	6. Sylvain Rouchy: Sichere Kommunikation	86
<b>5.1 Erweiterung der Total Supply Chain</b>	<b>76</b>	7. Dr. Hermann Nienhoff: Von der Pflicht zur Kür	87
<b>5.2 Betriebswirtschaftlicher und volkswirtschaftlicher Nutzen</b>	<b>77</b>	8. Dr. Moeller: From EUREPGAP to GlobalGAP	88
<b>5.3 Juristische Exploration</b>	<b>78</b>	9. Dr. Frank/BASF: AgBalance: a clearer view of agricultural sustainability	89
<b>5.4 Ausblick: fakultativ versus obligatorisch</b>	<b>79</b>	10. Daniel Martini/KTBL: A backbone infrastructure to tracking and tracing systems	90
 		11. Ralph Troeger/GS1: EU-Problems for RFID-Harmonization	91
<b>■ KAPITEL 2</b>		12. Prof. Dr. Bernd Hallier: Smartphones and QR-Codes	92
<b>From Transparency towards SmartAgriFood</b>	<b>80</b>		
1. Prof. Dr. Schiefer: Transparency	81	 	
2. Prof.Sjaak Wolfert/Dr. Cor Verdouw: EU: SmartAgriFood – Future Internet for Safe and Healthy Food from Farm to Fork	82	<b>■ KAPITEL 3</b>	
3. Dr. Giesen – Westfleisch: Constant Improvement	83	<b>Branchenverantwortung, Quellennachweise, Netzwerke</b>	<b>93</b>
4. Dr. Siegfried Rath/Austria: Sinnvolle Verknüpfung von Marketing und Etikettierung	84	<b>1.0 Vision, Mission und Penetration</b>	<b>94</b>
5. Paul Coenen: Länder-, Regional- oder Marken-Kennzeichnung?	85	<b>1.1. Branchenverantwortung</b>	<b>95</b>
		1.1.1 Die Sinnhaftigkeit einer Chronologie	96
		1.1.2 Daten und Fakten	97
		<b>2.0 Quellenverzeichnis der Recherche ORGAINVENT</b>	<b>98</b>
		<b>3.0 Netzwerke</b>	<b>99</b>
<b>5.0 Conclusion</b>	<b>75</b>	7. Dr. Hermann Nienhoff: Von der Pflicht zur Kür	87
<b>5.1 Extension of the Total Supply Chain</b>	<b>76</b>	8. Dr. Moeller: From EUREPGAP to GlobalGAP	88
<b>5.2 Commercial and economic benefit</b>	<b>77</b>	9. Dr. Frank/BASF: AgBalance: a clearer view of agricultural sustainability	89
<b>5.3 Legal Explorations</b>	<b>78</b>	10. Daniel Martini/KTBL: A backbone infrastructure to tracking and tracing systems	90
<b>5.4 Outlook: facultative versus obligatory</b>	<b>79</b>	11. Troeger/GS1: EU-Problems for RFID-Harmonization	91
 		12. Prof. Dr. Bernd Hallier: Smartphones and QR-Codes	92
<b>■ CHAPTER 2</b>		 	
<b>From Transparency towards SmartAgriFood</b>	<b>80</b>	<b>■ CHAPTER 3</b>	
1. Prof. Dr. Schiefer: Transparency	81	<b>Industry responsibility, references, networks</b>	<b>93</b>
2. Prof.Sjaak Wolfert/Dr. Cor Verdouw: EU: SmartAgriFood – Future Internet for Safe and Healthy Food from Farm to Fork	82	<b>1.0 Vision, mission and penetration</b>	<b>94</b>
3. Dr. Giesen – Westfleisch: Constant Improvement	83	<b>1.1. Industry responsibility</b>	<b>95</b>
4. Dr. Siegfried Rath/Austria: Sinnvolle Verknüpfung von Marketing und Etikettierung	84	1.1.1 The purpose of a chonology	96
5. Paul Coenen/Länder-, Regional- oder Marken-Kennzeichnung?	85	1.1.2 Data and facts	97
6. Sylvain Rouchy: Sichere Kommunikation	86	<b>2.0 List of references used for research by ORGAINVENT</b>	<b>98</b>
		<b>3.0 Networks</b>	<b>99</b>