



## Mehr Transparenz für Verbraucher im SB-Bereich und an der Bedientheke

*Die Lebensmittelkennzeichnung für verpackte Ware ändert sich bis zum Jahr 2014 erheblich.*

Balingen, 16. September 2011 - Die Lebensmittelkennzeichnung für verpackte Ware ändert sich bis zum Jahr 2014 erheblich. Für das gesamte Fleisch sind die Herkunftsangaben dann obligatorisch, wobei die genauen Anforderungen erst noch ausgearbeitet werden. Vielleicht noch gravierender sind die Anforderungen für verpackte Wurstwaren. Nach den neuen Bestimmungen müssen die Kalorien und die Nährstoffe Zucker, Kohlehydrate, Eiweiß, Fett sowie gesättigte Fettsäuren und Salz Natrium pro 100 Gramm in Tabellen auf der Verpackung ausgewiesen werden. Zum anderen müssen Stoffe, die Allergien auslösen können, auf den Verpackungen auf den ersten Blick zu erkennen sein.

Die Lebensmittelindustrie hat vielerorts bereits reagiert. Auf den meisten Packungen in der Selbstbedienung findet man die geforderten Daten heute schon abgedruckt. Der Verbraucher erhält per Verpackung umfassende Daten über Qualität und Inhalte des Produkts.

Bessere Verbraucherinformationen bei SB-Ware als im Bedienverkauf?

Ist es möglich, dass der Kunde beim Griff ins SB Regal beim Discounter bessere Produktinformationen erhält, als beim Kauf an der Ladentheke im Fleischerfachgeschäft? Moderne Handwerksunternehmer nutzen unter Zuhilfenahme der Technik Möglichkeiten, verbraucherorientiert über Inhalte ihrer Produkte zu informieren. Anhand von modernen Fleischerhandwerksunternehmen soll aufgezeigt werden, wie diese verbraucherorientiert über ihre Produkte informieren.

Produktinformationen via Internet

Bei der Metzgerei Klein in Kronberg hält Richard Klein für seine Kundschaft detaillierte Produktinformationen im Internet auf seiner gut strukturierten Homepage bereit. Insbesondere enthaltene beziehungsweise nicht enthaltene Zusatzstoffe und Allergene, wie Lactose oder Gluten, werden je Produkt tabellarisch transparent dargestellt. Der Verbraucher kann sich somit schon vor dem Kauf umfassend über die Produkte informieren. In den Verkaufsstellen liegen zusätzlich Produktdaten aus, die für die Verbraucher einsehbar sind.

Mehr Informationen für die Kunden über die Produkte stehen bei der Metzgerei Mandel OHG in Osnabrück ebenfalls im Mittelpunkt. Hierbei spielt die neue Kundeninformation des Deutschen Fleischerverbandes (DFV) "Unsere Wurst" eine bedeutende Rolle. Das Buch, das in jedem Fachgeschäft vorhanden sein sollte, beinhaltet die Beschreibung von ca. 120 Wurstsorten. Jedes Produktblatt enthält das entsprechende Produktbild, eine allgemeinen Beschreibungen, etwa über die Historie, die Rezeptur und die Zutaten sowie Informationen zur Allergieauslösung, Nährwerten, Herstellung, Lagerung und Verwendung im Haushalt. Diese Daten sind auch auf der Homepage des DFV im Mitgliederbereich abgelegt.

Über seinen persönlichen Zugangscode aktualisiert Ralf Mandel online diese Produktbeschreibungen anhand seiner betriebsspezifischen Rezeptur im Intranet des DFV und ordnet jedem Produkt die verwendeten Zusatzstoffe und allergieauslösenden Zutaten zu. Über eine Datenschnittstelle werden anschließend die fertig gepflegten und individualisierten Daten per WinCWS-Software direkt an die Ladenwaagen übertragen. Das Verkaufspersonal im Laden greift auf Tastendruck an der Bildschirmwaage auf die kompletten Informationen zu.

Damit stehen über mehrere Ebenen klare Informationen über Nährwerte, Zusammensetzung, Zusatzstoffe, Allergene sowie Abbildungen und interessante Produktinformationen aus dem Handbuch "Unsere Wurst" bereit. Die Verkäuferin kann sich weiterbilden und sogar Kundenfragen, warum etwa die Fleischwurst manchmal "Lyoner" heißt, kompetent beantworten. Auf Wunsch erhält der Kunde die Daten auf den Waagenbon mit abgedruckt.

Software Fleischwirtschaft - Informationsquelle für Nährwerte und Zusatzstoffe

Bei Metzgerei "Kiesingers Durchblick" in Tübingen ist der Firmentitel Programm. Harald Kiesinger, der nebenbei als Dozent für junges Kochen an der Volkshochschule fungiert, nutzt ebenfalls seine Ladenwaage gezielt als Informationsgeber für sein Verkaufspersonal. Besonderen Wert legt man hier auf eine schnelle Auskunft über mögliche Allergene im Produkt. Textbausteine wie "Das Produkt ist gluten- und lactosefrei" geben sofort Entwarnung bei entsprechenden Anfragen der Kundschaft.

Um dieses zu erreichen, hat Harald Kiesinger in seinem WinCWS Programm seine Rezepturen erfasst, die er auch zur Kalkulation seiner Laden- und Lieferpreise nutzt. Über die zugeordneten Rohstoffe werden automatisch die Nährwerte, Zusatzstoffe, insbesondere Allergene ermittelt. Hierzu war die einmalige Eingabe der Deklarationsempfehlungen der gelisteten Gewürzhersteller notwendig. Für Harald Kiesinger ist es jetzt einfach, bei Änderung der Rezeptur oder bei Änderung einer Zutat, dem Ladenverkauf sofort aktuelle Werte zu Verfügung zu stellen.

Über die unterschiedlichen Lösungsansätze lässt sich zusammenfassend sagen, dass das Ziel, das eigene Sortiment für den Kunden an der Ladentheke kompetent transparent zu machen, eindrucksvoll erreicht wird. Die Botschaft an alle zukunftsorientierten Betriebe lautet, offensiv den gesetzlichen Anforderungen zu begegnen und dem Verbraucher die Sicherheit zu geben, im modernen Fachgeschäft gut aufgehoben zu sein.

Dietmar Kuhlendahl (Dipl. Wirtsch. Ing und Fleischermeister)

## Pressekontakt

Constancia Consulting

Herr Patrick Schroeder  
Coburger Str. 3  
53113 Bonn

constancia-consulting.de  
schroeder@constancia-consulting.

## **Firmenkontakt**

Bizerba GmbH & Co. KG

Frau Claudia Gross  
Wilhelm-Kraut-Straße 65  
72336 Balingen

bizerba.com  
claudia.gross@bizerba.com

### **Über Bizerba**

Bizerba ist ein weltweit operierender, in vielen Bereichen marktführender Lösungsanbieter für professionelle Systemlösungen der Wäge-, Etikettier-, Informations- und Food-Servicetechnik in den Segmenten Retail, Food-Industrie, produzierendes Gewerbe und Logistik. Branchenspezifische Hard- und Software, leistungsstarke netzwerkfähige Managementsysteme sowie ein breites Angebot von Labels, Consumables und Business Services sorgen für die transparente Steuerung integrierter Geschäftsprozesse und die hohe Verfügbarkeit der Bizerba spezifischen Leistungsmerkmale.

Weltweit ist Bizerba in über 120 Ländern präsent - mit 41 Beteiligungen in 23 Ländern und 54 Landesvertretungen. Hauptsitz des Unternehmens, das rund 3.000 Mitarbeiter beschäftigt, ist Balingen; weitere Fertigungsstätten befinden sich in Meßkirch, Bochum, Wien (Österreich), Pfäffikon (Schweiz), Mailand (Italien), Shanghai (China), Forest Hill (USA) und San Luis Potosi (Mexiko).

Anlage: Bild

