



18.06.2009 | Nr. 231/09

Ursula Sassen: zu TOP 20: Eigenverantwortung der Lebensmittelbetriebe stärken

Es gilt das gesprochene Wort
Sperrfrist Redebeginn

Verbraucherinformation und Lebensmittelsicherheit sind zentrale Themen des Verbraucherschutzes. Transparenz in der Nahrungsmittelkette ist oberstes Gebot.

In einigen Bereichen wurde diesen Anforderungen bereits erfolgreich entsprochen. So lässt sich zum Beispiel lückenlos nachvollziehen, von welchem Schleswig-Holsteinischen Betrieb das Fleisch im Kühlregal stammt.

Bei allen Bemühungen national und international Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten, gibt es jedoch immer wieder „schwarze Schafe“, die aus Nachlässigkeit oder aus Profitgier und mit krimineller Energie Mittel und Wege finden, die Gesetze zu umgehen und Vorschriften zu unterlaufen. Ich erinnere hier an die vielen Skandale zum so genannten Gammelfleisch.

Europaweit wurde mit der EU-Hygieneverordnung darauf reagiert, und in den Lebensmittel verarbeitenden Betrieben wurden die Bestimmungen und Kontrollen zum Schutz der Verbraucher verschärft.

Dänemark hat im Jahr 2001 ein neues Bewertungssystem mit vier unterschiedlichen „Smiley-Gesichtern“ für alle Lebensmittelbetriebe eingeführt.

Seitdem müssen alle Lebensmittelverkaufsstätten, Restaurants, Imbisse, Kantinen und auch Küchen von Schulen oder Altersheimen das entsprechende Smiley und den Kontrollbericht sofort an gut sichtbarer Stelle aushängen; zusätzlich wird dieser im Internet veröffentlicht.

Ist ein Unternehmen mit seiner Bewertung nicht zufrieden, hat es Anspruch auf eine erneute Überprüfung innerhalb der nächsten sechs Monate. Wünscht das Unternehmen eine Neubewertung innerhalb kürzester Zeit, so kann dies auf Antrag des Unternehmens bei Übernahme der Kosten erfolgen, was zusätzlichen Bürokratismus nach sich zieht.

Die Statistik über die prozentuale Verteilung der vergebenen Smileys seit der Einführung in Dänemark macht deutlich, dass sich vom Anfangsjahr 2002 bis 2008 die Beurteilung der Betriebe ohne Beanstandung um 12,7 % erhöht hat. Dagegen

sind die Zweitplatzierten von 26,2 auf 12,7 % gefallen. Im mittleren Bereich hat es unwesentliche Schwankungen gegeben, und die Unternehmen mit einer Strafverfügung sind von 1,8 auf 3,3 % in 2008 angestiegen.

Dies als große Erfolgsstory zu verkaufen, halte ich für etwas übertrieben.

Die Forderung, dass sich ein Betrieb bereits nach einer ersten Kontrolle selbst öffentlich anprangern muss, ist für mein Empfinden eine unangemessene Maßnahme, die zu starken wirtschaftlichen Einbußen führen kann. Zudem wäre es auch gesetzeswidrig, wenn z.B. ein Ordnungswidrigkeitsverfahren noch nicht rechtskräftig abgeschlossen ist.

Ich habe mehr Sympathie für den Smiley-Testversuch auf freiwilliger Basis im Berliner Bezirk Pankow, der sich auf das im Jahr 2008 novellierte Verbraucherinformationsgesetz (VIG) stützt.

Grundlage für die Teilnahme an diesem Smiley-System ist eine Vereinbarung zwischen dem Bezirksamt Pankow und dem Inhaber des Lebensmittelbetriebes sowie die Erfüllung der Kriterien eines Bewertungsbogens im Zusammenhang mit einer amtlichen Kontrolle. Vorgesehen ist die Verleihung des Smileys bei einer Erreichung von 90 % der Punkte. Die Akzeptanz der Unternehmen ist vorhanden, da die Verantwortlichkeit für die Sicherheit der Lebensmittel und die Einhaltung erforderlicher Hygienevorschriften in erster Linie beim Lebensmittelunternehmer selbst liegt und er daher ein Interesse daran hat, als Auszeichnung einen Smiley zu erhalten.

Da das dänische Bewertungssystem aufgrund der Gesetzeslage in Deutschland bzw. Schleswig-Holstein nicht umsetzbar ist und noch viele Fragen offen lässt, rate ich auf die Ergebnisse des Testversuchs im Berliner Bezirk Pankow zu warten und diese in weitere Diskussionen einzubeziehen.

Es geht letztendlich nicht darum, ständig neue Qualitätssiegel zu erfinden und damit die Verbraucher zu verwirren, sondern Verlässlichkeit und Verantwortungsbewusstsein der Lebensmittel- und Gastronomiebetriebe einzufordern und zu stärken. Davon profitieren auf längere Sicht sowohl die Betriebe als auch die Verbraucherinnen und Verbraucher.