



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Lebensmittel allgemein: Handbuch zur Selbstregistrierung von Unternehmen der Ernährungsindustrie in China

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die
Agrar- und Ernährungswirtschaft / November 2023

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	6
1. Executive Summary	7
2. Einleitung.....	8
3. Markeneintragung in China.....	9
3.1 Bedeutung der Markeneintragung in China	9
3.2 Herangehensweise des Eintrags von Wort- und Bildmarken.....	10
3.3 Ablauf der Markeneintragung	12
3.4 Internationale Mitgliedschaft	13
4. Übersicht der Zollverfahren für den Export nach China	15
4.1. Ursprungszeugnis	15
4.2 Zollverfahren und Zollsätze	16
4.3 Vom Exporteur geforderte Dokumente	17
4.4 Mögliche Auswirkungen der neuen Vorschriften.....	17
5. Selbstregistrierung beim GACC in China	19
5.1 Registrierungspflichten für Hersteller	19
5.1.1 Listungsverfahren in Deutschland	20
5.1.2 Antragsstellung in Deutschland	21
5.1.3 Übersicht: empfehlungspflichtig & registrierungspflichtig (Selbstregistrierung)....	21
5.2 Rechtliche Anforderungen und Voraussetzungen	22
5.3 Registrierungsprozess für Selbstregistrierung.....	23
5.4 Anforderungen an ein ausländisches Unternehmen ohne eigene Produktion	25
5.5 Anforderungen an ein ausländisches Unternehmen mit eigener Produktion	26
6. Produktkennzeichnung.....	27
6.1 Rahmenbedingungen des Lebensmittelrechts.....	27
6.2 Kennzeichnungsvorschriften	27
6.2.1 Kennzeichnung von genetisch veränderten Organismen.....	28
6.2.2 Verwendung natürlicher Zutaten	29
6.2.3 Nährwertangaben	30
6.3 Verpackungen.....	30
6.3.1 Anforderungen für Verpackungsmaterial.....	31
6.3.2 Materialbeschränkungen – Gesetzliche Anforderungen.....	32
7. Risikopotenziale	34
7.1 Konsequenzen bei fehlerhafter Produktkennzeichnung.....	34
7.2 Professional Shopper	35

8. Cross Border E-Commerce	36
8.1 Besonderheiten in den Zollverfahren.....	36
8.2 Besonderheiten in der Kennzeichnung	36
8.3 Bedeutung des E-Commerce für die chinesische Regierung.....	37
8.4 Positivlisten in China.....	37
8.5 Weiterführende Informationen.....	38
8.6 Praktische Tipps.....	38
9. Adressmaterial	40
9.1 Übersicht chinesischer Behörden.....	40

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Pre-Listing Produktkategorien	20
Tabelle 2: Registrierungspflichtige Lebensmittel	22
Tabelle 3: Produktregistrierung - Mitwirkung der Lebensmittelüberwachungsbehörden des Herstellungslandes	22

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
AQSIQ	General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (Hauptamt für Qualitätskontrolle, Untersuchung und Quarantäne)
Art.	Artikel
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
bspw.	beispielsweise
BVL	Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit
ca.	circa
CCC	China Compulsory Certification
CFDA	China Food and Drug Administration
CIFER	China Single Window Onlinesystem
CNIPA	Chinese National Intellectual Property Administration
CTMO	China Trademark Office
EU	Europäische Union
G	Gramm
GACC	General Administration of Chinese Customs
GB	Nationaler Standard in China
GVO	Gentechnisch veränderte Organismen
HS	Harmonisiertes System der Zollnomenklatur
IfSG	Infektionsschutzgesetz
MARA	Ministerium für Landwirtschaft und ländliche Angelegenheiten
NHC	National Health Commission
RMB	Renminbi
SAMR	State Administration for Market Regulation
TL	Trademark Law (Markengesetz)
u. a.	unter anderem
WIPO	Weltorganisation für geistiges Eigentum
z. B.	zum Beispiel

1. Executive Summary

Die Allgemeine Zollverwaltung General Administration of Chinese Customs (GACC) hat im April 2021 neue Gesetze zur Registrierungspflicht für Lebensmittelexporteure veröffentlicht, die am 01. Januar 2022 in Kraft getreten sind. Ausländische Lebensmittelproduzenten müssen je nach Produktkategorie entweder auf Empfehlung der zuständigen Behörden der jeweiligen Ursprungsstaaten registriert werden oder eine Selbstregistrierung durchführen. Die Selbstregistrierung erfolgt über das China Single Window Onlinesystem (CIFER).

Ausländische Unternehmen ohne Sitz in China dürfen selbst keine Markenregistrierungen abgeben, sondern müssen sich dabei der Hilfe von Markenvertretern bedienen. Eine der wichtigsten Neuerungen des Markengesetzes ist, dass Markenvertreter, die eine Marke beim Markenamt einreichen und dabei wissentlich oder fahrlässig die Rechte eines Dritten verletzen, mit Strafen zu rechnen haben. Die Schutzdauer einer Marke beträgt 10 Jahre ab ihrer Registrierung mit Verlängerungsmöglichkeiten.

Allgemein weist China strenge Vorschriften für Produktkennzeichnung auf. Verstöße können rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Im Falle falscher Produktkennzeichnungen können Verbraucher Beschwerden bei den zuständigen chinesischen Behörden einreichen.

Ferner bieten die Cross Border E-Commerce-Plattformen einen aussichtsreichen Weg, in den chinesischen Markt einzusteigen. Die Plattformen bieten umfassende Zahlungs-, Logistik- und Marketingdienstleistungen an, die teils in Anspruch genommen werden müssen.

2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie zum chinesischen Markt wurde im November 2023 von enviacon international im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) erstellt. Ziel der Studie ist es, interessierten deutschen Unternehmen einen Überblick über die Registrierungspflichten für ausländische Hersteller der Ernährungsindustrie sowie praktische Tipps zur Selbstregistrierung zu vermitteln.

Nach einem Überblick über die Bedeutung der Markeneintragung sowie ihrer Herangehensweise werden unterschiedliche Registrierungsprozesse u. a. für Süßwaren- und Knabberartikel-Hersteller betrachtet. Anschließend wird das Zollverfahren in China beleuchtet und Informationen zu den Anforderungen gegeben. Es folgen Einblicke in die Etikettierungserfordernisse sowie Verpackungsvorschriften.

Nach Risikopotenzialen bei fehlerhafter Produktkennzeichnung bietet die Studie eine Bestandsaufnahme zum Cross Border E-Commerce. Die Studie schließt mit einer Auflistung chinesischer Behörden und wichtigen Links.

3. Markeneintragung in China

3.1 Bedeutung der Markeneintragung in China

In China unterliegen Markenrechte dem im Mai 2014 umfassend reformierten Markengesetz (Trademark Law, TL) sowie den Umsetzungsrichtlinien. Die Markenrechte wurden internationalen Standards angepasst.¹

Die Eintragung von Wort- und Bildmarken erfolgt durch das chinesische Markenamt China Trade Mark Office (CTMO), das zur Chinese National Intellectual Property Administration (CNIPA) gehört. Die Eintragung einer Marke in einem anderen Land bedeutet nicht automatisch, dass sie in China geschützt ist. Daher sind Marken in China nur dann exklusiv geschützt, wenn sie beim nationalen Markenamt CTMO registriert sind.²

Ausländische Unternehmen ohne Sitz in China dürfen selbst keine Markenregistrierungen abgeben, sondern müssen sich dabei der Hilfe von Markenvertretern (Trademark Agents) bedienen. Die CNIPA stellt auf ihrer Webseite eine Liste von Markenvertretern, unter der Rubrik Trademark, zur Verfügung.³ Alle Unterlagen müssen in chinesischer Sprache beigebracht werden. Es gibt auch die Möglichkeit, die Registrierung online durchzuführen (E-Filing).⁴

Darüber hinaus gilt in China das „First-to-File“-Prinzip, wonach die Rechte bei der Vorlage mehrerer identischer Anträge dem ersten Antragsteller zugeschrieben werden. Es ist daher wichtig, Marken möglichst früh registrieren zu lassen.⁵ Eine Markenregistrierung kann bereits vor dem geplanten Markteintritt eines ausländischen Unternehmens erfolgen und sollte nicht versäumt werden. Sogar wenn kein Markteintritt in absehbarer Zeit geplant ist, kann eine frühzeitige Markeneintragung vorausschauend sinnvoll sein, da mit dieser eine rechtliche Grundlage besteht, um gegen Nachahmer vorgehen zu können.

Das Registrieren der eigenen Marke zu unterlassen oder zu spät vorzunehmen, ist für ein ausländisches Unternehmen mit Nachteilen verbunden, zumal die Markenregistrierung in China relativ kostengünstig ist.⁶ Es werden viele Marken von Personen außerhalb Chinas angemeldet, oft mit dem Ziel, ausländische Rechteinhaber unter Druck zu setzen oder sie in eine ungünstige Position zu bringen. Ohne eingetragene Marke in China haben Hersteller

¹ GTAI (2022): China: Gewerblicher Rechtsschutz: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

² China Briefing (2022): 10 Things Businesses Need to Know When Setting Up a Company in China and the UK: Episode 5: www.china-briefing.com, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

³ CNIPA (2023): Trademark: <https://english.cnipa.gov.cn/col/col2996/index.html>, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

⁴ IHK Pfalz (2022): Antrag auf Markenregistrierung – Chinesisches Markenamt – Chinese Trademark Office (CTMO): www.ihk.de, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

⁵ China Briefing (2022): 10 Things Businesses Need to Know When Setting Up a Company in China and the UK: Episode 5: www.china-briefing.com, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

⁶ Außenwirtschaft Austria (2029): Exportbericht China: www.international.bihk.de, zuletzt aufgerufen: 07-11.2023

keine Möglichkeit, gegen Fälschungen in China vorzugehen oder den Export von Fälschungen durch Grenzbeschlagnahmung in China zu unterbinden.

China folgt der Klassifizierung des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken. Es hat aber darüber hinaus eigene Unterklassen. Für diese Unterkategorien sind Registrierungen ausschließlich in China möglich, da das Madrid-System nur die allgemeinen Klassen aufführt. Wenn das CTMO den Madrid-Antrag bearbeitet, wählt es in der Regel die Unterklassen, die es für angebracht hält, unabhängig davon, ob der Antragsteller damit einverstanden ist oder nicht.⁷

Das chinesische Markengesetz wurde zum 01.11.2019 geändert. Eine der wichtigsten Neuerungen des Markengesetzes ist, dass Markenvertreter, die eine Marke böswillig beim Markenamt einreichen, mit Strafen rechnen müssen. Böswilliges Einreichen bedeutet, dass die Marke eingereicht wird, obwohl der Markenvertreter wusste oder hätte wissen müssen, dass dadurch die Rechte eines Dritten verletzt werden.⁸

Der ältere Markeninhaber und jeder interessierte Beteiligte können nach Art. 33 TL innerhalb von drei Monaten nach Bekanntgabe einer Markenmeldung Widerspruch gegen die Eintragung einlegen, wenn sie der Ansicht sind, die Anmeldung verstoße gegen diese Bestimmungen. Liegt ein Verstoß vor, hat das Markenamt die eingetragene Marke für nichtig zu erklären (Art. 44 TL). Nach Art. 68 TL können böswillige Markenmeldungen Verwaltungsstrafen wie Verwarnungen oder Geldbußen zur Folge haben.⁹

3.2 Herangehensweise des Eintrags von Wort- und Bildmarken

Es ist ratsam, sich rechtzeitig und gründlich über die Anforderungen und Verfahren für die Markenmeldung in China zu informieren. Folgende Schritte sollten Unternehmen und Hersteller für den Eintrag von Wort- und Bildmarken einleiten:

1. Recherche:

Bevor eine Marke in China registriert wird, ist es wichtig eine umfassende Markenrecherche durchzuführen, um sicherzustellen, dass die gewünschte Marke nicht bereits von anderen registriert wurde. Markenrecherchen sind wichtig vor Anmeldung und nach Eintragung einer Marke. Vor Anmeldung einer Marke kann durch eine Recherche möglichst weitgehend festgestellt werden, ob die geplante Marke keine älteren Rechte verletzt.

⁷ IHK für die Pfalz (2021): Praxiswissen China – erfolgreicher Einstieg in den chinesischen Markt: https://isb.rlp.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Standort_RLP/Praxiswissen_China.pdf, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

⁸ IHK Pfalz (2022): Antrag auf Markenregistrierung – Chinesisches Markenamt – Chinese Trademark Office (CTMO): www.ihk.de, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

⁹ GTAI (2022): China: Gewerblicher Rechtsschutz: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 13.11.2023

2. Anmeldung:

Die Markenmeldung erfolgt beim CNIPA und kann persönlich, online oder durch einen zugelassenen Vertreter durchgeführt werden. Es ist ratsam, einen Anwalt oder eine Agentur mit Erfahrung im chinesischen Markenrecht zu engagieren, um sicherzustellen, dass der Anmeldeprozess korrekt durchgeführt wird.

3. Klassifikation:

Marken in China werden nach der internationalen Nizza-Klassifikation für Waren und Dienstleistungen eingestuft, wobei die Auswahl der passenden Klassen für Produkte oder Dienstleistungen entscheidend ist. Neben den allgemeinen Klassen existieren in China spezifische Unterklassen, die ausschließlich dort registriert werden können. Da das Madrid-System nur die allgemeinen Klassen aufführt, wählt das CTMO (China Trademark Office) beim Bearbeiten eines Madrid-Antrags üblicherweise die Unterklassen nach eigenem Ermessen, unabhängig von der Zustimmung des Antragstellers.

4. Überprüfung durch CNIPA:

Die CNIPA prüft die Markenmeldung und führt eine vorläufige Prüfung durch. Wenn keine Probleme auftreten, wird die Marke zur Veröffentlichung im Markenblatt zugelassen.

5. Einspruchsmöglichkeiten:

Nach der Veröffentlichung haben Dritte die Möglichkeit, gegen die Registrierung Einspruch zu erheben. Es ist wichtig, diesen Prozess zu überwachen und gegebenenfalls darauf zu reagieren.

6. Markenregistrierung:

Wenn es keine Einwände gibt und der Antrag erfolgreich ist, wird die Marke registriert. Die Registrierung ist zunächst für zehn Jahre gültig und kann anschließend verlängert werden.

Schutzdauer der Marke:

Die Schutzdauer beträgt zehn Jahre ab ihrer Registrierung mit Verlängerungsmöglichkeiten. Bei internationalen, auf China bezogenen Registrierungen kann die Schutzdauer auch 20 Jahre betragen. Der Schutz der Marke muss vor Ablauf der jeweiligen Laufzeit verlängert werden. Sobald eine Sechs-Monats-Frist nach Schutzablauf verstrichen ist, in der unter Zahlung von erhöhten Gebühren die Verlängerung noch nachgeholt werden kann, ist die betreffende oder eine mit ihr ähnliche Marke für ein ganzes Jahr für eine erneute Eintragung gesperrt.¹⁰

¹⁰ IHK Pfalz (2022): Antrag auf Markenregistrierung – Chinesisches Markenamt – Chinese Trademark Office (CTMO): www.ihk.de, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

Hinweis zum Markenrecht:

China ist seit 1985 Mitglied der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums. Demnach besteht neben der direkten Markenmeldung in China auch die Möglichkeit, bestehende internationale Rechte bei den chinesischen Behörden in einem vereinfachten Verfahren zu registrieren. Es sollte beachtet werden, dass der Schutz internationaler Markenrechte nur nach lokaler Anzeige in China gewährleistet ist.

Ein Nachteil ist, dass die meisten Marken in China in der Regel nur auf Chinesisch eingetragen werden. Dies erschwert die Recherche, ob eine Marke in China bereits angemeldet ist. Der höchstmögliche Schutz eigener Erfindungen und Marken kann nach wie vor nur durch die rechtzeitige Anmeldung erreicht werden.¹¹

Die derzeitige Genehmigungsfrist für Markeneintragungen beträgt 18 bis 24 Monate, wenn kein Einspruch eingelegt wird. Ohne eingetragene Marke in China haben Unternehmen keine Möglichkeit, gegen Fälscher in China vorzugehen oder den Export von Fälschungen durch Grenzbeschlagnahmung in China zu unterbinden.

3.3 Ablauf der Markeneintragung

1. Einreichung der Anmeldung:

Das Unternehmen muss die Anmeldung entweder direkt bei CNIPA oder über die Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) einreichen. In letzterem Fall muss die Markenmeldung in dem Land erfolgen, in dem die Marke bereits eingetragen ist.¹² Das TL führt das Multi-Class-System ähnlich der Markenmeldung bei der WIPO ein.

2. Auswahl der Unterklassen:

China akzeptiert zwar die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen gemäß dem Abkommen von Nizza aus dem Jahr 1957, unterteilt diese Klassen jedoch weiter in Unterklassen. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, dass die Marke des Anmelders alle relevanten Produkte und Dienstleistungen – in jeder der Unterklassen – abdeckt, die für das Unternehmen von Bedeutung sind, wenn es die Eintragung beantragt.¹³

3. Registrierung der Marke in Chinese Characters:

Ausländische Unternehmen, die nach China kommen, sollten sich darüber im Klaren sein, dass ihre Marke in lateinischen Schriftzeichen sie nicht vollständig vor Rechtsverletzungen

¹¹ IHK für die Pfalz (2021): Praxiswissen China – erfolgreicher Einstieg in den chinesischen Markt: https://isb.rlp.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Standort_RLP/Praxiswissen_China.pdf, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

¹² China Briefing (2022): 10 Things Businesses Need to Know When Setting Up a Company in China and the UK: Episode 5: www.china-briefing.com, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

¹³ Ebenda.

schützen kann. Die gleiche oder eine ähnliche Marke kann von einem anderen Unternehmen in chinesischen Schriftzeichen eingetragen werden. Dies ist ebenfalls entscheidend für die Rentabilität und das Image eines Unternehmens in China.

Wenn andere Unternehmen oder die Öffentlichkeit eine Marke informell in der lokal gesprochenen Sprache verwenden, besteht die Gefahr, dass Kunden verloren gehen und der Markenwert aufgrund der Bedeutung, der Aussprache oder sogar des Aussehens der chinesischen Schriftzeichen geschmälert wird. Ein gutes Beispiel dafür ist Coca-Cola, dessen chinesisches Wort „köstliches Glück“ bedeutet, was zwar keine direkte Transliteration ist, jedoch effektiv ist, um den Ruf der Marke aufzubauen. Es ist anzumerken, dass Coca-Cola dies nicht sofort erreicht hat - zu Beginn wurde der Name als „Ke Dou Ken La“ geschrieben, was etwa so viel bedeutet wie „eine Kaulquappe aus Wachs beißen“ (蝌蚪啃蜡).

Praktische Tipps: Markenname in chinesischer Sprache

Es ist erlaubt, Marken anzumelden, die nicht in chinesischer Sprache verfasst sind. Da jedoch nicht alle Menschen in China Fremdsprachenkenntnisse besitzen, kann man es der Bevölkerung durch einen geeigneten chinesischen Markennamen erleichtern, sich an die Marke und das Produkt zu erinnern. Hierbei muss es sich nicht um eine wörtliche Übersetzung des deutschen oder internationalen Markennamens handeln, es sind auch Neuschöpfungen möglich. Viele Unternehmen versuchen bei der Neuschöpfung, durch den Klang oder die Bedeutung der chinesischen Zeichen, den Klang des ursprünglichen Namens oder die Eigenschaften des Produktes oder Unternehmens widerzuspiegeln. Bei ausreichendem Budget könnte auch die Registrierung der Marken in vereinfachten und traditionellen chinesischen Schriftzeichen in Betracht gezogen werden.¹⁴

3.4 Internationale Mitgliedschaft

China ist u. a. Mitglied folgender internationaler Übereinkommen:

- der WIPO,
- der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums,
- des Straßburger Abkommens über die Internationale Patentklassifikation,
- des Vertrages über die internationale Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Patentwesens,
- des Madrider Abkommens über die internationale Registrierung von Marken,
- des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken,

¹⁴ IHK Pfalz (2022): Antrag auf Markenregistrierung – Chinesisches Markenamt – Chinese Trademark Office (CTMO): www.ihk.de, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

- des WIPO-Urheberrechtsvertrages,
- des WIPO-Vertrags über Darbietungen und Tonträger,
- des TRIPS-Übereinkommens der WTO.¹⁵

¹⁵ GTAI (2022): China: Gewerblicher Rechtsschutz: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 13.11.2023

4. Übersicht der Zollverfahren für den Export nach China

4.1. Ursprungszeugnis

Für den Export von Lebensmitteln werden in China spezielle Zertifikate benötigt. Diese Dokumente dienen dazu, die gesundheitliche Unbedenklichkeit (health certificate) oder die freie, uneingeschränkte Verkehrsfähigkeit (free sale certificate) in Deutschland und damit auch in der Europäischen Union (EU) zu bestätigen. Zuständig für die Ausstellung dieser Zertifikate sind die örtlichen Veterinär- und Lebensmittelaufsichtsämter der jeweiligen Landkreise.¹⁶

Die Gesundheitsbewertung von importierten Lebensmitteln in China erfolgt durch eine umfassende Prüfung gemäß den Vorschriften der Lebensmittelhygienegesetze und -verordnungen. Diese Bewertung basiert auf den Ergebnissen der Gesundheitsüberwachung vor Ort, Labortests sowie dem Zustand der Lebensmittelhygiene. Anschließend wird eine abschließende Stellungnahme abgegeben. Bei bestandener Inspektion und positiver Gesundheitsbewertung wird ein qualifiziertes Gesundheitszeugnis ausgestellt, das es dem Frachteeigentümer oder Vertreter ermöglicht, die Lebensmittel einzuführen, zu verkaufen und zu verwenden. Nicht den Anforderungen entsprechende Lebensmittel erhalten ein nicht qualifiziertes Gesundheitszeugnis und werden entsprechend behandelt. Es gibt sechs Arten der Behandlung von importierten Lebensmitteln basierend auf ihrem hygienischen Zustand: zum Verzehr geeignet, Rücksendung, Vernichtung, Wiederaufbereitung, Änderung des Verwendungszwecks und andere spezifische Fälle. Diese Unterscheidungen dienen dazu, importierte Lebensmittel gemäß den chinesischen Gesundheitsstandards und Hygieneanforderungen zu handhaben und sicherzustellen, dass sie den entsprechenden Vorgaben entsprechen oder entsprechend behandelt werden.¹⁷

Ursprungszeugnisse werden immer häufiger für Exporte nach China angefordert, was auf eine unzureichende Warenmarkierung und damit verbundene Unklarheiten bezüglich des Ursprungs der Waren zurückzuführen ist. In einigen Fällen werden Ursprungszeugnisse nicht mehr pro Sendung, sondern pro Ursprungsland ausgestellt. Dadurch können pro Sendung mehrere Ursprungszeugnisse erforderlich sein, wenn die Waren aus verschiedenen Ländern stammen.¹⁸ Bei der Angabe des Ursprungslandes in den Ursprungszeugnissen ist es wichtig, spezifische Bezeichnungen wie „Federal Republic of Germany (European Union)“ oder

¹⁶ Kreis Unna (2023): Belehrung Infektionsschutz: <https://www.kreis-unna.de/index.php?object=tx,3674.2.1&ModID=10&FID=3674.643.1>, zuletzt aufgerufen: 13.12.2023

¹⁷ TransCustoms (2023): China CIQ inspection requirements for Imported food: https://www.transcustoms.com/RJS_Article/Article_EN.asp?id=313, zuletzt aufgerufen: 12.12.2023

¹⁸ IHK Stuttgart (2023): China: Übersicht zu Importvorschriften: <https://www.ihk.de/stuttgart/fuer-unternehmen/international/import-export/export/laenderbestimmungen/einfuhrbestimmungen/einfuhrprobleme-china-689978>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

„European Union“ zu verwenden, je nachdem, welcher Ausdruck den Ursprung der Waren korrekt darstellt.¹⁹

Vereinzelt werden Ursprungszeugnisse angezweifelt, wenn der Versand der Ursprungsware nicht aus dem Ursprungsland erfolgt (Beispiel: Ursprungszeugnis aus Deutschland, Ware mit Ursprung Japan). Die Forderung, Ursprungszeugnisse direkt aus dem Ursprungsland vorzulegen, ist wegen langer Lieferketten oft schwer zu erfüllen.²⁰

4.2 Zollverfahren und Zollsätze

Die Regulierung der chinesischen Lebensmittelindustrie wird von mehreren Behörden überwacht, darunter General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ), das Ministerium für Landwirtschaft und ländliche Angelegenheiten (MARA), die staatliche Verwaltung für Marktregulierung (State Administration for Market Regulation (SAMR)) und die GACC.

In China traten zum 01. Januar 2022 neue Bestimmungen für die Einfuhr von Lebensmitteln und Agrarrohstoffen in Kraft. Lebensmittelhersteller, die ihre Produkte nach China exportieren, müssen sich online bei der GACC registrieren. Nach Erhalt der chinesischen Registrierungsnummer muss der Lebensmittelproduzent diese auf der Verpackung des Produktes anbringen. Die Nummer ist außerdem in den Zollpapieren anzugeben.²¹ Dasselbe gilt für Unternehmen, die diese Waren verarbeiten oder lagern.²² Sofern die Registrierung beim chinesischen Zoll erfolgreich war, müssen die Waren, die nach China geliefert werden, auf der inneren und äußeren Verpackung mit der Registrierung gekennzeichnet sein (Art. 15). Die Registrierung selbst ist fünf Jahre lang gültig (Art. 16). Der chinesische Zoll veröffentlicht eine Liste der registrierten, ausländischen Lebensmittelhersteller (Art. 17).²³

Mit den neuen Vorschriften wurde der Geltungsbereich der Registrierung ausländischer Lebensmittelhersteller auf alle im Lebensmittelsicherheitsgesetz aufgeführten Kategorien von Lebensmittelproduzenten ausgeweitet. Damit wird die präventive Rolle des Registrierungssystems bei der Kontrolle der Sicherheit importierter Lebensmittel betont.²⁴ Ausländische Lebensmittelproduzenten müssen je nach Kategorie entweder auf Empfehlung

¹⁹ IHK Pfalz (2023): Export nach China - Zoll & Einfuhr: <https://www.ihk.de/pfalz/international/greater-china/china/export-import-zertifizierung/import-export-zoll-zertifizierung-1286226>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

²⁰ Ebenda.

²¹ WKO (2022): Registrierungspflicht für ausländische Lebensmittelproduzenten beim Export nach China: <https://www.wko.at/service/aussenwirtschaft/neue-registrierungsvorschriften-beim-export-nach-china.html>, zuletzt aufgerufen: 11.05.2023

²² Wessling (2022): Neue chinesische Zollbestimmungen zum Import von Lebensmitteln und Agrarrohstoffen: <https://de.wessling-group.com/de/neue-chinesische-zollbestimmungen-zum-import-von-lebensmitteln-und-agrarrohstoffen>, zuletzt aufgerufen: 10.05.2023

²³ GTAI (2021): Registrierung von Herstellern von Lebensmitteln: <https://www.gtai.de/de/china/trade/registrierung-von-herstellern-von-lebensmitteln-762292>, zuletzt aufgerufen: 11.11.2023

²⁴ Rödl & Partner (2023): Registrierungspflicht für ausländische Lebensmittelhersteller: <https://www.roedl.de/themen/newsletter-china/2022-03/registrierungspflicht-auslaendische-lebensmittelhersteller>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

der zuständigen Behörden der jeweiligen Ursprungsstaaten registriert werden oder eine Selbstregistrierung durchführen.²⁵

Der Zolltarif ist nach dem internationalen Übereinkommen über das Harmonisierte System der Zollnomenklatur (HS) aufgebaut. Der chinesische Zolltarif weist grundsätzlich acht Ziffern auf. Für einige Waren ist eine weitere Unterteilung (bis zu zehn Stellen) vorgesehen. Mit seinem Beitritt zur WTO im Jahr 2001 hatte sich China zu einem umfassenden Abbau der Zollsätze verpflichtet. Seit Anfang 2010 ist die letzte Stufe des Abbauplans erreicht. Die Zollsätze und sonstige Einfuhrabgaben Chinas können online unter <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/de/home> in der Access2Markets-Datenbank der EU-Kommission kostenlos eingesehen werden. Bspw. beträgt der Zollsatz 5 % bei Wurstwaren und bei Wein sogar 14 %.²⁶

4.3 Vom Exporteur geforderte Dokumente

Grundsätzlich werden für die Zollanmeldung folgende Unterlagen verlangt: Kaufvertrag, Frachtpapiere, gegebenenfalls Vollmacht für Zollagenten, Handelsrechnung in zweifacher Ausfertigung mit allen handelsüblichen Angaben sowie Unterschrift. Handelsübliche Angaben sind Name und Anschrift des Ausführers sowie des Empfängers, Ort und Datum der Ausstellung, Rechnungsnummer, Angabe über die Beförderung, Ursprungsland, Marke, Nummer und Anzahl der Packstücke, genaue Warenbezeichnung, Brutto- und Nettogewichte, Einzelpreise und Gesamtbetrag sowie Lieferungs- und Zahlungsbedingungen.

Für die Wareninspektion von Lebensmitteln werden folgende Dokumente vom Ausfuhrland bzw. Exporteur benötigt: Gesundheitszeugnis, Herkunftsbescheinigung und Qualitätsnachweis. Sollte die Ware auf Holzpaletten verpackt sein, muss zusätzlich eine Bescheinigung über die Ausgasung/Desinfektion der Palette nach dem Standard des Internationalen Pflanzenschutzübereinkommen für phytosanitäre Maßnahmen Nummer 15 beiliegen.²⁷

4.4 Mögliche Auswirkungen der neuen Vorschriften

Abzuwarten bleibt, wie die Registrierungsvorschriften umgesetzt werden können. Insbesondere bei den empfohlenen Registrierungen ist es erforderlich, dass die zuständigen Behörden im Herkunftsland der importierten Lebensmittel, mit der GACC kooperieren und

²⁵ WKO (2022): Registrierungspflicht für ausländische Lebensmittelproduzenten beim Export nach China: <https://www.wko.at/service/aussenwirtschaft/neue-registrierungsvorschriften-beim-export-nach-china.html>, zuletzt aufgerufen: 11.11.2023

²⁶ GTAI (2022): Zoll und Einfuhr kompakt – China: <https://www.gtai.de/de/trade/china/zoll/zoll-und-einfuhr-kompakt-china-631626>, zuletzt aufgerufen: 11.11.2023

²⁷ IHK Pfalz (2023): Export nach China - Zoll & Einfuhr: <https://www.ihk.de/pfalz/international/greater-china/china/export-import-zertifizierung/import-export-zoll-zertifizierung-1286226>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

den Zugang zu den Systemkonten gewährleisten. Zu beachten ist auch, dass der Begriff „empfohlen“ irreführend ist, da ohne eine Registrierung ein Vertrieb der betroffenen Lebensmittel in Zukunft nicht mehr möglich sein wird. Ist die Empfehlung zur Registrierung in einem Herkunftsland nicht möglich, sehen die Vorschriften derzeit keine Alternative vor. Unklar ist insoweit, ob in einem solchen Fall rein vorsorglich eine Selbstregistrierung vorgenommen werden sollte, oder sogar muss.²⁸

Festzuhalten bleibt, dass nach den neuen Vorschriften nunmehr alle Lebensmittelhersteller einer Registrierungspflicht unterliegen. Daher sollten Lebensmittelhersteller sich darüber informieren, welcher Lebensmittelkategorie und damit welchem Registrierungsmodell sie unterliegen. Auswirkungen haben die neuen Vorschriften auch für Importeure, Einzel- und Großhändler von importierten Lebensmitteln in China, da diese sicherstellen müssen, dass die Hersteller der importierten Lebensmittel ordnungsgemäß registriert worden sind.²⁹

²⁸ Rödl & Partner (2023): Registrierungspflicht für ausländische Lebensmittelhersteller: <https://www.roedl.de/themen/newsletter-china/2022-03/registrierungspflicht-auslaendische-lebensmittelhersteller>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

²⁹ Ebenda.

5. Selbstregistrierung beim GACC in China

5.1 Registrierungsspflichten für Hersteller

Die Registrierung bei der GACC ist obligatorisch sowohl für Produzenten aus Drittländern, die Lebensmittel nach China exportieren wollen, als auch für Exporteure, die die Ware nach China exportieren möchten. Das gilt auch für Unternehmen, die diese Art von Waren verarbeiten oder lagern. Lebensmittelzusatzstoffe und lebensmittelähnliche Produkte sind nicht betroffen.³⁰

Hierbei handelt es sich um zwei getrennte Vorgänge, die dem GACC unterliegen. Nach der Umstrukturierung im Jahr 2018 hat die GACC die Inspektion und Quarantäne für den Im- und Export von Tieren und die Überwachung der Nachweise zur Lebensmittelsicherheit importierter und exportierter Lebensmittel übernommen; dies lag vorher im Aufgabenbereich der AQSIQ. Die Einfuhr von Lebensmitteln nach China unterliegt einer Vielzahl von Vorschriften zur Lebensmittelzertifizierung. Einige Lebensmittel benötigen außer einer Registrierung bei der GACC noch eine Zulassung bei der SAMR.³¹

Grundsätzlich benötigen alle importierten Lebensmittel sowie alle ausländischen Exporteure von Lebensmitteln eine GACC-Registrierung. Diese Registrierung wird im Onlinesystem CIFER beantragt. Verlängerungsanträge sowie neue Registrierungsanträge sind online über die CIFER-Plattform zu tätigen.³²

Ausländische Lebensmittelproduzenten müssen je nach Kategorie entweder auf Empfehlung der zuständigen Behörden der jeweiligen Ursprungsstaaten registriert werden oder eine Selbstregistrierung durchführen (*Näheres dazu ab Kapitel 5.1.1*).³³ Welche Form der Registrierung letztendlich benötigt wird, hängt hauptsächlich vom Exportprodukt ab. Die chinesischen Behörden unterscheiden hierbei zwischen empfehlungspflichtigen und registrierungspflichtigen Lebensmitteln.

Bisher war die Ausfuhr von zahlreichen Produktkategorien aus der Bundesrepublik Deutschland nach China ohne vorheriges Listungsverfahren bei den chinesischen Behörden möglich (traditioneller Handel). Erstmals forderte China in dem Dekret Nummer 248 des GACC vom 12. April 2021 ein entsprechendes Listungsverfahren.³⁴

³⁰ IHK Düsseldorf (2022): China – Registrierung von Herstellern von Lebensmitteln: www.ihk.de, zuletzt aufgerufen 13.11.2023

³¹ MPR China Certification (2023): Was ist die GACC Registrierung: <https://www.china-certification.com/lebensmittel-zertifizierungen/>, zuletzt aufgerufen: 10.11.2023

³² WKO (2022): Registrierungspflicht für ausländische Lebensmittelproduzenten beim Export nach China: <https://www.wko.at/service/aussenwirtschaft/neue-registrierungsvorschriften-beim-export-nach-china.html>, zuletzt aufgerufen: 11.11.2023

³³ Ebenda.

³⁴ IHK Düsseldorf (2022): China – Registrierung von Herstellern von Lebensmitteln: www.ihk.de, zuletzt aufgerufen 13.11.2023

Um auch weiterhin einen reibungslosen Handel zu gewährleisten, führte GACC die Registrierung der traditionell exportierenden Herstellerbetriebe auf Basis eines Pre-Listings durch. Dieses Pre-Listing betraf ausschließlich Herstellerbetriebe in den folgenden Produktkategorien:³⁵

Tabelle 1: Pre-Listing Produktkategorien

Pre-Listing Produktkategorie	
Bienenerzeugnisse	Diätetische Lebensmittel
Eier und Eierzeugnisse	Lebensmittel zur Gesundheitsvorsorge
Essbare Fette und Öle	Trockenobst
Gefüllte Teigwaren	Nüsse und Samen
Essbares Getreide	Gewürze
Därme	Ungeröstete Kaffee- und Kakaobohnen
Produkte der Getreidemühle-Industrie und Malz	Frisches und getrocknetes Gemüse sowie getrocknete Bohnen

Quelle: eigene Darstellung nach IHK Pfalz

5.1.1 Listungsverfahren in Deutschland

In Deutschland ist das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) für das Listungsverfahren zuständig. Ziel der einzelnen Listungsverfahren ist es, Betriebe, die exportieren möchten, zu erfassen und gleichzeitig durch die zuständige Überwachungsbehörde überprüfen und bestätigen zu lassen, dass die Voraussetzungen der Drittländer erfüllt werden und der Betrieb für den Export geeignet ist.³⁶

Wenn China das BMEL darüber informiert, dass exportwillige und/oder bereits exportierende Betriebe für den Export nach China gelistet/registriert werden müssen, werden sämtliche verfügbaren Informationen im BVL aufbereitet und den betroffenen deutschen Wirtschaftsverbänden zur Verfügung gestellt.³⁷

An welchem Listungsverfahren in China das BVL beteiligt ist kann unter dem Link aufgerufen werden: www.bvl.bund.de.

³⁵ IHK Düsseldorf (2022): China – Registrierung von Herstellern von Lebensmitteln: www.ihk.de, zuletzt aufgerufen 13.11.2023

³⁶ BVL (2023): Exportangelegenheiten: https://www.bvl.bund.de/DE/Aufgaben/05_Exportangelegenheiten/export_node.html, zuletzt aufgerufen: 15.11.2023

³⁷ Ebenda.

5.1.2 Antragsstellung in Deutschland

Unternehmen, die in Länder exportieren möchten, für die Listungsverfahren festgelegt sind, müssen die von den Drittländern übermittelten Vorgaben erfüllen. Die entsprechenden Vorgaben liegen den Wirtschaftsverbänden vor. Für die Einhaltung der Anforderungen der Drittländer sind die Unternehmer verantwortlich. Anträge für die Registrierung/Zulassung bzw. Listung sind an die für den Betrieb zuständige Überwachungsbehörde zu stellen.³⁸

Das BVL bearbeitet ausschließlich Anträge und Mitteilungen, die über den festgelegten Weg, das heißt über die für den Betrieb jeweils zuständigen Behörden, übermittelt werden. Das BVL veranlasst nach Prüfung der Unterlagen die Weiterleitung an GACC.³⁹

5.1.3 Übersicht: empfehlungspflichtig & registrierungspflichtig (Selbstregistrierung)

Zu den empfehlungspflichtigen Nahrungsmitteln zählen u. a. die Pre-Listing Produktkategorien sowie Fleisch- und Fleischerzeugnisse, Fisch- und Fischereierzeugnisse, Milch- und Milcherzeugnisse. Zusammenfassend sind es insgesamt 18 Lebensmittelkategorien.⁴⁰

Für die übrigen Lebensmittelkategorien hat die GACC das einfachere Modell der Selbstregistrierung vorgesehen:

Die für die Sicherheits- und Gesundheitsüberwachung von Lebensmittelbetrieben zuständige Behörde des Ursprungslandes führt eine Bewertung und Inspektion des Herstellers durch und bestätigt, dass dieser die Registrierungsanforderungen erfüllt.⁴¹

Die nachfolgende Tabelle 2 zeigt die registrierungspflichtigen Lebensmittel auf. Für diese Produktkategorien ist eine Selbstregistrierung über das CIFER Onlinesystem der GACC ausreichend. Diese Aufstellung ist unter Umständen nicht abschließend. Je nach Produkt, Herkunftsland etc. kann es sein, dass noch weitere Informationen notwendig oder weitere Behörden zu befragen sind.

³⁸ BVL (2023): Exportangelegenheiten: https://www.bvl.bund.de/DE/Aufgaben/05_Exportangelegenheiten/export_node.html, zuletzt aufgerufen: 15-11.2023

³⁹ Ebenda.

⁴⁰ Rödl & Partner (2023): Registrierungspflicht für ausländische Lebensmittelhersteller: <https://www.roedl.de/themen/newsletter-china/2022-03/registrierungspflicht-auslaendische-lebensmittelhersteller>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁴¹ Ebenda.

Tabelle 2: Registrierungspflichtige Lebensmittel

Registrierungspflichtige Nahrungsmittel	
Verarbeitete Gemüseprodukte	Kekse und Brot
Körnerprodukte	Zucker
Tee	Würzsaucen
Süßwaren und Schokolade	Kaffee und Kakaobohnen (geröstet)
Nussprodukte	Verarbeitete Fruchtprodukte
Alkoholische Getränke	Softdrinks

Quelle: eigene Darstellung nach MPR China Certification

5.2 Rechtliche Anforderungen und Voraussetzungen

Voraussetzungen für die Registrierung sind in Art. 5 geregelt. Der GACC muss das staatliche System der Lebensmittelüberwachung des Exportlandes als gleichwertig anerkennen (Art. 5 Abs. 1). Hersteller müssen nachweisen, dass die Lebensmittel chinesische Vorschriften einhalten (Art. 5 Abs. 3). Lebensmittelüberwachungsbehörden des Herstellungslandes müssen gegenüber dem chinesischen Zoll eine Empfehlung für den Hersteller abgeben (Art. 6 Abs. 1 und Art. 7). Der chinesische Zoll ist berechtigt, Bezugsquellen, Produktions- und Verarbeitungstechniken sowie historische Daten zur Lebensmittelsicherheit, Kundendaten und Ernährungsgewohnheiten abzufragen (Art. 6 Abs. 2).⁴²

Für die Registrierung der Hersteller folgender Produkte wird die Mitwirkung der Lebensmittelüberwachungsbehörden des Herstellungslandes gefordert (Art. 7):

Tabelle 3: Produktregistrierung - Mitwirkung der Lebensmittelüberwachungsbehörden des Herstellungslandes

Produkte	
Fleisch und Fleischprodukte	Eier und Eiprodukte
Waren der Aquakultur	Essbare Fette und Öle
Molkereiwaren	Gefüllte Nudeln
Vogelnester	Getreide
Produkte von Bienen	Industrielle Getreidepulver und Malz
Frische und getrocknete Gemüse	Getrocknete Bohnen und Gewürze
Nüsse und Saaten	Ungeröstete Kaffee- und Kakaobohnen
Diätetische Lebensmittel	

Quelle: eigene Darstellung nach GTAI

⁴² GTAI (2021): Registrierung von Herstellern von Lebensmitteln: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

Art. 8 regelt die Mitwirkungspflichten der Lebensmittelüberwachungsbehörden des Herstellerlandes, einschließlich der Bestätigung über die Einhaltung der chinesischen Regelungen seitens der Hersteller (Art. 8 Abs. 4).⁴³

5.3 Registrierungsprozess für Selbstregistrierung

Hersteller, die nicht unter das Pre-Listungsverfahren fallen, können sich online selbst über das CIFER Onlinesystem registrieren lassen. Die Selbstregistrierung ist unter folgendem Link aufrufbar: app.singlewindow.cn.

Hersteller von Süßwaren- und Knabberartikel, die vorhaben ihre Produkte nach China zu exportieren, können in Form einer Selbstregistrierung eigenständig die notwendige Registrierung auf dem oben genannten CIFER Onlinesystem durchführen.

Der GACC hat online auf der Homepage einen offiziellen Leitfaden, der das allgemeine Verfahren und die Antragstellung beschreibt, zur Verfügung gestellt. Der Leitfaden sowie weitere Informationen stehen in englischer Sprache zur Verfügung: english.customs.gov.cn.

Für die Selbstregistrierung erforderlich sind Angaben wie Name und Adresse des Unternehmens, rechtliche Vertreter und Kontaktpersonen, Registrierung im Heimatland, Angaben zum Lebensmittel, zur Produktion und Produktionskapazitäten. Der chinesische Zoll kann die Angaben überprüfen, zum Beispiel durch Video oder Ortsbesuch, eventuell auch durch Dritte.⁴⁴

Um herauszufinden, welches Registrierungsschema anzuwenden ist, besteht die Möglichkeit den HS Code in der Registrierungsplattform unter „product type query“ zu überprüfen. Es ist empfehlenswert bezüglich des HS Codes und CIQ Codes Rücksprache mit dem chinesischen Importeur zu halten, denn die HS Codes sind nur bis zu 6 Stellen international harmonisiert, während an den Folgestellen nationale Unterschiede auftreten können.⁴⁵

Nach erfolgreicher Registrierung erhält das Unternehmen eine chinesische Registrierungsnummer, die sich wie folgt zusammensetzt:

C + 3-stelliger Ländercode + HS Code (4 Stellen) + Jahr, Monat & Datum der Registrierung (6 Ziffern) + Sequenznummer (4 Ziffern).⁴⁶

⁴³ GTAI (2021): Registrierung von Herstellern von Lebensmitteln: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁴⁴ IHK Düsseldorf (2022): China – Registrierung von Herstellern von Lebensmitteln: www.ihk.de, zuletzt aufgerufen 13.11.2023

⁴⁵ WKO (2023): Registrierungspflicht für ausländische Lebensmittelproduzenten beim Export nach China: www.wko.at, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁴⁶ Ebenda.

Die chinesische Registrierungsnummer muss bei Lieferungen, die nach dem 1. Januar 2022 verschifft werden, in der Importzollerklärung angeführt werden.⁴⁷

Bestehende Registrierungsverfahren und Listungen z. B. für Fleisch- und Fleischerzeugnisse, Fisch- und Fischereierzeugnisse, Milch- und Milcherzeugnisse werden fortgeführt.⁴⁸

Nachfolgend werden die grundlegenden Schritte für die Registrierung zusammengefasst:

1. Vorbereitung der Unterlagen:

Es ist wichtig, alle erforderlichen Dokumente vorzubereiten, darunter eine Kopie der Handelsregistrierung, Produktionslizenz, Zertifikate für Lebensmittelprodukte, Testberichte und andere relevante Unterlagen.

2. Online-Anmeldung:

Die Anmeldung erfolgt über das CIFER Onlinesystem. Es ist notwendig, ein Konto zu erstellen und den Anweisungen für die Registrierung zu folgen.

3. Ausfüllen des Antragsformulars:

Das Antragsformular sollte vollständig ausgefüllt werden, indem alle erforderlichen Informationen angegeben werden. Dies umfasst beispielsweise Details zum Unternehmen, den exportierten Produkten, Produktionsstandorten und Qualitätskontrollmaßnahmen.

4. Einreichung der Unterlagen:

Alle erforderlichen Dokumente sollten gemäß den Anweisungen hochgeladen werden. Es ist wichtig sicherzustellen, dass die hochgeladenen Dokumente den chinesischen Anforderungen entsprechen.

5. Überprüfung und Genehmigung:

Die GACC überprüft die Unterlagen und kann weitere Informationen anfordern, wenn erforderlich. Nach einer erfolgreichen Überprüfung wird in der Regel eine Bestätigung oder ein Zertifikat ausgestellt, das die Zollregistrierung bestätigt.

⁴⁷ WKO (2023): Registrierungsspflicht für ausländische Lebensmittelproduzenten beim Export nach China: www.wko.at, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁴⁸ IHK Düsseldorf (2022): China – Registrierung von Herstellern von Lebensmitteln: www.ihk.de, zuletzt aufgerufen 13.11.2023

6. Gültigkeitsdauer:

Die Registrierung ist für fünf Jahre gültig, kann aber verlängert werden. Wenn der Produktionsstandort verlegt wird oder der gesetzliche Vertreter wechselt, erlischt die bisherige Registrierungsnummer in China automatisch, so dass eine neue Registrierung erforderlich wird.⁴⁹ Es ist wichtig, die Gültigkeitsdauer zu überwachen und rechtzeitig eine Verlängerung zu beantragen.

Es ist ratsam, sich direkt an die GACC oder an einen qualifizierten chinesischen Zollagenten zu wenden, um spezifische und aktuelle Anforderungen zu erfahren. Die Anforderungen können je nach Produkttyp und anderen Faktoren variieren, und eine genaue Einhaltung ist wichtig, um Probleme beim Export nach China zu vermeiden.

5.4 Anforderungen an ein ausländisches Unternehmen ohne eigene Produktion

Die zwei üblicherweise gewählten Rechtsformen sind:

- die Gründung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung („Limited Liability Company“), z. B. ein zu 100 % ausländisch investiertes Unternehmen oder ein ausländisch investiertes Unternehmen mit einem chinesischen Partner („Sino-German Joint Venture“).
- die Gründung einer Vertretung eines ausländischen Unternehmens (auch „Repräsentanz“ genannt).⁵⁰

Ein Wholly Foreign-Owned Enterprise ist die beliebteste Unternehmensform deutscher Investoren in China. Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (Co., Ltd.) ist die am häufigsten verwendete Rechtsform (ähnlich der deutschen GmbH). Die Gesellschafter können deutsche natürliche Personen oder die deutsche Muttergesellschaft sein. Eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung gilt als eigenständige juristische Person. Die Gesellschafter haften für die Schulden des Unternehmens mit ihrer Kapitaleinlage.⁵¹

In China wurde die Mindestkapitalanforderung von 30.000 Renminbi (RMB) (ca. 4.000 EUR) für die Registrierung abgeschafft. 2014 wurde das System „Flexibilität bei Einzahlung des Stammkapitals“ eingeführt. Es ist ausreichend, dass sich alle Gesellschafter zur Einzahlung verpflichten. Das Stammkapital muss nicht auf einmal eingezahlt werden, sondern kann in Raten gezahlt werden, wobei die Höhe und die Dauer der Einzahlung von den Gesellschaftern in der Satzung (auch „Gesellschaftervertrag“ oder „Articles of Association“

⁴⁹ Rödl & Partner (2023): Registrierungspflicht für ausländische Lebensmittelhersteller: <https://www.roedl.de/themen/newsletter-china/2022-03/registrierungspflicht-auslaendische-lebensmittelhersteller>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁵⁰ Bdp (2023): Unternehmensgründung in China: <https://www.bdp-team.de/china-consulting/unternehmensgruendung-in-china-10-fragen-und-antworten>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁵¹ Ebenda.

genannt) festgelegt werden. Anders als in Deutschland muss in China keine Kapitalprüfung (Capital verification) durchlaufen werden, sobald das Stammkapital des Unternehmens eingezahlt ist.⁵²

Hinweis

Repräsentanz-Büros ist es allerdings untersagt, operative Geschäfte in China zu betreiben. Das bedeutet, dass Repräsentanzen lediglich Hilfstätigkeiten für ihre ausländische Gesellschaft ausführen dürfen und in China einfach gesprochen lediglich eine Art „Schaufensterfunktion“ haben. Gewinne darf eine Repräsentanz nicht erzielen.⁵³

5.5 Anforderungen an ein ausländisches Unternehmen mit eigener Produktion

Für die Produktion in China ist eine gründliche Planung und Vorbereitung erforderlich, um sicherzustellen, dass alle erforderlichen Voraussetzungen erfüllt werden. Dazu braucht es die erforderlichen Fachkenntnisse über die Abläufe der einzelnen Schritte in China sowie Know-how über die chinesische Sprache, um eine reibungslose Produktion in China zu gewährleisten.⁵⁴

Wenn Produkte in China hergestellt und Export sowie Import betrieben werden sollen, ist es erforderlich, die komplexen Zollvorschriften zu erfüllen. Diese können sich oft als anspruchsvoll erweisen und erfordern daher umfassende Beratung und Expertise.⁵⁵

Neben den Vorschriften sind von den Herstellern auch rechtliche und regulatorische Aspekte zu berücksichtigen, damit Unternehmen ihre Produktion in China aufnehmen können. Daher ist eine erstklassige rechtliche Beratung des Rechtssystems in der Volksrepublik China unerlässlich, um Risiken zu minimieren und sicherzustellen, dass alle erforderlichen Lizenzen und Genehmigungen ordnungsgemäß eingeholt werden.⁵⁶

Der Länderbericht Recht kompakt von Germany Trade & Invest bietet Ihnen einen Überblick über relevante Rechtsthemen bei einem Engagement in China: www.gtai.de.

⁵² Bdp (2023): Unternehmensgründung in China: <https://www.bdp-team.de/china-consulting/unternehmensgruendung-in-china-10-fragen-und-antworten>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁵³ IHK Stuttgart (2023): Gesellschaftsgründung in China: www.ihk.de, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁵⁴ Wollring Law (2023): produzieren in China – In China herstellen lassen: www.wollring-law.com, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁵⁵ Ebenda.

⁵⁶ Ebenda.

6. Produktkennzeichnung

6.1 Rahmenbedingungen des Lebensmittelrechts

Die zentrale Rechtsgrundlage im Lebensmittelrecht in China ist das Lebensmittelsicherheitsgesetz von 2015. Dieses regelt insbesondere Fragen zu folgenden Themen: Überwachung und Bewertung von Lebensmittelsicherheitsrisiken, Herstellung von Lebensmitteln, Kontrolle, Import und Export von Lebensmitteln sowie die gesetzliche Haftung.⁵⁷

Der Produktkonformität in China liegen verschiedene Standards und Normen zugrunde; diese gelten unabhängig davon, ob die Produkte lokal gefertigt oder importiert werden. Die wichtigste Gruppe stellen die GB-Standards dar (GB steht für „Guobiao“, chinesisch für „Nationaler Standard“).⁵⁸

6.2 Kennzeichnungsvorschriften

Im Allgemeinen ist es ratsam, die Etikettierungserfordernisse genau zu beachten, da sich sowohl die inhaltlichen als auch formellen Anforderungen häufig ändern können. Lebensmittelexperten empfehlen deshalb die Mitnahme von Ersatzlabels. Auch existieren quasioffizielle Prüfinstitute, die Verpackungen und Inhaltsstoffe im Vorfeld prüfen und mit denen Exporteure gute Erfahrungen gemacht haben. Ein Beispiel ist die China Certification & Inspection Group Germany GmbH (www.ccicgermany.com).

Die Kennzeichnungs- und Etikettierungsvorschriften für in China verkaufte Produkte unterscheiden sich von Produkt zu Produkt. Die Anforderungen an die Etikettierung und Kennzeichnung werden von verschiedenen Behörden festgelegt. Alle in China verkauften Produkte müssen in chinesischer Sprache gekennzeichnet sein. Die chinesischen Aufsichtsbehörden verlangen, dass bei importierten und exportierten (nicht aber bei inländischen) Lebensmitteln wie Süßigkeiten, Wein, Nüssen, Konserven und Käse die Etiketten überprüft und die Produkte auf ihre Qualität getestet werden, bevor eine Ware importiert oder exportiert werden darf. Der Exporteur ist für die Richtigkeit und Gesetzmäßigkeit des Etiketts und den Inhalt verantwortlich. Daher tragen in der Praxis der Importeur und der Distributor die Verantwortung für das Etikett.

Viele Produkte, die nach China eingeführt werden, und auch Lebensmittel müssen vor dem Verkauf mit einem Zeichen der China Compulsory Certification (CCC) versehen werden.

⁵⁷ European Commission (2021): The Food and Beverage Market Entry Handbook: The People's Republic of China: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0_en, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

⁵⁸ MPR China Certification (2023): GB Standards und Normen für China: <https://www.china-certification.com/gb-standards/>, zuletzt aufgerufen: 13.11.2023

Produkte, die das CCC-Zeichen benötigen, müssen nicht nur ein Antrags- und Prüfverfahren durchlaufen, sondern das Zeichen muss auch physisch auf den Produkten angebracht werden, bevor sie nach China eingeführt oder dort verkauft werden.⁵⁹

Gemäß den chinesischen Standards für die Lebensmittelkennzeichnung (GB 7718-2011) müssen importierte Lebensmittel mit einer eindeutigen Kennzeichnung versehen sein, die u. a. das Herkunftsland sowie den Namen und die Adresse des im Land registrierten Großhändlers angibt.⁶⁰ Nach dem *Food Safety Law* müssen alle vorverpackten Produkte folgende verpflichtende Angaben im Labeling enthalten:

- Anforderungen an die Lagerung,
- Code der Produktnorm(en),
- Gattungsbezeichnung der Lebensmittelzusatzstoffe, wie in der nationalen Norm verwendet,
- Haltbarkeitsdauer,
- Name, Anschrift und Kontaktinformationen des Herstellers,
- Nummer der Produktionslizenz,
- Name, Spezifikation, Nettoinhalt und Datum der Herstellung,
- sonstige Informationen, die gemäß den geltenden Gesetzen, Vorschriften und Lebensmittelsicherheitsstandards angegeben werden müssen
- Tabelle der Inhaltsstoffe oder der Rezeptur.⁶¹

6.2.1 Kennzeichnung von gentechnisch veränderten Organismen

Gentechnisch veränderte Organismen (GVO) sollten deutlich gekennzeichnet werden, wenn die Produkte unter den Katalog der kennzeichnungspflichtigen GMO der MARA fallen. Wenn ein Lebensmittel gentechnisch verändert ist oder gentechnisch veränderte Substanzen enthält, muss auf dem Etikett in chinesischer Sprache „hergestellt/verarbeitet aus gentechnisch veränderten (tierischen, pflanzlichen, mikrobiellen) Organismen“ stehen.

Wenn ein Lebensmittel aus gentechnisch veränderten Materialien verarbeitet wird, aber keine gentechnisch veränderten Materialien im Endprodukt enthält, muss auf dem Etikett in chinesischer Sprache folgendes stehen: „Hergestellt aus gentechnisch veränderten (Tieren, Pflanzen, Mikroorganismen), aber das Produkt enthält keine gentechnisch veränderten Zutaten mehr“.⁶²

⁵⁹ International Trade Administration: Standards for Trade: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/china-standards-trade>, zuletzt aufgerufen: 11.11.2023

⁶⁰ USDA (2023): Labeling/Marking Requirements: <https://www.trade.gov/knowledge-product/china-labelingmarking-requirements>, zuletzt aufgerufen: 10.11.2023

⁶¹ Ebenda.

⁶² Asia Pacific Food Law Guide (2022): Food product and safety regulation: <https://resourcehub.bakermckenzie.com/en/resources/asia-pacific-food-law-guide/asia-pacific/china/topics/food-product-and-safety-regulation>, zuletzt aufgerufen: 10.05.2023

6.2.2 Verwendung natürlicher Zutaten

Die Verwendung von natürlichen Zutaten in Lebensmitteln unterliegt in China verschiedenen Vorschriften und Beschränkungen. China hat spezifische Regelungen und Standards für Lebensmittel, die von der China Food and Drug Administration (CFDA) und anderen zuständigen Behörden wie AQSIQ festgelegt werden.⁶³

So wird bspw. die Verwendung von Zusatzstoffen und Verarbeitungshilfsstoffen durch die verbindlichen nationalen Normen für Lebensmittelzusatzstoffe (GB 760-2014) geregelt. Die Verwendung von Vitaminen, Mineralien und anderen Nährstoffen ist in den verbindlichen nationalen Normen für Lebensmittelzusatzstoffe (GB 4880-2012) geregelt.⁶⁴

Bestimmte natürliche Zutaten müssen möglicherweise von den chinesischen Behörden zugelassen oder registriert werden, bevor sie in Lebensmitteln verwendet werden dürfen. Dies betrifft insbesondere neue Lebensmittelzusatzstoffe oder neue Lebensmittelzutaten.

Lebensmittelhersteller müssen die natürlichen Zutaten klar auf der Produktverpackung deklarieren. Die chinesischen Vorschriften legen fest, welche Informationen auf dem Etikett angegeben werden müssen, einschließlich der genauen Bezeichnung der Zutaten, Allergeninformationen und Herkunftsangaben.

Falls natürliche Zutaten als Lebensmittelzusatzstoffe verwendet werden, unterliegen sie den Vorschriften der Food Safety Law und müssen von der CFDA genehmigt werden. Es gibt spezifische Listen von zugelassenen Zusatzstoffen und Höchstmengen, die eingehalten werden müssen.⁶⁵

Die chinesischen Vorschriften legen auch Höchstmengen für Rückstände von Pestiziden, Herbiziden und anderen chemischen Substanzen in Lebensmitteln fest. Dies betrifft sowohl natürliche als auch nicht-natürliche Zutaten.

⁶³ Baker McKenzie (2023): Food product and safety regulation in China: <https://resourcehub.bakermckenzie.com/en/resources/asia-pacific-food-law-guide/asia-pacific/china/topics/food-product-and-safety-regulation>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁶⁴ Ebenda.

⁶⁵ NPC (2023) Food Safety Law of the People's Republic of China: http://www.npc.gov.cn/zgrdw/englishnpc/Law/2011-02/15/content_1620635.htm, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

6.2.3 Nährwertangaben

Die Nährwertangabe erfolgt gemäß den chinesischen Standards für die Nährwertkennzeichnung (GB 28050-2011). Diese Standards geben allgemeine Regeln für die Nährwertkennzeichnung von vorverpackten Lebensmitteln vor.⁶⁶ Der Referenzwert für Eiweiß beträgt bspw. 60 g; ein Lebensmittel muss mindestens 12 g Eiweiß/100 g enthalten, um als „eiweißreich“ bezeichnet werden zu können.⁶⁷

Die Normen werden derzeit von der SAMR überarbeitet.⁶⁸ Der überarbeitete Entwurf fügt zwei obligatorische Kennzeichnungselemente hinzu: gesättigtes Fett (Säure) und Zucker. Daher wird die Kennzeichnungspflicht von (Energie + Eiweiß, Fett, Kohlenhydrate, Natrium) auf (Energie + Eiweiß, Fett, gesättigtes Fett (oder gesättigte Fettsäure), Kohlenhydrate, Zucker, Natrium) geändert.⁶⁹

Der neue Entwurf bezieht sich insbesondere auf die Definition von Zucker in den Verordnungen des Codex der Vereinigten Staaten und der EU sowie auf das grundlegende Konzept von Zucker in der internationalen Gemeinschaft. Diese besagen, dass der auf einer Nährwertkennzeichnung angegebene Zucker die Summe der Monosaccharide und Disaccharide (ohne Zuckeralkohole) sein sollte.⁷⁰

Es wurden Warnhinweise hinzugefügt. Vorverpackte Lebensmittel sollten deutlich gekennzeichnet sein: „Kinder und Jugendliche sollten Lebensmittel mit hohem Salz-, Fett- und Zuckergehalt in Maßen wählen“. Ziel ist es auch, eine gesunde Lebensweise für alle Verbraucher zu fördern und die „Three Reduce“-Politik für die Ernährung zu unterstützen, d. h. die Reduzierung von Salz, Öl und Zucker.⁷¹

6.3 Verpackungen

Die Verpackung ist ein wesentlicher Unterschied auf dem chinesischen im Vergleich zum europäischen Markt. Chinesische Hersteller verpacken überwiegend ihre Produkte in Dosen, dies führt dazu, dass Produkte bei höheren Temperaturen schneller schmelzen können. Verpackungen, die speziell für den chinesischen Markt und die Verbraucher zugeschnitten

⁶⁶ European Commission (2021): The Food and Beverage Market Entry Handbook: The People's Republic of China: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0_en, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

⁶⁷ Baker McKenzie (2023): Food product and safety regulation in China: <https://resourcehub.bakermckenzie.com/en/resources/asia-pacific-food-law-guide/asia-pacific/china/topics/food-product-and-safety-regulation>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁶⁸ European Commission (2021): The Food and Beverage Market Entry Handbook: The People's Republic of China: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0_en, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

⁶⁹ SGS Digicomply (2022): New Changes and Trends of Nutrition labels in China: <https://www.digicomply.com/blog/nutrition-labels-china>, zuletzt aufgerufen: 13.11.2023

⁷⁰ Ebenda.

⁷¹ Ebenda.

sind, werden von ausländischen Herstellern genutzt, um dem Wunsch der Verbraucher nach Lokalisierung nachzukommen.⁷²

Die chinesischen Verbraucher assoziieren importierte Schokoladen- und Süßwarenprodukte mit Luxus und Qualität und erwarten einen gewissen Standard in Bezug auf Verpackung und Design, der es rechtfertigt, mehr für diese Produkte auszugeben als für einheimische Varianten.⁷³

Chinesische Verbraucher neigen dazu, traditionelle Verpackungen zu mögen, die vorteilhafte Farbschemata enthalten, wobei Rot als Glücksbringer und Gold als „königliche“ Farbe assoziiert wird; helle und lebendige, leuchtende Farben sind bei Verpackungen von importierten Schokoladen- und Süßwarenprodukten üblich.⁷⁴

Importierte Schokoladen sind in China stark nachgefragt, da die Mehrheit der Verbraucher Schokolade im Allgemeinen mit ausländischen Marken und Qualität assoziiert. Die größte Herausforderung ist die Anpassung an den chinesischen Markt in Bezug auf die Verpackung und den Aufbau von Partnerschaften im Land. Süßwaren sind eine größere Herausforderung, da der chinesische Markt größtenteils aus kleinen einheimischen Herstellern besteht, die hauptsächlich die Inlandsnachfrage bedienen. Wie bei der Schokolade sind Verpackung und Lokalisierung die wichtigsten Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt, um bei den chinesischen Verbrauchern Anklang zu finden.⁷⁵

6.3.1 Anforderungen für Verpackungsmaterial

China hat Hygienestandards für eine Reihe von Polymermaterialien entwickelt, die üblicherweise zur Herstellung von Artikeln mit Lebensmittelkontakt verwendet werden, darunter Polyethylen, Polypropylen, Polystyrol, Polyvinylchlorid, Polyethylenterephthalat, Nylon und Polycarbonat. Die Normen werden vom chinesischen Gesundheitsministerium erlassen, und die Durchsetzung erfolgt durch die AQSIQ. Im Allgemeinen legen die Normen für Harze physikalische und chemische Anforderungen an das Material fest (z. B. Gewichtsverlust beim Trocknen, Verbrennungsrückstände und Extraktionen mit n-Hexan), während anwendungsspezifische Normen Migrationsgrenzwerte und Leistungskriterien für fertige Behälter und Verpackungen festlegen.⁷⁶

⁷² European Commission (2021): The Food and Beverage Market Entry Handbook: The People's Republic of China: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0_en, zuletzt aufgerufen: 07.11.2023

⁷³ Ebenda.

⁷⁴ Ebenda.

⁷⁵ Ebenda.

⁷⁶ Packaging Law (2023): Regulation of Food Packaging Materials in the People's Republic of China: <https://www.packaginglaw.com/special-focus/regulation-food-packaging-materials-peoples-republic-china>, zuletzt aufgerufen: 03.11.2023

China ist dabei, viele seiner bestehenden Lebensmittelsicherheitsnormen (z. B. Hygienestandards, Prüfnormen) für Lebensmittelverpackungsmaterialien zu überarbeiten, von denen einige längst überholt sind, um eine Harmonisierung mit dem neuen Lebensmittelsicherheitsgesetz zu gewährleisten. Der chinesische Hygienestandard für Lebensmittelverpackungspapier (GB 11680-1989) ist bspw. seit 1989 in Kraft und wird derzeit von einer eigens dafür eingerichteten Arbeitsgruppe überarbeitet. In der Zwischenzeit werden die bestehenden Normen jedoch als durchsetzbar angesehen. Es wurde verstärkt Aufmerksamkeit auf Chinas Hygienestandards für die Verwendung von Zusatzstoffen in Lebensmittelbehältern und Verpackungsmaterialien (GB 9685-2008) gerichtet. Diese Standards umfassen eine Positivliste von Zusatzstoffen, die für die Verwendung in Lebensmittelbehältern und Verpackungsmaterialien wie Polymeren, Beschichtungen und Klebstoffen sowie Papier und Pappe zugelassen sind. Die Norm wurde mit Wirkung vom 1. Juni 2009 geändert, um die Verwendung von 959 Lebensmittelzusatzstoffen bei der Herstellung von Lebensmittelverpackungen zu ermöglichen.⁷⁷

6.3.2 Materialbeschränkungen – Gesetzliche Anforderungen

Am 01. März 2022 gab die Nationale Gesundheitskommission (National Health Commission, NHC) die Zulassung von zwei neuen Lebensmittelzutaten, elf neuen Lebensmittelzusatzstoffen und 19 neuen lebensmittelbezogenen Produktsorten bekannt. Diese sind unter folgendem Link aufrufbar: www.cisema.com.⁷⁸

Die neuen Vorschriften seitens NHC geben auch Aufschluss über die Materialbeschränkungen und die gesetzlichen Anforderungen. In China lautet die Definition von Materialien, die mit Lebensmitteln in Berührung kommen, „Materialien, die bei bestimmungsgemäßem Gebrauch mit Lebensmitteln oder Lebensmittelzusatzstoffen in Berührung kommen oder die Möglichkeit haben, mit Lebensmitteln in Berührung zu kommen oder ihre Bestandteile an Lebensmittel abzugeben“. Diese Definition gilt z. B. für Verpackungsmaterialien, Behälter, Utensilien, Druckfarben und Maschinen, die bei der Herstellung, Verarbeitung, Verpackung, dem Transport, der Lagerung, Zubereitung und dem Servieren von Lebensmitteln direkt mit diesen in Berührung kommen oder die Möglichkeit dazu haben.⁷⁹

⁷⁷ Packaging Law (2023): Regulation of Food Packaging Materials in the People's Republic of China: <https://www.packaginglaw.com/special-focus/regulation-food-packaging-materials-peoples-republic-china>, zuletzt aufgerufen: 03.11.2023

⁷⁸ CISEMA (2023): 32 in China offiziell zugelassene Lebensmittelzutaten, Lebensmittelzusatzstoffe und lebensmittelverwandte Produkte: <https://www.cisema.com/32-food-ingredients-food-additives-and-food-related-products-officially-approved-in-china/>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁷⁹ Farbe und Lack (2023): Lebensmittelkontakt: Neue Vorgaben in China: <https://www.farbeundlack.de/nachrichten/gesetze-regularien/neue-vorgaben-in-china/>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

Die neuen Vorgaben sehen wie folgt aus:⁸⁰

1. Neue Arten von Materialien und Produkten mit Lebensmittelkontakt:

- Siliciumdioxidbeschichtungen aus den Monomeren Hexamethyldisiloxan und Hexamethyldisilazan.

2. Neue Sorten von Zusatzstoffen für Materialien und Produkte, die mit Lebensmitteln in Berührung kommen (6 Arten):

- 2-Propensäure, Polymer mit 2,5-Furandion und 2-Propenamid, Natriumsalz
- 1,3,5-Triallyl-1,3,5-triazine-2,4,6 (1H,3H,5H) -trione
- C16-18-Fettsäuren, Ester mit Pentaerythritol
- Vitamin E (dl- α -Tocopherolacetat)
- 1-Decen, Homopolymer, hydriert
- Hexandisäure, Polymer mit 1,2-Propandiol.

3. Neue Sorten von Harzen für Materialien und Produkte, die mit Lebensmitteln in Berührung kommen:

- Copolymer aus Acrylsäure, Styrol, Acrylsäureethylester, Acrylsäure-2-Ethylhexylester, Methacrylsäuremethylester
- Polymer aus Cyclohexandimethanol-1,4, Ethylenglykol, 2,2-Dimethyl-1,3-Propandiol, Isophthalsäure, Dimethylterephthalat und Trimellitsäureanhydrid.

4. Neue Sorten von Desinfektionsmittelrohstoffen:

- Copolymer aus Acrylsäure, Styrol, Acrylsäureethylester, Acrylsäure-2-Ethylhexylester, Methacrylsäuremethylester
- Polymer aus Cyclohexandimethanol-1,4, Ethylenglykol, 2,2-Dimethyl-1,3-Propandiol, Isophthalsäure, Dimethylterephthalat und Trimellitsäureanhydrid.⁸¹

⁸⁰ CISEMA (2023): 32 in China offiziell zugelassene Lebensmittelzutaten, Lebensmittelzusatzstoffe und lebensmittelverwandte Produkte: <https://www.cisema.com/32-food-ingredients-food-additives-and-food-related-products-officially-approved-in-china/>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁸¹ CISEMA (2023): 32 in China offiziell zugelassene Lebensmittelzutaten, Lebensmittelzusatzstoffe und lebensmittelverwandte Produkte: <https://www.cisema.com/32-food-ingredients-food-additives-and-food-related-products-officially-approved-in-china/>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

7. Risikopotenziale

7.1 Konsequenzen bei fehlerhafter Produktkennzeichnung

Das chinesische Gesetz verbietet falsche oder irreführende Angaben auf Lebensmitteletiketten, um sicherzustellen, dass die Verbraucher nicht durch ungenaues Marketing getäuscht werden. Irreführende oder falsche Angaben auf Lebensmitteletiketten können zur Täuschung der Verbraucher und zu rechtlichen Konsequenzen führen. Daher müssen die Hersteller unbedingt sicherstellen, dass alle Produktaussagen, wie z. B. über gesundheitliche Vorteile oder Qualitätsmerkmale, begründet sind und den chinesischen Vorschriften entsprechen.⁸²

Ein weiterer entscheidender Punkt ist die genaue Kennzeichnung der Herkunft des Produkts. Eine falsche Angabe der Herkunft kann rechtliche Probleme nach sich ziehen. Die Nichteinhaltung von Vorschriften, wenn es um die Kennzeichnung von importierten Lebensmitteln in China geht, kann schwerwiegende Konsequenzen nach sich ziehen, die über reine Rechtsfragen hinausgehen.⁸³

Allgemein weist China strenge Vorschriften für Produktkennzeichnung auf, und Verstöße können rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Im Falle falscher Produktkennzeichnungen könnten Verbraucher Beschwerden bei den zuständigen CFDA oder anderen Aufsichtsbehörden oder beim chinesischen Gesundheitsamt, einreichen. In einigen Fällen können Verbraucher Entschädigungen oder Rückerstattungen für den erlittenen Schaden geltend machen. So kann bspw. ein chinesischer Verbraucher sogar das Zehnfache des Retailpreises erhalten.⁸⁴

Sanktionen und Geldbußen

Eine der unmittelbarsten und greifbarsten Folgen der Nichteinhaltung von Vorschriften ist die Verhängung von Strafen und Bußgeldern. Diese Geldstrafen können je nach Schwere des Verstoßes sehr unterschiedlich ausfallen.

Rückruf und Beschlagnahme von Produkten

Bei schwerwiegenden Verstößen oder wenn die öffentliche Gesundheit und Sicherheit gefährdet sind, sind die chinesischen Regulierungsbehörden befugt, den Rückruf und die Beschlagnahme von nicht-konformen Produkten anzuordnen. Diese Maßnahme ist nicht nur schnell, sondern hat auch schwerwiegende Folgen.

⁸² China Briefing (2023): How to Stay Compliant with China's Labeling Requirements for Imported Food: <https://www.china-briefing.com/news/china-labeling-requirements-food-imports-guide/>, zuletzt aufgerufen: 13.11.2023

⁸³ Ebenda.

⁸⁴ NPC (2023) Food Safety Law of the People's Republic of China: http://www.npc.gov.cn/zgrdw/englishnpc/Law/2011-02/15/content_1620635.htm, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

Ein Produktrückruf kann finanziell verheerend sein, da das Produkt vom Markt genommen werden muss. Dies führt oft nicht nur zu Umsatzeinbußen, sondern auch zu Kosten für die Abwicklung des Rückrufs. Außerdem können der Ruf eines Unternehmens und das Vertrauen der Verbraucher geschädigt werden, so dass es schwierig wird, dieses wiederzugewinnen.

Zugangsbeschränkungen

Anhaltende Nichteinhaltung kann zu weitreichenderen Konsequenzen führen, einschließlich Zugangsbeschränkungen. Dies bedeutet, dass das Unternehmen beim Versuch, seine Produkte nach China zu exportieren, auf erhebliche Hürden stoßen kann oder dass seine Produkte sogar ganz vom Markt genommen werden können.

Diese Zugangsbeschränkungen können tiefgreifende Auswirkungen auf die langfristige Marktpräsenz eines Unternehmens haben. Die Schwierigkeiten beim Export von Produkten nach China schränken das Wachstumspotenzial ein und können eine Neubewertung der Marktstrategie erforderlich machen. Darüber hinaus kann die Entfernung von Produkten vom Markt zu einem Verlust von Marktanteilen, zu einer Beeinträchtigung des Markenrufs und zu einer möglichen Schädigung des Vertrauens der Investoren führen.

7.2 Professional Shopper

Sogenannte „professional Shoppers“ sind meist ehemalige Beamte oder solchen Beamten nahestehende Personen mit dem notwendigen Fachwissen, die beim privaten Einkauf Etiketten auf deren Gesetzeskonformität prüfen.⁸⁵

Stellt der „professional Shopper“ ein fehlerhaftes Etikett fest, wird zunächst kein offizielles Behördenverfahren eingeleitet, sondern private Dritte informiert, die unter Androhung der Meldung der fehlerhaften Etiketten bei den Behörden vom Hersteller oder Importeur „Entschädigungszahlungen“ verlangen. Sollten sich der Hersteller oder der Importeur weigern eine Entschädigung zu zahlen, so wird der Fehler zur Anzeige gebracht, wobei die Behörden den Importeur oftmals zu einem Vergleich mit dem „professional Shopper“ drängen, da nicht nur der anzeigende Dritte, sondern auch der ehemalige Beamte einen Teil der geleisteten Entschädigungszahlungen kassiert.⁸⁶

⁸⁵ CBBL (2020): Lebensmittelrecht in China: <https://www.cbbl-lawyers.de/china/lebensmittelrecht-in-china/#id7>, zuletzt aufgerufen: 14.11.2023

⁸⁶ Ebenda.

8. Cross Border E-Commerce

8.1 Besonderheiten in den Zollverfahren

Nach erfolgter Wareninspektion erfolgt die Zollabfertigung, bei der Zölle und Steuern für die Importware erhoben werden. China verwendet das Harmonisierte System (HS) zur Bezeichnung und Codierung von Waren. Neben den sechsstelligen Codenummern, die international Anwendung finden, treten noch vier Ziffern nach nationaler Gesetzgebung hinzu.

Im grenzüberschreitenden Vertrieb über E-Commerce gelten einige wichtige Sonderregelungen. So sind mehr als 1.400 Waren zollfrei, die im grenzüberschreitenden elektronischen Handel an Privatpersonen geliefert werden und deren Zollwert 5.000 RMB (ca. 709 EUR) nicht überschreitet.⁸⁷ Das jährliche zollfreie Kontingent pro Person beläuft sich auf 26.000 RMB (ca. 3.750 EUR). Bei Überschreitung dieser Grenzwerte sind die vollen allgemeinen Einfuhrsteuern, einschließlich Zoll, Mehrwertsteuer und Konsumsteuer, abzuführen.

Für den Vertrieb nach China über Cross Border E-Commerce gibt es zwei Liefermodelle: Direktversand und Zollfreilager. Bei der Nutzung von Zolllagern bei Vertrieb über E-Commerce-Plattformen können Produkte in großen Mengen nach China eingeführt und vor Ort gelagert werden.

Eine Lagerung ist grundsätzlich ein Jahr (manchmal zwei Jahre) möglich. Beim Kauf eines Produktes über eine E-Commerce-Plattform wird das jeweilige Produkt aus dem Zolllager ausgeführt und direkt an den Endverbraucher geliefert. Zölle sowie Umsatz- und Verbrauchssteuer für das gekaufte Produkt werden in diesem Moment fällig. Bei der Nutzung von Zolllagern von deutschen Exporteuren ergeben sich mehrere Vorteile. Zunächst kann das bestellte Produkt schneller zum chinesischen Endverbraucher geliefert werden als bei einem Import aus Deutschland bei Bestellungseingang, da die Zollabfertigung bei sich bereits in Zolllagern befindenden Importprodukten vereinfacht ist. Eventuell erforderliche Etikettierungen können im Zolllager erfolgen. Außerdem ist die Nutzung von Zolllagern in China oft kostenfrei.

8.2 Besonderheiten in der Kennzeichnung

In einigen Fällen, wie z. B. beim Cross Border E-Commerce-Handel, können die Kennzeichnungsanforderungen je nach Art der eingeführten Produkte der Ernährungsindustrie und des speziellen Handelsmodells variieren. Eine Etikettierung in

⁸⁷ AHK Greater China (2022): Erschließung des chinesischen Markts online: <https://www.wfbb.de/sites/wfbb.de/files/2022-04/Webinar%20Cross-Border%20E-Commerce%20und%20digitales%20Marketing%20in%20China.pdf>, zuletzt aufgerufen: 13.11.2023

chinesischer Sprache für aus Deutschland eingeführte Produkte bei Cross Border E-Commerce Plattformen an private Endverbraucher ist nicht verpflichtend. Jedoch müssen die entsprechenden Angaben auf Chinesisch auf der Webseite des Onlineshops verfügbar sein.⁸⁸

8.3 Bedeutung des E-Commerce für die chinesische Regierung

Der Onlineverkauf von Waren über eine Verkaufsplattform, die beim chinesischen Zollamt registriert ist, stellt für viele ausländische Anbieter eine attraktive Möglichkeit dar, Kunden in China zu erreichen und zuverlässig sowie schnell zu beliefern.⁸⁹

Die chinesische Regierung fördert Cross Border E-Commerce, da es ein äußerst attraktives Handelsmodell darstellt. Folgende Maßnahmen sollen den Cross-Border-E-Commerce in China vereinfachen und fördern:

- Die Regierung hat sogenannte Cross Border E-Commerce-Pilotzonen eingerichtet. Diese Zonen sind Sonderwirtschaftszonen mit gewissen Vergünstigungen in den Bereichen Zollabfertigung, Steuern, Devisenabwicklung, Wareninspektion, Logistik und Finanzdienstleistungen.
- Des Weiteren veröffentlichte die Regierung eine „Positivliste“ von Gütern, die mit Cross-Border-E-Commerce nach China verkauft werden dürfen. Seit dem letzten Update der Liste im März 2022 sind nun weit über 1.400 Artikel in der Liste enthalten.
- Die Einführung eines Single-Window-Systems für Cross-Border-E-Commerce bietet einen Importprozess mit weniger Aufwand und geringeren Kosten. Dies ermöglicht ausländischen Unternehmen, alle erforderlichen Informationen und Dokumente für die Zollabfertigung über eine einzige Plattform einzureichen, anstatt sie bei mehreren Regierungsbehörden einreichen zu müssen.⁹⁰

8.4 Positivlisten in China

Um den Cross Border eCommerce-Sektor anzukurbeln, haben die chinesischen Behörden die Importliste für den grenzüberschreitenden E-Commerce-Einzelhandel weiter optimiert und um weitere Waren ergänzt. Ziel war es, das heimische Angebot auch in der COVID-19-

⁸⁸ China Briefing (2023): How to Stay Compliant with China's Labeling Requirements for Imported Food: <https://www.china-briefing.com/news/china-labeling-requirements-food-imports-guide/>, zuletzt aufgerufen: 13.11.2023

⁸⁹ WKO (2023): Der chinesische eCommerce Markt für Konsumgüter: <https://www.wko.at/aussenwirtschaft/der-chinesische-ecommerce-markt-fuer-konsumgueter>, zuletzt aufgerufen: 13.11.2023

⁹⁰ E-Commerce Magazin (2023): Cross-Border-E-Commerce: So viel Potential bietet der chinesische Markt: <https://www.e-commerce-magazin.de/cross-border-e-commerce-so-viel-potential-bietet-der-chinesische-markt/>, zuletzt aufgerufen: 13.11.2023

Pandemie zu erweitern und so der steigenden Verbrauchernachfrage gerecht zu werden. Seit März 2022 wurden insgesamt 29 Artikel, u. a. Tomatensaft hinzugefügt.⁹¹

Die Liste der Cross Border E-Commerce-Einzelhandelsimporte wird über eine Positivliste verwaltet. Seit ihrer Veröffentlichung im Jahr 2016 wurde die Liste mehrmals angepasst; die Anzahl der Artikel hat sich weiter erhöht und die Kategorien sind umfangreicher geworden. China hat seine Bemühungen für die Entwicklung des grenzüberschreitenden elektronischen Handels durch die Umsetzung günstiger politischer Maßnahmen verstärkt. Das Land hat nicht nur mehr Waren in die Liste für den grenzüberschreitenden E-Commerce-Einzelhandelsimport aufgenommen, sondern auch den Umfang der Pilotzonen für den Cross Border E-Commerce-Einzelhandelsimport ausgeweitet.

Nur Produkte, die in der Warenliste für den Cross Border E-Commerce Einzelhandelsimport (Positivliste) aufgeführt sind, dürfen über Cross Border E-Commerce nach China gehandelt werden.

8.5 Weiterführende Informationen

Seit 2016 veröffentlicht die chinesische Regierung die sogenannte Cross Border-Positivliste. Die Liste kann unter dem Link: www.tmogroup.asia aufgerufen werden.

Alle Produkte, die in dieser Liste genannt werden, sind für den grenzüberschreitenden Onlinehandel zugelassen. Im Vergleich zum traditionellen Handel mit Waren in Festland-China ist der Cross Border E-Commerce nicht stark reguliert. Das fängt bereits bei der Registrierung an, die im Cross Border E-Commerce wesentlich unkomplizierter und schneller abläuft. Allerdings müssen alle Produkte im Cross Border E-Commerce so vertrieben werden wie im Herkunftsland – Anpassungen der Rezepturen oder bei der Verpackung sind nicht möglich. Weiterhin muss sichergestellt werden, dass die Grundvoraussetzungen erfüllt werden.⁹²

8.6 Praktische Tipps

Cross Border E-Commerce-Plattformen bieten einen guten Weg, in den chinesischen Markt einzusteigen. Die Plattformen bieten umfassende Zahlungs-, Logistik- und Marketingdienstleistungen an, die teils in Anspruch genommen werden müssen. Diese Dienstleistungen sind kostenintensiv, jedoch ist es ratsam, in die Leistungen zu investieren,

⁹¹ Zee Van (2022): Neue positivliste für den China Cross Border eCommerce: <https://zeevan.com/neue-positivliste-china-cross-border-e-commerce/>, zuletzt aufgerufen 13.11.2023

⁹² WKO (2023): Der chinesische eCommerce Markt für Konsumgüter: <https://www.wko.at/aussenwirtschaft/der-chinesische-e-commerce-markt-fuer-konsumgueter>, zuletzt aufgerufen: 13.11.2023

da der Wettbewerb auf diesen Plattformen hoch ist. Der Erfolg hängt maßgeblich vom Ruf der Marke ab.

Dennoch gilt es einiges zu beachten: Vor der Eröffnung eines Stores auf einer der Plattformen sollten umfassende Marktanalysen durchgeführt werden. Ebenso sollte ein umfassendes Marketingkonzept, das auch die chinesischen Sonderverkaufstage berücksichtigt, erarbeitet werden. Es sollte dabei mit einem chinesischen Partner zusammengearbeitet werden, der die kulturellen Gegebenheiten und den Markt kennt und v. a die Sprache beherrscht. In den entsprechenden Marketingkonzepten sollten auch chinesische Social Media wie bspw. WeChat und Weibo beachtet und mit eingebunden werden, da in China Vertrauen in eine Marke meistens über Empfehlungen anderer Kunden aufgebaut wird.

9. Adressmaterial

9.1 Übersicht chinesischer Behörden

AQSIQ	
Adresse / Website	No. 9 – 1 Madian East Road Haidian District Beijing China www.aqsiq.net
Kontakt	Frau Susei (Registrierung & Zertifizierungsverfahren) E-Mail: info@aqsiq.net Tel.: +86 (0)400 656 9988
Profil	<p>Das AQSIQ ist verantwortlich für die landesweite Qualitätssicherung, Inspektion der Ein- und Ausfuhren, Gesundheitskontrollen und Quarantäne im Handel sowie für die Kontrollen und die Quarantäne von Tier- und Pflanzenarten. Zudem obliegt dem AQSIQ die Lebensmittelsicherheit von Im- und Exportgütern, die Zertifizierung und Akkreditierung sowie die Verwaltung der Strafverfolgung.</p> <p>Die AQSIQ steht unter direkter Kontrolle des Staatsrats Chinas. AQSIQs Service steht in acht Sprachen zur Verfügung. Deutsche Unternehmen können sich auch online auf Deutsch alle Informationen einholen. Die AQSIQ verfügt über 19 interne Abteilungen.</p>

Chinese National Intellectual Property Administration (CNIPA) – Markenamt	
Adresse / Website	No. 6 Xitucheng Road, Haidian District Beijing China www.english.cnipa.gov.cn
Kontakt	Tel.: +86 (0)1062356655
Mitarbeiter	143
Profil	Die Anmeldung einer Marke erfolgt bei der CNIPA. Die Schutzfrist beträgt zehn Jahre ab Eintragung mit Verlängerungsmöglichkeit, die auf elektronischem Weg erfolgen kann.

China Trademark office (CTMO)	
Adresse / Website	Zhuoyue Square, Lane 20 Hulan West Road Shanghai China www.chinatradoemarkoffice.com
Kontakt	E-Mail: trademark@chinatradoemarkoffice.com Tel.: +86 (0)2165530729
Profil	CTMO gehört zur CNIPA. Ausländische Unternehmen können beim CTMO eine Marke registrieren. Ausländische Unternehmen ohne Sitz in China dürfen selbst keine Markenregistrierungen abgeben, sondern müssen sich dabei der Hilfe von Markenvertretern bedienen.

General Administration of Customs (GACC)	
Adresse / Website	No. 6. Jianguomennei Avenue, Dongcheng District Beijing China www.english.customs.gov.cn
Kontakt	Herr Yu Jianhua (Minister) E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite
Profil	Die GACC in China ist u. a. für die Erhebung der Mehrwertsteuer, der Verbrauchsteuer sowie von Zöllen und anderen indirekten Gebühren zuständig. Zudem ist die Behörde verantwortlich für die Import- und Exportverwaltung von Waren und Dienstleistungen in China.

Ministry of Agriculture and Rural Affairs (MARA)	
Adresse / Website	No. 11 Nongzhanguan Nanli Chaoyang District Beijing China www.english.moa.gov.cn
Kontakt	Tel.: +86 (0)1059 193366
Profil	Das Ministerium für Landwirtschaft und ländliche Angelegenheiten ist für die Umsetzung der Leitprinzipien, der Politik und der Beschlüsse des Zentralkomitees im Bereich der Landwirtschaft, der ländlichen Gebiete und der Landwirte zuständig.

Nationale Gesundheitskommission (NHC)	
Adresse / Website	1 Xizhimen Outer South Road, Xicheng District Beijing China www.samr.gov.cn
Kontakt	E-Mail: chinahealthgov@163.com Tel.: +86 (0)1068792114
Profil	Die NHC ist u. a für die Ausarbeitung von Gesetzen und Verordnungen für die nationale Gesundheitspolitik zuständig. Die NHC überwacht und bewertet zudem die Risiken im Bereich der Lebensmittelsicherheit. Darüber hinaus werden Lebensmittelsicherheitsstandards in Übereinstimmung mit dem Gesetz formuliert und veröffentlicht.

State Administration for Market Regulation (SAMR)	
Adresse / Website	8 East Sanlihe Road, Xicheng District Beijing China www.samr.gov.cn
Kontakt	Tel.: +86 (0)1088 650000
Profil	SAMR ist für die Regulierung von Bereichen wie Marktwettbewerb, Monopole, geistiges Eigentum und Arzneimittelsicherheit zuständig, einschließlich der Erteilung von Geschäftsgenehmigungen.

