

Fleischwirtschaft

PDF aus der Fleischwirtschaft 8/2012

Deutscher Fachverlag GmbH, Mainzer Landstraße 251 · 60326 Frankfurt am Main · Telefon 069 7595-1852

Informationskampagne

Besser orientieren beim Lebensmittelkauf

„QS-live“ macht das Engagement der Wirtschaft für sichere Lebensmittel transparent und informiert Verbraucher

Im Mai 2012 startete die QS Qualität und Sicherheit GmbH zusammen mit der Europäischen Union die Informationskampagne „QS-live. Initiative Qualitätssicherung“. Die auf drei Jahre angelegte Kampagne informiert über die Bedeutung der stufenübergreifenden Qualitätssicherung für die Lebensmittelsicherheit und soll die Bekanntheit des QS-Prüfzeichens beim Verbraucher steigern.

Von Stefan Martin

Die QS-Systempartner setzen sich für sichere Lebensmittel ein. Egal ob Futtermittelherzeuger, Landwirt und Tierhalter, Fleischerzeuger oder Lebensmittelhändler: Sie leisten mit ihrer aktiven Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette einen deutlichen Beitrag für die Lebensmittelsicherheit in Deutschland. Heute steht hinter „QS. Ihr Prüfsystem für Lebensmittel.“ eine Gemeinschaft von über 130 000 Partnern, die Verantwortung übernehmen und sich für die Qualität und Sicherheit der erzeugten Lebensmittel einsetzen. Vor allem in der Fleischwirtschaft spiegelt sich dies in der hohen Marktdurch-

* Repräsentative Umfrage der CO-Concept Marketingberatung in der konsumrelevanten Altersgruppe ab 14 Jahren, n = 999



Das Informationsportal QS-live schafft Klarheit in Sachen Qualitätssicherung.

dringung wieder: Ein Großteil (etwa 90%) des in Deutschland frisch vermarkteten Schweinefleisches und Geflügels stammt aus QS-lieferfähigen Betrieben. Bei Rindfleisch sind es etwa 2/3 mit steigender Tendenz. Mehr als 23 000 Märkte des Lebensmittel-einzelhandels sind im QS-System zugelassen und können ihren Kunden Fleisch und Fleischwaren mit dem blauen Prüfzeichen anbieten.

Demgegenüber steht der steigungsfähige Bekanntheitsgrad des Prüfzeichens beim Verbraucher. Eine im Auftrag von QS in den konsumrelevanten Zielgruppen ab 14 Jahren durchgeführte, repräsentative Umfrage vom November 2011* zeigte, dass der gestützte Bekanntheitsgrad des QS-Prüfzeichens bei 30% liegt – ein guter Wert, auf dem sich aufbauen lässt. Insgesamt wissen die Verbraucher aber noch zu wenig über



Das Prüfzeichen soll das Vertrauen der Verbraucher stärken.

die Aussagekraft des Prüfzeichens und die dahinter stehenden Maßnahmen zur Sicherung der Lebensmittelqualität in den beteiligten Betrieben. Ein Grund aktiv zu werden und mit der EU-geförderten Informationskampagne „QS-live. Initiative Qualitätssicherung“ verstärkt in den Dialog mit Verbrauchern zu treten.

Die Leistungen der Unternehmen kommunizieren

Die Informationskampagne „QS-live. Initiative Qualitätssi-

30% der Verbraucher kennen das QS-Prüfzeichen*. Davon haben rund 89% schon einmal Lebensmittel mit QS-Prüfzeichen gekauft, häufig aus Überzeugung. Grundsätzlich schreiben die Befragten dem QS-Prüfzeichen die folgenden Attribute zu:

- „QS-gekennzeichnete Lebensmittel stammen aus kontrollierten Unternehmen.“ (54%)
- „Neutrale Kontrolle, definierte Produktionsrichtlinien“ (50%)
- „Sichere Produkte, stufenübergreifende Kontrolle“ (46%)

Mit der „QS-live“ Kampagne soll der Bekanntheitsgrad des Prüfzeichens gesteigert und die Leistungen der stufenübergreifenden Qualitätssicherung durch QS stärker kommuniziert werden.

cherung“ informiert über drei Jahre hinweg deutschlandweit über das Engagement der QS-Systempartner für sichere Lebensmittel. Finanziert wird das mit 1,5 Mio. € ausgestattete Projekt je zur Hälfte von der QS Qualität und Sicherheit GmbH, dem Standardgeber des QS-Systems, und der Europäischen Union. Gezielt werden neue Ansätze in der Verbraucherkommunikation verfolgt und auf interessante Art und Weise Themen rund um Lebensmittelsicherheit, Hygiene und kontrollierte Qualität bei der Produktion und Vermarktung von Fleisch, Obst und Gemüse vermittelt. Die Kampagne soll das Vertrauen in die mit dem blauen Prüfzeichen gekennzeichneten Lebensmittel stärken und Verbrauchern, Medien und anderen Wirtschaftsbeteiligten den Mehrwert der stufenübergreifenden Qualitätssicherung vermitteln:

■ QS ist das stufenübergreifende Prüfsystem für frische Lebensmittel, das durch transparente sowie unabhängige Kontrollen die Sicherheit der Lebensmittel erhöht.

■ Durch die Kennzeichnung von Produkten aus geprüfter Herstellung und Vermarktung stützt QS die Zuverlässigkeit aller Akteure und legt den Grundstein für das Vertrauen der Verbraucher.

Ziel der Kampagne ist es, das blaue Prüfzeichen beim Verbraucher fest als verlässliche Orientierungshilfe beim täglichen Einkauf zu verankern. Zusätzlich soll die Sensibilität für den bewussten Umgang mit frischen Lebensmitteln geschärft werden, denn nach dem Kauf und während der weiteren Verarbeitung zuhause übernehmen Verbraucher selbst die Rolle des Qualitätsmanagers.

Wissen aus erster Hand

Landwirt und Tierhalter Josef Schöberl, Metzgermeister



Metzgermeister Franz-Josef Seibold berichtet über Qualitätssicherung im Fleischerberuf.

Franz-Josef Seibold, Gemüseerzeuger Peter Fehmel und Jennifer Bauder, Auszubildende im Lebensmitteleinzelhandel: Sie alle berichten bei „QS-live“ darüber, was Qualitätssicherung in ihrer täglichen Arbeit bedeutet. Stellvertretend für die Systempartner ihrer Verantwortungstufe informieren sie in eigenen Worten darüber, welche Qualitätsstandards in der heutigen Lebensmittelerzeugung, -verarbeitung und -vermarktung gelten, wie sie eingehalten und kontrolliert werden. Metzgermeister Seibold steht exemplarisch für den Bereich Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung. Als Abteilungsleiter in der Wurstproduktion stellt er hohe Anforderungen an Produktqualität, Hygiene und Verarbeitung und setzt sich für 100% kontrollierte Fleischqualität ein. Das fünfte Mitglied der „Initiative Qualitätssicherung“ ist Lore Mauler, Landfrau aus Südbaden.

Informationsdrehscheibe im Internet

Das neu geschaffene interaktive Portal www.QS-live.de bietet leicht verständliche Informationen über die Organisation und die Funktion des QS-Systems. Hier geben die Mitglieder des Kampagnenteams „Live“-Einblicke in ihre tägliche Arbeit und zeigen, was Qualitätssicherung in der Praxis bedeutet. Ein umfangreiches Infotainment sowie praktische Tipps für zuhause vermitteln Verbrauchern, was sie selbst in Punkto Lebensmit-

telsicherheit tun können.

Das laufend aktualisierte Informationsangebot wird durch eine aktive Pressearbeit und Medienkooperationen begleitet.

Die „Initiative Qualitätssicherung“

Mit breitem Themenspektrum schafft das Informationsportal Klarheit in Sachen Qualitätssicherung und stärkt gleichzeitig die Sicherheit der Verbraucher im Umgang mit frischen Lebensmitteln. Dazu werden gezielt thematische Schwerpunkte gesetzt: ■ Im ersten Kampagnenjahr 2011/12 fokussieren die Aktivitäten auf haushaltsführende Verbraucher und deren Umfeld. Das Informationsportal „QS-live.de“ sowie Online-Kooperationen, z.B. mit Chefkoch und Essen & Trinken, bilden die Basis für den direkten Dialog mit Verbrauchern.

■ Im zweiten Kampagnenjahr 2012/13 wird der LEH als wichtige Schnittstelle zum Verbraucher aktiv in die Kampagne eingebunden. Ziel ist es, die Fachkompetenz der Mitarbeiter im Verkauf rund um das Thema Qualitätssicherung zu unterstützen und das QS-Prüfzeichen am POS präsenter zu machen.

■ Im dritten Kampagnenjahr 2013/14 startet die Roadshow „QS-live on tour“, die Verbraucher vor Ort mit verschiedenen „Live“-Modulen informiert. Für intensiven Dialog mit der jungen Zielgruppe, den Entscheidern von Morgen, wird die Internetplattform „QS-live.de“ zum Ausgangsmedium für zielgruppenaffine Social-Media-Aktivitäten.

Überzeugende Botschafter

Nach dem offiziellen Start der Kampagne im Mai 2012, lässt sich angesichts des Echos aus der Fachpresse, der Wirtschaft und von Verbrauchern bereits ein erstes positives Fazit ziehen. Der Ansatz, authentische Botschafter in die Kampagnenkommunikation zu integrieren, hat sich als richtig erwiesen. Denn nur sie können den Verbrauchern glaubwürdig vermitteln, was Qualitätssicherung bedeutet.

Viele kleine Maßnahmen mit großer Wirkung, 2012/13 stehen gemeinsame Aktionen mit Partnern aus dem LEH verstärkt auf der Agenda der Kampagne. Eigenständige Aktionen des LEH zu den Themen Qualitätssicherung und dem QS-Prüfzeichen werden aktiv unterstützt. Dadurch wird die Kommunikation gezielt auf den POS ausgeweitet. Außerdem vermitteln praxisnahe Tools für Auszubildende und Mitarbeiter im Verkauf Fachwissen zu den Themen Qualitätssicherung und Lebensmittelsicherheit. Das neu erworbene Know-how kann bei den Aktionen der Kampagne in Lebensmittelmärkten direkt in den aktiven Kundendialog eingebracht werden.

Auch die Fleischwirtschaft ist aufgerufen, sich gemeinsam mit dem Lebensmitteleinzelhandel an den Kommunikationsmaßnahmen rund um das Thema sichere Lebensmittel zu beteiligen. Die Kampagne „QS-live. Initiative Qualitätssicherung“ bietet dazu eine ideale Plattform.

Hohe Marktdurchdringung

Aktuell nehmen mehr als 106.000 Unternehmen an der Systemkette Fleisch und Fleischwaren (Rind, Kalb, Schwein und Geflügel) sowie über 24.000 Unternehmen an der Systemkette Obst, Gemüse, Kartoffeln des QS-Systems teil.

Anschrift des Verfassers

Stefan Martin, Leiter Marketing/Vertrieb
QS Qualität und Sicherheit GmbH,
Schedestraße 1-3, 53113 Bonn,
stefan.martin@q-s.de

Stefan Martin leitet den Bereich Marketing und Vertrieb der QS Qualität und Sicherheit GmbH. Nach mehreren Positionen im Lebensmitteleinzelhandel folgte der Abschluss als Wirtschaftsingenieur Fachrichtung Agrarmarketing und Management und ein mehrjähriger Auslandseinsatz in Australien. Im Februar 2010 wechselte Martin zu QS.

