

-->

TAGBLATT

Bei Krisen rasch und aktiv reagieren



Lorenz Kreis, Leiter Qualitätssicherung Migros Ostschweiz. (Bild: Christof Lampart)

Am zweiten Ostschweizer Food Forum in Weinfelden stand die Frage im Mittelpunkt, wie Lebensmittelunternehmen auf Krisen reagieren sollten. 111 Besucher – meist aus der Ernährungsmittelbranche – nahmen daran teil.

CHRISTOF LAMPART

WEINFELDEN. Mal ist es der berühmte Frosch im Spinat oder die gefährliche Glasscherbe im Babybrei. Das sind jedoch oft Einzelfälle, die sich meistens regeln lassen, bevor sich die Sache zum Skandal auswächst. Kritischer wird es für Lebensmittelfirmen, wenn sie eine ganze Produktion zurückrufen müssen – ganz egal, ob sie den Fehler selber begangen haben oder nicht.

In «Geiselnhaft» geraten

Wie es ist, wenn man sogar in «Geiselnhaft» genommen wird, musste Barbara Wartenweiler (Sprossana AG, Fritschen) erfahren. Als 2011 in Deutschland durch kontaminierte Sprossen eine EHEC-Epidemie ausbrach, an der 53 Menschen starben, brach auch in der Schweiz der Sprossenkonsum ein. «Wir verloren 50 Prozent unserer Kunden, obwohl wir umgehend unsere Sprossen im Labor überprüfen liessen und alle Proben negativ waren» erinnerte sich Wartenweiler am gestrigen Food Forum, das von der Agro Marketing Thurgau AG, dem Kompetenzwerk Ernährungswirtschaft und dem Standortmarketing Thurgau organisiert wurde. Mit einer transparenten und intensiven Kommunikation habe man jedoch seither die Verluste wieder wettmachen

können, sagte Wartenweiler.

Im Internet Stimmung machen

Ein weiteres Problem sei, dass heute viele Gerüchte nicht mehr erst durch seriöse Medien auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft und dann erst veröffentlicht würden. Heute könne stattdessen jeder im Internet Stimmung machen, wenn er mit etwas unzufrieden sei. Dies führe immer öfter dazu, dass viele Produzenten überfordert seien, wenn eine Krise unerwartet über sie herein- breche.

Franco Gullotti (Gullotti Communications, Winterthur) erachtet es deshalb als wichtig, dass jede Firma bereits im Vorfeld eine verbindliche Kommunikationsstrategie fürs Worst-Case-Szenario definiere. Wer das nicht tue, reagiere in der Regel dann hilflos, was alles nur schlimmer mache. Thomas Hutter (Hutter Consult, Ettenhausen) empfahl bei einer Krise «auf allen Kanälen zu kommunizieren», insbesondere aber «dort, wo das Thema zuerst aufgetaucht ist».

Ähnlich sieht es Jörg A. Löpfé (SwissTS Technical Services, Wallisellen). «Am schlimmsten ist es, wenn man im Krisenfall gar nichts sagt oder nur zögerlich reagiert.» Das wirke dann wie ein Schuldeingeständnis, «selbst wenn man gar keine Schuld hat».

Schon bei Verdacht sperren

«Nicht das geringste Verdachtsmoment» kann sich sein Betrieb bei der Produktsicherheit leisten, erklärte Karl Gschwend (Hochdorf Nutritec, Sulgen). Die Babymilch-Sparte sei dermassen hochsensibel und emotional, dass auch nur schon der geringste Verdacht oder ein nicht sauber geführtes Protokoll dazu führe, dass das Produkt umgehend gesperrt werde. Geschehe dies, so sei dies immer noch der «günstigste Fall». Jeder weitere Schritt hinauf auf der Katastrophenskala koste nicht nur Reputation und Kunden, «sondern mindestens das Zehn- bis Zwanzigfache». Deshalb gelte: Wer bei der Sorgfalt nachlasse, komme rasch in die Nähe grosser Risiken. «Und wenn man nichts macht, hat man bald den Worst Case», sagte Karl Gschwend am gestrigen Food Forum.

Diesen Artikel finden Sie auf St.Galler Tagblatt Online unter:

<http://www.tagblatt.ch/aktuell/wirtschaft/tb-wo/Bei-Krisen-rasch-und-aktiv-reagieren;art123834,3727721>

Copyright © St.Galler Tagblatt AG

Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von St.Galler Tagblatt Online ist nicht gestattet.