

<http://www.manager-magazin.de/it/artikel/0,2828,399344,00.html>

LEBENSMITTELSKANDALE

Wenn der Computer mit dem Gemüse spricht ...

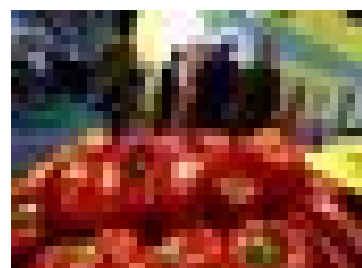
Von *Werner Bruckner*

Fleisch- und Futtermittelskandale erschüttern die Verbraucherwelt. Nachrichten von Pestizid-verseuchtem Obst und Gemüse tun ihr Übriges. Nun wollen IT-Unternehmen und Handel für mehr Sicherheit sorgen. Doch haben sie gegen schwarze Schafe eine Chance?

Berlin - Wild-, Gänse- oder Rinderbraten - nur überzeugte Vegetarier haben bis vor ein paar Jahren einen Bogen darum gemacht. Doch mittlerweile erschüttern Skandale das Vertrauen vieler Verbraucher auch in Obst und Gemüse. Branchenverbände und Dienstleister für Informations- und Kommunikationstechnik (ICT) wollen die Lebensmittelwirtschaft transparenter und sicherer machen.

Nach dem jüngsten Wildfleischskandal hat das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) gehandelt. Seit einigen Tagen können Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner über die Internetseite www.bvl.bund.de/tipp und die Hotline 01888/4133555 Verstöße gegen das Lebensmittelrecht melden.

"Verbraucher erwarten mehr denn je gesunde und sichere Lebensmittel. Zudem wollen sie in zunehmendem Maße wissen, woher die Produkte kommen", betont Herbert Machill, Senior Executive Vice President der Industry Line Services bei T-Systems und Interimsgeschäftsführer der Transparent Goods ([siehe auch Interview](#)). In dieser Gesellschaft bündelt der ICT-Dienstleister seit Februar seine Softwarelösung Commodity Online Services (COS) für die zentrale und lückenlose Warenrückverfolgung.



© Deutsche Telekom AG

Lebensmittelsicherheit: IT trifft Obst und Gemüse

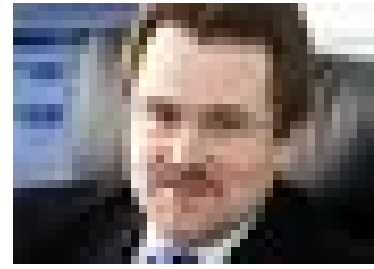
Den wirtschaftlichen Schaden infolge der Skandale tragen jedoch vor allem die Lebensmittelkonzerne mit ihren Supermarktketten, aber auch Erzeuger und Produzenten, die nach solchen Schocks mit herben Umsatzeinbußen rechnen müssen. So konzentriert sich laut Jochen Kuhnert, Partner bei Deloitte in Düsseldorf, der globale Einzelhandel mittlerweile mehr auf die Bewältigung neuer, branchenspezifischer Risiken als auf Gewinn und Wachstum.

In der kürzlich veröffentlichten Studie "2006 Global Powers of Retailing" untersucht die Prüfungs- und Beratungsgesellschaft die Herausforderungen für diese Branche. Zu den größten Risiken der globalen Einzelunternehmen zähle die Art und Weise, wie die Öffentlichkeit sie wahrnehme.

Kampf gegen Manipulationen

Denn diese Unternehmen hätten eine besonders enge Beziehung zum Kunden. Ihr gesellschaftliches, ökologisches und soziales Verhalten sei darum von entscheidender Bedeutung für den Schutz und Wert ihrer Marke. Sie können keine Verbraucherboykotts, politische Rückwirkungen oder noch strengere gesetzliche Rahmenbedingungen riskieren.

Der Gesetzgeber hat teilweise schon gehandelt und nimmt die gesamte Wertschöpfungskette der Branche in die Pflicht. So hat sich mit dem Produkthaftungsgesetz die Beweispflicht umgekehrt. Der Handel haftet nun gegenüber seinen Kunden. Auch die EU-Verordnung 178/2002 schreibt den lückenlosen Herkunftsnachweis von Lebensmitteln seit Januar 2005 vor.



© Bernd Roselieb/T-Systems

Anlässlich des Besuchs der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit in Parma im Juni vergangenen Jahres erneuerte der Präsident der Europäischen Kommission José Manuel Barroso sein Credo: "Zuversichtliche Verbraucher bilden die Basis einer wettbewerbsfähigen Wirtschaft. Die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit spielt bei der Stärkung dieser Zuversicht eine wichtige Rolle."

Transparent-Goods-Geschäftsführer Machill:
"Verbraucher erwarten mehr denn je gesunde und sichere Lebensmittel"

Währenddessen haben die EU-Mitgliedsstaaten zwar schon beschlossen, das Budget dieser Behörde einzufrieren, doch ihr Vorsitzender Stuart Slorach will sich damit nicht zufrieden geben und kämpft weiterhin für eine ausreichende finanzielle Ausstattung.

Vertrauensverlust = Einbußen

Doch viel mehr als gesetzliche Bestimmungen treiben Imageprobleme und selbst auferlegte Qualitätsstandards die Unternehmen aus der Lebensmittelbranche an. Sie wollen möglichst lückenlos über Herkunft und Inhalt ihrer Erzeugnisse informiert sein, um selbst Auskunft geben zu können.

"Jede öffentliche Diskussion über kontaminierte Lebensmittel schwächt das Vertrauen in die Produzenten und führt zu wirtschaftlichen Einbußen bei den Landwirten und im Handel", unterstreicht Kristian Möller, Sekretär von Eurep-GAP und Geschäftsführer der Food Plus.

Eurep-GAP begann 1997 als Händlerinitiative, die der Euro-Retailer-Produce-Working Group (Eurep) angehörte. Heute zählen Erzeuger, Händler, und Lieferanten aus insgesamt 65 Ländern zu den 37.000 Mitgliedern, die gemeinsam Standards für "Gute Agrarpraxis" (GAP) entwickeln.

Nachdem der Gesetzgeber die Produkthaftung auch auf die Landwirtschaft ausgedehnt hat, bauen Eurep-GAP und die Tochter der Deutschen Telekom, T-Systems, jetzt gemeinsam zentrale Sicherungssysteme auf, um vorhandene Analysen möglichst manipulationsfrei festzuhalten.

Bereits heute erfasst die Datenbank alle Betriebe inklusive der Ergebnisse ihrer Audits. Diese wollen die Partner mit einem Chargensystem verknüpfen, das die Lieferwege exakt dokumentiert. "Wir gehen aber noch einen Schritt weiter und führen einen Feldpass ein, der Anbauflächen weltweit eindeutig identifiziert. Dieser Pass soll auch festhalten, was der Landwirt dort anbaut - mit allen Dünge-, Pflanzenschutz- und Produktionsmitteln", erklärt Möller.



DFHV-Geschäftsführer Boysen: "Wir können von den Daten in der zentralen Datenbank profitieren"

Auch die Qualitätssicherungsstrategie des Deutschen Fruchthandelsverbandes (DFHV) setzt auf die Kooperation mit Eurep-GAP. Über die Zusammenarbeit will der DFHV die Akteure zu Beginn der Kette erfassen. "Wir können von den Daten, die in der zentralen Datenbank von Eurep-GAP bereit liegen, mehrfach profitieren. Das gilt insbesondere für alle Informationen, die sich auf Rückstandsuntersuchungen der Produkte beziehen, die unsere Mitglieder kaufen, weiterverarbeiten und in den Handel bringen", sagte Geschäftsführer Ulrich Boysen auf der

internationalen Messe für Früchte- und Gemüsemarketing Fruit Logistica Anfang Februar in Berlin.

Für den Aufbau und Betrieb einer Rückstandsdatenbank für Obst und Gemüse hat der Verband einen Vertrag mit T-Systems abgeschlossen. Auf Basis dieser Lösung will der DFHV schon im Jahr 2006 die Rückverfolgung von Lebensmitteln und Waren entlang der gesamten Produktionskette im Obst und Gemüsebereich ermöglichen. Spätestens dann könnten schwarze Schafe nicht mehr das Unschuldslamm spielen und eine gesamte Branche in Verruf bringen, wie das heute leider manchmal passiert.

[Lebensmittelskandale: "Betrügereien bleiben noch zu lange unentdeckt"](#)

© manager-magazin.de 2006
Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH