
Haben Konsument:innen aus der Corona-Krise gelernt?

Produkte kommen aus der ganzen Welt und sind immer verfügbar. Die Corona-Pandemie hat etwas anderes gezeigt – kann man sich auf die globalen Lieferketten noch verlassen?

Die Corona-Pandemie traf die Weltgemeinschaft unvorbereitet. Sie zwang Regierungen zu umfassenden Maßnahmen, wodurch innerhalb kurzer Zeit eine nicht vorhersehbare Wirtschaftskrise entstand. Beschränkungen und verordnete Lockdowns, komplexe globale Lieferketten, just-in-time-Produktionen und aufeinander abgestimmte Transportwege entpuppten sich als Herausforderung. Die Blockade des Suezkanals durch das auf Grund gelaufene Containerschiff „Ever Given“ verschärfte die angespannte Lage der weltweiten Handelsströme und Liefernetzwerke.

In dieser Zeit mussten Konsument:innen ihr Einkaufsverhalten kurzfristig anpassen: Herkunft, Regionalität und Onlinebeschaffung standen im Vordergrund. Dazu müssen jedoch Informationen zu den Produkten vorhanden sein, der Weg der Rohstoffe, Verarbeitungsstufen bis hin zum Produkt und Verkauf aufgezeichnet und entlang der Lieferkette dokumentiert werden –kurz: Rückverfolgbarkeit.

Regionalität, Herkunft, Rückverfolgbarkeit

GS1 ist seit jeher eng mit den Themen „Regionalität“ „Herkunft“ und „Rückverfolgbarkeit“ verbunden. Nun wollte GS1 Austria wissen, ob die Pandemie und dadurch verändertes Einkaufsverhalten zu einer Bewusstseinsbildung der Konsument:innen zu Produkten geführt hat und somit auch zu geänderten Bedürfnissen von Informationen bzgl. Herkunft, Regionalität und im weiteren Sinn Rückverfolgbarkeit.

Im Jahr 2015 hat GS1 Austria die erste Konsumentenstudie zum Thema „Rückverfolgbarkeit“ in Auftrag gegeben. Jetzt haben wir die Studie mit kleinen Adaptionen zum Online-Einkaufsverhalten erneut durchführen lassen und wiederum KeyQUEST Marktforschung beauftragt.

Wir wollten von den Konsument:innen erfahren, ob sie sich jetzt vermehrt mit Regionalität und Herkunft auseinandersetzen. Was verbinden sie mit Rückverfolgbarkeit? Und spiegelt sich Regionalität auch im Onlineeinkauf wider?

Was meinen Konsument:innen?

Die Ansprüche der Konsument:innen steigen, Nachhaltigkeit, Bio, Tierwohl oder Herkunft sind nur einige Beispiele. Woher kommen die Produkte, was wurde verarbeitet, sind sie nachhaltig produziert worden? Meist ist über die Herkunft von verarbeiteten Lebensmitteln nicht viel zu erfahren. Fragt man Konsument:innen, was sie unter dem Begriff „Rückverfolgbarkeit“ verstehen, so wird am häufigsten die Herkunft genannt – oft sehr konkret am Beispiel von Fleisch oder Eiern und dem Landwirt als „Erzeuger“. Oft wird aber auch der Prozess, die Produktionskette gemeint („vom Ursprung bis zum Verkauf an den Konsumenten“ oder „vom Stall auf den Tisch“). Auffällig dabei ist auch, dass es einen Zusammenhang mit dem Alter der Befragten gibt: Je älter die Befragten, desto klarer die Vorstellung, was Rückverfolgbarkeit bedeutet.

Derzeit ist die Angabe des Ursprungslandes nur für Frischfleisch (neben Rind auch Schaf-, Ziegen-, Schweinefleisch und Geflügel), Eier und die meisten Obst- und Gemüsesorten verpflichtend. Mit 1. September 2023 tritt die Verordnung (Bundesgesetzblatt Teil II, Nr. 65/2023) des Bundesministers für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz über Angaben der Herkunft von Zutaten in Speisen, die in Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung abgegeben werden, in Kraft.

Bereits mit 1. Juli 2022 ist die Verordnung über die Verpflichtung zur Weitergabe von Informationen über die Herkunft von Fleisch, Milch und Eiern entlang der Lieferkette von Lebensmittelunternehmen in Kraft getreten. Der damalige Gesundheitsminister hat mit dieser Verordnung Schlacht- und Zerlegebetriebe, Molkerei- und Eibetriebe, die anderen Lebensmittelunternehmen Lebensmittel liefern, die nicht für die Abgabe an Endverbraucherinnen und Endverbraucher bestimmt sind, verpflichtet, Informationen über die Herkunft von Fleisch, Milch, Milcherzeugnissen, Eiern und bestimmten Eierzeugnissen entlang der Lieferkette weiterzugeben.

Notwendigkeit von Daten

Die Abläufe in der Wertschöpfungskette im Einzelhandel werden immer komplexer. Die Daten müssen nicht mehr nur bis zur Filiale des Einzelhandels (B2B) geliefert, sondern auf Grund des Onlinehandels auch für den Konsumenten (B2C) bereitgestellt werden. Mit dieser zusätzlichen Komplexität werden Konzerne wie auch Lebensmittelhersteller konfrontiert, die den Ursprung ihrer Rohmaterialien bis zur Endbestimmung der fertigen Produkte nach- und rückverfolgen können müssen. Rückverfolgbarkeit macht Produkte entlang der Versorgungskette sichtbar, und ist die Basis jeglicher Qualitäts- und Risikomanagementsysteme.

Was ist "Rückverfolgbarkeit"?

Im Zusammenhang mit Gesetzen der EU versteht man unter "Rückverfolgbarkeit" die Möglichkeit jedes Lebensmittel, Futter oder Futter produzierendes Tier oder auch einen für den Verzehr bestimmten Stoff durch alle Stufen der Wertschöpfungskette, von der Produktion, über die Verarbeitung bis zur Verteilung, zurückzuverfolgen. Es muss jederzeit zu einem Produkt oder zu einer Handelsware festgestellt werden können, wann und wo und durch wen die Ware gewonnen, hergestellt, verarbeitet, gelagert, transportiert, verbraucht oder entsorgt wurde. Hier kann unterschieden werden zwischen:

- **Downstream** (abwärts gerichtete Rückverfolgung – vom Erzeuger zum Verbraucher)
- **Upstream** (aufwärts gerichtete Rückverfolgung – vom Verbraucher über den Hersteller zurück zu Erzeuger/Rohstofflieferant/Urproduktion)

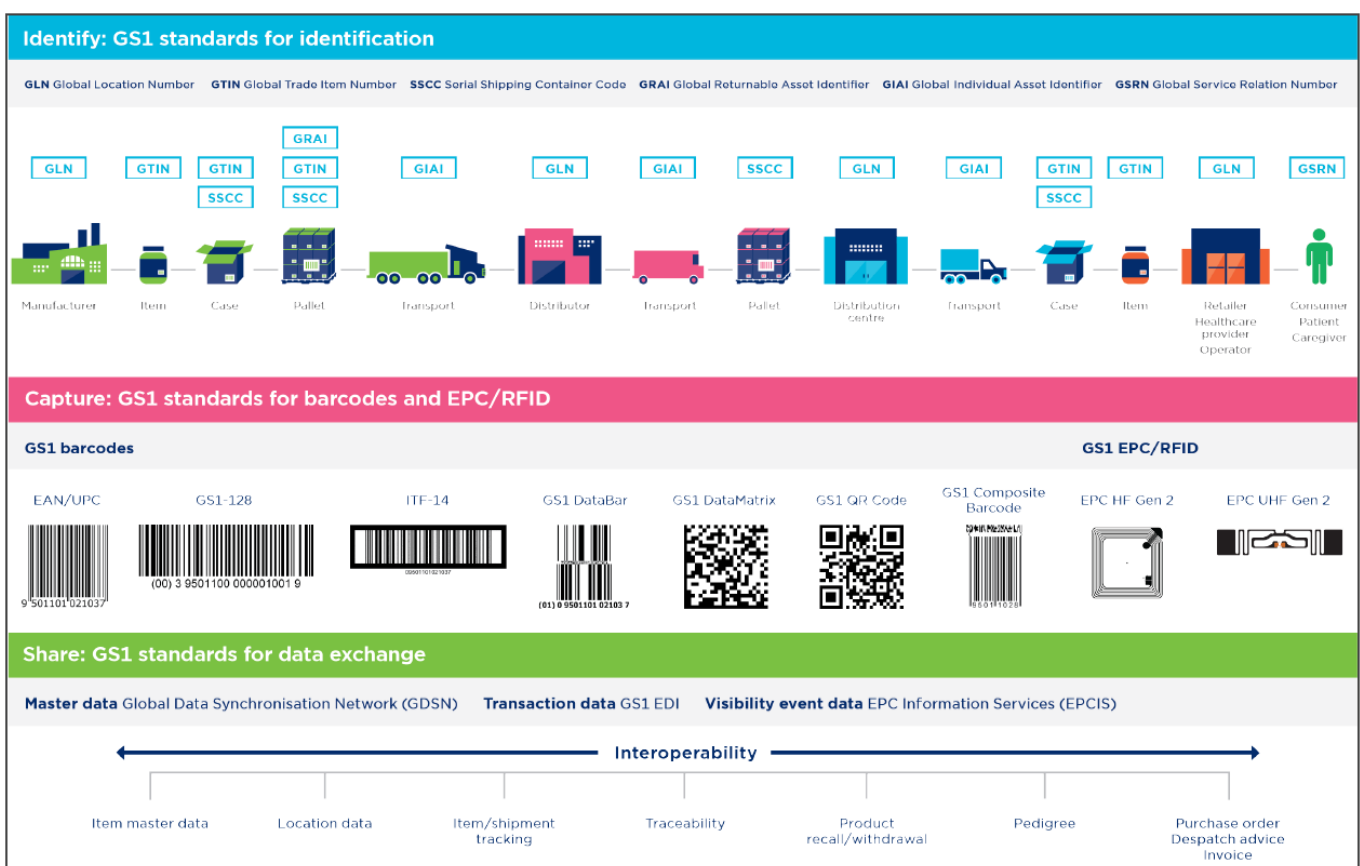
Warum ist Rückverfolgbarkeit so wichtig?

Rückverfolgbarkeit ist eine Möglichkeit, um potentielle Risiken, die in Lebens- und Futtermittel, Spielzeug, Holzprodukten oder auch Verpackungen auftreten könnten, zu minimieren und zu garantieren, dass sie sicher und zum Verzehr geeignet sind. Es ist entscheidend, dass bei Feststellung eines Risikos jederzeit die Herkunft ermittelt werden kann, um das Problem schnellstmöglich zu isolieren und verunreinigte Produkte aus dem Verkehr zu ziehen.

Zusätzlich ermöglicht Rückverfolgbarkeit zielgerichtete Produktrücknahmen und die Bereitstellung von korrekten Informationen für die Öffentlichkeit. Dadurch wird ein Bruch in der Warenversorgung vermieden.

Die Notwendigkeit globaler Zusammenarbeit

Seit der Öffnung im EU-Binnenmarkt können viele Produkte zwischen den Staaten ohne Hindernisse getauscht werden, neben Lebens- und Futtermittel, auch Elektronikgeräte, Textilien, Spielzeuge oder Holzprodukte. Durch neue Verordnungen wird es in Zukunft notwendig, die Systeme bei vielen Lieferketten anzupassen, um die notwendigen Digitalen Produktpässe für viele Produkte (Elektronikgeräte, Auto- und Industriebatterien oder auch Textilien) zu ermöglichen. Rückverfolgbarkeit kann hier nur effektiv durchgeführt werden, wenn gemeinsame Anforderungen eingehalten werden.



Rückverfolgbarkeit mit GS1 Standards

GS1 Standards bieten global eindeutige Identifikationen und die Möglichkeit der automatisierten Datenerfassung von Handels- und Logistikeinheiten, Mehrwegtransportbehältern, Sendungen und Lokationen. Zusätzlich ermöglicht der Standard die notwendige Speicherung der von Partnern ausgetauschten kritischen Daten, um den Abgleich und Zugriff dieser Informationen zu regeln.

Wie funktionieren Standards für die Rückverfolgbarkeit?

Der globale GS1 Rückverfolgungsstandard definiert ein notwendiges Minimum an Anforderungen in den Geschäftsprozessen. Diese ermöglichen Aufzeichnungen entlang der Wertschöpfungskette, die die Transparenz unabhängig von der Technologie gewährleisten. Systeme zur Rückverfolgung verbinden den Informationsfluss mit dem der physischen Produkte. Im Problemfall ist der Austausch von Rückverfolgbarkeitsdaten zwischen den Partnern essentiell, um zielgerichtet und effizient reagieren zu können.

Daten, die Rückverfolgbarkeit unterstützen

Es existiert bereits jetzt eine große Datenmenge, die zwischen den Handelspartnern ausgetauscht wird. Prinzipiell können diese Daten in drei Kategorien geteilt werden (hier mit Beispielen, die relevant für die Rückverfolgbarkeit sind):

- **Stammdaten** – Daten, die permanent oder zumindest über eine gewisse Zeit konstant bleiben und beschreibende Eigenschaften zur Identifikation von Produkten, Handelspartnern und physischen Lokationen zur Verfügung stellen (z.B. Unternehmensname, Kontaktdetails, Adresse) – das Service **GS1 Sync** stellt Artikeldaten der Industriepartner einfach und effizient für unterschiedliche Datenabholer, elektronisch und qualitätsgeprüft zur Verfügung.
- **Transaktionsdaten** – Daten, die durch Handelereignisse ausgelöst werden oder die Bestätigung der Durchführung einer bestimmten Aktion in einem Geschäftsprozess, wie das Be- oder Entladen in Geschäftsnachrichten aufscheint oder ein Geschäftsvorfall innerhalb einer Geschäftsvereinbarung ausgewiesen wird (z.B. Produktionszeit, Mindesthaltbarkeitsdaten) – mit **GS1 EDI** können Bewegungsdaten (z.B. Bestellungen, Lieferscheine, Rechnungen) automatisiert auf elektronischem Weg zwischen den Handelspartnern ausgetauscht werden.
- **Ereignisdaten** – detaillierte Daten von physischen Warenbewegungen oder anderen Gegenständen, um die Frage nach dem "Was, Wann, Wo und Warum" in Echt-Zeit zu speichern (z.B. Temperaturaufzeichnung) – das Service **GS1 Trace** ermöglicht die lückenlose chargengenaue Rückverfolgbarkeit eines Produktes über die reine Herkunftsangabe hinaus.
- **GS1 Connect** – mit dem Onlineportal myConnect können GTINs gepflegt und verwaltet, Artikelbeschreibungen ergänzt und weitere Lokationen identifiziert werden, und einen Grunddatensatz davon auf der GS1 Registry Plattform zur Verfügung stellen. Weiters können auch Strichcodes und Etiketten mit dem Service von GS1 Austria erstellt werden.

FAZIT: Nachhaltigkeit, Transparenz, Herkunft, Tierwohl, Gütesiegel, Digitaler Produktpass sind mittlerweile nicht nur Schlagworte, neue Verordnungen zur Kreislaufwirtschaft, der Green Deal, sowie Zusagen zur Reduktion von Emissionen erleichtern in Zukunft die Informationsbeschaffung für Konsumenten und auch Unternehmen oder Behörden.

Das Thema Rückverfolgbarkeit dürfte etwas vom gestiegenen Interesse an der generellen Herkunft von Lebensmitteln profitieren, das wir seit der Zeit der Corona-Pandemie beobachten können, aber eigentlich ist es nur Mittel zum Zweck, das Themen wie Nachhaltigkeit, Transparenz, Sorgfaltspflicht, Bio, Tierwohl, Digitaler Produktpass oder Informationen zur entwaldungsfreien Lieferkette unterstützt.

Neue Möglichkeiten wie 2D Codes (QR Code) bieten einfache Anwendungen, das Produkt mit dem Internet zu verbinden, Informationen für Konsumenten, Unternehmen oder auch Behörden gezielt zur Verfügung zu stellen. In Zukunft wird Rückverfolgbarkeit sicher an Bedeutung zulegen, aber nicht im Vordergrund stehen.

Weitere Informationen zur Konsumentenumfrage unter www.gs1.at/mafo-rueckverfolgbarkeit.