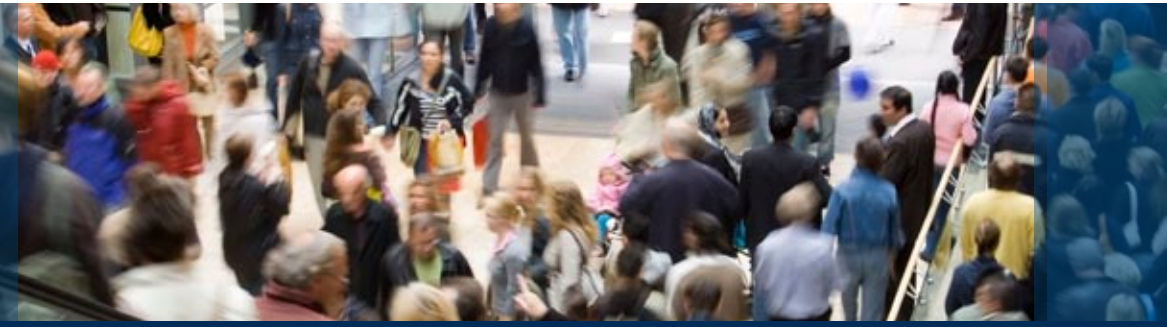


HDE-Praxisleitfaden

Pandemievorsorge im Handel für die Neue Grippe A/H1N1



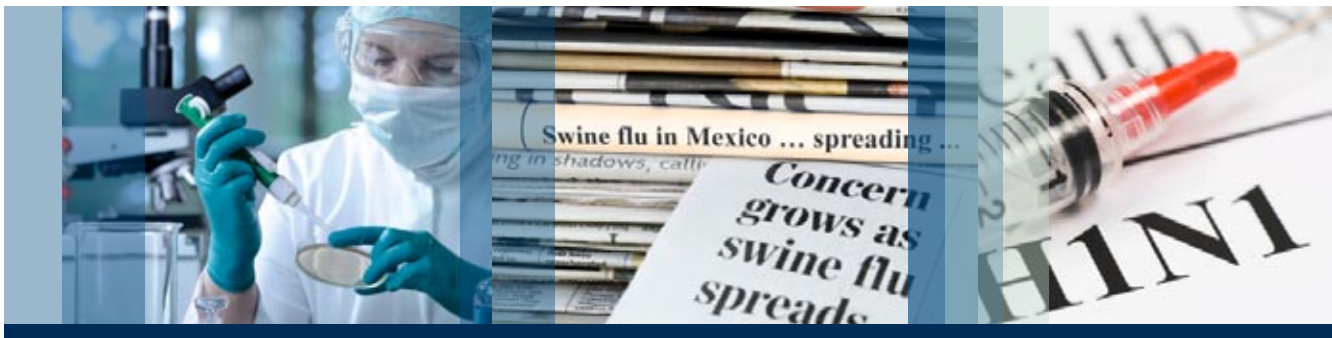


VORWORT

Der Handel ist bestrebt, den Einkauf für Kunden und Mitarbeiter/-innen auch in Zeiten der aktuellen Pandemie so sicher wie möglich zu gestalten. Daher haben im HDE zusammengeschlossene Unternehmen den Praxisleitfaden „Pandemievorsorge im Handel“ erarbeitet.

Der HDE-Leitfaden dient als Hilfestellung und dokumentiert darüber hinaus konkrete Maßnahmen, die der Handel für einen sicheren Einkauf empfiehlt und umsetzt. Er basiert auf dem derzeitigen Erkenntnisstand zum Verlauf der Pandemie. Bei einer nicht auszuschließenden Eskalation kann eine Anpassung der Maßnahmen und Schutzstrategien erforderlich sein.

Stand: Oktober 2009



1. EINLEITUNG

Eine Pandemie bezeichnet die weltweite, akute Ausbreitung einer Krankheit. Die aktuelle Influenzapandemie wird durch ein neuartiges Influenzavirus verursacht, das in der Lage ist, sich schnell von Mensch zu Mensch zu verbreiten. Da dieser neue Erreger zuvor nicht bzw. sehr lange nicht in der menschlichen Bevölkerung zirkulierte, ist das Immunsystem nicht vorbereitet und daher auch nur unzureichend geschützt.

Die WHO sieht sechs Phasen zur Einteilung einer Pandemiegefährdung vor. Für die „Schweinegrippe“ wurde am 11.06.2009 die höchste Warnstufe Nr. 6 ausgerufen. Die Phase 6 bedeutet, dass sich das Virus gleichzeitig und zunehmend in diversen Regionen der Welt ausbreitet. Die Ausrufung der höchsten Stufe hat nichts mit der Schwere der Erkrankung zu tun.

Die Symptome der Neuen Grippe A/H1N1 ähneln den Symptomen der jährlichen Grippe im Winter (saisonale humane Influenza): Fieber, Husten, Kopf- und Gliederschmerzen, Müdigkeit, Appetitlosigkeit, in einigen Fällen auch Übelkeit, Erbrechen und Durchfall.

Nach Aussage des Robert-Koch-Instituts „ist davon auszugehen, dass das neue Influenzavirus H1N1 so übertragen wird wie eine saisonale Influenza: ganz überwiegend durch Tröpfchen, die zum Beispiel beim Sprechen, insbesondere aber beim Husten oder Niesen entstehen und über eine geringe Distanz auf die Schleimhäute von Kontaktpersonen gelangen können.“

Eine Übertragung über Oberflächen/Arbeitsflächen, die mit virushaltigen Sekreten verunreinigt sind, kann erfolgen, wenn sie z.B. angefasst werden und die Viren über die Hand in Mund, Nase oder Augen gelangen.



2. BEWERTUNG DER SITUATION IM HANDEL

Verkaufsstätten sind täglich für viele Menschen „Ansammlungsorte“ und damit als potenziell infektionsbegünstigendes Umfeld zu betrachten. Kunden und Mitarbeiter/-innen sind daher zu schützen, damit der Einkauf möglich und sicher ist.

Schwerpunkte sind die Kontaktstellen (Kassier-, Bedienungs- und Beratungsvorgänge) sowie Gegenstände, die dem häufigen Wechselzugriff ausgesetzt sind (z.B. Geld, Einkaufswagen).

Alle Vorsorgemaßnahmen sollen wirksam, adäquat, nicht abschreckend, wirtschaftlich vertretbar sein. Sie orientieren sich an den allgemeinen Empfehlungen für die Gesamtbevölkerung. Dabei kommt der persönlichen Hygiene entscheidende Bedeutung zu, insbesondere an den oben genannten Kontaktstellen.

2.1. Welche Maßnahmen sind für die Mitarbeiter sinnvoll?

Es ist dringend zu empfehlen, Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen ausführlich über Infektionsgefahr/-wege und allgemeine Hygienemaßnahmen zu informieren und zu sensibilisieren. Regelmäßiges Händewaschen und ggf. Desinfizieren der Hände sollte bei Mitarbeitern mit Kundenkontakt ohne große Umstände möglichst arbeitsplatznah realisierbar sein. Dies sollte auch im täglichen Arbeitsablauf ermöglicht werden.



2.2. Was sollten Mitarbeiter/-innen beachten, damit von ihnen keine Ansteckungsgefahr ausgeht?

Mitarbeiter sollten dazu angehalten werden, sich im Verdachtsfall sofort zu melden; dafür sind geeignete Meldewege unter Berücksichtigung der datenschutzrechtlichen Regelungen einzurichten.

Beim Auftreten eines Verdachts- oder Erkrankungsfalls der Neuen Grippe A/H1N1 in einem Lebensmittelbetrieb greifen die gesetzlichen Bestimmungen des Infektionsschutzgesetzes. Nach der Verordnung über die Meldepflicht bei Influenza obliegt dabei dem Arzt eine namentliche Meldepflicht gegenüber den Behörden. Eine entsprechende Meldepflicht des Handels besteht nicht.

Mitarbeiter, die an sich selbst Symptome einer Grippeerkrankung erkennen, sollten unabhängig davon veranlasst werden, umgehend einen Arzt zu konsultieren.

2.3. Was gilt im Umgang mit möglicherweise kranken Kunden?

Es ist wichtig, Regeln in Bezug auf das Verhalten beim Auftreten von Verdachtsfällen gegenüber Kunden, aber auch im Bezug auf die eigene Person, vorzubereiten. Dazu gehört vorrangig die Klärung der Frage, wie im operativen Geschäft mit offensichtlich erkrankten Personen umzugehen ist.

2.4. Sind zusätzliche Kommunikationsmöglichkeiten sinnvoll?

Es ist sinnvoll, kurzfristige Rückfragemöglichkeiten für Mitarbeiter und Kunden per Telefon oder Internet („Hotline“) einzurichten und ggf. auf offizielle Hotlines (RKI, Bundesregierung) zu verweisen.



3. SPEZIELLE FRAGEN UND ANTWORTEN IM HANDEL

3.1. Wie lange hält sich das Virus auf Gegenständen?

Das hängt von verschiedenen Umgebungsparametern (z.B. Luftfeuchtigkeit, Temperatur usw.) ab. Deswegen ist es so wichtig, regelmäßig die Hände zu waschen und darauf zu achten, dass man sich nicht an Nase, Mund und Augen fasst.

3.2. Ist die Installation von Spendern mit Hand-Desinfektionsmittel für das Personal in den Toiletten bzw. Personalzugängen zum Verkauf sinnvoll?

Zurzeit ist die zur Verfügung gestellte Seife ausreichend. Gründliches Händewaschen schützt vor Infektion.

Es kann zusätzlich – an Arbeitsplätzen, wo kein fließendes Wasser vorhanden ist – eine sinnvolle Ergänzung sein, für die Hautdesinfektion vorgesehene Desinfektionsmittel zur Verfügung zu stellen. Solche Mittel können eine unterschiedliche Wirksamkeit gegen Viren aufweisen. Wichtig ist daher der Hinweis auf der Verpackung „viruzid“ bzw. „bedingt viruzid“. Mittel mit diesem Hinweis sind für eine Desinfektion gegen den Erreger der neuen Grippe Influenza A/H1N1 geeignet.

3.3. Ist es sinnvoll, für Kunden Desinfektionsmittel/-spender zur Verfügung zu stellen?

Zentrale Einheiten, die eine Desinfektion ohne Waschgelegenheit ermöglichen, sind derzeit aus medizinischer Sicht nicht erforderlich.



3.4. Ist es sinnvoll, an den Kassen Desinfektionstücher und –spray bereitzuhalten, falls Kunden, die offensichtlich krank sind, im Bereich der Kassensysteme husten oder niesen (damit anschließend durch das Kassensystem kurz das Band desinfiziert werden kann)?

Gegen die Gefahr so genannter „Schmierinfektionen“ über den (weiteren) Kontakt der Hände mit den Gesichtsschleimhäuten reichen die allgemeinen Hygienemaßnahmen aus. Empfehlungen hinsichtlich Flächendesinfektion gibt es aktuell nur für medizinische Bereiche.

3.5. Ist es sinnvoll, Einkaufswagen oder Geld zu desinfizieren, da beides täglich mit vielen Menschen in Berührung kommt?

Für Einkaufswagen und Geld sind besondere Desinfektionsmaßnahmen nicht erforderlich, insbesondere wenn die übrigen allgemeinen Hygienemaßnahmen ergriffen werden.

3.6. Wie können Kunden ggf. informiert werden?

Eine gezielte Information der Kunden über Infektionswege, Hygieneregeln und Vorsorgemaßnahmen/-mittel kann durch geeignete Medien in der Verkaufsstätte oder im Internet erfolgen. Darüber hinaus kann das Sortimentsangebot durch entsprechende Hygieneartikel wie z. B. Mund-, Nasenschutz angepasst werden.



3.7. Ist es sinnvoll, im Gastronomie- und Thekenbereich verstärkt darauf zu achten, dass die Speisen von den Mitarbeitern nicht direkt mit der bloßen Hand angefasst werden, um sie in den entsprechenden Auslagen zu verteilen?

Grippeviren werden in der Regel nicht über das Essen übertragen, insbesondere nicht, wenn die üblichen Maßnahmen der Lebensmittelhygiene durch das Personal befolgt werden. Es spricht also nichts dagegen, dass das Thekenpersonal die Auslagen mit bloßen Händen anfasst. Allerdings sollte das Personal zusätzlich entsprechend unterwiesen werden.

3.8. Sind Verkostungsstände weiterhin möglich?

Eine besondere Infektionsgefahr über die zu Verkostungszwecken bereitgestellten Lebensmittel an den Frischetheken besteht grundsätzlich nicht. Deshalb spricht nichts dagegen, dass Verkostungen weiterhin an den Frischetheken platziert werden. Eine Schutzhaube über der angebotene Ware sowie z.B. Zahnstocher zur einfacheren Entnahme sind sicherlich gleichwohl sinnvolle Hygienemaßnahmen.

3.9. Welche Besonderheiten gibt es im Versandhandel?

Zwischen dem Versand von Paketen und deren Entgegennahme durch den Kunden vergehen in aller Regel mindestens 12 Stunden. Eine Infektion über „tote“ Oberflächen und über einen so langen Zeitraum ist extrem unwahrscheinlich (s. auch Frage 3.1.)

Im Versandhandel kommt es im Gegensatz zum stationären Handel nur sehr selten zu direkten Kundenkontakten.



Zu direkten Begegnungen mit Kunden kommt es bei der Anlieferung und der Vor-Ort-Reparatur von Produkten durch interne oder externe Transport- und Service-Dienstleister. Diese Kontakte finden oft im häuslichen Umfeld der Kunden statt. Um einer Ansteckungsgefahr zu begegnen, werden mit den betroffenen Bereichen und Dienstleistern Verhaltens- und Hygiene-Richtlinien z. B. entsprechend den Empfehlungen des Robert-Koch-Instituts vereinbart.

3.10. Können sich Verbraucher über die Zubereitung und den Verzehr von Lebensmitteln mit dem Virus infizieren?

Bislang ist kein Fall bekannt, bei dem sich ein Mensch über Lebensmittel mit dem Influenza A/H1N1-Virus infiziert hat. Ungeachtet dessen sollten Verbraucher grundsätzlich bei der Zubereitung von Fleisch immer auf die üblichen Hygienemaßnahmen achten. Wer Fleisch bei der Zubereitung mindestens zwei Minuten lang auf mindestens 70 Grad Celsius erhitzt, schützt sich vor Erkrankungen, die durch Mikroorganismen übertragen werden. Dazu zählen nicht nur Viren, sondern beispielsweise auch Bakterien wie Salmonellen oder Listerien.

Nach den bisherigen Erkenntnissen wird die Influenza nicht über den Verzehr von Schweinefleisch und anderen Produkten direkt übertragen. Dies gilt auch für rohe Produkte, z.B. Mett oder Hackepeter.



4. BEISPIELE FÜR INFORMATIONSQUELLEN UND -MEDIEN

Ergänzende Anhaltspunkte bieten u.a. folgende Beispielbroschüren:

■ WHO

www.euro.who.int/document/INF/flu_protect_poster_ger.pdf

■ NRW

www.callnrw.de/broschuerenservice/download/70317/basishygiene_mags_nrw_09neu_hd_flyer.pdf

■ RKI

http://www.wir-gegen-viren.de/content/index/5?submenue_id=41

Weitere Informationen über die Pandemie, den Krankheitsverlauf, Impfungen sowie den aktuellen Verlauf der Pandemie in Deutschland sind erhältlich unter:

■ http://www.rki.de/cln_091/nn_205760/influenza.html?__nnn=true

DER HDE

Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) ist die Spitzenorganisation des deutschen Einzelhandels für rund 400.000 selbständige Unternehmen mit insgesamt 2,6 Millionen Beschäftigten, 160.000 Auszubildenden und jährlich rund 398 Milliarden Euro Umsatz. Der Einzelhandel ist neben Industrie und Handwerk einer der drei größten Wirtschaftszweige in Deutschland. Der HDE hat 100.000 Mitgliedsunternehmen aller Branchen, Standorte und Größenklassen.

Kontakt:

Britta Gallus, Geschäftsführerin
Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)
HDE-Büro Brüssel
Telefon: 0032 2 735 4379
E-Mail: gallus.europa@hde.de

**Hauptverband des
Deutschen Einzelhandels (HDE)**

Am Weidendamm 1 A
10117 Berlin
Telefon: 030 726250-0
Telefax: 030 726250-19
E-Mail: hde@einzelhandel.de
Internet: www.einzelhandel.de

Büro Brüssel
9 – 31, Avenue des Nerviens
B - 1040 Brüssel
Telefon: 0032 2 2310281
Telefax: 0032 2 2308497
E-Mail: europa@einzelhandel.de