

# Von welchen Rindern stammt die Wurst?

**Transparenz in der Wertschöpfungskette eines Unternehmens oder einer Branche ist nicht nur eine Pflicht, sondern bietet auch Chancen. Dies gilt auch für Betriebe der Land- und Ernährungswirtschaft. Das hat die diesjährige Sonderveranstaltung des Thurgauer Technologieforums aufgezeigt.**

Mit rund 150 Teilnehmerinnen und Teilnehmern war die Veranstaltung mit dem Thema «Rückverfolgbarkeit als Teil des Produkts – Herausforderungen und Möglichkeiten am Beispiel der Land- und Ernährungswirtschaft», ein grosser Erfolg. «Das Who is who der Thurgauer Ernährungswirtschaft gibt sich die Ehre», freute sich Edgar Sidamgrotzki, Vorsitzender des Technologieforums und Chef des kantonalen Amtes für Wirtschaft und Arbeit, in seinen Begrüßungsworten.

## **Pflicht und Chance**

Der Anlass wurde gemeinsam mit dem Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft ausgerichtet und durfte die Gastfreundschaft der Bioforce AG in Roggwil in Anspruch nehmen. Das seit über 50 Jahren in der Herstellung von pflanzlichen Arzneimitteln tätige Unternehmen stimmte bei einer kurzen Betriebsbesichtigung auf den Abend ein. Im Vortragsteil, der in einem Gewächshaus stattfand, zeigten Wissenschaftler und Unternehmensvertreter die verschiedensten Aspekte der Rückverfolgbarkeit auf. Sicherheit, Qualität und zufriedene Kunden seien aus Sicht der Konsumenten die wichtigsten Gründe für die Rückverfolgbarkeit von Produktionsprozessen, sagte Peter Jaeschke, Leiter des Instituts für Informations- und Prozessmanagement an der Fachhochschule St. Gallen. Anbieter können ihrerseits Haftungsfragen lösen, im Problemfall ihre Reaktionszeiten verkürzen, das Schadenpotenzial eingrenzen und schliesslich ihren guten Ruf schützen. Rückverfolgbarkeit

sei deshalb nicht nur als Pflicht zu sehen, sondern auch als Chance. Die Fertigungsindustrie habe es in vielen Bereichen schon vorgemacht. Hersteller von Pipeline-Rohren zum Beispiel nutzten die Rückverfolgbarkeit seit Jahrzehnten als Verkaufsargument, indem Materialien wie Bearbeitungsschritte nachgewiesen würden.

## **Herkunft und Regionalität**

Der grosse Aufwand für Datenfluss und -speicherung, Identifikation und Datenverarbeitung könne Zusatznutzen generieren, der den Materialfluss verbessere, Kostenpotenziale erschliesse und schliesslich das Kundenvertrauen stärke. Transparenz entlang der Wertschöpfungskette hat auch die Fleischbranche geschaffen. Nach dem Weckruf durch die BSE-Krise wurden umfangreiche Anstrengungen zum Aufbau einer Tierdatenbank unternommen. Identität, Betriebe und Bewegungen des Rindviehs in der Schweiz werden heute registriert, jährlich 700 000 Geburten erfasst. Über eine Datenbank seien mittlerweile zwölf Millionen Tiergeschichten online verfügbar, erläuterte Christian Beglinger, Geschäftsführer der damit befassten Informatikfirma Identitas AG. Damit sind alle Nutztiere in der Schweiz bekannt und 99 Prozent der Rinder dokumentiert. Die Tierverkehrsdatenbank diene auch zur Tierseuchenbekämpfung und erfülle das Marktversprechen der Züchter bezüglich der Herkunft. Die Informationsbedürfnisse der Konsumenten nähmen zu, besonders im Nahrungsmittelsektor. Herkunft



**Edgar G. Sidamgrotzki begrüßte die rund 150 Besucherinnen und Besucher der Sonderveranstaltung.**

und Regionalität spielten eine wichtigere Rolle, aber auch das gute Gefühl, ein sicheres Produkt zu konsumieren.

## **Einzeltier und Fütterung erfasst**

Die Rückverfolgbarkeit von der Fleischtheke bis zum Tier sei je nach Tiergattung noch unterschiedlich ausgelegt, berichtete Peter Hinder, Leiter des Geschäftsbereichs Marketing und Kommunikation der zur Migros gehörenden Micarna-Gruppe, aus der Praxis. Bei Schweinen oder beim Geflügel würden im Gegensatz zu Rindern Einzeltiere noch nicht erfasst, beim Geflügel aber die Fütterung. Wurstprodukte, wie etwa die Saucissons Vaudoise, können heute bis zurück zu den Fleischchargen und den dazu verwendeten Tieren dokumentiert werden. Weitere Fortschritte seien möglich. So arbeite die Micarna gegenwärtig im Rahmen eines Schulprojekts daran, Wanderherden mit Sensoren auszustatten und mittels neuer Technologien zu zeigen, was in der Wertschöpfungskette geschieht.

## **Versprechen an Kunden**

Für die Bioforce Gruppe ist die Rückverfolgbarkeit gelebter Alltag. «Es geht um unser Versprechen an die Kunden», illustrierte CEO Robert Baldinger. So wurde für ein Rheumaprodukt, das aus der Teufelskralle gewonnen wird, über zehn Jahre hinweg ein eigener Anbau entwickelt, der die lückenlose Dokumentation vom Feld bis zum Heilmittel ermöglicht. Ein einheitliches Saatgut, regionaler Anbau, der optimale Erntezeitpunkt sowie die Wirksamkeit wurden auch bei einem der wichtigsten Umsatzträger, dem roten Sonnenhut, vollständig dokumentiert.



**Vermittelten ihre Gedanken zum Thema. Die Referenten Robert Baldinger, Peter Hinder, Peter Jaeschke und Christian Beglinger (von links).**

Martin Sinzig ■