# Der gläserne Konsum

**Die Konzerne wissen alles über uns Konsumenten, aber wir wissen wenig über ihre Produkte und ihr Sozialverhalten. Problematische Inhaltsstoffe verstecken sich oft im Kleingedruckten oder unverständlichen Abkürzungen. Das will Codecheck mit einer revolutionären Internet-Plattform ändern.**

*Alex von Roll*

Wer das Büro von Codecheck im Zürcher Kreis 5 betritt, ahnt nicht, dass hier eine der wichtigsten Internet-Anwendungen der Gegenwart entsteht. Neben dem Initianten Roman Bleichenbacher und seinen Mitarbeitern, dem Umweltnaturwissenschaftler Raphael Fasko, dem Mathematiker Michael Gross und der PR-FRau und Soziologin Vesna Tomse, arbeiten hier noch vier weitere innovative, selbständige jüngere Männer, deren gemeinsamer Nenner darin besteht, dass sie nicht gerne Papierkörbe leeren.

Bevor wir Ihnen verraten, warum Codecheck für unsere Gesellschaft so wichtig ist, halten wir Sie noch mit ein paar Nebensächlichkeiten hin. Der 33-jährige Roman Bleichenbacher hat in den 90er Jahren an der Kunstgewerbeschule Basel als einer der ersten «Neue Medien» studiert und war zuständig für das Informationskonzept des Schweizer Pavillons an der Weltausstellung 2005 in Aichi/Japan mit der bemerkenswerten «interaktiven Taschenlampe». Und er war verantwortlich für Planung und Projektleitung der Medien des prestigeträchtigen (und sehr kostspieligen) Mercedes-Museums. Roman also könnte für gutes Geld auf der Welt herumjetten und die Glamour-Jobs seiner Branche abräumen. Stattdessen sitzt er in einem spartanischen Zürcher Industriebüro und verdient 2000 Franken. Das muss einen guten Grund haben: Codecheck.

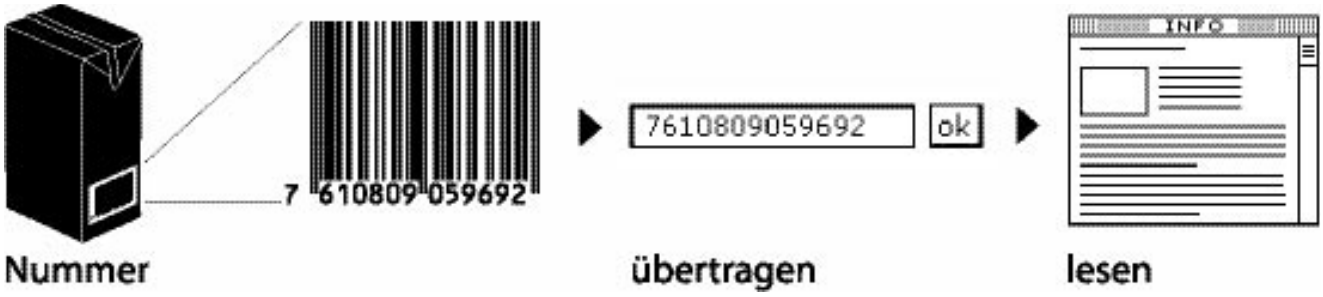
### Produktinfos sofort auf Abruf

Die Idee ist einfach: Über den Strichcode kann jeder Konsument zuhause am Computer oder beim Einkauf über das Mobiltelefon unabhängige, wasserdichte Informationen über jedes beliebige Produkt, die Inhaltsstoffe, die dahinter stehende Firma und ihr Geschäftsgebaren abrufen. Er erhält sofort Überblick über zweifelhafte Substanzen, unethische Produktionsweisen oder Umweltgefährdungen. Der Nutzen ist zweifach: Einerseits kann der Konsument besser entscheiden, andrerseits werden die Firmen animiert, bessere und ökologischere Produkte herzustellen.

Alimentiert wird die riesige, komplexe Datenbank durch (kontrollierte) Einträge der Anwender, von Umweltorganisationen oder aus wissenschaftlichen Studien – ein enormes Unterfangen angesichts der riesigen Fülle von Produkten, die jährlich auf den Markt kommen.

Codecheck hat in den sieben Jahren seiner Existenz bereits die begehrtesten Auszeichnungen erhalten, die für

*Codecheck hat das Potenzial, zur massgeblichen Instanz einer nachhaltigen Wirtschaft zu werden.*




*Das Verfahren ist einfach: Produktecode in das Mobiltelefon oder den Computer eintippen und schon ist die vollständige Information über Produkt und Hersteller da.*

solche Projekte vergeben werden, 2004 den Switch Innovation Award, 2005 den Eidg. Förderpreis für Design und 2006 den prix ars electronica mit weltweiter Ausstrahlung.

Tatsächlich: Codecheck hat das Potenzial, zur massgeblichen Instanz einer nachhaltigen Wirtschaft zu werden: Es ermöglicht dank mobiler Online-Abfrage die informierte Entscheidung am Ort, wo sie gefällt wird, nämlich am Regal, und es schafft die nötige Transparenz, die es braucht, um die Wirtschaft auf einen nachhaltigen Kurs zu zwingen.

Die Entwicklungen, an denen bei Codecheck gearbeitet wird, sind viel versprechend. Als nächstes werden bei einer Abfrage auch Alternativ-Produkte vorgeschlagen und in nicht allzuferner Zukunft können die Anwender ihr individuelles Profil eingeben und erhalten sofort eine Bewertung: kaufen oder stehen lassen.

Die grosse Knacknuss bei diesem ambitiösen Projekt ist, wie könnte es anders sein, das Geld. Das wirtschaftliche Potenzial ist zwar enorm, aber die Möglichkeiten der Manipulation ebenfalls. Deshalb verzichtet Roman Bleichenbacher auf jede Form des Sponsorings durch Firmen und sieht auch davon ab, mit Investoren zusammenzuarbeiten. Ein paar kleinere Stiftungen halten das kleine Schiff über Wasser, aber nicht viel mehr.

Obwohl die Leistung von Codecheck einen echten Wert hat, möchte Roman Bleichenbacher sie gratis anbieten können. Ein wichtiger Wirkungsfaktor von Codecheck ist nämlich seine Verbreitung, die er nicht durch ein geschlossenes System gefährden möchte.

### Wo bleiben die Umweltorganisationen?

Eigentlich wäre dies eine Aufgabe der grossen Umweltorganisationen, die ja alle den Konsum umweltverträglicher gestalten wollen und etliche Millionen Franken für die Medienarbeit ausgeben, allein in der Schweiz. Codecheck wäre eine hervorragende Investition, aber halt kein Projekt, mit dem man Mitgliederbeiträge generiert. Vielleicht findet sich auch ein Organisations- und Finanzfachmensch mit einem Struktur- und Finanzierungskonzept, das den Investoren einen Ertrag ermöglicht, aber die Unabhängigkeit sicherstellt. Denn die Unabhängigkeit seiner grossartigen Idee ist Roman Bleichenbachers grösstes Anliegen. «Eine Suchmaschine wie Google müsste der Allgemeinheit gehören», sagt er. «Die Menschheit schafft sich damit ein grosses Problem.» Codecheck will es besser machen.

Kontakt: **Codecheck,** Baumgasse 10, 8005 Zürich, Tel. 044 450 25 41
www.codecheck.info

*Zufrieden mit dem Existenzminimum: Anstatt die Top-Jobs der neuen Medienwelt abzusahnen, tüftelt Roman Bleichenbacher an einer Internet-Plattform, die den Konsum revolutionieren könnte. Unterstützung von den Umweltorganisationen erhält er bislang nicht.* *Bilder: zvg*