

## GEOFOOD-KRITERIEN

### *KRITERIEN für GEOfood-Produkte und Hersteller:*

1. Nur Hersteller oder Unternehmen im Gebiet eines anerkannten globalen Geoparks der UNESCO dürfen das GEOfood-Logo verwenden.
2. Der Geopark muss eine Anfrage an den Magma Geopark senden, um der Marke GEOfood beizutreten.
3. Jeder Geopark ist für die Verwendung des Logos und die Einhaltung der Kriterien verantwortlich.
4. In Bezug auf den Standort der Unternehmen oder des bewirtschafteten Feldes / der landwirtschaftlichen Betriebe kann jeder Geopark entscheiden, ob eine Pufferzone eingerichtet werden soll, die an den Geopark angrenzt.
5. Die Auswahl für eine Pufferzone muss zusammen mit den anderen geologischen Informationen auf dem Etikett beschrieben werden. Die Wahl der Pufferzone muss aufgrund der Tatsache motiviert sein, dass sich Produkte oder Fabriken in der Nähe der Geoparkgrenzen befinden und / oder aufgrund der Kohärenz der geologischen Phänomene.
6. Die Hersteller müssen sich im Geopark oder in der ausgewählten Pufferzone befinden. GEOfood-Hersteller können sich nicht außerhalb des Geoparks oder außerhalb der Pufferzone befinden.
7. Die Rohstoffe, aus denen die GEOfood-Produkte bestehen, müssen aus dem Geopark (oder der Pufferzone) stammen.
8. Der Rohstoff kann außerhalb des Geoparks (oder-und) außerhalb der Pufferzone verarbeitet werden.

### *INFO-ETIKETTEN:*

GEOfood-Produkte müssen in engem Zusammenhang mit dem lokalen geologischen Erbe stehen. Spezifische Kurzinformationen zu diesem Zusammenhang müssen auf den Lebensmitteln und in den GEOfood-Restaurantmenüs durch schriftliche Informationen enthalten sein (z. B. Kartoffeln oder Gemüse, die in fruchtbaren Sandsteinen angebaut wurden, die während der letzten Eiszeit von Bewegung des Gletschers gebildet wurden; Olivenöl von Oliven aus Jura-Mergeln, die im alten Tethys-Meer abgelagert wurden, Salz aus dem alten Meer, Brot aus Getreide, das aufgrund besonderer geologischer Phänomene im Geoparkboden wächst usw.).

Wenn der Geopark die Pufferzone gewählt hat, muss dies auch auf dem Etikett angegeben werden.

Die Herkunft des Rohstoffs muss auf dem Etikett wiederum im Zusammenhang mit dem geologischen Erbe klar beschrieben werden.

### *Hauptkategorien der GEOfood-Hersteller:*

Je nach Herstellungsprozess wurden zwei allgemeine Kategorien für die Herstellung von GEOfood-Produkten ermittelt.

Rohprodukte wie Gemüse, Nüsse, Fleisch, Beeren, Fisch, Pilze, Olivenöl, Honig, Milch usw.

Handwerkliche Produkte wie: Lebensmittel und Getränke, welche aus der Kombination oder Umwandlung von Rohprodukten stammen, die im Geopark oder in der Pufferzone wachsen. (siehe: „geografische Kriterien“).

Fischprodukte können eingefroren werden, müssen jedoch aus dem Geopark oder der Pufferzone stammen.

Zugesetzter Zucker oder Salz ist erlaubt, auch wenn sie nicht aus dem Geopark stammen (sie zählen nicht zu den 50% für die Speisekarte in den Restaurants).

### *GEOfood-KRITERIEN für Restaurants:*

1. Das GEOfood-Logo muss im Restaurant und in den dessen Medien gut sichtbar sein.
2. GEOfood-Menüs müssen vom geologischen Erbe inspiriert sein, welches die Bedeutung der Marke in Geoparks belegt und es den Kunden ermöglicht, das Geo-Erbe durch den Geschmackssinn zu genießen. Wenn möglich soll eine lokale Außenatmosphäre im Essbereich geschaffen werden.
3. Die Unternehmen müssen GEOfood-Menüs mit mindestens 50% der lokalen Rohprodukte (lokal: ursprünglich aus dem Geopark oder der Pufferzone) erstellen.
4. Die GEOfood-Restaurants sollten saisonal oder jährlich mindestens ein GEOfood-Menü servieren.
5. Innerhalb des Geoparks und des Restaurants wird gegenseitige, unter Verwendung der Logos, Informationsbroschüren und auf den Webseiten (offizielle Webseite, soziale Medien, Pressestelle usw.) für einander geworben.
6. Die Unternehmer müssen dem Geopark jährlich oder nach Vereinbarung über die Aktivitäten im Restaurant berichten.

### *DIE VERWENDUNG DES LOGOS (siehe HANDBUCH für die Verwendung der MARKE)*

- Das GEOfood-Logo darf nicht geändert werden.
- Die Kombination mit dem Geopark-Logo wird empfohlen.
- Andere lokale Logos können kombiniert werden, wenn sie mit der Geopark-Philosophie verbunden sind.
- Die Kombination mit dem UNESCO-Logo ist für kommerzielle Produkte nicht zulässig.