

BVE



Jahresbericht  
2020/21



# INHALT

	Vorwort	03
<b>1</b>	Verbraucher und Öffentlichkeit	04
<b>2</b>	Die Ernährungsindustrie	22
<b>3</b>	Märkte und Wettbewerb	34
<b>4</b>	Umwelt, Klima und Energie	50
<b>5</b>	Nachhaltigkeit	56
<b>6</b>	Rohstoffe	68
<b>7</b>	Die BVE	76
	Geschäftsführung und Arbeitsbereiche	78
	Die Mitglieder	79
	Impressum	85

Im Text wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit häufig nur die männliche Form verwendet. Selbstverständlich sind alle Personen gemeint.

# LEISTUNGSFÄHIGKEIT AUCH IN DER KRISE BEWIESEN

Sehr geehrte Damen und Herren,

2020 ist sicherlich ein Jahr, das in einschneidender Erinnerung bleiben wird – ein Jahr voller Unsicherheit und Veränderungen, deren gesellschaftliche wie wirtschaftliche Auswirkungen wir in ihrer Gänze noch gar nicht abschätzen können. Aber auch ein Jahr, das der Politik und der Öffentlichkeit gezeigt hat, wie sehr unsere Branche systemrelevant ist. Im Frühjahr brach die empfundene Selbstverständlichkeit gefüllter Regale im Lebensmitteleinzelhandel auf, die Sorge vor Versorgungsengpässen wuchs. Doch dank des unermüdlichen Einsatzes in den Unternehmen der Ernährungsindustrie konnte sichergestellt werden, dass die Menschen in Deutschland auch in einer Krise in gewohntem Maße mit Lebensmitteln versorgt werden. Wir haben große Herausforderungen wie Hamsterkäufe gemeistert und den Nachschub fürs Regal gesichert!

In 2021 werden die Herausforderungen für die Branche und die Anforderungen an die Produkte jedoch nicht kleiner. Völlig zu Recht erwarten Verbraucher nicht nur einen guten Geschmack der Lebensmittel, sondern auch eine einwandfreie Sicherheit und die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards. Dabei müssen die Produkte verbraucherfreundlich und erschwinglich bleiben. Hunderttausende Landwirte, Lebensmittelhersteller und -händler, das Handwerk und die Gastronomie wachsen jedes Jahr aufs Neue über sich hinaus und nehmen diese Herausforderungen an. Ausdruck dieser Tatkraft sind unter anderem 40.000 neue Produkte, die jährlich auf den Markt kommen, zusätzlich zu veränderten Rezepturen, Verpackungen oder Herstellungsprozessen.



Dr. Christian von Boetticher



Christoph Minhoff

Den negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie trotzend stellte die deutsche Ernährungsindustrie ihre Leistungsfähigkeit im Jahr 2020 erneut unter Beweis und konnte das Umsatzniveau des Vorjahres mit einem leichten Rückgang nahezu halten. Die Branche erwirtschaftete 185,3 Milliarden Euro und konnte damit das Vorjahresergebnis halten. Doch ein Blick in die Teilbranchen zeigt, dass einzelne Bereiche schwerer mit den negativen Folgen der Pandemie zu kämpfen haben.

Dieser Jahresbericht ist ein Beleg für den Erfolg und die Widerstandsfähigkeit der Lebensmittelherstellenden und ihres Dachverbandes, der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie. Hieran haben vor allem unsere Mitglieder einen entscheidenden Anteil. Die Unterstützung und das Vertrauen für und in das Team der BVE sind herausragend. Dafür danken wir ganz herzlich!

Wir werden auch in diesem Jahr mit voller Kraft für die Interessen unserer Mitglieder eintreten und unsere Stimme wahrnehmbar erheben. Wir wünschen Ihnen ein erfolgreiches, spannendes und gutes Jahr 2021.

Herzlichst

Dr. Christian von Boetticher  
Vorsitzender

Christoph Minhoff  
Hauptgeschäftsführer



# 1

## VERBRAUCHER UND ÖFFENTLICHKEIT





Der Verbraucher bestimmt das Lebensmittelangebot. Über 83 Millionen qualitäts- und preisbewusste Konsumenten entscheiden täglich an der Ladentheke über den Erfolg von Produkten und Herstellern. Mit mehr als 170.000 Produkten ist das Lebensmittelangebot in Deutschland heute so hochwertig, sicher, nachhaltig, vielfältig und preiswert wie noch nie. Gleichzeitig war der Wettbewerb noch nie so hart. Gut 40.000 neue Produkte erweitern jährlich das Angebot und es entstehen ständig neue Marktsegmente. Superfoods, vegetarische, vegane, gluten- und laktosefreie Produkte, Light- und Convenience-Produkte, aber auch Produkte mit besonderen Produktionsmerkmalen

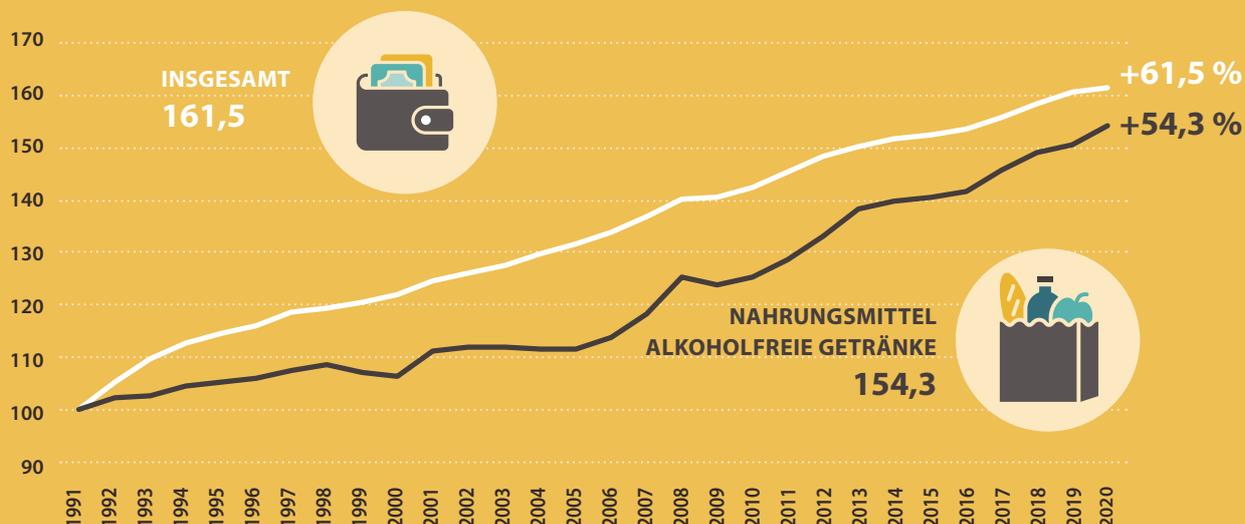
wie „regional“, „nachhaltig“, „Fair Trade“ und „Bio“ sind heute am Markt ständig verfügbar. Das Produktportfolio wird stetig weiter spezialisiert, differenziert und immer schneller neu erfunden. Diesen Ernährungswohlstand verdanken die Verbraucher einer fortschrittlichen und wettbewerbsfähigen, aber auch komplexen industriellen Lebensmittelproduktion, die Genuss und Gesundheit sowie globale Verantwortung miteinander vereint.

### Konsumklima leidet unter der Corona-Pandemie

2020 musste das Konsumklima – nach einer stabilen positiven Entwicklung der Vorjahre – im Zuge der Corona-Pandemie starke Einbußen hinnehmen. Die Verunsicherungen der Verbraucher in Anbetracht der unbekannteren Situation zu Beginn der Pandemie führten zu einem starken Rückgang der Konjunkturerwartung. Nach einer deutlichen Erholungsphase im Sommer dämpfte der zweite Lockdown im Oktober die Erwartungen auf eine schnelle Erholung erneut. Die Einkommenserwartung der Verbraucher konnte das hohe Niveau der Vorjahre ebenfalls nicht halten und entwickelte sich stark rückläufig, beeinflusst durch die unsichere wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und weltweit. Unsichere Konjunktur- und Einkommensaussichten sorgten zudem dafür, dass mehr Verbraucher den Kauf von größeren Anschaffungen verschoben und die Anschaffungsneigung damit ebenfalls stark sank.

## VERBRAUCHERPREISENTWICKLUNG 1991 – 2020

Indexwerte 1991=100



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

Dank ihres hohen Einkommensniveaus wenden die Deutschen lediglich 11,7 Prozent (Stand: 2018) ihres Einkommens für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke auf. Positiv wirkten sich hier vor allem die stabilen Preise für Lebensmittel aus. Wird die Preisentwicklung langfristig betrachtet, erhöhten sich die Lebensmittelpreise – mit einem Plus von 54,3 Prozent – deutlich geringer als die allgemeinen Lebenshaltungskosten, die um 61,5 Prozent zunahmen. Das Preisniveau für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke liegt in Deutschland im EU-Durchschnitt.

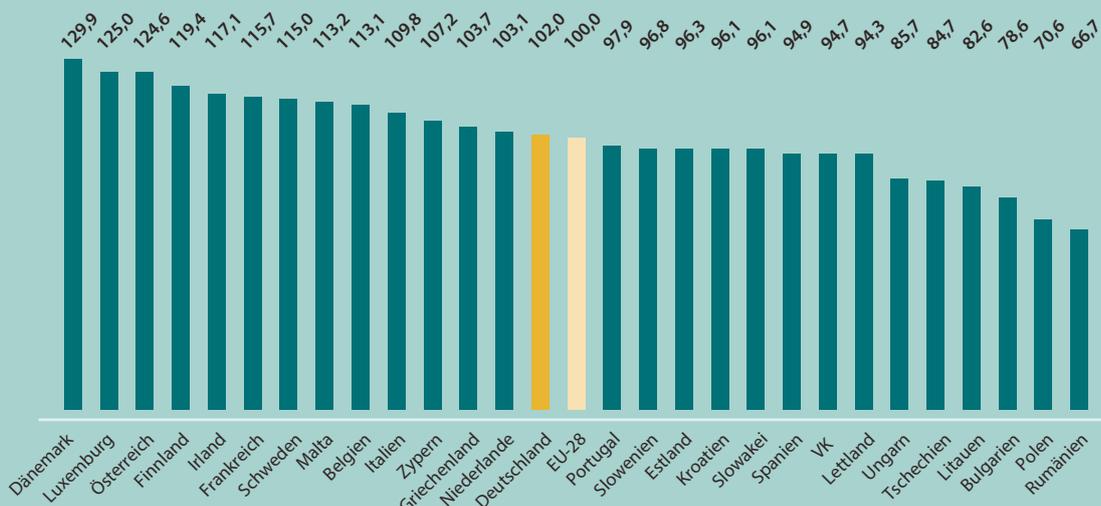
Der Trend hin zum Genuss von hochwertigen Lebensmitteln im Alltag der Konsumenten ist auch in Zeiten der Pandemie ungebrochen. So wählten sie beim Einkauf ihrer Lebensmittel qualitativ höherwertige Produkte mit einem besonderen Mehrwert und/oder probierten neu auf dem Markt eingeführte Lebensmittel aus. Der Trend zu mehr Qualität statt Quantität lässt die inflationsbereinigten Konsumausgaben für Nahrungsmittel- und Genussmittel seit einigen Jahren leicht steigen. Laut der aktuellen GfK Kaufkraftstudie stehen den Deutschen im Jahr 2021 im Schnitt 23.637 Euro pro Kopf für Konsumausgaben, Wohnen, Freizeit und Sparen zur Verfügung. Dies entspricht einem rechnerischen Plus von nominal zwei Prozent und 453 Euro mehr pro Kopf im Vergleich zum revidierten Vorjahreswert. Im europäischen Vergleich verfügen die Deutschen über eine überdurchschnittlich hohe Kaufkraft.

## Verbraucherpolitik mit Maß und Ziel

Der Verbraucher entscheidet durch sein Kaufverhalten über das Lebensmittelangebot und besonders über den Erfolg oder Misserfolg von Marktneuheiten. Was nicht gekauft wird, verschwindet aus dem Regal. Jeder Verbraucher und jede Verbraucherin ist anders, die individuellen Bedürfnisse haben ein vielfältiges Lebensmittelangebot hervorgebracht, das stetig auf dem Prüfstand steht. Die Verbraucherpolitik der BVE setzt deshalb auf ein Leitbild, das von durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucherinnen und Verbrauchern ausgeht. Eine staatliche Konsumlenkung und Bevormundung der Verbraucher lehnt die Ernährungsindustrie hingegen ab. Auch neue und aufwändige Kennzeichnungs- und Informationspflichten ohne erkennbaren Mehrwert für die Verbraucher führen in die falsche Richtung. Aus Sicht der BVE müssen jegliche Eingriffe des Staates in den Markt verhältnismäßig und wissenschaftlich fundiert sein, insbesondere im Falle eines Krisenmanagements. Regulierungen des Staates müssen verlässliche Rahmenbedingungen sowie einen angemessenen Interessensausgleich am Markt schaffen und damit Marktversagen verhindern. Die Herstellung und Vermarktung von Lebensmitteln ist bereits streng reguliert. Weitere und strengere Vorschriften für Hersteller und Produkte steigern jedoch deren Kosten, senken die Planungssicherheit und mindern die Ertragslage. Dies geht vor allem zulasten des Mittelstandes.

### PREISNIVEAUINDEX FÜR NAHRUNGSMITTEL UND ALKOHOLFREIE GETRÄNKE

2019, EU-28 = 100



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

Eine bessere Folgenabschätzung und Evaluierung der Zielerreichung in der Rechtssetzung, die Bestärkung der europaweiten Harmonisierung des Rechts sowie die Förderung des Bürokratieabbaus müssen erklärte Politikziele sein, um die Wettbewerbsfähigkeit der Ernährungsindustrie zu sichern.

Die Eigenverantwortung der Verbraucher muss durch eine wissenschaftsbasierte und transparente Verbraucherbildung und -information gestärkt werden. Aufklärung und gesunde Lebensweise sind eine gesamtgesellschaftliche Ziele, die alle Akteure gemeinsam vorantreiben müssen. Die Ernährungsindustrie leistet ihren Beitrag zur Ernährungspolitik und fördert als wesentlicher Wertschöpfungsträger in der Lebensmittelkette mehr Transparenz und Information gegenüber dem Konsumenten. Verbraucherinformationen müssen vor allem kundenorientiert sein, dabei aber auch die notwendige Informationstiefe und den erforderlichen Informationsumfang gewährleisten. Um Verbraucher ausagekräftig, wahrheitsgemäß und lückenlos über Produkte und Prozesse zu informieren, sind Kennzeichnungen allein weder für Unternehmen noch für Verbraucher in der Praxis handhabbar. Zur Ernährungsbildung muss daher auch die Kompetenz zur Nutzung verfügbarer digitaler Informationen gehören.

Eine bessere Ernährungsbildung fördert auch eine höhere Wertschätzung für Lebensmittel. Gerade angesichts der globalen Herausforderungen der Ernährungssicherung muss der öffentliche Dialog um Lebensmittel und deren Herstellung auf Basis gesicherter Fakten geführt werden. Unternehmen können ihre Produkte nur dann an steigende Kundenanforderungen anpassen, wenn die erforderlichen Kosten kundenseitig mitgetragen werden. Mehr Qualität an der Ladentheke muss auch mit höherer Bezahlung honoriert werden.

## Stiftung Warentest

Die Qualität von Lebensmitteln ist ein entscheidendes Kaufkriterium. Die Kaufentscheidung hängt zunehmend von den verfügbaren Informationen über Lebensmittel und deren Herstellung ab. Gleichzeitig wächst die Bereitschaft, für mehr Qualität auch mehr zu bezahlen. Viele Verbraucher suchen dabei regelmäßig Rat bei Institutionen wie der Stiftung Warentest. Sie wurde 1964 auf Beschluss des Bundestages gegründet. Die Untersuchungen der Stiftung Warentest beziehen gemäß ihrer Satzung Beratungen mit der Wirtschaft, der Verbraucherschaft und der Wissenschaft ein. Dadurch genießt sie als unabhängige und objektive Prüfinstanz ein besonders großes Verbrauchervertrauen und eine hohe Glaubwürdigkeit. Aufgrund ihrer Marktbedeutung erwächst der Stiftung Warentest gegenüber Öffentlichkeit und Unternehmen eine große Verantwortung. Durch ihre Arbeit kann das Marktgeschehen empfindlich beeinflussen werden. Eine komplexe Herausforderung stellt dabei die objektive Bewertung von Qualität in Produkttests dar: Zum einen umfasst das Verständnis von Qualität je nach Verbraucher und Produkt viele unterschiedliche Dimensionen. Zum anderen haben Lebensmittelsicherheit und -qualität in Deutschland ohnehin einen sehr hohen Standard erreicht, der oft über das europäische Niveau hinausgeht.

Ziel der Stiftung ist es laut Satzung, die „Öffentlichkeit über objektivierbare Merkmale des Nutz- und Gebrauchswerts sowie der Umweltverträglichkeit von Waren zu unterrichten“. Aus Sicht der Ernährungsindustrie muss dieser Stiftungszweck unbedingt gewahrt bleiben. Bei der Durchführung und Bewertung von Produkttests bedingt dies die Notwendigkeit anerkannter wissenschaftlicher Methoden sowie nachvollziehbarer und sachgerechter Kriterien im Rahmen gesetzlicher Vorgaben.



## BVE unterstützt wissenschaftliche Debatte um Lebensmittel und Ernährung der SNFS

Die BVE ist Mitglied im Förderverein der Society of Nutrition and Food Science e.V. (SNFS). Die SNFS wurde als international ausgerichteter, gemeinnütziger Verein im Jahr 2013 gegründet. Im Mittelpunkt der SNFS steht der wissenschaftliche Austausch im Bereich der Ernährungs- und Lebensmittelforschung, wobei die Fachgesellschaft als neutrale Plattform für eine evidenzbasierte Diskussion und Bewertung aktueller Fragestellungen fungiert. Angestrebt wird dabei eine Vernetzung der Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaften sowie verwandter Disziplinen. Die SNFS kommuniziert neueste wissenschaftliche Erkenntnisse und bezieht zu aktuellen Studienergebnissen und Veröffentlichungen Stellung. Dafür veranstaltet sie Kongresse, Symposien und Workshops, bietet Fort- und Weiterbildungen an, ist auf internationalen Veranstaltungen aktiv und gibt eine eigene Fachzeitschrift heraus. Die Fachgesellschaft hat sich zudem zum Ziel gesetzt, Fürsprecher für die Ernährungs- und Lebensmittelforschung zu sein.





Die satzungsgemäße Mitwirkung der Anbieterseite im Kuratorium und Sachverständigengremien sichert die notwendige Expertise zur sachgerechten Ausgestaltung der durchgeführten Prüfverfahren und ermöglicht die stetige Verbesserung der Warentests. Die BVE fordert, dass die Grundsätze von Objektivität, Transparenz und Wissenschaftlichkeit der Produkttests sowie gesetzliche Vorgaben zu Produkteigenschaften anerkannt und eingehalten werden. Nur so können Qualitätsurteile sachlich nachvollziehbar bleiben.

Von Januar 2000 bis Dezember 2020 hat die Stiftung Warentest in gut 260 Lebensmitteltests 6.851 Produkte nach eigenen Maßstäben geprüft. Beim Qualitätsurteil genügten 88 Prozent der Lebensmittel den Qualitätskriterien.

### BVE-Arbeitskreis Stiftung Warentest

Die BVE vertritt die Interessen der Ernährungsindustrie gegenüber der Stiftung Warentest und organisiert die Beteiligung der Branche an den Testvorhaben. Für ihre Mitglieder ist die BVE der zentrale Ansprechpartner beim Thema Stiftung Warentest und steht in einem kontinuierlichen und konstruktiven Austausch mit der Verbraucherorganisation. Dadurch kann die objektive Qualitätsbeurteilung von Lebensmitteln verbessert werden.

Darüber hinaus unterstützt die BVE im Rahmen des BVE-Arbeitskreises Stiftung Warentest den gemeinsamen Dialog und leistet für Unternehmen und Wissenschaft konkrete Hilfestellungen zum Umgang mit Testvorhaben,

der Werbung mit Testurteilen und in der Kommunikation. Zudem werden Fragen zu Testvorhaben und deren Bewertungen erörtert. Dabei tauscht sich die Branche regelmäßig auch mit anderen die Stiftung Warentest beratenden Vertretern aus Wirtschaft, Handel, Wissenschaft und Gesellschaft aus. 2020/21 tagte der BVE-Arbeitskreis Stiftung Warentest am 14. Februar 2020, am 26. Juni 2020 und – erstmals auch mit der Redaktion von Öko-Test – am 12. Februar 2021.

### Öko-Test

Die monatliche Publikation Öko-Test ist ein deutschsprachiges Verbrauchermagazin mit einer Auflage von rund 114.500 Exemplaren und einer Reichweite von 1,2 Millionen Leserinnen und Lesern. Seit 1985 testet die Redaktion unter anderem Lebensmittel, Kosmetikprodukte, Mode und Haushaltsgegenstände. Die Testergebnisse werden in die deskriptiven Bewertungskategorien von „sehr gut“ bis „ungenügend“ eingeteilt, wobei Produkte mit der Bewertung „befriedigend“ und besser von Öko-Test empfohlen werden. In den Lebensmitteltests wird zwischen konventionellen und Bioprodukten unterschieden. Die BVE wertet die Lebensmitteltests seit Juni 2017 aus, bis zum Jahresende 2020 wurden insgesamt 1.468 Produkte getestet. Tests von Bioprodukten fallen im Schnitt besser aus, 83 Prozent der getesteten Bioprodukte wurden mit „befriedigend“ oder besser bewertet. Bei konventionellen Lebensmitteln erreichen diese Bewertung nur 66 Prozent der Produkte.

# PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Als Dachverband der Lebensmittelhersteller versteht sich die BVE als die Stimme der Branche sowie als Ansprechpartnerin für Politik und Gesellschaft. Der Verband betreibt aktiv Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, um Gesellschaft und Medien über Lebensmittel, deren Herstellung sowie aktuelle Branchenthemen zu informieren. Die BVE-Pressestelle betreut den Internetauftritt [www.bve-online.de](http://www.bve-online.de), verfasst regelmäßig Stellungnahmen und Pressemitteilungen sowie zahlreiche Print- und Online-Publikationen und beantwortet mehrmals in der Woche Anfragen von Journalisten. Der Verband ist in den Sozialen Netzwerken Twitter, LinkedIn, Facebook, YouTube und Instagram aktiv. Darüber hinaus repräsentiert die BVE die Branche auf zahlreichen Veranstaltungen und Messen.

Noch immer stecken einige rückwärtsgewandte Nichtregierungsorganisationen (NGO) in altem Feindbilddenken und vertreiben in ihren Geschäftsmodellen – wenig kreativ – das Produkt „Angst“. Dabei setzen sie auf Emotionen, Hetze und Feinddenken. In Politik, Medien und Gesellschaft wird mittlerweile aber erkannt, dass hinter Angst schürendem Lobbyismus nicht viel Substanz zu finden ist.

Die BVE hat daher die Defensive verlassen und ist in die Offensive gegangen: Selbstbewusst und faktensicher steht der Verband in der Öffentlichkeit für die Produkte der Lebensmittelhersteller ein und versorgt seriöse Medien mit umfassendem Informationsmaterial.

Als Dachverband der Branche fungiert die BVE außerdem als Plattform für den Meinungs austausch und die Meinungsbildung unter ihren Mitgliedern, die sie kontinuierlich und aktuell über alle wichtigen Themen der Ernährungsindustrie auf dem Laufenden hält. Die BVE unterstützt ihre Mitglieder im Bereich Öffentlichkeitsarbeit sowie im Umgang mit den Sozialen Medien. Insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen fehlt häufig die Erfahrung in der professionellen Medienlandschaft. Zudem kooperiert die BVE in Fragen der Kommunikation mit ihrem Schwesternverband – dem Lebensmittelverband Deutschland.

## Internet: [www.bve-online.de](http://www.bve-online.de)

Auf ihrer Internetseite bietet die BVE mit neuen wöchentlichen Veröffentlichungen von Interviews oder Beiträgen Einblicke in relevante Themen und Veranstaltungen.

Das Internetangebot der BVE umfasst circa 2.500 Seiten. Die Themenseiten Ernährungsindustrie, Digitalisierung, Wettbewerb & Recht, Außenwirtschaft, Verbraucher, Rohstoffe, Umwelt, Energie und Nachhaltigkeit enthalten mit einer Einleitung und den angeteaserten Beiträgen komprimiert alle wichtigen Informationen auf den ersten Blick. Wer sich darüber hinaus informieren möchte, kann dies über den Button „Mehr Informationen zum Thema“ tun.

Neben den Themenbereichen finden Interessierte umfassende Informationen zu der Organisations- und Tätigkeitsbeschreibung des Verbandes sowie zum Marktumfeld, Klima, Export und Kartellrecht. Zudem informiert die Website über Veranstaltungen und Messen und verfügt über einen eigenen Pressebereich. Ein aktueller Terminkalender mit wichtigen BVE- und Branchenevents, eine Infothek mit Fotos, Videos und Publikationen sowie eine Übersicht über persönliche Ansprechpartner zu allen Themen des Verbandes schaffen einen schnellen Überblick und einen direkten Zugang zum Expertenkreis.

BVE-online.de ist mit einer klaren Themenstruktur und informativen Grafiken das zentrale Informationsportal für den Zugang zur Ernährungsindustrie in Deutschland. Durch die Einbettung der Plattformen Twitter, LinkedIn, Facebook, YouTube und Instagram werden die Leser über alle Social-Media-Aktivitäten der BVE informiert. Die Website wird täglich gepflegt und berichtet nahezu in Echtzeit über Veranstaltungen.

Mitglieder der BVE können sich in einen separaten Bereich einloggen, um sich über die Rundschreiben die Expertise aus erster Hand einzuholen.

## Pressestelle

In Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Interviews, Statements, Beiträgen, Reden, Hintergrundgesprächen vertritt die BVE die Positionen der Ernährungsindustrie. 2020 veröffentlichte die BVE 42 Pressemitteilungen, unter anderem zu Umwelt-, Konjunktur-, Außenhandels- und Nachhaltigkeitsthemen.

169 Anfragen von Medienvertretern gingen im Laufe des vergangenen Jahres in der Pressestelle ein. Sie wurden stets schnell und umfassend beantwortet. Die Anzahl der Anfragen war deutlich höher als in den letzten fünf Jahren.

Neben Zitanfragen aus Medienredaktionen erreichten die BVE auch Fragen von Verbraucherseite, Institutionen, Ministerien, Unternehmen, Verlagen, Agenturen, Schulen und Hochschulen.

## Social Media

Die Digitalisierung erfasst die verschiedensten Lebensbereiche, auch Wirtschaft, Politik und Nichtregierungsorganisationen. Themensetzung und Meinungsbildung erfolgen besonders in diesen Krisenzeiten über digitale Kanäle. Darum ist die BVE auf Twitter, LinkedIn, Facebook, YouTube und Instagram vertreten. Für die BVE ist die Präsenz auf diesen Kanälen besonders relevant, um Themensetzung zu betreiben und Wirkungsbereiche zu kommunizieren.

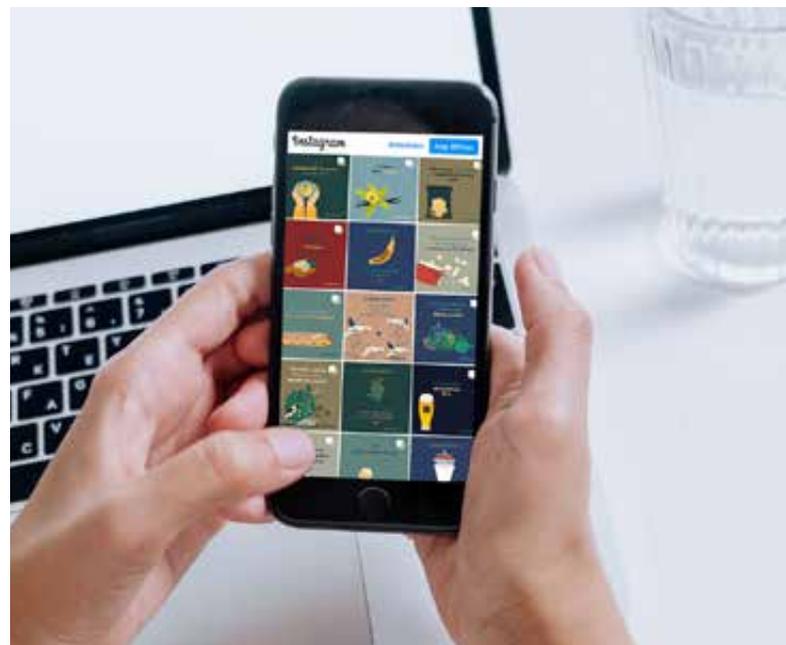


Als Vermittlerin zwischen Politik, Unternehmen, Verbrauchern und Medien ist die BVE seit Jahren aktiv. 2020 stand in besonderer Weise das Krisenmanagement im Vordergrund. Die Corona-Pandemie hat uns allen viel abverlangt, doch durch den unermüdlischen Einsatz in den Unternehmen der Ernährungsindustrie konnte die Versorgung mit Lebensmitteln in Deutschland sichergestellt werden: Eine Tatsache, die wir mit der Kampagne ‚#NachschubFürsRegal‘ auch hervorgehoben haben. Vereint haben wir die Herausforderungen durch Hamsterkäufe und Grenzschießungen überwunden. Seit über 70 Jahren und auch weiterhin fordern und fördern wir daher das Ideal von unternehmerischer Freiheit in gesellschaftlicher Verantwortung.

Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der BVE und des Lebensmittelverbands Deutschland

Über die Sozialen Medien kann bestimmten Kampagnen entgegengewirkt und Präsenz gezeigt werden.

Die BVE ist seit sieben Jahren in den Sozialen Medien vertreten. Bei den entsprechenden Kanälen ist grundsätzlich zwischen verbraucherorientierten Netzwerken (Instagram, Facebook) und solchen, die auf Medien, Politik, Wirtschaft und NGO ausgerichtet sind (Twitter, LinkedIn) zu unterscheiden. YouTube, ein weiterer relevanter Kanal, wird jedoch ausschließlich mit Bewegtbildern bespielt, womit ein besonderer Aufwand verbunden ist.



## Instagram

Der Fokus der entsprechenden BVE-Tätigkeit liegt gegenwärtig auf dem verbraucherorientierten Instagram-Kanal. Mit einem neuen Namen, einem inhouse entwickelten Look & Feel und relevanten Inhalten können stetig steigende Follower-Zahlen verzeichnet werden. Vor etwa einem Jahr ist der Kanal mit 123 Abonnenten gestartet, mittlerweile folgen mehr als 12.500 Personen „What The Food Germany“. Mit den entsprechenden Postings werden bis zu 1,2 Millionen Impressionen erzielt – vor allem in der jungen Generation, was sich positiv auf die Interaktionsraten auswirkt.

Es wird sowohl kommentiert als auch diskutiert. Insbesondere auch bei kontroversen Themen findet ein sachlicher Austausch statt. Mit den ausgewählten Inhalten gelingt es, die Wertschätzung für industriell verarbeitete Lebensmittel zu steigern und die Innovationskraft der Branche zu vermitteln. Verbraucher bekommen unterhaltsam verpackte Informationen und Positionen zu unterschiedlichen Themen der Ernährungsindustrie. Die mit diesen Aktivitäten generierten Inhalte können auch für den Kanal Facebook genutzt werden.

### Die erfolgreichsten Instagram Posts 2020:



Interaktionen: 18.967 | Impressionen: 1.243.766 | Likes: 3.400 | Kommentare: 95



Interaktionen: 1.426 | Impressionen: 304.885 | Likes: 1.800 | Kommentare: 34



Interaktionen: 18.967 | Impressionen: 1.243.766 | Likes: 3.400 | Kommentare: 95



Interaktionen: 18.967 | Impressionen: 1.243.766 | Likes: 3.400 | Kommentare: 95

## Facebook

Der neue Look & Feel von „What The Food Germany“ ist auch auf Facebook sehr erfolgreich. Vor weniger als einem Jahr wurde der neue Facebook-Account gelauncht und kann mittlerweile knapp 6.500 Abonnenten vorweisen.

## Twitter

Auf dem Twitter-Kanal hat die BVE mittlerweile 2.556 Follower (Stand: Januar 2021). Durch das Veröffentlichen von branchenrelevanten Themen und Neuigkeiten und den Ausbau von hochwertigem Bewegtbild-Content konnte die Followerschaft im Vergleich zum Vorjahr ausgebaut werden. Im Jahresdurchschnitt konnten pro Monat 28.000 Impressionen erreicht werden. Ein besonderes Highlight waren die Maßnahmen im Rahmen der Kampagne #NachschubFürsRegal, die im Zeichen der Corona-Krise ins Leben gerufen

wurde. Die Kampagne umfasste bei Twitter rund 40 Beiträge mit einer Reichweite von mehr als 50.000 Personen. Die Beiträge gehörten zu den erfolgreichsten Tweets des Jahres. Ein weiterer Erfolg waren die Aktivitäten rund um das Talkformat „Küchenkabinett“, das von BVE und Lebensmittelverband Deutschland in Kooperation mit dem Magazin Cicero präsentiert wird.

## LinkedIn

Die BVE ist seit drei Jahren auf LinkedIn aktiv. Ziel ist es hier, die Themen der BVE bei Unternehmensvertretern noch sichtbarer zu machen und zu vertiefen. Der Kanal und dessen Reichweite wachsen stetig. Mittlerweile zählt die BVE hier 618 Follower (Stand: Januar 2021). Damit hat sich die Zahl der Follower im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelt.

### Die erfolgreichsten Tweets 2020:

**BVE** @BVE\_online · 8. Juli 2020

Im Interview mit @noz\_de hat Dr. Christian von Boetticher, unser neuer Vorstandsvorsitzender, über die Situation in der #Fleischwirtschaft, die Macht der Verbraucher und die Konzentration des Handels gesprochen.



„Verbraucher hat Lenkungswirkung“  
Im Interview mit der Neuen Osnabrücker Zeitung hat Dr. Christian von Boetticher, neuer Vorstandsvorsitzender der Bundesvereinigung der (BVE,...  
bve-online.de

**BVE** @BVE\_online · 3. Apr. 2020

#NachschubFürsRegal: @MarsDeutschland maximiert Kapazitäten! "Dennoch stehen die Gesundheit + Sicherheit der Mitarbeiter im Mittelpunkt unserer Entscheidungen.", sagt Patrick Hölscher, Supply Director. Mehr Infos hier #FoodHeroes



„Wir haben unsere Kapazitäten maximiert“  
Das Lebensmittelangebot von Mars ist groß und reicht von Süßwaren bis Grundnahrungsmitteln. Patrick Hölscher, Director Mars Confectionery ...  
bve-online.de

**BVE** @BVE\_online · 17. März 2020

„Kaufen Sie bedarfsgerecht ein.“ & „Wer zu viel kauft, wird Lebensmittel wegwerfen müssen!“ @JuliaKloeckner auf der PK zu Auswirkungen #CoronaVirus auf #Ernährungsbranche

Phoenix.de/livestream.html



**BVE** @BVE\_online · 21. Jan. 2020

Garden Gourmet stellt auf der #IGW2020 die vegane Incredible Wurst vor! Im Video erzählt Heike Miéville-Müller, was in der Wurst drin ist und was sie so knackig macht. #ZukunftSchmeckt @NestleGermany @Imverband @gruenewoche



WIE SCHMECKT DIE ZUKUNFT?  
Vegane Incredible Bratwurst

## Kampagne „Nachschub fürs Regal“

Im Zeichen der Coronakrise war die als systemrelevant eingestufte Ernährungsindustrie in der öffentlichen Wahrnehmung unterrepräsentiert. Als Heldennarrativ etablierten sich vor allem „die Kassiererinnen und Kassierer“ an den Kassen des Lebensmitteleinzelhandels. Auch die Landwirtschaft rückte in den Mittelpunkt öffentlicher Aufmerksamkeit. Ziel der Kampagne #NachschubFürsRegal war es deshalb, die Ernährungsindustrie und ihre bedeutende Rolle bei der Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln in das

Bewusstsein von Politik, Medien und Öffentlichkeit zu rücken. Dabei war ein besonderer Zeitdruck entstanden, um das Momentum der Aufmerksamkeit im Zuge der Pandemie zu nutzen. Um Relevanz und Reichweite zu erzielen, sollte durch Anzeigen in auflagenstarken Printerzeugnissen (Leitmedien wie BILD am Sonntag, WELT am Sonntag oder Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung) ein Statement abgegeben werden. Mit diesen Anzeigen wurden insgesamt mehr als zehn Millionen Leser erreicht, darunter überdurchschnittlich viele Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Politik und Medien. Gleichzeitig startete eine begleitende Social-Media-Initiative. Der Hashtag #NachschubFürsRegal macht bereits im Namen klar, wer für volle Regale in Supermärkten Verantwortung trägt. Über Instagram und Facebook wurden 16 Posts abgesetzt. Mit den Instagram-Posts #NachschubFürsRegal konnten knapp fünf Millionen Impressionen und 7.000 Likes erzielt werden. Mit den Facebook-Posts konnten 500.000 Personen erreicht werden; es wurden 8.800 Interaktionen erzielt. 80 Prozent der erreichten Personen gehörten der Altersgruppe der 13- bis 24-jährigen an. Damit wurden Zielgruppen erreicht, die bisher für die Botschaften der Ernährungsindustrie nicht oder kaum erreichbar waren! Die junge Altersgruppe ist in ihrem Meinungsbild gegenüber der Ernährungsindustrie noch offen. Über positive Botschaften kann langfristig Vertrauen gegenüber unserer Industrie aufgebaut werden.

Instagram Posts zur Kampagne #NachschubFürsRegal:



**BACKEN, BRATEN, BRÜHEN, DÄMPFEN,  
DÜNSTEN, GAREN, GRILLEN, KOCHEN,  
MIXEN, RASPELN, RÖSTEN, RÜHREN,  
SCHLÜRFEN, SCHNEIDEN, SCHÜTTEN, SIEDEN,  
STAMPFEN, TAUEN, TRINKEN, ZAPFEN...**

WAS IMMER SIE IN DER KÜCHE TUN,  
TUN SIE ES MIT UNSEREN PRODUKTEN!

**BUNDESVEREINIGUNG DER DEUTSCHEN ERNÄHRUNGSINDUSTRIE**

600.000 MITARBEITER – 6.000 UNTERNEHMEN – 170.000 PRODUKTE  
VERLÄSSLICH – SICHER – QUALITÄTSMÄSSIG



**#NACHSCHUBFÜRS**



Anzeige der Kampagne  
#NachschubFürsRegal  
in der TAZ-Sonderausgabe  
am 30. April 2020

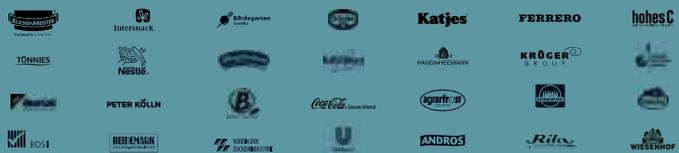
**DAMIT TELLER & GLÄSER  
VOLL BLEIBEN!**

**600.000 MITARBEITER  
6.000 UNTERNEHMEN  
170.000 PRODUKTE**

**BUNDESVEREINIGUNG DER DEUTSCHEN ERNÄHRUNGSINDUSTRIE**  
[WWW.BVE-ONLINE.DE](http://WWW.BVE-ONLINE.DE)



**#NACHSCHUBFÜRSREGAL**



Anzeige der Kampagne  
#NachschubFürsRegal in  
der Tageszeitung  
Die Welt am 25. April 2020



## PlusPlus Prinzip

Vor dem Hintergrund des Ziels der Bundesregierung, die Treibhausgasemissionen bis 2050 um 80 bis 95 Prozent gegenüber 1990 zu reduzieren, hat sich die BVE zur Durchführung einer Klimaschutzkampagne entschlossen. Damit soll die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen in den Unternehmen der Ernährungsindustrie noch stärker als bisher vorangetrieben werden. Die Kampagne wird vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) gefördert, das damit erstmals eine Industriebranche in dieser Form unterstützt. Im Vordergrund stehen dabei die positiven Aspekte sowohl für Umwelt und Klima als auch für die Unternehmen. Denn: Klimaschutz hat auch positive Auswirkungen für die Branche, die genutzt werden sollten. Durch den Vollzug der Energiewende in den Unter-

nehmen lassen sich ökonomische und ökologische Vorteile generieren. Gleiches gilt für einen effizienten und recyclinggerechten Verpackungseinsatz. Das PlusPlusPrinzip vereint diese Ansätze und gibt Impulse zur Optimierung klimarelevanter Prozesse in der Ernährungsindustrie. Zielgruppe der Kampagne sind Verantwortliche in Geschäftsführung und Produktion. Auf der Kampagnenseite [www.plusplusprinzip.de](http://www.plusplusprinzip.de) gibt es Informationen und Hilfestellungen sowie einen Vorteilsrechner, der Unternehmen konkrete Einsparpotenziale aufzeigt und professionelle Investitionsbewertungen erstellt. Über die Landingpage können sich Interessierte außerdem zu den Online-Seminaren anmelden. Alle Aktivitäten der Kampagne werden zusätzlich via Twitter und LinkedIn ausgespielt.

### Hier finden Sie die BVE in der Social-Media-Welt



[www.instagram.com/whatthefood\\_germany](https://www.instagram.com/whatthefood_germany)



[www.twitter.com/bve\\_online](https://www.twitter.com/bve_online)



[www.facebook.com/whatthefoodgermany](https://www.facebook.com/whatthefoodgermany)



[www.youtube.com/user/BVEvideo](https://www.youtube.com/user/BVEvideo)



[www.linkedin.com/company/bve-bundesvereinigung-der-deutschen-ernaehrungsindustrie](https://www.linkedin.com/company/bve-bundesvereinigung-der-deutschen-ernaehrungsindustrie)

# VERANSTALTUNGEN

Aufgrund der Corona-Pandemie mussten die Vorbereitungen für den Unternehmertag Lebensmittel, für das Sommerfest sowie das Winterfest eingestellt und die Veranstaltungen abgesagt werden. Die Planungen eines Ernährungsgipfels wurden aus demselben Grund gar nicht erst aufgenommen.



## Internationale Grüne Woche

Die Corona-Pandemie hat das gesamte Messegeschehen in Deutschland auf den Kopf gestellt. Am 20. und 21. Januar 2021 konnten Interessierte die Internationale Grüne Woche (IGW) – zum ersten Mal in ihrem 95-jährigen Bestehen – vollständig digital verfolgen. Die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) und der Lebensmittelverband Deutschland haben in zehn Programmpunkten Antworten auf die Frage gesucht: „Wie schmeckt die Zukunft?“

In den „Cook & Talks“, die coronakonform in einem Foodtruck auf dem Gelände der Messe Berlin stattfanden und in ganz Deutschland gestreamt werden konnten, haben wir uns mit den Herausforderungen der sozialen Verantwortung, des Umwelt- und Klimaschutzes und einer klimafreundlichen

Ernährung auseinandergesetzt. Neue Produkte und verbesserte Produktionsweisen zeigten weitere Möglichkeiten auf, um den persönlichen Genuss mit Verantwortung für Umwelt und Klima zu verbinden.



Zwei Tage voller Eindrücke gingen damit zu Ende. Doch der Austausch und die Suche nach Antworten auf die Frage „Wie schmeckt die Zukunft?“ geht weiter. Denn das Cook & Talks-Programm geht auf Tour durch ganz Deutschland. Nähere Informationen zu den Terminen und Standorten erfahren Sie auf [www.zukunftschmeckt.de](http://www.zukunftschmeckt.de). Außerdem finden Sie dort weiterhin die Videos aus den Livestreams.



ZukunftSchmeckt – Cook & Talk: präsentiert von der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. und dem Lebensmittelverband Deutschland e.V.



Talk-Runde: „Rooting for tomorrow – IGW 2050“: Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft



Stefanie Sabet, Geschäftsführerin der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. auf der Eröffnungspressekonferenz der IGW



Talk-Runde: „Rooting for tomorrow – IGW 2050“: Joachim Rukwied, Präsident des Deutschen Bauernverbandes e.V.; Dr. Christian von Boetticher, Vorsitzender der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V.; Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft (v.l.n.r.)



ZukunftSchmeckt On Tour auf der IGW 2021: Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der BVE im Food-Truck



Cook & Talk im Food-Truck mit den Köchen Sebastian Morgenstern (l.) und Kevin Rademacker



# # ZUKUNFTSCHMECKT OnTour

Das Ensemble der „ZukunftSchmeckt On Tour“-Location



BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff führt als Moderator durch „ZukunftSchmeckt On Tour“-Übertragungen.



Christoph Minhoff und Lars Jaeger, Projektleiter der Internationalen Grüne Woche



Grußwort zur IGW von Dr. Markus Söder, Bayerischer Ministerpräsident



Cook & Talk im Food-Truck: live mit Bundesministerin Julia Klöckner



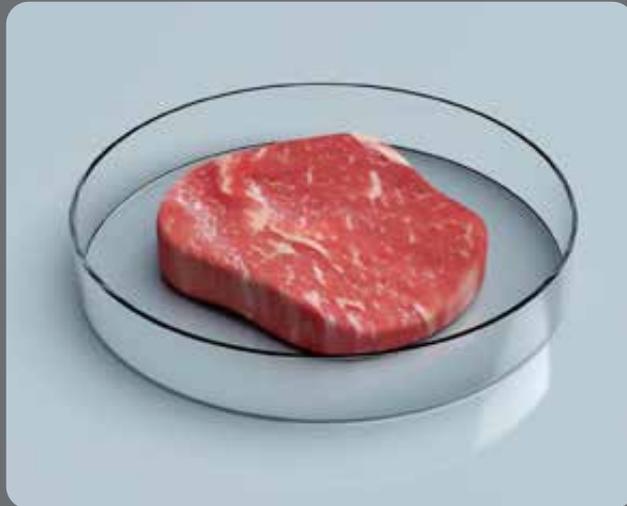
Einen digitalen Rückblick auf die Aktivitäten der BVE auf der IGW 2021 finden Sie [hier](#).

## Social-Media-Aktivitäten während der Grünen Woche

### #ZUKUNFT SCHMECKT *OnTour*

21. Januar, 15:45 Uhr  
Cook & Talk

Der Trend 2020:  
Fleisch und Milchalternativen –  
Welche Zukunftschancen haben diese  
Alternativen, welche Cultured Meat  
und echtes Fleisch?



### #ZUKUNFT SCHMECKT *OnTour*

20. Januar, 15:30 Uhr  
Cook & Talk

Wie kann klimafreundliche  
Ernährung gelingen?



Die Internationale Grüne Woche (IGW) 2021 stellte den Auftakt der #ZukunftSchmeckt-Deutschlandtour dar. Da die Leitmesse dieses Jahr rein digital stattfand, haben Lebensmittelverband und BVE mehr denn je alle Aktivitäten in den Sozialen Medien unter dem Hashtag #ZukunftSchmeckt begleitet. Insgesamt gab es über alle Kanäle mehr als 330 Beiträge, die den Hashtag nutzten. Es konnte eine Reichweite von vier Millionen Personen erzielt werden. Das Engagement lag bei über 4.700 Interaktionen. Schwerpunkt der Social-Media-Kampagne bildeten dieses Jahr die Live-Streams der acht Cook & Talks via YouTube, sowie ein

Aus- und Rückblickkommentar von Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der beiden Verbände, und ein Gespräch mit Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft. Die Live-Streams und Videos wurden mit Crosspostings auf Facebook, Instagram, Twitter und LinkedIn unterstützt. Auf Instagram gab es außerdem eine erfolgreiche Kooperation mit der Food-Influencerin Sonja Meise von Food News Germany. Sie hat über ihren Account alle BVE-Aktivitäten mit Feed-Beiträgen und vor allem mit kreativen und interaktiven Stories begleitet.



# 2

## DIE ERNÄHRUNGSINDUSTRIE



# KONJUNKTURDATEN DER ERNÄHRUNGSINDUSTRIE 2020

Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in Klammern

	2020	2019	
	<b>Umsatz nominal</b>	<b>185,3 Mrd. € (±0,0%)</b>	<b>185,3 Mrd. € (+3,2%)</b>
	davon Inland	123,7 Mrd. € (+0,7%)	122,8 Mrd. € (+2,2%)
	davon Ausland*	61,6 Mrd. € (-1,4%)	62,5 Mrd. € (+5,0%)
	· EU	43,2 Mrd. € (-1,8%)	44,0 Mrd. € (+3,4%)
	· nicht EU	18,4 Mrd. € (-0,5%)	18,5 Mrd. € (+10,9%)
	<b>Reale Umsatzentwicklung</b>	<b>-0,8%</b>	<b>+1,2%</b>
	<b>Auslandsanteil am Umsatz</b>	<b>33,2%</b>	<b>33,6%</b>
	<b>Betriebe</b>	<b>6.163 (+0,7%)</b>	<b>6.123 (+0,1%)</b>
	<b>Beschäftigte</b>	<b>614.063 (-0,8%)</b>	<b>618.721 (+1,7%)</b>
	<b>Auszubildende</b>	<b>29.664 (-6,0%)</b>	<b>31.556 (-3,4%)</b>
	<b>Verbraucherpreise gesamt</b>	<b>+0,5%</b>	<b>+1,4%</b>
	davon Nahrungsmittel und alkf. Getränke	+2,3%	+1,1%
	<b>Verkaufspreise Ernährungsindustrie</b>		
	· Inland	<b>+1,2%</b>	<b>+1,8%</b>
	· Export	<b>+0,1%</b>	<b>+2,2%</b>

Quellen: Statistisches Bundesamt, Bundesagentur für Arbeit, BVE, ANG

\* vorläufig

Stand: 3. Mai 2021

Den negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie trotzend stellte die deutsche Ernährungsindustrie ihre Leistungsfähigkeit im Jahr 2020 erneut unter Beweis und konnte das Umsatzniveau des Vorjahres halten. Mit mehr als 600.000 Beschäftigten in über 6.000 Betrieben zählt die Branche zu den wichtigsten Industriezweigen Deutschlands. Die Ernährungsindustrie ist überwiegend klein- und mittelständisch geprägt, rund 90 Prozent der Beschäftigten arbeiten in Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern. Durch die überwiegend ländlichen Produktionsstandorte sichert die Branche Stabilität und Beschäftigung in allen Regionen Deutschlands und nimmt so eine tragende Rolle in der Beschäftigungspolitik ein.

Die Ernährungsindustrie versorgt allein in Deutschland täglich 83 Millionen Bundesbürger mit einem breiten Produktangebot von 170.000 Artikeln. In der Ernährungsindustrie sind eine Vielzahl von verschiedenen Teilbranchen vereint. Zu den umsatzstärksten gehören die Hersteller von Fleisch und Fleischwaren, Milch und Milchprodukten, Backwaren, Süßwaren sowie alkoholischen Getränken.

Ein Erfolgsgarant für die Ernährungsindustrie ist die enge Anbindung der gesamten Wertschöpfungskette an den Wettbewerbsstandort Deutschland – von Erzeugung, Produktion, Logistik bis zum Vertrieb sowie Forschung und Entwicklung. Lebensmittel „made in Germany“ stehen für hohe Qualität, Sicherheit, Geschmack und Verbrauchernähe. Dadurch überzeugen sie seit Jahrzehnten nicht nur Menschen in Deutschland, sondern auf der ganzen Welt. Angesichts weltweit zunehmend geöffneter Lebensmittelmärkte ist es für die deutschen Hersteller besonders wichtig,

auch international wettbewerbsfähig zu bleiben. Nur so können sichere Beschäftigungsmöglichkeiten an den lokalen, deutschen Produktionsstandorten garantiert werden.

Den negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie trotzend stellte die deutsche Ernährungsindustrie ihre Leistungsfähigkeit im Jahr 2020 erneut unter Beweis und konnte das Umsatzniveau des Vorjahres halten. Die Branche erwirtschaftete insgesamt 185,3 Milliarden Euro und erzielte damit das gleiche Umsatzniveau wie im Jahr 2019. Das Umsatzergebnis resultierte aus einer sinkenden Absatzmenge, während steigende Verkaufspreise das Ergebnis stützen konnten. Insgesamt sank die Absatzmenge um 0,8 Prozent im Vorjahresvergleich. Die Verkaufspreise im Inland stiegen um 1,2 Prozent, während die Preise im Ausland mit +0,1 Prozent etwas schwächer zulegten. Mit einem Umsatzvolumen von 123,7 Milliarden Euro blieb der deutsche Markt auch 2020 der wichtigste Absatzmarkt der Branche und konnte das Vorjahresergebnis um 0,7 Prozent steigern.

Die vorläufigen Lebensmittelexporte sanken um 1,4 Prozent im Vorjahresvergleich auf 61,6 Milliarden Euro. Die Exportquote sank dementsprechend leicht und lag bei 33,2 Prozent. Die Anzahl der Beschäftigten in Betrieben mit mehr als 20 Beschäftigten konnte leicht steigen und lag damit um 0,7 Prozent über dem Vorjahreswert. Der Fachkräftebedarf in der Branche ist hoch und wird auch in Zukunft steigen.

Speziell die Themen Industrie 4.0 und Digitalisierung erfordern in der modernen, nachhaltigen Lebensmittelherstellung geschultes Personal und Fachkräfte, um eine Produktion nach höchsten Standards zu ermöglichen.



## ANTEILE DER BRANCHEN AM GESAMTUMSATZ DER ERNÄHRUNGSINDUSTRIE

2020, in Prozent



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

Die Ernährungsindustrie sah sich 2020 erneut einem herausfordernden Umfeld gegenüber. Neben der Corona-Pandemie sind die Ursachen hierfür vor allem in dem harten Wettbewerb im gesättigten Inlandsmarkt sowie in der zunehmenden Regulierung samt Bürokratie in der Produktion zu suchen. Der hohe Ertragsdruck, der hier entsteht, hemmt vor allem das Investitions- und Innovationspotenzial der klein- und mittelständisch geprägten Branche. Die Corona-Krise wird diese Situation noch zusätzlich verschärfen. Das Wegbrechen der Absätze aus dem Außer-Haus-Markt, das gedämpfte Kaufverhalten der Verbraucher, aber auch die schwache globale Nachfrage im Exportgeschäft, die hohen Krankenstände und der durch die Lockdown-Maßnahmen entstandene Druck auf die Lieferketten haben die Unternehmen auf eine Belastungsprobe gestellt. Verfügbarkeit und bezahlbare Preise werden zu besonderen Herausforderungen angesichts der Nachhaltigkeitsziele, denen sich die Branche nach wie vor verpflichtet fühlt. Dabei bieten gerade Strategien für mehr Nachhaltigkeit und Digitalisierung wichtige Wachstumschancen für die Unternehmen, die gefördert werden müssen. Um in diesem Marktrahmen die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu erhalten, bedarf es klarer wirtschaftspolitischer Maßnahmen zur Sicherung unternehmerischer Freiheit, eines starken Mittelstands und des freien Handels sowie eines zügigen Bürokratieabbaus. Über Innovationen können Unternehmen ihre Prozesse optimieren und dadurch Kosten einsparen, aber

auch Nachhaltigkeitsziele erreichen und mit neuen Produkten einen neuen Kundenkreis überzeugen. Gerade für kleine und mittelständische Betriebe ist es jedoch eine Herausforderung, das tägliche Geschäft mit Innovationsforschung zu verbinden. Damit sich auch diese Unternehmen die Potenziale aus Innovationen erschließen können, wird ein innovationsfreundlicheres Klima benötigt, entsprechende Anreize setzt.

### Innovation in der Ernährungsindustrie

Die deutsche Ernährungsindustrie spielt als viertgrößter Industriezweig mit einem jährlichen Umsatz von rund 185 Milliarden Euro in über 6.100 Betrieben eine entscheidende Rolle bei der Sicherung Deutschlands als Wirtschaftsstandort. Der Erhalt und die Schaffung von Arbeitsplätzen – speziell im ländlichen Raum – ist darüber hinaus von gesamtgesellschaftlicher Bedeutung, die weit über den Wirtschaftsaspekt hinausgeht. Gleichzeitig bietet die Branche Lösungen für große gesellschaftliche Herausforderungen wie beispielsweise die Versorgung der Weltbevölkerung mit hochwertigen und sicheren Lebensmitteln, die Reduktion von Lebensmittelverlusten oder den effizienten Umgang mit Ressourcen wie Agrarrohstoffen, Wasser und Energie im Produktionsprozess.

Der Schlüssel zur Bewältigung dieser Herausforderungen und zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit liegt in der Innovationsfähigkeit der Unternehmen. Die Struktur der Branche, mehrheitlich bestehend aus KMU, und die große Bandbreite an verarbeiteten Rohstoffen erschwert jedoch die Forschung ausschließlich auf Unternehmensebene. Deshalb ist eine Forschungsstrategie für die deutsche Ernährungsindustrie notwendig, die zum Erhalt und Ausbau der aktuellen Wettbewerbsfähigkeit führt. Diese Strategie muss über die Bereitstellung von Geldern hinausgehen. Die Schaffung von innovationsfreundlichen Rahmenbedingungen, eine Vernetzung von öffentlichen und privaten Forschungseinrichtungen mit der Industrie sowie der Ausbau der Technologie- und Dateninfrastruktur sind für den Erfolg ebenso wichtig. Im Rahmen des Innovationsreports der Ernährungsindustrie 2020 hat die BVE die forschungspolitischen Prioritäten und Kernforderungen zur Stärkung der Innovationskraft der Branche formuliert:

#### DIGITALISIERUNG:

Die Digitalisierung besitzt das Potenzial, wichtige Impulse für den Erfolg der Unternehmen im Bereich der Lebensmittelsicherheit, der Nachhaltigkeit, bei der Erfüllung der Verbraucherbedürfnisse und in den Produktionsprozessen zu erzielen. Zur Beseitigung von Digitalisierungshemmnissen sind die Schaffung eines klaren Rechtsrahmens für Datensicherheit inklusive eines praxistauglichen Datenschutzes, die Verstärkung des Breitbandausbaus im ländlichen Raum sowie höhere Forschungsinvestitionen notwendig.

#### BIOÖKONOMIE:

Eine künftige übergreifende und abgestimmte Bioökonomiestrategie wird sehr begrüßt und muss den Herausforderungen für die Herstellung nachhaltig produzierter und hochwertiger Lebensmittel standhalten. Dazu zählt insbesondere die Ausstattung entsprechender Förderprogramme für große, thematisch ausgerichtete Verbundvorhaben oder Forschungscluster.



#### INDUSTRIELLE GEMEINSCHAFTSFORSCHUNG (IGF):

Um die vorwettbewerbliche Forschung zu stärken, muss das Finanzierungsniveau öffentlicher Fördermittel angehoben und ihre Fokussierung verbessert werden. Insgesamt sollten für die IGF dauerhaft mindestens 200 Millionen Euro pro Jahr bereitgestellt werden, um so insbesondere den KMU eine Projektbeteiligung zu ermöglichen.

#### HORIZON EUROPE:

Um das Potenzial von Horizon Europe vollständig auszuschöpfen, ist neben einer angemessenen finanziellen Ausstattung auch die Einbeziehung aller Akteure, einschließlich der Industrie, notwendig, um eine umfassende Strategie festzulegen und effektive Forschungskonsortien zusammenzustellen.

### Fazit zur Corona-Krise: „Alles anders?“ Studie von BVE, ANG und Ebner Stolz

Die Corona-Pandemie beschleunigt den Wandel im Ernährungssektor: Bestehende Entwicklungen wie der Preis- und Margendruck setzen sich fort, Strategien und Geschäftsmodelle kommen auf den Prüfstand, Trends wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung bekommen zusätzlichen Auftrieb und „New Work“ verändert traditionelle Arbeitsmuster. Das ist das Ergebnis der aktuellen Studie „Alles anders?“ der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), der Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V. (ANG) sowie der Beratungsgesellschaft Ebner Stolz. Auf Basis der Befragung von Branchenexperten aus über 180 Unternehmen wurden in der Studie die Auswirkungen von Corona auf die Ernährungs- und Genussmittelindustrie untersucht.

Die Bilanzen der Unternehmen verdeutlichen den Handlungsdruck im Ernährungssektor, denn die Pandemie hat dort im vergangenen Jahr teilweise tiefe Spuren hinterlassen. Es verwundert daher nicht, dass 60 Prozent der 188 Umfrageteilnehmenden für 2020 mit deutlichen Umsatzrückgängen rechnen. Mit Blick in die Zukunft ist die Branche aber durchaus optimistisch: 57 Prozent der Unternehmen gehen davon aus, dass sich die allgemeine Geschäftslage wieder oder weiter verbessert und knapp vier Fünftel der befragten Top-Entscheider gehen davon aus, dass spätestens 2022 wieder die Umsatzniveaus der Vorkrisenzeit erreicht werden.

„Das Bild ist hier allerdings uneinheitlich, denn die Corona-Pandemie hat zu deutlichen Verwerfungen innerhalb der Ernährungsindustrie geführt. Während die Lockdowns und die notwendige Verlagerung vieler Prozesse in die digitale Welt zwar den Onlinehandel und das Direktgeschäft mit den Verarbeitern befördern, haben der Großhandel sowie das Geschäft mit Großverbrauchern und Gastronomie und der Export erheblich gelitten.“

„Die Wirtschafts- und Finanzpolitik steht mit der Bewältigung der Krisenfolgen vor einer Mammutaufgabe und muss rasch die richtigen Weichen stellen, damit Unternehmen am Standort Deutschland gerade angesichts der parallel anstehenden Nachhaltigkeitsanforderungen eine Perspektive haben“, erläutert Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der BVE.

Die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie schlagen sich auch in den Beschäftigungsabsichten der Unternehmen nieder. Zwar erwarten 58 Prozent der Befragten für 2021 keine Veränderungen. Aber über ein Viertel der Umfrageteilnehmenden befürchtet, dass Personal abgebaut werden muss; im Bereich Großhandel und Großverbraucher hat sogar fast ein Drittel der Befragten diese Befürchtung. Nur acht Prozent planen für das laufende Jahr Neueinstellungen.

„Die Mehrheit der Unternehmen der Ernährungs- und Genussmittelindustrie rechnet trotz Pandemie mit einem stabilen Beschäftigungsniveau. Die Branche bewährt sich damit als verlässlicher und krisenfester Arbeitgeber. Dennoch wird sich die Arbeit in der Branche zukünftig wandeln, so fordern Digitalisierung und Homeoffice neue Arbeitswelten und eine nachhaltige Resilienz neue Kompetenzen“, fasst Stefanie Sabet, Hauptgeschäftsführerin der ANG, die Beschäftigungsaussichten der Branche zusammen.

Beim Blick in die Zukunft geht die große Mehrheit der Umfrageteilnehmer (80 Prozent) davon aus, dass die Pandemie zwar nicht zu disruptiven, jedoch zu relevanten oder deutlichen Veränderungen in der Ernährungsindustrie führen wird.



Dazu zählen 55 Prozent der Befragten insbesondere die Kontaktpunkte der Unternehmen mit dem Kunden, die sich verstärkt in die digitale Welt verlagern werden.

Vor allem vier Trends werden die Branche nach Meinung des Expertenkreises – teilweise unabhängig von der aktuellen Situation – in naher Zukunft prägen. An erster Stelle steht dabei der Preis- und Margendruck, von dem 84 Prozent der Branchenexpertinnen und -experten annehmen, dass er sich fortsetzen wird. Ähnlich hoch bewerten die Befragten den Komplex „New Work“. Unter diesem Begriff wird der Rückgang von Dienstreisen sowie die weitere Zunahme von flexiblen Arbeitsformen und Homeoffice zusammengefasst. Darüber hinaus werden Nachhaltigkeit und Digitalisierung als branchenübergreifende Trends das weitere Handeln im Ernährungssektor bestimmen.

Zahlreiche Unternehmen nutzen deshalb die Krise, um neue Absatzwege zu erschließen, Prozesse, Organisations- und Führungsstrukturen zu hinterfragen oder die Digitalisierung weiter voranzutreiben. Diese ersten Schritte zu einem nachhaltigen Umbau des Unternehmens gehen häufig einher mit einer tiefgreifenden strategischen Neuausrichtung, die zahlreiche Aspekte des gegenwärtigen Geschäftsmodells einschließt – von der Neudefinition der Zielgruppen, Kanäle und Unternehmensstrukturen bis zur Anpassung von Sortimenten, Organisations-, Kosten- und Werksstrukturen.

„Corona wirkt in vielen Unternehmen wie ein Zeitraffer. Es mag an der einen oder anderen Stelle der Eindruck entstehen, dass sich die Welt weiterdreht wie zuvor. Aber der Wandel ist da – und er ist nicht aufzuhalten“, fasst Christoph Havermann, Partner bei Ebner Stolz, die aktuellen Entwicklungen in der Ernährungs- und Genussmittelindustrie zusammen.



Die Studie finden Sie [hier](#).



## Prognose 2021: Moderater Optimismus trotz bestehender Herausforderungen

Die Stimmung der Lebensmittelhersteller wurde im Jahr 2020 auf eine harte Belastungsprobe gestellt. Starke Einschränkungen im Außer-Haus-Markt und eine gesunkene Nachfrage aus dem Ausland sorgten im Ifo-Geschäftsklimaindex für eine negativere Beurteilung der Geschäftslage als noch im Jahr zuvor. Der Blick in die Zukunft lässt jedoch auf ein moderat-optimistisches Stimmungsbild in der Ernährungsindustrie schließen. Die Erwartungen an die Geschäftslage der kommenden sechs Monate fiel im Januar 2021 erstmals seit September 2020 positiv aus. Gleichzeitig stiegen die positiven Erwartungen an das Exportgeschäft, was auf einen Schritt in Richtung Normalisierung der globalen Nachfrage hindeuten könnte.

Die Unternehmen der Ernährungsindustrie werden erneut eine Vielzahl von Herausforderungen bewältigen müssen. Die Corona-Pandemie wird die Unternehmen auch im Jahr 2021 mit höheren Kosten und Krankheitsständen belasten und die Nachfrage auf dem Weltmarkt dämpfen. Hinzu kommen neben steigenden Energiekosten auch die Zunahme von regulativen Rahmenbedingungen, Konsolidierungstendenzen der Branche, zunehmende Volatilität auf den Rohstoffmärkten, aber auch weiterhin existente Exporthemmnisse, die eine entscheidende Rolle in 2021 spielen werden.

Der anhaltende Fachkräftemangel erschwert zudem den Beschäftigungsaufbau. Es werden jedoch neue Potenziale eröffnet. Unternehmen investieren zunehmend in die digitale Vernetzung. Die Digitalisierung eröffnet Optimierungsmöglichkeiten in der Produktion, die Bedeutung des E-Commerce als alternativer Absatzkanal für Lebensmittel wird – beschleunigt durch die Pandemie – zunehmen. Des Weiteren ergeben sich zusätzliche Wege, die Informationsmöglichkeiten der Verbraucher – unter anderem zu nachhaltigen Produktionsmethoden – zu erfüllen. Gleichzeitig wird die Qualitäts- und Preisorientierung der Konsumenten in 2021 auf einem hohen Niveau bleiben.

Besonders die kleinen und mittelständischen Unternehmen der Branche benötigen auch 2021 von der Politik Unterstützung. Bürokratieabbau, eine gute Infrastruktur und mehr Verhältnismäßigkeit in der Regulierung sind notwendig, um im wettbewerbsintensiven Umfeld der Ernährungsindustrie erfolgreich zu sein. Zudem müssen die Erforschung und der Einsatz digitaler Technologien, Produktinnovationen, Unternehmensgründungen sowie Wertschöpfungs- und Absatzpotenziale gefördert werden. Im internationalen Kontext ermöglicht der Abbau von Handelshemmnissen, dass Unternehmen einen effizienten, nachhaltigen Zugang zu Rohstoffen sicherstellen und gleichzeitig ihre Marktanteile auf den globalen Märkten ausbauen können.





## Bürokratieabbau für die Ernährungsindustrie notwendig

Die Ernährungsindustrie ist eine der am stärksten regulierten Branchen überhaupt. Dabei kommt es besonders für mittelständische Unternehmen zu einer hohen Bürokratielast durch veraltete, doppelte oder schlichtweg unverhältnismäßige Regelungen. Dass ein Bürokratieabbau für die Ernährungsindustrie notwendig ist, zeigt der jährliche Bericht des Nationalen Normenkontrollrates (NKR) zum Bürokratieabbau und zur besseren Rechtsetzung. Demnach hat sich zwar durch das Bürokratieentlastungsgesetz III der laufende Erfüllungsaufwand der Wirtschaft im Berichtszeitraum 2019/2020 um 641,9 Millionen Euro verringert, der einmalige Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft in Höhe von 2,583 Milliarden Euro übersteigt die Entlastungen jedoch deutlich.

Die Politik ist daher aufgefordert den einmaligen Erfüllungsaufwand für die Wirtschaft zu minimieren. Da ein Großteil der Bürokratielasten durch europäische Gesetzgebung begründet ist, muss zudem eine One-in-one-out-Regel auf EU-Ebene eingeführt werden.

Die Corona-Pandemie hat zudem die Versäumnisse bei der Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung offengelegt. Verzögerte Zahlungen oder auch Lücken in der Erreichbarkeit – hier ist die Politik aufgefordert, rasch nachzusteuern.

Die Stellungnahme finden Sie [hier](#).

## IT-Sicherheit in der Ernährungsindustrie

Fast jeder vierte mittelständische Lebensmittelhersteller (23 Prozent) hat bereits eine erfolgreiche Cyberattacke erlebt, sechs Prozent waren schon mehrfach betroffen. Nach einem erfolgreichen Angriff stand die Hälfte der Betriebe zeitweise sogar still. Weitere finanzielle Schäden entstanden durch den hohen Aufwand, mit dem Angriffe analysiert und entwedete oder gesperrte Daten wiederhergestellt werden mussten. Das sind die Ergebnisse einer vom Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) in Auftrag gegebenen Forsa-Umfrage und Untersuchung von IT-Systemen mithilfe des Analyse-Tools Cysmo in der Ernährungsindustrie. Die BVE setzt sich aktiv für einen besseren Schutz vor Cyberkriminalität in der Ernährungsindustrie ein.

## Eignungsfeststellung für den branchenspezifischen Sicherheitsstandard für die Ernährungsindustrie 2.0 erteilt

Nach Inkrafttreten der BSI-Kritis-Verordnung im Mai 2016 hat sich die Ernährungsindustrie im UP KRITIS Branchenarbeitskreis Ernährungsindustrie zusammengeschlossen, um die Umsetzung der Verordnung zu begleiten und einen branchenspezifischen Sicherheitsstandard für die Ernährungsindustrie (b3s) zu erarbeiten. Das Bundesministerium des Innern hat mit der BSI-Kritis-Verordnung festgelegt, welche Einrichtungen als kritische Infrastruktur im Sinne des BSI-Gesetzes gelten und damit gegenüber dem BSI meldepflichtig und zum Nachweis des aktuellen Standes der Technik verpflichtet sind. Das Gesetz zur Erhöhung der Sicherheit informationstechnischer Systeme (BSI-Gesetz) schützt Kritische Infrastrukturen (KRITIS) in den Sektoren Energie, Informationstechnik und Telekommunikation, Transport und Verkehr, Gesundheit,

### Jedes vierte Unternehmen der Lebensmittelindustrie ist von Cyberangriffen betroffen

Wurde Ihr Unternehmen durch Cyberangriffe geschädigt?

6%

ja,  
mehrfach

23%

ja

71%

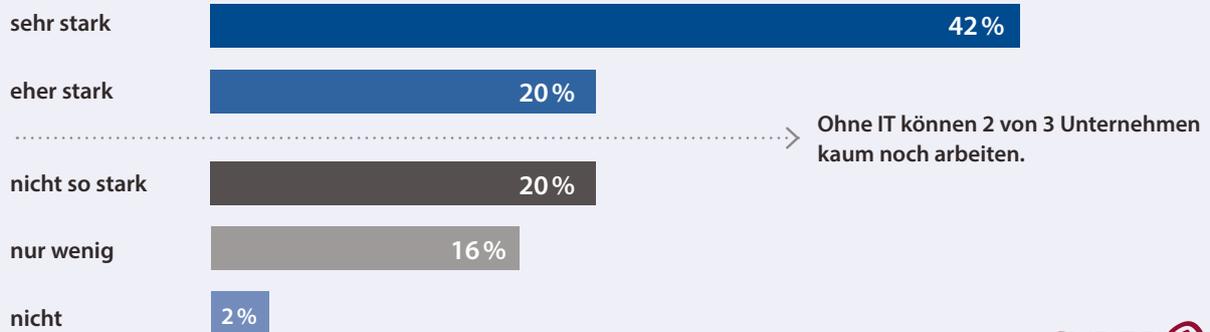
nein

Quelle: Forsa-Befragung unter 100 kleinen und mittleren Unternehmen der Lebensmittelindustrie im Februar 2020  
© www.gdv.de

**CYBER  
SICHER**  
Eine Initiative der  
deutschen Versicherer.

## Eine nicht funktionierende IT legt in der Lebensmittelindustrie die meisten Unternehmen lahm

Würde die IT mehrere Tage ausfallen, wie wäre Ihr Betrieb eingeschränkt ...



Quelle: Forsa-Befragung unter 100 kleinen und mittleren Unternehmen der Lebensmittelindustrie im Februar 2020  
© www.gdv.de

**CYBER@SICHER**  
Eine Initiative der deutschen Versicherer.

Wasser, Ernährung sowie Finanz- und Versicherungswesen. Der Branchenarbeitskreis Ernährungsindustrie hat gemäß den Vorgaben des BSI-Gesetzes den als geeignet festgestellten branchenspezifischen Sicherheitsstandard (b3s) für die Ernährungsindustrie vom 18. Januar 2019 überarbeitet. Unter anderem wurde der Geltungsbereich für den b3s Version 2.0 umfassend aktualisiert. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) hat am 12. März 2021 die Eignungsfeststellung für den b3s 2.0 für die Ernährungsindustrie ausgesprochen. Demnach ist der b3s 2.0 zur Gewährleistung der Anforderungen nach § 8 a Absatz 1 BSI-G geeignet. Der b3s 2.0 für die Ernährungsindustrie kann von allen Unternehmen der Ernährungsindustrie angewendet werden. Der Branchenarbeitskreis Ernährungsindustrie evaluiert den b3s 2.0 fortlaufend und führt in zwei Jahren die gesetzlich vorgeschriebene Aktualisierung nach dem aktuellen Stand der Technik durch. Der b3s für die Ernährungsindustrie kann von allen Lebensmittelherstellern über die BVE erworben werden.

### BVE-Stellungnahme zum Entwurf für ein IT-Sicherheitsgesetz 2.0

Das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI) hat im Rahmen der Verbändeanhörung im Dezember 2020 die Wirtschaft zu der im Koalitionsvertrag geregelten Aktualisierung des IT-Sicherheitsgesetzes konsultiert. Die BVE hat zu dem „Entwurf für ein Zweites Gesetz zur Erhöhung der Sicherheit informationstechnischer Systeme (IT-Sicherheitsgesetz 2.0)“ des BMI Stellung genommen. Das geplante IT-Sicherheitsgesetz 2.0 als Weiterentwicklung

des bisherigen Rechtsrahmens wird von der BVE grundsätzlich begrüßt. Die BVE betont, dass das überarbeitete Gesetz Hersteller von IT-Lösungen und Anlagen mit integrierter IT in die Verantwortung nehmen muss. Die Befugnis des BSI zur Untersuchung von IT-Produkten sowie die Verpflichtung der Hersteller zur Auskunft über ihre Produkte werden begrüßt.

Aus Sicht der BVE gehen diese Neuregelungen jedoch noch nicht weit genug, um den tatsächlichen Problematiken am Markt Rechnung zu tragen. Hersteller und Integratoren von IT-Lösungen und IT-Produkten sowie Hersteller von Produktionsanlagen mit integrierter IT müssen durch den Gesetzgeber stärker in die Verantwortung für die IT-Sicherheit ihrer Produkte genommen werden. Die Unternehmen der Ernährungsindustrie sind als Anwender auf den Stand der Technik angewiesen, den sie von den genannten Herstellern beziehen. Die genannten Hersteller müssen daher für ihre IT-Lösungen und Anlagen den aktuellen Stand der Technik in der IT-Sicherheit per Gesetz erfüllen und bezüglich Sicherheitslücken ebenso meldepflichtig sein wie die Anwender ihrer Lösungen. Auch muss das Gesetz zwingend „Kritische Komponenten“ definieren und die Kriterien zur Auswahl von einsetzbaren „Kritischen Komponenten“ festlegen, um auf Betreiberseite Beschaffungsprozesse und die notwendige kurzfristige Reaktionsfähigkeit zur Aufrechterhaltung der Informationssicherheit auch im Gefahrenfall zu ermöglichen.

Zudem braucht es einen Bestandsschutz. Auch müssen Systeme zur Angriffserkennung Branchenstandards berücksichtigen und eine automatisierte Prävention bieten.

Der Gesetzgeber darf hier keine Anforderungen technischer Art machen, die in der Praxis aufgrund branchenspezifischer Risiken oder mangelnder Wirtschaftlichkeit nicht umsetzbar sind oder auch zu Rechtsunsicherheit führen. Gleichzeitig sollte der zusätzliche Meldeaufwand der Unternehmen an das BSI auf ein verhältnismäßiges Maß eingeschränkt werden. Außerdem wird der Gesetzgeber aufgefordert, durch eine stärkere Risikoorientierung bei der Nachweiserbringung und Meldepflicht die Umsetzungskosten in den Betrieben im Sinne einer verbesserten Wirtschaftlichkeit zu senken. Schließlich muss das Sanktionsmaß verhältnismäßig bleiben und es muss sichergestellt werden, dass Cybersicherheit in einem EU-weit harmonisierten Ansatz verfolgt wird.



## BVE im UP KRITIS

Die BVE ist seit 2016 anerkanntes Mitglied im UP KRITIS, der öffentlich-privaten Kooperation zwischen Betreibern Kritischer Infrastrukturen (KRITIS), deren Verbänden und den zuständigen staatlichen Stellen. Der UP KRITIS wurde aufgebaut, um die von der Bundesregierung im „Nationalen Plan zum Schutz der Informationsinfrastrukturen“ festgelegten Ziele „Prävention, Reaktion und Nachhaltigkeit“ mittels konkreter Maßnahmen und Empfehlungen für den Bereich der Kritischen Infrastrukturen auszugestalten. Ziel des UP KRITIS ist es, die Versorgung mit kritischen Infrastrukturdienstleistungen, so auch die Lebensmittelversorgung, in Deutschland vor IT-Sicherheitsvorfällen zu schützen.

Die am UP KRITIS beteiligten Organisationen arbeiten auf Basis gegenseitigen Vertrauens zusammen und tauschen Erfahrungen und Lösungskonzepte aus.

Die BVE leitet im UP KRITIS den Branchenarbeitskreis (BAK) Ernährungsindustrie. Mitglieder sind Verbände und Unternehmen der Ernährungsindustrie, die Kritische Infrastrukturen vertreten. Der BAK hat einen Branchenstandard für IT-Sicherheit gemäß den Anforderungen der BSI-KritisV erarbeitet und sich zur fortlaufenden Prüfung und Überarbeitung verpflichtet. Der Kreis bildet aber auch ein Forum zum Austausch über Fragen der IT-Sicherheit.

## Digitalisierung in der Ernährungsindustrie

Der internationale Wettbewerbsdruck und die Verbraucheranforderungen an Lebensmittel steigen, die Ernährungsindustrie muss Produkte und Prozesse in immer kürzeren Zyklen optimieren und Kosten senken. Digitale Lösungen für die Ernährungsindustrie setzen bei genau diesen Bedürfnissen von Verbrauchern und Unternehmen an. Lebensmittel aus dem 3D-Drucker, individuelle Produkte in Losgröße 1, intelligente Verpackungen zur Überprüfung der Haltbarkeit und die digitale Rückverfolgung der Produkte vom Teller bis zum Acker – in den nächsten Jahren wird sich die Lebensmittelindustrie radikal verändern. Die Digitalisierung im Betrieb und der Lieferkette umzusetzen, ist eine der großen Herausforderungen, vor denen Lebensmittelproduzenten daher heute stehen, aber auch eine große Chance für mehr Qualität und Nachhaltigkeit. So können intelligente Industrie-4.0-Lösungen beispielsweise Echtzeitinformationen in eine zeitgenaue und ressourcensparende Qualitätsproduktion umsetzen und die lückenlose Rückverfolgbarkeit der Lebensmittel sicherstellen. Auch können vernetzte Systeme dabei helfen, den Energieverbrauch, die Fertigung, die Chargenverfolgung oder den Rohstoffeinsatz zu optimieren sowie produktionsbezogene Kennzahlen für das Management zu generieren. Um einen bewussten Konsum zu unterstützen, kann die „intelligente Lebensmittelproduktion“ zudem das produzierte Angebot besser an die Nachfrage des jeweiligen Kundenkreises anpassen.

Damit Digitalisierung erfolgreich umgesetzt werden kann, braucht es einen klaren Rechtsrahmen und eine fähige Infrastruktur. Die BVE fordert von der Politik, rascher zu handeln, insbesondere was die Datensicherheit und den Breitbandausbau betrifft. Aber auch die Förderung von Know-how im Unternehmen und eine EU-weite Harmonisierung von Regeln sind notwendig. Schließlich müssen die Gesellschaft und die Verbraucher stärker in die Digitalisierung und ihre Vorteile für die Lebensmittelproduktion einbezogen werden. Die BVE unterstützt Unternehmen aber auch selbst aktiv als Multiplikator.





Die BVE nimmt an gemeinsamen Brancheninitiativen für Industrie 4.0 teil. So ist der Verband Partner der „smartFoodTechnologyOWL“ zur Nutzung von Industrie 4.0 in der Lebensmittelindustrie. Ziel der Forschungsinitiative ist es, die Qualität und Produktsicherheit von Lebensmitteln zu verbessern, die Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit der Produktionsprozesse zu stärken, die Transparenz für den Verbraucher zu erhöhen und die Wettbewerbsfähigkeit der Lebensmittelindustrie zu stärken. Seit Januar 2017 hat die Initiative smartFoodTechnologyOWL eine eigene Geschäftsstelle auf dem Campus der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe (TH OWL) in Lemgo.

Außerdem ist die BVE Partnerin in dem vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie geförderten Forschungsprojekt EVAREST. Ziel des Projekts EVAREST ist die Entwicklung und Verwertung von Datenprodukten im Ökosystem der Lebensmittelproduktion durch Smart Services. Auf Basis von einer über Hersteller Grenzen hinweg angelegten, offenen technischen Datenplattform sowie von begleitend entwickelten ökonomischen und rechtlichen Nutzungskonzepten werden die (rechts-)sichere Verwertung von Daten als Wirtschaftsgut und die Bereitstellung nutzerspezifischer Smart Services für verschiedene Anspruchsgruppen ermöglicht. Das Projekt läuft bis Ende 2021.

Schließlich beteiligt sich die BVE am Wissenstransfer und referierte auf der Food Industry Conference der DLG, die im Dezember 2020 unter dem Thema „Digitale Transformation der Food Supply Chain. Blockchain & Cybersecurity“ zu den Brancheninitiativen zum Schutz der IT-Sicherheit stattfand.

## **BVE-Krisenmanagement fest verankert in der Ernährungsindustrie**

Das BVE-Krisenmanagement feiert im Mai 2021 sein 15-jähriges Bestehen.

Seit Mai 2006 bietet die BVE gemeinsam mit ihrem langjährigen Kooperationspartner, der AFC Risk & Crisis Consult GmbH, eine Dienstleistung an, die darauf ausgerichtet ist, insbesondere den kleinen und mittleren Unternehmen der Branche Hilfestellung in produktbezogenen Krisensituationen zu vermitteln.

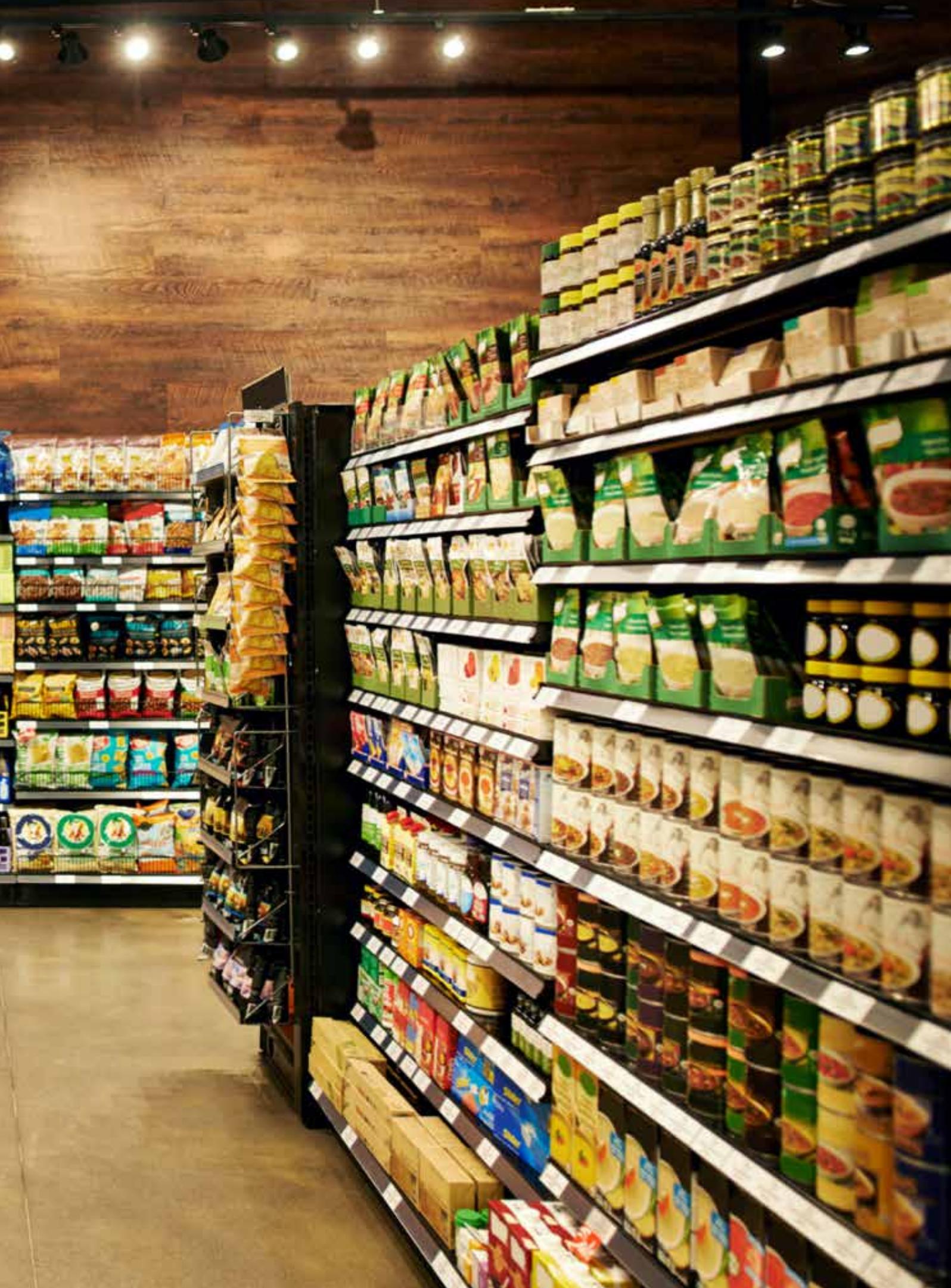
Rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche, stehen Mitgliedern des BVE-Krisenmanagements bei Bedarf profilierte Krisenmanager zur Verfügung, um gegebenenfalls konkrete Hilfestellung zu leisten, beginnend mit einer Sachverhaltsanalyse und, sofern erforderlich, der Durchführung gebotener Maßnahmen. Dabei kann auf einen interdisziplinären Expertenpool zurückgegriffen werden, sofern kein hinreichendes Know-how in den Unternehmen verfügbar ist.

Darüber hinaus enthält dieses Krisenmanagement ein Seminarangebot, das in den vergangenen Jahren von mehreren Tausend Unternehmensvertretern in Anspruch genommen worden ist, um sich präventiv mit krisenrelevanten Themen auseinanderzusetzen, wie zum Beispiel: Aufbau und Arbeit im betrieblichen Krisenstab, Recht & Behörde sowie Kommunikation als Schlüssel für erfolgreiche Krisenbewältigung.



# 3

## MÄRKTE UND WETTBEWERB





Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ist der größte Absatzkanal für die Branche. Die große Mehrheit der Lebensmittel gelangt über den stationären Handel zum Endverbraucher. Dabei herrscht im deutschen LEH eine hohe Konzentration: Rund drei Viertel des Umsatzes entfallen auf vier Großunternehmen. Für die Lebensmittelhersteller bedeutet das einen intensiven Wettbewerb um die begrenzten Plätze auf den Listungen der Handelsunternehmen. Dies führt zu einem Preiswettbewerb, bei dem gleichzeitig die Wünsche der Konsumentinnen und Konsumenten an Qualität und Sicherheit

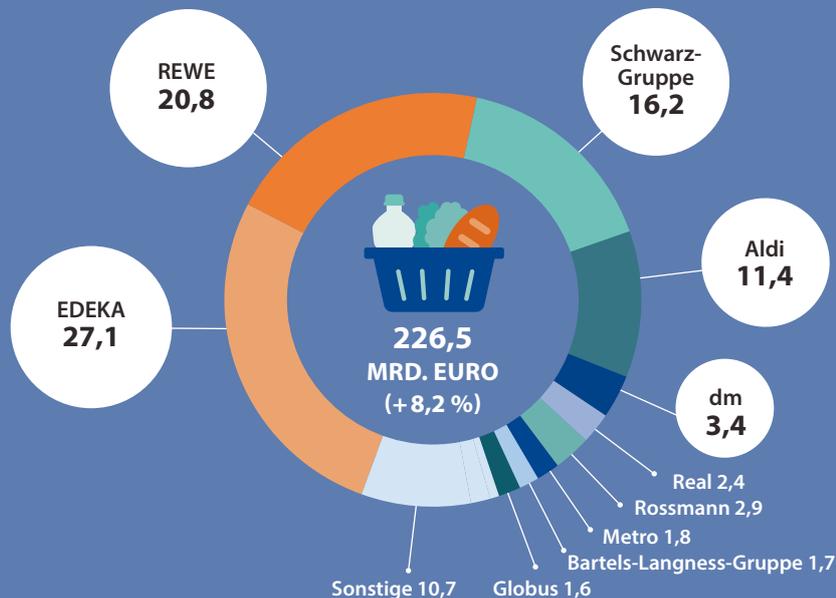
der Produkte berücksichtigt werden müssen. Dadurch wird die Verhandlungsposition des LEH gestärkt und die Bedingungen der Handelsunternehmen müssen akzeptiert werden, um die Listung und damit den Kundenkontakt nicht zu verlieren. Preisanpassungen aufgrund steigender Produktionskosten sind dagegen kaum möglich und müssen meist von den Unternehmen selbst getragen werden. Hier entsteht eine deutliche Belastung für die Lebensmittelhersteller.

### Entwicklung im LEH

Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) erzielte 2020 ein Umsatzplus von 8,2 Prozent im Vorjahresvergleich. Damit konnte der LEH das Umsatzwachstum von plus 1,7 Prozent im Jahr 2019 auf plus 8,2 Prozent im ersten Jahr der Coronapandemie deutlich ausbauen. Insbesondere die LEH-Food-Vollsortimenter profitierten von den Einschränkungen im Außer-Haus-Markt und verzeichneten ein Umsatzanstieg von 16,7 Prozent. Die Discounter steigerten ihren Umsatz um 8,8 Prozent, während die SB-Warenhäuser mit einem Wachstum von 10,2 Prozent das Vorjahresniveau ebenfalls deutlich überschritten. Die Drogeriemärkte verzeichneten im selben Zeitraum ein Umsatzwachstum von 4,3 Prozent. Die Sortimentsentwicklung der Fast Moving Consumer Goods (FMCG) im Bereich Nahrungsmittel konnte das Vorjahresergebnis um 19,9 Prozent verbessern, der Bereich Getränke legte ebenso deutlich zu. Alle Sortimente verzeichneten hierbei eine positive Entwicklung.

### ANTEILE AM LEBENSMITTELUMSATZ IM EINZELHANDEL

2020, in Prozent



Quelle: Nielsen TradeDimensions (Top30)

Die höchsten Wachstumsraten verzeichneten die Sortimente Obst/Gemüse (plus 16 Prozent), Fleisch/Wurstwaren (plus 15,9 Prozent), sonstige Nahrungsmittel (plus 15,9 Prozent) und alkoholhaltige Getränke (plus 15,1 Prozent). Durch die Pandemie verlagerten sich viele Mahlzeiten in die heimische Küche. Daher wurde wieder mehr zu Hause gekocht, was die starken Wachstumsraten bei Obst/Gemüse und Fleisch/Wurstwaren erklärt. Gleichzeitig stieg die Nachfrage nach Convenience-Lebensmitteln, die die Arbeit in der Küche erleichtern. Weiterhin erfreuten sich Fleischersatzprodukte und Milchalternativen wie Hafer- und Sojamilch einer steigenden Beliebtheit bei den Konsumenten.

## Der deutsche Außer-Haus-Markt im „Corona-Jahr“ 2020

In den letzten zehn Jahren verliehen eine gesamtwirtschaftlich positive Entwicklung sowie eine wachsende Mobilität und Urbanisierung der Bevölkerung dem Außer-Haus-Markt in Deutschland steigende Durchschnittsausgaben und Besucherzahlen. Dieser positive Trend wurde infolge der Corona-Pandemie im Jahr 2020 harsch unterbrochen. Kurzarbeit, Homeoffice sowie Abstands- und Hygienevorgaben, aber auch anhaltende Unsicherheiten, vorübergehende Geschäftsschließungen und Insolvenzen prägten den Geschäftsbetrieb und den Konsum von Lebensmitteln und Getränken außer Haus und sorgten für einen noch nie dagewesenen Einbruch in diesem Industriezweig.

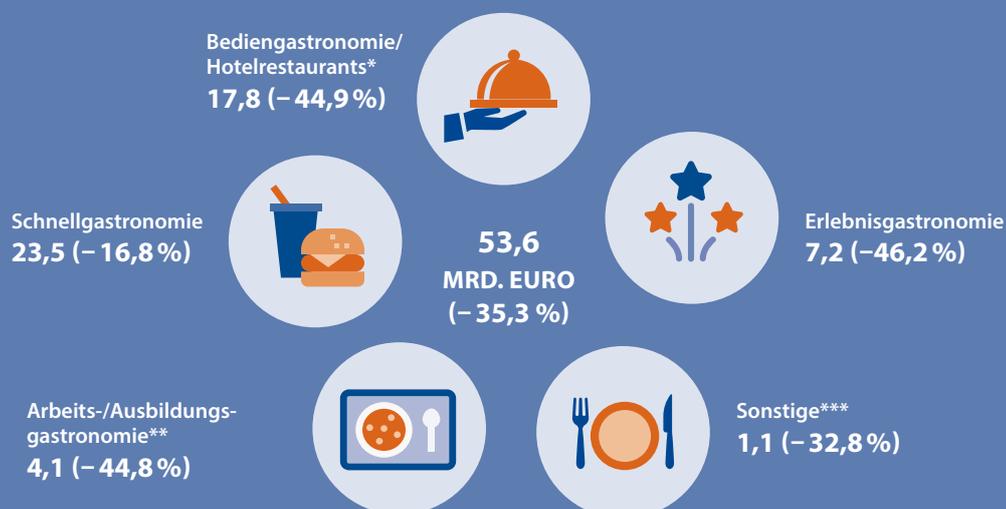
Laut dem CREST Konsumentenpanel der npdgroup Deutschland GmbH in Nürnberg sanken die Konsumentenausgaben für Essen und Trinken in Restaurants und Cafés, in Hotels, auf Veranstaltungen sowie in den Betrieben der Gemeinschaftsgastronomie (wie zum Beispiel in Betriebskantinen sowie Schul- und Universitätsmensen) um mehr als 35 Prozent (im Vergleich zum gleichen Vorjahreszeitraum) und lagen bei insgesamt rund 53,6 Milliarden Euro.

Der Rückgang der Ausgaben resultiert fast ausschließlich aus einem Besucherrückgang in Höhe von 32 Prozent. Die Durchschnittsausgaben der rund 8,4 Milliarden Gäste im deutschen Außer-Haus-Markt sanken in 2020 lediglich um 4,5 Prozent. Pro Besuch gaben Gäste im deutschen Außer-Haus-Markt 6,39 Euro für Essen und Trinken aus.

Ein detaillierter Blick hinter die Zahlen der npdgroup zeigt, dass die unterschiedlichen Gastronomie-Segmente unterschiedlich stark betroffen waren und sich unterschiedlich schnell vom ersten Corona-Lockdown in Deutschland im Frühjahr 2020 erholen konnten. Auf der einen Seite profitierten Restaurants aus dem Quickservice-Segment von ihren Erfahrungen und ihren bestehenden Geschäftskonzepten mit einem bereits gelebten To-Go-Geschäft. So konnten diese in 2020 immerhin noch etwas mehr als 83 Prozent ihrer Vorjahresumsätze generieren. Hotels und Restaurants aus dem klassischen Full-Service-Segment, aber insbesondere auch Betriebe in der Erlebnisgastronomie sowie in der Gemeinschaftsverpflegung kamen im gleichen Zeitraum nur

## KONSUMAUSGABEN AUSSER-HAUS-MARKT

2020, in Mrd. Euro, Veränderungen gegenüber 2019 in Klammern



Quelle: CREST Verbraucherpanel, npdgroup deutschland GmbH

\* Hotellerie incl. Frühstück bei Übernachtungen

\*\* incl. Vending am Arbeits-/Ausbildungsplatz

\*\*\* Vending an Bahnhöfen sowie Airline und Zugsatering)



auf etwas mehr als die Hälfte ihrer Vorjahresumsätze. Dieser Unterschied erklärt auch den leichten Rückgang der Durchschnittsausgaben pro Besuch, da insbesondere die höherpreisige Bediengastronomie von den Einschnitten betroffen war. Dazu kommt eine deutlich langsamere Erholung bei der Ausbildungs- und Arbeitsplatzverpflegung als beispielsweise in der öffentlichen Gastronomie.

Übergreifend über alle Segmente des Außer-Haus-Marktes hinweg erlebten in 2020 vor allem die Betriebe einen weniger gravierenden Einschnitt, die bereits über einen funktionierenden Lieferservice verfügten. Viele Betriebe – insbesondere aus der klassischen Bediengastronomie – mussten ihre Lieferserviceangebote erst aufbauen. Laut der npdgroup in Nürnberg wuchs die Anzahl der Besucher im Delivery-Geschäft um zwölf Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2019.

Da ein Großteil der für die Zubereitung der Speisen im Außer-Haus-Markt eingesetzten Zutaten vorverarbeitete Produkte in unterschiedlichen Convenience-Stufen sind, die vornehmlich in der deutschen Ernährungsindustrie speziell für den Bedarf in Großküchen hergestellt werden, waren auch zahlreiche Lebensmittel- und Getränkehersteller aus dem Food-Service-Bereich direkt von den Umsatz- und Nachfragerückgängen im Außer-Haus-Konsum betroffen. Auch hier lagen die Umsatzeinbußen in 2020 im hohen zweistelligen Bereich.

Die während der beiden Lockdowns im Jahr 2020 fehlenden Umsätze im Außer-Haus-Markt konnten auch nicht von einem guten ersten Quartal und den drei relativ gut laufenden Sommermonaten ausgeglichen werden. Über das gesamte Jahr hinweg waren es insgesamt 110 Tage, in denen die Gastronomie in Deutschland geschlossen bleiben musste beziehungsweise (wenn überhaupt) nur sehr eingeschränkt funktionieren konnte.

Was neben den drei Lockdowns bleibt, sind vor allem eine große Unsicherheit, wann, ob und wie es in vielen Betrieben im Großverbraucherbereich weitergeht. Nicht nur die Gastronomie, sondern auch die Zulieferer aus der Ernährungsindustrie und die gesamte Außer-Haus-Wertschöpfungskette wünschen sich daher eine klare Strategie der Bundesregierung, ab wann und unter welchen Bedingungen eine Öffnung der Betriebe wieder möglich erscheint.

## BVE-Arbeitskreis Food Service

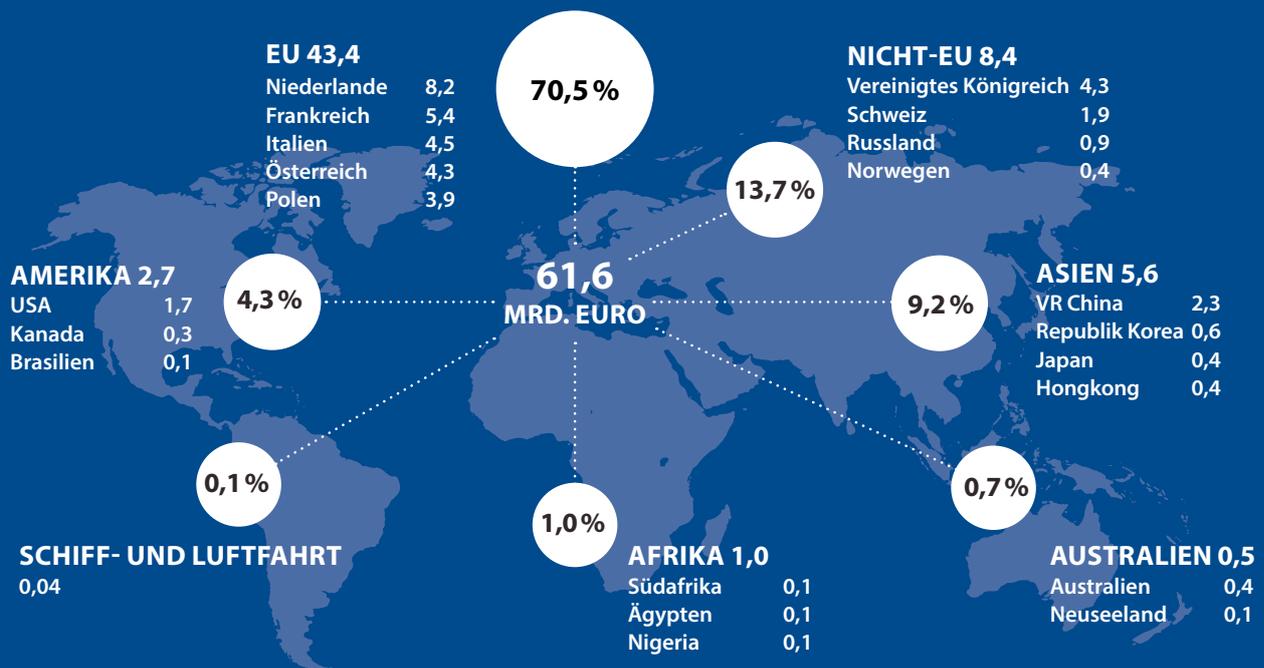
Bei der BVE tauschen sich Verantwortliche aus Unternehmen und Fachverbänden der Ernährungsindustrie im Arbeitskreis Food Service über aktuelle Themen aus dem Außer-Haus-Markt aus. Operativ unterstützt wird die Arbeit des Gremiums von einem Berater-Trio, bestehend aus Vertretern der Unternehmen Nestlé Professional, HOMANN Feinkost und der DMK Deutschen Milchkontor GmbH.

Im vergangenen Jahr 2020 fanden aufgrund der Kontaktbeschränkungen keine physischen Arbeitskreistreffen statt. Die Arbeit im Gremium wurde jedoch digital fortgesetzt. In digitalen Arbeitskreissitzungen tauschten sich die Mitglieder unter anderem mit Alexander Michalik von der npdgroup Deutschland über die „Neue Normalität“ im Außer-Haus-Markt aus. Mit Ingrid Hartges, der Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes, diskutierten sie über die einschneidenden Veränderungen im Gastronomie- und Hotellerie-Sektor. Schon frühzeitig befasste sich der Arbeitskreis Food Service mit den Auswirkungen des wirtschaftlichen und insbesondere gastronomischen Lockdowns auf die Food-Service-Unternehmen sowie mit dem damit einhergehenden Wertewandel im Konsumverhalten.

Eine Befragung der Mitglieder zu den Auswirkungen des coronabedingten Lockdowns in Deutschland im Frühjahr 2020 ergab, dass die Food-Service-Betriebe von der Schließung von Schulen, Kitas, Hotels, Betriebskantinen und Restaurants sehr direkt betroffen waren, da diese Unternehmen Lebensmittel und Getränke speziell für den Außer-Haus-Markt produzieren. Wo es machbar erschien, versuchten Unternehmen aus dem Food-Service-Bereich ihre Produktionskapazitäten auf die Warenversorgung des für den Lebensmittel-einzelhandels umzulenken.

## AUSFUHR DER DEUTSCHEN ERNÄHRUNGSINDUSTRIE

2020, in Mrd. Euro, vorläufig, Anteil an Gesamtausfuhren im Kreis



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

Vor allem kleinere und mittelständische Unternehmen, die auf die Versorgung des Außer-Haus-Marktes spezialisiert sind, hatten diese Möglichkeit jedoch nicht. So standen viele Produktionslinien still und Mitarbeiter mussten in Kurzarbeit geschickt werden, während viele Läger insbesondere im März 2020 mit bereits vorproduzierten Produkten gut gefüllt waren, die zum Großteil dann aber nicht mehr abverkauft werden konnten. Je nach Produktbereich und Absatzkanal verzeichneten die befragten Unternehmen im Frühjahr 2020 geschätzte Umsatzeinbußen zwischen 55 Prozent und 95 Prozent für jeden Monat mit einer coronabedingten Schließung von Gastronomie- und GV-Betrieben. Als Fazit lässt sich festhalten, dass die pauschale Annahme „allen Lebensmittelherstellern gehe es aufgrund der erhöhten Nachfrage im Lebensmitteleinzelhandel gut“ so nicht stimmt. Es gilt nach Vertriebskanal, Größe des Unternehmens und auch nach Produktbereich, auf den sich ein Unternehmen spezialisiert hat, zu differenzieren.

Für 2021 ist eine Fortführung der digitalen Arbeitskreistreffen vorgesehen. Im Vordergrund werden sicherlich auch hier die weiteren Auswirkungen von Corona auf die Branche sowie die sich daraus für die gesamte Wertschöpfungskette resultierenden Veränderungen stehen.

Interessierte Unternehmen und Fachverbände aus der Ernährungsindustrie mit dem Schwerpunkt Außer-Haus-Markt/Food Service sind eingeladen, sich in die Arbeit des BVE-Gremiums Food Service einzubringen.

## Die Ernährungsindustrie am Weltmarkt

Nach einem Wachstum im Jahr 2019 entwickelten sich die Exporte der deutschen Ernährungsindustrie im Jahr 2020 aufgrund des weltweiten Pandemiegeschehens rückläufig. Die vorläufigen Exportumsätze lagen bei 61,6 Milliarden Euro, was einem Minus von 1,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Damit sank die Exportquote auf 33,2 Prozent. Neben dem nominalen Umsatz entwickelte sich auch der Absatz rückläufig. Der Absatzrückgang konnte hierbei nur leicht von der Ausfuhrpreisentwicklung gestützt werden, der vorläufige Verkaufspreis im Ausland stieg 2020 um 0,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Aufgrund der intensiven Wettbewerbssituation und beschränkten Gewinnmöglichkeiten in Deutschland bildet das Exportgeschäft eine wichtige Ertragsstütze für die Unternehmen der Ernährungsindustrie. Mit neuen Wachstums- und Absatzpotenzialen kommen Verbraucher auf der ganzen Welt in den Genuss qualitativ hochwertiger deutscher Lebensmittel. Mit dem Erfolg der Produkte werden die Arbeitsplätze an den über 6.100 deutschen Produktionsstätten gesichert. Die hohen Ansprüche der Konsumenten an ihre Lebensmittel förderten die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen nicht nur in Deutschland selbst, sondern auch auf den internationalen Märkten. Seit Jahren ist Deutschland der weltweit drittgrößte Importeur und Exporteur von Lebensmitteln und Agrarerzeugnissen und damit einer der wichtigsten globalen Akteure. Bei verarbeiteten Lebensmitteln ist Deutschland ein Nettoexporteur und importierte Agrarerzeugnisse im Wert von etwa 84,5 Milliarden Euro.

## EU-Binnenmarkt

Mit einem Anteil von gut 70 Prozent exportiert die Ernährungsindustrie den Großteil ihrer Erzeugnisse in den europäischen Binnenmarkt. Dieser bietet einzigartige Vorteile für den Export von Lebensmitteln: Zollfreiheit, gleiche Regeln und Standards sowie kurze Transportwege. Für die deutschen Unternehmen der Branche waren daher auch weiterhin die benachbarten Märkte in den Niederlanden, Frankreich, Italien, Österreich, dem Vereinigten Königreich und Polen die wichtigsten Handelspartner. Nach einem Anstieg von 3,4 Prozent in 2019 sank das vorläufige EU-Exportgeschäft 2020 um 2,5 Prozent im Vorjahresvergleich. Hierbei verzeichnete insbesondere der Handel mit Frankreich, Italien und Belgien eine rückläufige Entwicklung.

## Neue Potenziale durch freien Handel mit Drittländern

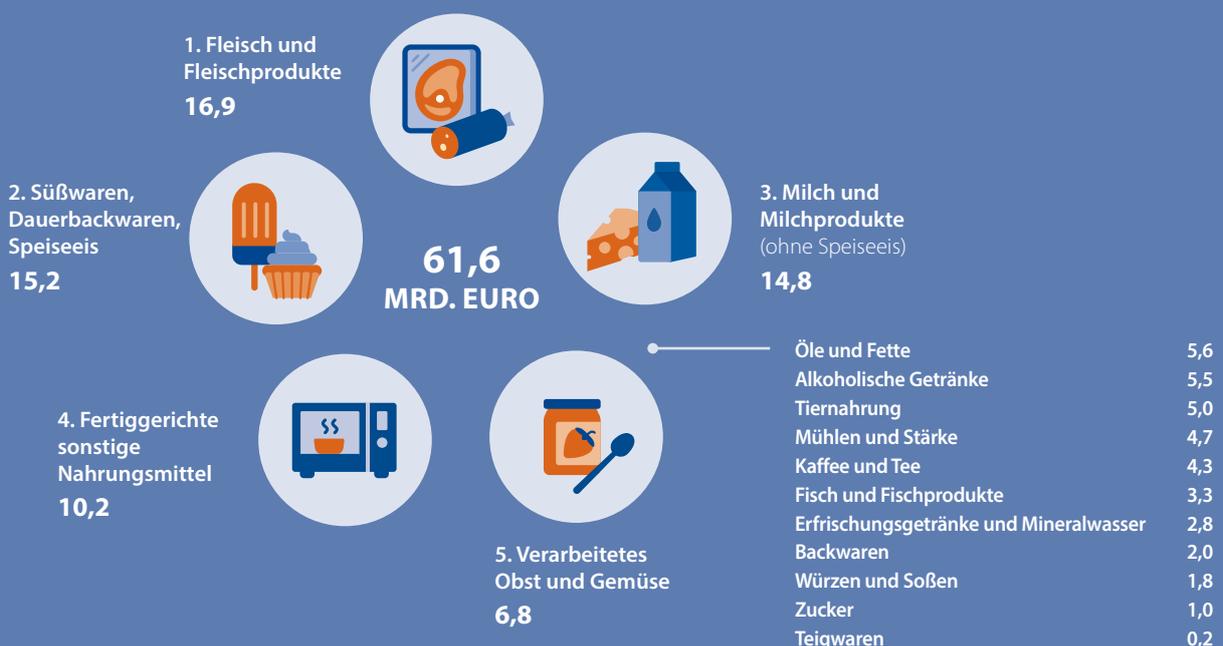
Auch 2020 diente der Handel mit Drittländern als wichtiger Absatzkanal für die Produkte deutscher Lebensmittelhersteller. Mit einem Umsatz von gut 18,4 Milliarden Euro lagen die Drittlandsexporte um 0,3 Prozent unter dem Vorjahresergebnis und bewiesen damit im Corona-Jahr eine starke Resilienz. Die wichtigsten Zielländer waren weiterhin China, die USA und die Schweiz. Aber auch Länder wie Südkorea oder Vietnam geraten zunehmend in den Fokus deutscher Lebensmittelhersteller. Trotz der guten Entwicklung in den

letzten Jahren stehen einem gelungenen Export in Drittstaaten weiterhin viele Hindernisse entgegen. Der Marktzugang wird nicht nur durch tarifäre Hürden wie Zölle, sondern auch durch nicht tarifäre Hemmnisse und Bürokratie erschwert. Politische, rechtliche oder wirtschaftliche Unsicherheiten sowie Wechselkursschwankungen hindern den Absatz in diese Märkte.

Mit der Globalisierung hat die Vernetzung der internationalen Wertschöpfungsketten zugenommen. Für die Ernährungsindustrie stellt der Agrarhandel eine bedeutende Grundlage zum effizienten Import wichtiger Rohstoffe dar. Gleichzeitig erhöhen internationale Märkte den Wettbewerbsdruck, dem Unternehmen standhalten müssen. Daher ist es wichtig, die Lebensmittelhersteller mit neuen Absatzpotenzialen auf den Exportmärkten zu unterstützen, um ertragsfördernde Effekte des Außenhandels auszulösen. Die Politik ist gefordert, die Ernährungsindustrie mit ihren mittelständischen Wurzeln zu entlasten und sich für einen internationalen Wettbewerb einzusetzen, von dem jeder Akteur profitieren kann. Freihandelsabkommen, Allianzen und Kooperationen, Förderungen und Bürokratieabbau sind Beispiele für verschiedene Instrumente, die hierfür genutzt werden können. Beim Handel müssen für alle Teilnehmenden klare und verlässliche Regeln gelten, die aber gleichzeitig eine praxisnahe Anwendung haben. Hier dürfen die Möglichkeiten, die die Digitalisierung bietet, nicht ausgeblendet werden, sondern müssen auf ihre Anwendbarkeit geprüft werden.

## ANTEILE AM GESAMTEXPORTWERT DER ERNÄHRUNGSINDUSTRIE

2020, in Prozent, vorläufig



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE



## BVE-AFC-Exportindikator

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben zu einem deutlichen Einbruch der Stimmung der exportierenden Ernährungsindustrie geführt. Das zeigen die Ergebnisse des Exportindikators der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), durchgeführt von der AFC Management Consulting GmbH. Die Befragung fand im Zeitraum von Mitte April bis Ende Mai 2020 statt. Sowohl eine Eintrübung der Aussichten hinsichtlich Geschäftslage als auch Geschäftserwartungen im Lebensmittelexport führten mit einem Minus von 41 Prozentpunkten im Vorjahresvergleich zu dem stärksten Rückgang seit Beginn der Erhebungen. Die Corona-Pandemie hat damit den Abwärtstrend des Stimmungsbarometers aus dem Vorjahr erheblich verstärkt. Nach Einschätzung der Unternehmen wird die Pandemie auch in den nächsten sechs Monaten das Exportgeschäft beeinflussen. Gut 36 Prozent der Exporteure erwarten in Zukunft rückläufige und nur 20 Prozent steigende Absätze. Für die Ernährungsindustrie ist das Exportgeschäft ein wichtiges Standbein, um neben dem Geschäft auf den Binnenmärkten zusätzliches Wachstum zu generieren. Daher hat die Erschließung neuer Absatzmärkte im Ausland eine besondere Bedeutung für die Branche. 2020 konnte jedoch die Mehrzahl der Unternehmen (56 Prozent) keine neuen Märkte erschließen, bei 13 Prozent nahm die Anzahl der Absatzmärkte im Ausland sogar ab. Nur 31 Prozent konnten ihre Exportmärkte weiter diversifizieren. Auch der Blick in die Zukunft ist wenig optimistisch. Die Mehrzahl der Unternehmen (54 Prozent) plant auf Basis der heutigen Weltwirtschaftslage in den nächsten zwölf Monaten keine neuen Märkte zu erschließen.

Die wichtigsten Absatzmärkte liegen nach Auskunft der Befragten weiterhin im europäischen Binnenmarkt. Während die Befragten für Frankreich und Italien sinkende Absatzerwartungen angaben, verspricht sich die Branche insbesondere vom Export nach Polen und in die Niederlande Wachstum. Die Erwartungen an die Drittlandsmärkte sind überwiegend positiv. China und Ukraine liegen an der Spitze, gefolgt von Vietnam und der Schweiz. Rückläufige Erwartungen wurden für die USA und das Vereinigte Königreich angegeben.

Der Exportindikator der deutschen Ernährungsindustrie ist ein Folgeformat des Exportbarometers und wurde im Auftrag der BVE zum zweiten Mal von der Beratungsgesellschaft AFC Management Consulting erstellt. Zur Einschätzung der Branchenkonjunktur werden 400 Geschäftsführer und Exportleiter der deutschen Lebensmittelhersteller über die aktuelle Geschäftslage und die erwartete Entwicklung im Export befragt. Daraus werden Daten zum Exportklima berechnet und repräsentative Schlüsse über die Position der Ernährungsindustrie auf den globalen Märkten gezogen. Der BVE-AFC-Exportindikator wird jährlich zur strategischen Beobachtung der Exportkonjunktur erstellt und vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gefördert.

Den Exportindikator finden Sie [hier](#).





## Arbeitskreise Außenwirtschaft Zoll: gemeinsame Sitzung 2020

Der BVE-Arbeitskreis Außenwirtschaft ist die mitgliederinterne Plattform für Verbände und Unternehmen der Ernährungsindustrie, um sich über Fragen der Außenwirtschafts- und Handelspolitik auszutauschen. Am 8. Oktober 2020 tagte der Arbeitskreis gemeinsam mit dem Arbeitskreis Zoll, dem Meinungsbildungsgremium der BVE zu Zollfragen, als Online-Meeting. Das gemeinsame Online-Meeting zielte auf die Abstimmung der Branchenposition zu Fragen des internationalen Handels und der Zollpraxis ab. Kernthemen der Sitzung waren unter anderem die laufenden Verhandlungen der EU um Freihandelsabkommen, insbesondere mit dem Vereinigten Königreich, die Handelsstreitigkeiten zwischen der EU und den USA sowie deren Auswirkungen auf den Außenhandel mit Lebensmitteln, aber auch die Handelsbarrieren Chinas im Zusammenhang mit der Corona-Krise. Zudem wurden Prioritäten für den Abbau von Handelshemmnissen für die exportorientierte Ernährungsindustrie diskutiert, die Wachstumschancen befördern sollen und für die Unternehmen die Unterstützung der Politik benötigen. Zu den branchenrelevanten Aktivitäten der Bundesregierung berichteten das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft und das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie.

## Nationale Exportförderung für Lebensmittel und Getränke

Um vornehmlich die Exportbemühungen von klein und mittelständig organisierten Lebensmittelherstellern aktiv zu unterstützen, fördert das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) seit 2010 die Unternehmen der Ernährungsindustrie in ihren Auslandsbestrebungen. Hierzu zählen die Organisation von Markterkundungs- und Geschäftsreisen in ausgewählte Zielmärkte, die Organisation von offiziellen Beteiligungen an relevanten Fachmessen im europäischen und außereuropäischen Ausland sowie die Bereitstellung von kostenfreien Marktstudien.

Die Folgen der Corona-Pandemie waren im internationalen Messewesen sowie bei Reisen ins außereuropäische Ausland tiefgreifend spürbar. Reisebeschränkungen sowie kurzfristige Terminverschiebungen und -absagen haben vor allem die Unternehmen der exportorientierten deutschen Ernährungsindustrie jeglicher Planungssicherheit beraubt. Um zumindest den finanziellen Schaden im Falle einer Messeabsage auf ein Minimum zu reduzieren, hatte sich die BVE dafür stark gemacht, dass mit Blick auf das Auslandsmesseprogramm der Bundesregierung die Politik als Auftraggeber eines nationalen Pavillons und als Vertragspartner der Wirtschaft sicherstellt, dass die betroffenen Unternehmen nicht alleine auf den Kosten für Anmeldung und Anmietungen sitzen bleiben.

Von den ursprünglich für das Jahr 2020 geplanten 16 Geschäftsreisen in relevante Exportmärkte konnte am Ende lediglich eine Reise physisch durchgeführt werden. Als Ersatz für ausgefallene Geschäftsreisen haben interessierte Unternehmen seit Ende 2020 die Möglichkeit, sich an virtuellen, vom BMEL finanziell geförderten Marktinformations- und Matchmaking-Veranstaltungen zu beteiligen. Auch wenn man dadurch natürlich weder das Land noch potenzielle Geschäftspartner persönlich kennen lernen kann, so bieten diese ein- oder zweitägigen Formate den Vorteil, dass sich hier Zeit und Geld einsparen und zugleich zum Teil sogar mehr B2B-Gespräche einplanen lassen.

Von den insgesamt 26 für das Jahr 2020 vorgesehenen Beteiligungen des BMEL an internationalen Fachmessen für Lebensmittel und Getränke im Rahmen des BMEL-Auslandsmesseprogramms konnten lediglich drei Teilnahmen realisiert werden. Für das Jahr 2021 sehen die Planungen vor, sich an bis zu 25 Fachmessen mit einem deutschen Nationalpavillon unter dem Signet der Bundesregierung „made in Germany“ zu beteiligen. Ob eine deutsche Teilnahme jedoch zustande kommt, hängt davon ab, ob die Messen überhaupt stattfinden werden und ob deutschen Lebensmittel- und Getränkehersteller bereit sind, wieder ins Ausland zu reisen.

Als branchenübergreifender Dachverband der deutschen Ernährungsindustrie setzt sich die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) für eine nationale Exportförderung ein, die auf die Bedürfnisse der mittelständisch strukturierten Ernährungsindustrie zugeschnitten ist. Sie schlägt für die Branche relevante Auslandsmärkte vor, unterstützt das BMEL bei der finalen Auswahl der bereits beschriebenen Auslandsmessebeteiligungen und Unternehmerrreisen und vertritt die deutsche Ernährungswirtschaft auf relevanten Auslandsmessen an deutschen Nationalpavillons als Auskunftsperson der Wirtschaft.

Darüber hinaus sieht sich die BVE als ein wichtiger Multiplikator, um Informationen zu den aktuellen Exportförderangeboten an interessierte Unternehmen heranzutragen und berät diese über die Möglichkeiten einer Teilnahme an den nationalen Exportförderangeboten.

## Handelspolitik

Die internationale Handelspolitik bildet den Rahmen für die Import- und Exportaktivitäten der Unternehmen. Die BVE setzt sich daher für handelspolitische Regeln ein, die den Marktzugang für die deutsche Ernährungsindustrie verbessern und den grenzüberschreitenden Warenverkehr vereinfachen.

Globale Handelsregeln werden von der Welthandelsorganisation (WTO) gesetzt. Gleichzeitig ist die WTO ein wichtiges Gremium, um Handelsstreitigkeiten beizulegen und mehr Transparenz zwischen den Handelspartnern herzustellen. Die BVE begrüßt die Fortschritte zur multilateralen Handelsliberalisierung, die im Rahmen der WTO erreicht wurden, und setzt sich für die Fortsetzung der Gespräche, insbesondere auch der Doha-Entwicklungsrunde, ein. Die Mitgliedstaaten müssen die bereits durch die WTO gegebenen handelspolitischen Maßnahmen noch besser anwenden. Um einen Stillstand und eine Handlungsunfähigkeit der WTO zu verhindern, ist es wichtig, die mit der elften Ministerkonferenz im Dezember 2017 angestoßenen Reformvorhaben durchzusetzen. So muss insbesondere sichergestellt werden, dass der WTO-Streitschlichtungsmechanismus unabhängig und verbindlich bleibt.

Zur weiteren Liberalisierung des Handels über die WTO-Ebene hinaus streben derzeit jedoch zahlreiche Länder den Abschluss von zusätzlichen bi- und multilateralen Freihandelsabkommen an. Allein die EU hat mehr als 770 internationale Abkommen zum Agrarhandel geschlossen. Darunter fallen umfassende Freihandelsabkommen, aber auch spezifische Abkommen wie beispielsweise Veterinärabkommen. Die BVE bezieht aktiv in Brüssel Stellung zu den einzelnen Fragen von Handelserleichterungen. So ist sie auch Mitglied

der Marktzugangsarbeitsgruppe für den Bereich Tier- und Pflanzengesundheit in der EU Kommission.

Das 2014 abgeschlossene Abkommen zwischen der EU und Kanada (CETA) ist seit dem 21. September 2017 vorläufig in Kraft getreten, durchläuft aktuell jedoch noch die Ratifizierung in den Parlamenten der EU-Mitgliedstaaten. Danach kann es vollständig in Kraft treten. Das CETA-Abkommen birgt bereits mit der vorläufigen Anwendung große Chancen für die Ernährungsindustrie: So entfallen 92 Prozent der Zölle im Agrarbereich, nicht tarifäre Handelshemmnisse werden abgebaut, die Quoten für wichtige deutsche Exportprodukte erhöht und der Schutz 145 geschützter geografischer Angaben in Kanada durchgesetzt. Allerdings gibt es weiterhin noch Potenzial für Handelserleichterungen: Einige mögliche Vorteile von CETA wie beispielsweise die präferenziellen Ursprungsregeln sind für viele kleinere und mittelständische Unternehmen aufgrund der aufwendigen Nachweispflichten und auch Haftungsrisiken nicht anwendbar. Andere wesentliche Handelshemmnisse bleiben auch mit dem CETA-Abkommen bestehen. Die BVE setzt sich dafür ein, dass hier mit Kanada auch über CETA hinaus an einem Abbau der Hemmnisse gearbeitet wird, um den Marktzugang weiter zu verbessern. Dies bezieht sich vor allem auf die gegenseitige Anerkennung lebensmittelrechtlicher Standards, sofern mit ihnen das gleiche Schutzniveau erreicht wird.

Der wichtigste transatlantische Handelspartner für die Ernährungsindustrie bleiben die USA, wenngleich die Gespräche über ein transatlantisches Freihandelsabkommen mit der EU ruhen.





Der Außenhandel mit Lebensmitteln zwischen der EU und den USA wird durch diverse Handelsstreitigkeiten in anderen Sektoren belastet. Nachdem die USA zum 1. Juni 2018 unbefristet Strafzölle auf Stahl und Aluminium für die EU verhängt haben und die Vergeltungsmaßnahmen der EU seit dem 22. Juni 2018 wirken, eskalierte 2019 auch der Handelsstreit im Luftverkehrssektor mit Strafzöllen im Lebensmittelbereich von bis zu 25 Prozent auf EU-Exporte und jüngst auch mit entsprechenden Strafzöllen auf US-Agrarimporte. Diese Zollsanktionen treffen die deutsche Ernährungsindustrie aufgrund steigender Rohstoffpreise sowie einer verschlechterten Wettbewerbsfähigkeit am US-Markt doppelt hart. Oberste Priorität sollten aus Sicht der BVE deshalb zwingend langfristig orientierte Ambitionen zum Abbau und zur Prävention nicht tarifärer und regulatorischer Handelshemmnisse haben. Insbesondere die Orientierung an internationalen Standards sowie einem vorsorgenden und risikoorientierten Ansatz in den jeweiligen Systemen zur Sicherung der Lebensmittelsicherheit sowie des Risikomanagements der beiden Handelspartner sollte beibehalten werden. Angesichts der Bedeutung des US-amerikanischen Marktes für die Exporte der Ernährungsindustrie müssen die bilateralen Beziehungen jedoch noch umfassender verbessert und insbesondere auch Exporterleichterungen für die deutsche Ernährungsindustrie diskutiert werden. Die Wahl Joe Bidens zum US-amerikanischen Präsidenten lässt zumindest hoffen, dass das Verhältnis zu den USA wieder partnerschaftlicher wird.

Nachdem 2018 die Verhandlungen zwischen der EU und Vietnam zu einem Freihandelsabkommen abgeschlossen

werden konnten, wurde 2020 auch die Ratifizierung vollzogen. Am 8. Juni 2020 hat die vietnamesische Nationalversammlung das EU-Freihandelsabkommen sowie das separate EU-Vietnam-Investitionsschutzabkommen ratifiziert. Das EU-Parlament hatte dem Freihandelsabkommen (EUVFTA) bereits am 12. Februar 2020 zugestimmt. Mit der Ratifizierung hat das EU-Vietnam-Freihandelsabkommen die letzte Hürde genommen. Das Abkommen trat am 1. August 2020 in Kraft. Der Agrar- und Lebensmittelhandel mit Vietnam ist von komplementären Interessen geprägt, daher bietet das Abkommen für die Branche viele Chancen.

Am 28. Juni 2019 haben die EU und der Mercosur im Prinzip ein Handelsabkommen erzielt, die EU hat die Texte des Abkommens veröffentlicht. Eine baldige Ratifizierung scheint jedoch aufgrund der Diskussionen um die brasilianische Umweltpolitik aktuell schwierig.

Am 21. April 2018 haben die Europäische Union und Mexiko eine „grundsätzliche politische Einigung“ über die wichtigsten Handelsteile eines neuen Assoziierungsabkommens erzielt. Am 28. April 2020 haben die EU und Mexiko die Verhandlungen über das neue Handelsabkommen abgeschlossen. Das neue Abkommen ersetzt ein früheres Abkommen zwischen der EU und Mexiko aus dem Jahr 2000. Alle Texte wurden fertiggestellt und durch die EU-Kommission veröffentlicht. Die rechtliche Bereinigung des Abkommens wird abgeschlossen, gefolgt von der Übersetzung in alle EU-Sprachen sowie dem Genehmigungsverfahren des Rates und des Europäischen Parlaments.

Darüber hinaus hat die EU Verhandlungen mit Australien, Neuseeland, Chile, Indonesien und den Philippinen aufgenommen.

Nach wie vor belastet sind die Handelsbeziehungen zwischen der EU und Russland. Die Russische Föderation hatte im August 2014 ein Einfuhrverbot für europäische Agrar- und Lebensmittelprodukte als Reaktion auf die EU-Sanktionen in dem Ukraine-Konflikt verhängt. Davon betroffen sind Lieferungen von Fleischprodukten, Milcherzeugnissen, Obst und Gemüse sowie verschiedene Lebensmittelzubereitungen und Getränkkonzentrate aus Deutschland. Die BVE sprach sich gegenüber Regierungsvertretern dafür aus, nach Wegen aus der andauernden Sanktionsspirale, die vor allem zulasten der Ernährungswirtschaft sowie der russischen Verbraucher geht, zu suchen. Die Sanktionen wurden zuletzt bis Mitte 2021 verlängert.

Der größte Absatzmarkt der deutschen Ernährungsindustrie außerhalb Europas ist China. Angesichts der Bedeutung dieses Marktes für die Branche fordert die BVE den Abbau und die Prävention von Handelshemmnissen.

Vor allem könnten die Pläne Chinas zur Einführung eines allgemeinen Importzertifikates für Lebensmittel den bilateralen Handel deutlich beeinträchtigen. Die BVE hat sich daher gegen eine Einführung derartiger handelsbeschränkender Zertifikate – insbesondere für risikoarme Produkte – ausgesprochen und begrüßt die gemeinsame Erklärung der EU und Chinas zur grundsätzlichen Diskussion der Definition von risikoarmen Produkten auf Ebene des Codex Alimentarius, welche zu einer Aussetzung der chinesischen Maßnahmen führte. Konstruktiv begleitet die BVE die geplanten Verwaltungsmaßnahmen Chinas zur Registrierung von ausländischen Produzenten von importierten Lebensmitteln. Geplant ist, einen gemeinsamen Ansatz für die Registrierung und Überwachung importierter Lebensmittel aufzusetzen. Dennoch gibt es einige Punkte wie beispielsweise der

Geltungsbereich, die von den chinesischen Behörden geklärt werden müssen. Außerdem stimmen bestimmte Aspekte nicht mit den risikoorientierten Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit und -kontrolle in der EU überein und bedeuten ein Risiko für vertrauliche Unternehmensdaten.

Die Öffnung, aber auch das Offenhalten wichtiger Exportmärkte ist für die Ernährungsindustrie zwingend erforderlich. Die BVE begrüßt daher die Aktivitäten des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) zur weiteren Exportförderung und Marktöffnung in Drittländern sowie Maßnahmen zur Prävention neuer Handelsbarrieren. Die BVE ist aktives Mitglied im Wirtschaftsausschuss für Außenhandelsfragen des BMEL.

## Trade and Cooperation Agreement (TCA) zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich

Das Vereinigte Königreich (VK) ist für die deutsche Ernährungsindustrie mit einem jährlichen Absatzvolumen von 4,3 Milliarden Euro der viertgrößte Exportmarkt überhaupt. Nachdem das VK 2017 den Austritt aus der Europäischen Union eingeleitet hatte, trat am 1. Februar 2020 das Austrittsabkommen zwischen der EU und dem VK in Kraft. Das Austrittsabkommen regelte die Modalitäten für den geordneten Austritt des Vereinigten Königreichs aus der EU nach Artikel 50 des Vertrags über die Europäische Union. Während der hier vereinbarten Übergangsphase bis zum 31. Dezember 2020 verhandelten die EU und das VK ein Abkommen zu den zukünftigen Beziehungen der beiden Handelspartner, welches auch am Stichtag, dem 31. Dezember, verabschiedet beziehungsweise veröffentlicht wurde. Die schlimmsten handelspolitischen Folgen des „Brexit“, nämlich ein Rückfall des präferenziellen Handels auf WTO-Regeln, konnten durch das Abkommen zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich (Trade and Cooperation Agreement – TCA) abgewendet werden. Dennoch hat sich der Handel mit dem VK für die deutsche Ernährungsindustrie spürbar verteuert und erschwert. Auch haben sich in der Anwendung des Abkommens bereits in den ersten Wochen Fragen für Unternehmen der Ernährungsindustrie aufgetan, die im Export, Import oder Transit zwischen beiden Handelspartnern tätig sind. Diese Fragen und Wettbewerbsprobleme bedürfen einer Klärung durch die EU-Kommission beziehungsweise die zuständigen nationalen Behörden.



Hier geht es vor allem um die uneinheitliche Interpretation der Regeln des EU-VK-Abkommens durch die Behörden der Mitgliedstaaten, aber auch Dokumentationsfehler, was den Transit, aber auch den Ex-/Import erschwert. Darüber hinaus fehlt eine gegenseitige Anerkennung von Regelungen, ausgenommen für die Bio-Standards, in vielen Bereichen. Schließlich stellen die komplexen Ursprungsregeln Unternehmen vor Herausforderungen, insbesondere wenn sie mit Produkten handeln, die EU- und Nicht-EU-Zutaten in veränderlichen Anteilen beinhalten. Über die Klärung dieser Fragen hinaus fordert die BVE die EU-Kommission und die Bundesregierung auf, den besonders schwer von dem „Brexit“ betroffenen Unternehmen die bereitstehenden Hilfen rasch und unbürokratisch zukommen zu lassen.



## Deutsche EU-Ratspräsidentschaft

Vom 1. Juli 2020 bis zum 31. Dezember 2020 hatte Deutschland die EU-Ratspräsidentschaft inne. Das Programm stand unter dem Motto „Gemeinsam. Europa wieder stark machen“. Die BVE begrüßte den Fokus der deutschen Ratspräsidentschaft auf das Krisenmanagement und die Bewältigung der wirtschaftlichen und sozialen Folgen der Covid-19-Pandemie. Auch die Initiative der deutschen Ratspräsidentschaft zur Stärkung der Unternehmensverantwortung in globalen Lieferketten sowie einer EU-weiten Harmonisierung der Umsetzung der VN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte hat die BVE unterstützt.

## Dritte Verordnung zur Änderung der Marktordnungswaren-Meldeverordnung

Die Änderung der Marktordnungswaren-Meldeverordnung wurde ab dem 1. Januar 2021 aufgrund der neuen Mitteilungspflichten der Mitgliedstaaten gegenüber der EU-Kommission notwendig. Diese ergeben sich aus der Durchführungsverordnung (EU) 2019/1746 der Kommission vom 1. Oktober 2020 zur Änderung der Durchführungsverordnung (EU) 2017/1185 der Kommission vom 20. April 2017 mit Durchführungsbestimmungen zu den Verordnungen (EU) Nr. 1307/2013 und (EU) Nr. 1308/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates in Bezug auf die Übermittlung von Informationen und Dokumenten an die Kommission (Markttransparenz-Initiative).

Die ab Jahresbeginn 2021 geltenden Mitteilungspflichten zu Preisen und Mengen von landwirtschaftlichen Erzeugnissen und daraus hergestellten Produkten gehen auf Empfehlungen der 2016 eingesetzten Taskforce „Agrarmärkte“ zurück und sind Bestandteil der Transparenzinitiative der Kommission.

Im Wesentlichen werden hierdurch neue Meldepflichten für die wöchentlichen oder monatlichen Verkaufs- und Einkaufspreise sowie einige Mengen notwendig. Als völlig neue Meldekreise werden der Lebensmitteleinzelhandel und die Ernährungsindustrie mit eigenen Paragraphen in die Marktordnungswaren-Meldeverordnung aufgenommen. Die Änderungsverordnung entspricht einer Eins-zu-eins-Umsetzung der europäischen Durchführungsverordnung.

Die BVE hatte das Vorhaben der EU-Kommission ausführlich kritisiert und darauf hingewiesen, dass die neuen Meldepflichten einen erheblichen Mehraufwand aber auch einen Eingriff in den Wettbewerb für die Unternehmen bedeuten. Markttransparenz ist kein Selbstzweck. Markttransparenz ist vielmehr ein notwendiges Mittel, damit die Marktteilnehmer Handlungsentscheidungen auf der Basis fundierter Informationen treffen können und damit es einen funktionierenden Wettbewerb gibt. Es gibt aus Sicht der BVE keine Daten, deren zusätzliche verpflichtende Offenlegung eine Verbesserung der für marktconformes Verhalten der Marktteilnehmer notwendigen Information mit sich bringt.

## Umsetzung der Richtlinie über unlautere Handelspraktiken (UTP-Richtlinie)

Die Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel und die damit verbundene Nachfrage- und Verhandlungsmacht der führenden Handelsunternehmen haben schon lange zu Unmut in der Ernährungsindustrie und weiten Teilen der Lebensmittellieferkette geführt. Immer wieder werden die Hersteller im operativen Geschäft von ihren Handelspartnern mit Verhaltensweisen konfrontiert, die über „hartes“ Verhandeln hinausgehen und mit getroffenen Absprachen nicht vereinbar sind.

Die Ernährungsindustrie begrüßt die UTP-Richtlinie und das Verbot von bestimmten Handelspraktiken sowie die vorgesehenen Sanktionsmechanismen grundsätzlich, da dieses Regelwerk einen Beitrag leisten kann, die Rechtsbeziehungen in der Lebensmittellieferkette fairer zu gestalten.

Gleichwohl besteht das Erfordernis, in diesem Fall über eine Eins-zu-eins-Umsetzung hinauszugehen. Dies betrifft zum einen den Anwendungsbereich der Richtlinie, der lediglich die Hersteller berücksichtigt, deren Jahresumsatz nicht über 150 Millionen Euro hinausgeht. Daneben geht es um verbotene Handelspraktiken der sogenannten „grauen Liste“, die auf der Grundlage einer Vereinbarung zwischen Lieferanten und Abnehmer möglich sein sollen.

In beiden Fällen besteht Nachbesserungsbedarf, da auch Hersteller mit einem Umsatz von mehr als 150 Millionen Euro jährlich durch unfaire Handelspraktiken beeinträchtigt werden und vor allem die führenden Handelshäuser ihre Forderungen regelmäßig zum Gegenstand einer Vereinbarung machen können. In diesem Sinne hat die BVE im Rahmen der Verbändeanhörung zum Entwurf des Umsetzungsgesetzes sowie gegenüber Bundesrat und Bundestag Stellung bezogen.

## INTERNORGA – Leitmesse für den Außer-Haus-Markt

Die INTERNORGA in Hamburg ist seit 1921 die europäische Leitmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien. Die Messe, die normalerweise jedes Jahr im März stattfindet, musste im Jahr 2020 coronabedingt abgesagt werden. Die rasante Verbreitung des Coronavirus und die nicht seriös zu kalkulierende Entwicklung boten weder den Ausstellenden und Besucherinnen und Besuchern noch der Hamburg Messe und Congress GmbH eine Grundlage für eine verlässliche Planung.

Nicht viel besser war es um die INTERNORGA an ihrem 100. Geburtstag bestellt. Aufgrund der erneut hohen Corona-Fallzahlen, der anhaltenden Unsicherheiten und des Lockdowns im Frühjahr 2021, musste die INTERNORGA als physischer Messtreff für die im Außer-Haus-Markt tätigen Unternehmen aus der Gastronomie und Hotellerie, dem Food Service sowie dem Großverbraucherbereich erneut abgesagt werden.

Anstelle der Messe auf dem Hamburger Messegelände fand im März 2021 die „International Digital Food Services Expo (IDX\_FS) – Powered by INTERNORGA“ statt. Diese digitale Plattform wurde von IDX EVENTS, dem Institute for Culinary Art und der INTERNORGA ins Leben gerufen und vom 15. bis 17. März 2021 durchgeführt. Die auch von der BVE unterstützte Veranstaltung bot Besuchern und Ausstellern einen virtuellen Raum zum Austausch, Netzwerken und Entdecken neuer Trends und Lösungen.

**IDX**  
**FS**  
POWERED BY  
INTERNORGA  
15. ————— 17.  
März ————— 2021





## Anuga 2021

Die Vorbereitungen für die Anuga, die internationale Leitmesse für die Lebensmittel- und Getränkewirtschaft vom 9. bis 13. Oktober 2021 in Köln, laufen auf Hochtouren.

Trotz oder insbesondere aufgrund der coronabedingt schwierigen Rahmenbedingungen für Messeplanungen, ist die Durchführung der Anuga ein wichtiges Zeichen für die Branche. Die Anuga ist die wichtigste Fachmesse für die internationale Ernährungswirtschaft, die alle zwei Jahre den qualitativen sowie den quantitativen Maßstab für Lebensmittelmesse weltweit setzt.

Die Koelnmesse plant die Anuga nicht nur unter der Annahme strenger Hygienebedingungen, sondern bereitet sich mit einem zusätzlichen digitalen Angebot auch auf den ungünstigsten Fall von zu hohen Infektionsrisiken vor. Mit dem digitalen Add-on „Anuga@home“ sollen sich Entscheider aus der Branche zusätzlich (auch im Falle von Reise- und Zugangsbeschränkungen) mit internationalen Geschäftspartnern vernetzen können. Unternehmens- und Produktpräsentationen werden neben der physischen Präsenz auch über einen digitalen Aussteller-Showroom möglich sein, in den Videoinhalte sowie Konferenzen für ausgewählte Zielgruppen eingebettet werden können. Darüber hinaus soll die digitale Plattform auch die Möglichkeit bieten, virtuelle Podiumsdiskussionen und Online-Seminare zu organisieren, um eine maximale Reichweite an Messeteilnehmenden zu erzielen.

Als ideeller Träger der Messe freut es die BVE sehr, dass der Anmeldestand für die Anuga 2021 zum Ende des Jahres 2020 mehr oder weniger auf dem gleichen hohen Niveau wie in den Vorjahren lag. Darüber hinaus setzt sich die BVE weiterhin dafür ein, dass der Branche die gewohnten Exportförderangebote anlässlich der Messe auch in 2021 zur Verfügung stehen. Dazu gehören neben dem privatwirtschaftlich von der Koelnmesse organisierten deutschen Gemeinschaftsstand auf der Anuga auch das gemeinsam mit dem Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels organisierte Anuga Executive Summit oder die deutsche Lounge in Halle 10.2, die die BVE bereits seit vielen Jahren in enger Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft realisiert.

## Außenwirtschaftstag



Für die deutsche Ernährungsindustrie ist das Exportgeschäft ein wichtiges Standbein und Garant für Beschäftigung. Zuverlässige, praxisrelevante Informationen aus erster Hand und vor allem ein starkes Netzwerk im In- und Ausland, sind für den Erfolg auf Auslandsmärkten unerlässlich. All dies finden Unternehmen der Ernährungswirtschaft auf dem alle zwei Jahre stattfindenden Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft: die Netzwerkplattform für an Internationalisierung interessierte Unternehmen aus der Branche.

Der für 2020 geplante Außenwirtschaftstag musste wegen Corona auf den 22. Juni 2021 verschoben werden und ersetzt damit das ursprünglich für dieses Jahr geplante Außenwirtschaftsseminar der Agrar- und Ernährungswirtschaft.

Die neunte Edition des von der BVE, dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft und dem Auswärtigen Amt gemeinsam geplanten Außenwirtschaftstages ist als hybride Veranstaltung konzipiert, einer Kombination aus einer physischen Veranstaltung im Auswärtigen Amt in Berlin und der Möglichkeit einer digitalen Beteiligung. Das hybride Format soll eine Durchführung sicherstellen, unabhängig von möglichen Kontakt- und Reisebeschränkungen.

Unter dem Motto „Welthandel im Wandel“ bietet der Außenwirtschaftstag Expertinnen und Experten aus dem In- und Ausland nach mehr als zwölf Monaten ohne Fachmessen und mit nur eingeschränkten Möglichkeiten für Geschäftsreisen ins Ausland die Möglichkeit, sich über Strategien zur Auslandsmarkterschließung auszutauschen und Geschäftsmöglichkeiten im internationalen Handel mit Lebensmitteln und Getränken zu diskutieren.

Auf dem Programm stehen unter anderem eine wissenschaftliche Keynote des Präsidenten des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung, Professor Marcel Fratzscher, Redebeiträge von hochrangigen Politikverantwortlichen, wie beispielsweise von der Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, Julia Klöckner, sowie eine Auswahl interaktiver Foren zu relevanten Absatzmärkten und zu aktuellen Themen des Außenhandels mit Lebensmitteln und Getränken. Sollten es die Umstände zulassen, runden eine Ausstellung relevanter Exportförderinstitutionen aus Politik und Wirtschaft während des Außenwirtschaftstages sowie ein Vorabendempfang für geladene Gäste das Veranstaltungsprogramm ab.

## Global Forum for Food and Agriculture 2021 und GFFA Berlin e. V.

Das Global Forum for Food and Agriculture (GFFA) ist eine internationale Konferenz zu zentralen Zukunftsfragen der globalen Land- und Ernährungspolitik. Sie findet jährlich im Januar parallel zur Internationalen Grünen Woche in Berlin statt. Das vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) in Kooperation mit dem Senat von Berlin, der Messe Berlin GmbH und dem GFFA Berlin e.V. organisierte GFFA stand in 2021 unter dem Motto „Pandemie und Klimawandel: Wie ernähren wir die Welt?“

Mit zahlreichen Veranstaltungen, darunter 17 Fachpodien, zwei High Level Panels und der internationalen Agrarministerkonferenz, bot das fünftägige, ausschließlich digitale Forum einem internationalen Fachpublikum aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft die Gelegenheit, sich über Fragen und Herausforderungen der globalen Agrarpolitik und Ernährungssicherung auszutauschen und zu verständigen.

Zum Thema „Neue Realität, neue Chancen: Wie verändern globale Mega-Krisen unser Wirtschaften?“ beteiligte sich auch der GFFA Berlin e.V., zu dessen Gründungsmitgliedern die BVE gehört, mit einem Fachpodium. Insgesamt verfolgten fast 500 Zuschauer das Panel, das am 19. Januar stattfand und aufzeigte, wie Unternehmen aus dem Agri-Business konkret mit den vielschichtigen Ansprüchen an die neue Realität umgehen und mit welchen Instrumenten sie die Entwicklung zukünftiger Märkte antizipieren.



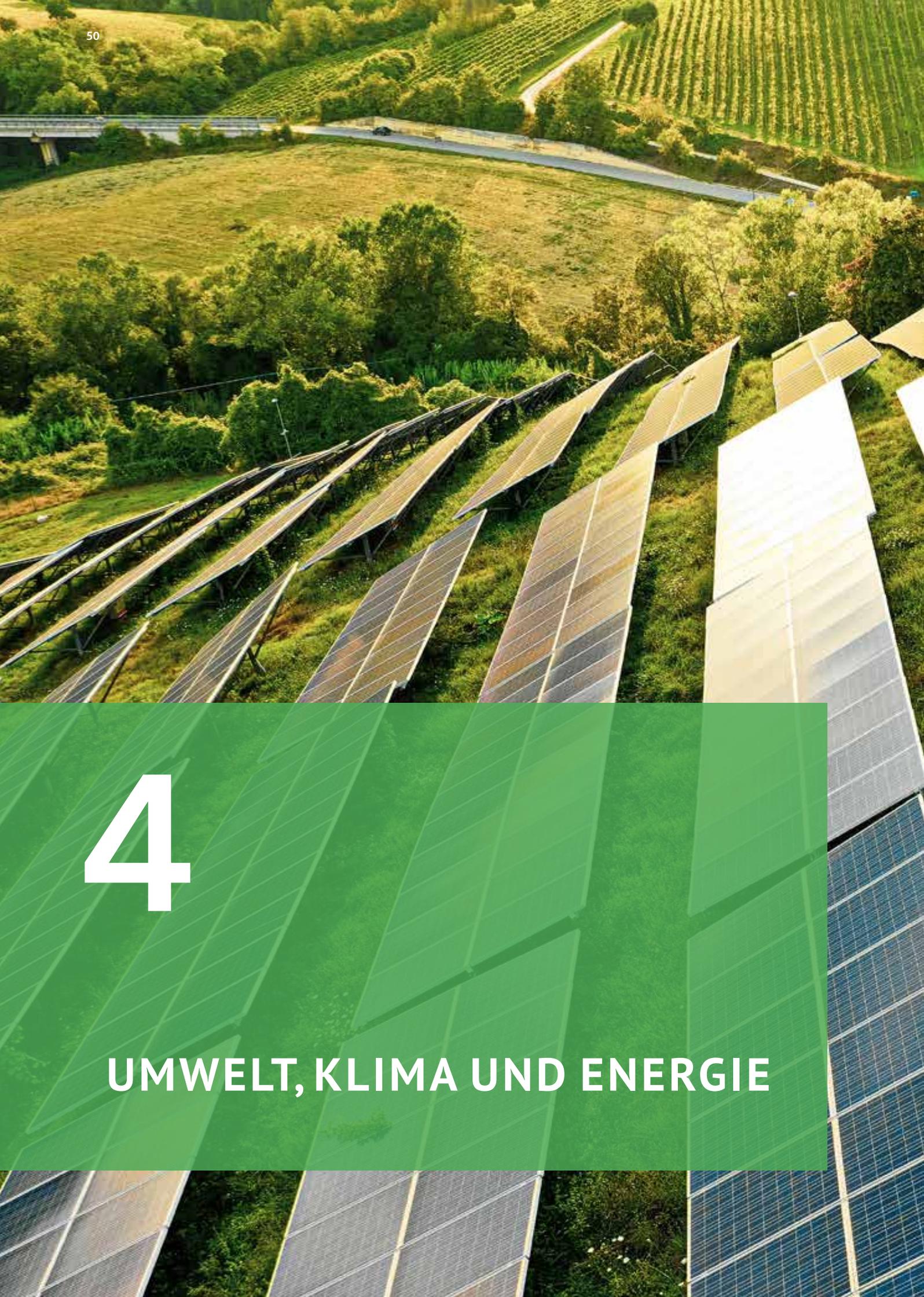
GFFA 2021 – Science Slam mit Bundesministerin Julia Klöckner  
Foto: © BMEL/photothek.de

Im GFFA Berlin e.V. haben sich die BVE, der Deutsche Bauernverband, die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft, die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit und der Ost-Ausschuss Osteuropaverein der Deutschen Wirtschaft zusammengeschlossen, um ihr Engagement für die Sicherung der Welternährung zu koordinieren. Mit ihrer aktiven Mitwirkung im Verein unterstreicht die BVE ihr Engagement für eine Verbesserung der globalen Nahrungsmittelversorgung und setzt sich für eine Förderung nachhaltiger Strategien zur weltweiten Ernährungssicherung sowie der Nutzung natürlicher Ressourcen ein.



Agrarministerkonferenz: Redebeitrag von António Guterres, Generalsekretär der Vereinten Nationen

Foto: © BMEL/photothek.de



# 4

## UMWELT, KLIMA UND ENERGIE



Hochwertige Nahrungsmittel erfordern den Einsatz entsprechender landwirtschaftlicher Rohstoffe. Deren dauerhafte Verfügbarkeit lässt sich nur durch tragfähige Umweltbedingungen gewährleisten. Der Schutz von Boden, Luft und Wasser ist deshalb fester Bestandteil des Nachhaltigkeitskonzepts der deutschen Ernährungsindustrie.

Gleichermaßen ist die industrielle Herstellung von Lebensmitteln mit einer Energieversorgung verbunden, die sicher, wirtschaftlich und klimafreundlich sein muss. Dabei müssen die politischen Rahmenbedingungen so gestaltet sein, dass die Konkurrenzfähigkeit der Unternehmen gegenüber ausländischen Wettbewerbern erhalten bleibt. Dies gilt auch für die Umsetzung der Energiewende und den damit verbundenen Klimaschutz. Deutsche Nahrungsmittelhersteller dürfen nicht auf Dauer durch Energiepreise stärker belastet werden als ihre internationalen Konkurrenten, da dies ansonsten zwangsläufig zu Standortfragen führt, die die industrielle Wertschöpfung der Branche in Deutschland beeinträchtigen.

## Klimaschutzkampagne der Ernährungsindustrie – „PlusPlus-Prinzip“

Der Klimawandel gehört zu den größten Herausforderungen von Politik und Gesellschaft. Vor diesem Hintergrund müssen über Ländergrenzen und Forschungsdisziplinen hinweg gemeinsam Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsstrategien

entwickelt und alle relevanten Akteure einbezogen werden. Die BVE hat dies zum Anlass genommen, eine Klimaschutzkampagne der Branche zu starten, die zahlreiche Informationen vermittelt und Handlungsmöglichkeiten aufzeigt, um die Emissionen von schädlichen Treibhausgasen im Rahmen der Nahrungsmittelherstellung durch die Unternehmen zu reduzieren und so die Weichen für eine klimaneutrale Produktion zu stellen. Die Kampagne, die auf eine Laufzeit von insgesamt drei Jahren ausgerichtet ist, wird durch das Bundesumweltministerium gefördert. Über die Kampagnenhomepage [www.plusplusprinzip.de](http://www.plusplusprinzip.de) werden fortlaufend aktuelle Informationen über praktische Anwendungen, Veranstaltungen und vieles mehr zur Verfügung gestellt.

## Initiative „Energieeffizienz-Netzwerke“ und geht in die Verlängerung

Die BVE hat sich seit 2014 an dieser Netzwerk-Initiative der Bundesregierung beteiligt. Insgesamt wurden in der ersten Phase der Initiative bis 2020 rund 280 Energieeffizienz-Netzwerke gegründet und rund fünf Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> eingespart. Zahlreiche Unternehmen der Ernährungsindustrie haben dieses Vorhaben durch ihre Mitwirkung in regionalen und branchenübergreifenden Netzwerken unterstützt. Die BVE fördert die Initiative auch in ihrer zweiten Phase mit einer Laufzeit bis Ende 2025. Angestrebt wird die Gründung von weiteren 350 Energieeffizienz-Netzwerken.

The screenshot shows the homepage of the PlusPlus-Prinzip campaign. At the top left is the logo '++ PLUSPLUS PRINZIP'. To the right are navigation links: 'START', 'AKTIV WERDEN', and a button 'VORTEILE BERECHNEN'. The main image features a worker in a blue hard hat and a plaid shirt, holding a circular component from a machine. Below the image is a dark teal banner with white text: 'CO2 EINSPAREN HEISST AUCH ENERGIE EINSPAREN'. Underneath this banner, there are two columns of text. The left column reads: 'In der Ernährungsindustrie sind Versorgungs- und Querschnittstechniken große Energiefresser. Mit energieeffizienten Maßnahmen senken Sie Ihren Verbrauch und reduzieren gleichzeitig Ihre CO2-Emissionen.' The right column reads: 'Arbeiten Sie schon effizient bei Prozesswärme und -kälte, Druckluft- und Frischluftversorgung, Kraft-Wärme-Kopplung, bei elektrischen Antrieben und Beleuchtung? Unsere Expertinnen und Experten verraten Ihnen in unseren Online-Seminaren Ihre wichtigsten Energiesparpotenziale. Mit unseren übersichtlichen Checklisten überprüfen Sie die Effizienz Ihrer Anlagen und erkennen schnell, wo Sie bei den einzelnen Versorgungstechniken einsparen können. Viele Ideen für den energieeffizienten Anlagenbetrieb lassen sich sofort umsetzen.'

## „Energiewende in der Ernährungsindustrie“

Die seit 2008 stattfindende Workshop-Reihe ist mittlerweile fest in der Branche verankert, ein wichtiger Baustein im Bemühen um die Dekarbonisierung der industriellen Nahrungsmittelproduktion. Aufgrund der Covid 19-Situation fand die 13. Jahrestagung im Oktober 2020 im Videoformat statt. Mit Unterstützung der langjährigen Kooperationspartner E.ON und Siemens wurde der Fokus dieses Mal auf das Thema „Klimaneutrale Produktion“ ausgerichtet, wobei wiederum praxisrelevante Anwendungsmöglichkeit vorgestellt und erörtert wurden.

## Erneuerbare-Energien-Gesetz 2021 (EEG)

Mit der am 1. Januar 2021 in Kraft getretenen EEG-Novelle hat der Gesetzgeber die fünfte umfassende Überarbeitung dieses seit April 2000 bestehenden Regelwerks vollzogen. In Absprache mit ihren Mitgliedern waren die Bemühungen der BVE insbesondere darauf ausgerichtet, die Begrenzung der EEG-Umlage für möglichst viele stromkostenintensive Unternehmen der Branche sicherzustellen, und zwar unabhängig davon, welche Eingruppierung die zugrundeliegenden Branchen aufweisen.

### INTERNATIONALER STROMPREISVERGLEICH FÜR DIE INDUSTRIE 2020 (1. HALBJAHR)

Euro-Cent/kWh – ohne Mehrwertsteuer

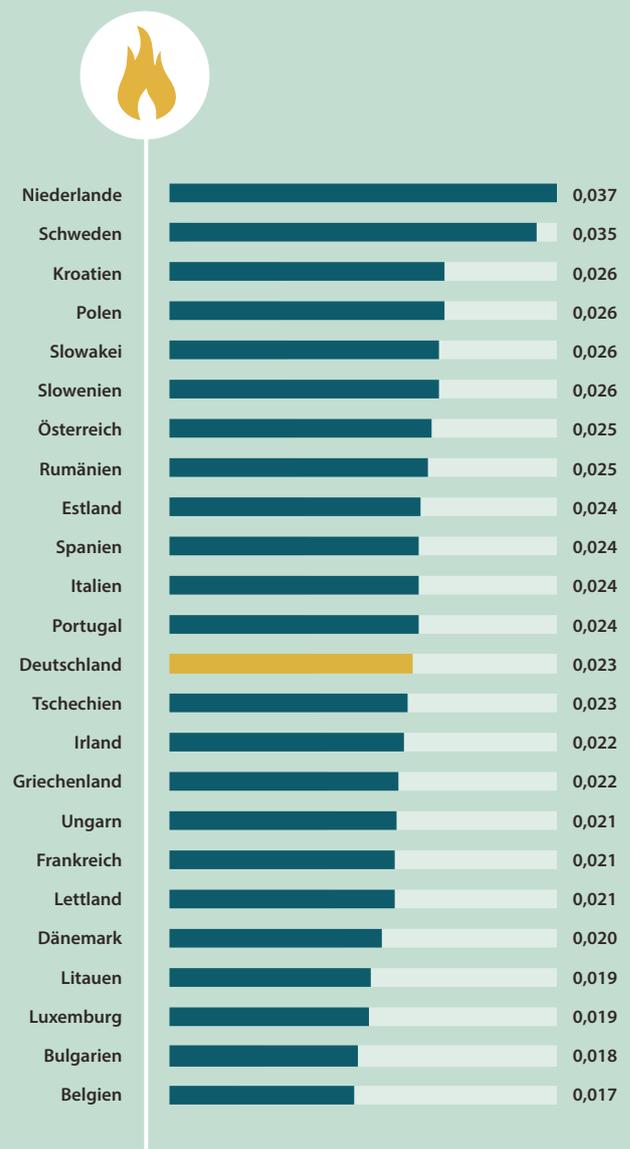


Verbrauch: 500 MWh < 2.000 MWh

Quelle: Eurostat

### INTERNATIONALER ERDGASPREISVERGLEICH FÜR DIE INDUSTRIE 2020 (1. HALBJAHR)

Euro-Cent/kWh – ohne Mehrwertsteuer



Verbrauch: 100.000 GJ < 1.000.000 GJ

Quelle: Eurostat



Darüber hinaus ging es darum, einer diskriminierenden Regelung für hocheffiziente KWK-Anlagen, die im Ergebnis zu einer Abschmelzung der EEG-Umlage-Privilegierung führen würde, entgegenzuwirken und damit zugleich sicherzustellen, dass auch zukünftig Anreize bestehen, in diese Technologie, die einen erheblichen Beitrag zur Dekarbonisierung im Wärmebereich leistet, zu investieren.

### Brennstoffemissionshandel: Vermeidung von Carbon-Leakage

Das am 1. Januar 2021 in Kraft getretene Brennstoffemissionshandelsgesetz (BEHG) zielt darauf ab, Emissionen aus Brennstoffen zu bepreisen, um über die damit verbundene

Verteuerung einen Betrag zur Erfüllung der nationalen Klimaschutzziele zu leisten. Das BEHG sieht diverse Entlastungen für Unternehmen vor, deren Ausgestaltung aber noch weitgehend offen ist. Die BVE bringt sich in diesen Prozess ein, beispielsweise durch eine Stellungnahme zur vorgesehenen BECV (BEHG-Carbon-Leakage-Verordnung).

### Europäische Kunststoffstrategie – Herausforderung für die Ernährungsindustrie

In der Europäischen Union fallen jährlich rund 25 Millionen Tonnen Kunststoffabfälle an, die in einem erheblichen Umfang zum Littering beitragen. Aus diesem Grund ist die europäische Umweltpolitik auf die Herbeiführung einer kreislauforientierten Wirtschaftspolitik ausgerichtet.



Die 2019 in Kraft getretene EU-Richtlinie „über die Verringerung der Auswirkungen bestimmter Kunststoffprodukte auf die Umwelt“ (Einwegkunststoffrichtlinie) sieht hierzu zahlreiche Vorgaben in Form von Inverkehrbringungsverboten, Produkthanforderungen, Verbrauchsminderungszielen oder Kostenbeteiligungen vor, die mit einem zusätzlichen, teilweise nicht unerheblichen Aufwand für die Nahrungsmittelhersteller verbunden sind. Nicht zuletzt im Hinblick darauf, dass in Deutschland für Kunststoffverpackungen bereits seit Jahren funktionierende Rücknahmesysteme bestehen, ist das Augenmerk der BVE darauf ausgerichtet, dass die Vorgaben möglichst eins-zu-eins umgesetzt werden und kein „Draufsatteln“ durch den Gesetzgeber erfolgt. Dazu haben sich bislang folgende Ansatzpunkte abgezeichnet.

### › Verordnung über das Verbot des Inverkehrbringens von bestimmten Einwegkunststoffprodukten – EinwegkunststoffverbotsVO

Diese Verordnung setzt unter anderem das Verbot um, zukünftig Kunststofftrinkhalme in Verkehr zu bringen. Dies betrifft und belastet vor allem Vertrieber von portionierten Getränkeverpackungen (Getränkkartons, Folienstandbeutel), denen jeweils ein Kunststofftrinkhalm als Trinkhilfe beigefügt ist. Durch eine richtlinienkonforme Präzisierung der Definition des Kunststoffbegriffs in dieser Verordnung konnte erreicht werden, dass zukünftig faserbasierte Trinkhilfen eingesetzt werden können.

### › Umsetzung von Vorgaben der Einwegkunststoffrichtlinie im Verpackungsgesetz

Im November 2020 hat das Bundesumweltministerium einen Gesetzentwurf vorgelegt, mit dem einzelne Vorgaben der Einwegkunststoffrichtlinie umgesetzt werden sollen. Anmerkungsbedarf hat sich in der Verbändeanhörung insbesondere zu den Themen „Mindestzyklanteil bei Einwegkunststoff-Getränkeflaschen“, „Erweiterung der Pfandpflicht“ und der vorgesehenen „Mehrwegalternative für bestimmte Einwegkunststoffverpackungen“ ergeben, da diese über eine Eins-zu-eins-Umsetzung hinausgehen. Im Kabinettsentwurf dieses Gesetzes sind Erleichterungen vorgesehen worden, die es aber im parlamentarischen Verfahren noch zu optimieren gilt.

### › Verordnung über die Beschaffenheit und Kennzeichnung von bestimmten Einwegkunststoffprodukten – EinwegkunststoffkennzeichnungsVO

In der Anhörung zu diesem im Dezember 2020 vorgelegten Referentenentwurf hat die BVE noch einmal darauf hingewiesen, dass die Produktvorgabe dieser Verordnung, nämlich die dauerhafte Verbindung von Einwegkunststoff-Getränkebehältnissen mit ihren Verschlüssen beziehungsweise Deckeln angesichts der bestehenden Sammelsysteme, insbesondere für pfandpflichtige Einwegverpackungen, absolut unverhältnismäßig ist. Ferner ist darauf hingewiesen worden, dass der Erfüllungsaufwand der Wirtschaft, der mit dieser Vorgabe verbunden ist, viel zu gering angesetzt und in den Erläuterungen des Verordnungsentwurfs deshalb falsch dargestellt ist.

### › Erweiterte Herstellerverantwortung

Eine große Herausforderung stellt die Umsetzung der in der Einwegkunststoffrichtlinie (Artikel 8) geregelten „erweiterten Herstellerverantwortung“ dar. Diese wird mit einem erheblichen Kostenaufwand für die Hersteller bestimmter Einwegkunststoffartikel verbunden sein, der sich voraussichtlich mindestens im mittleren dreistelligen Millionenbereich bewegen wird. Es geht dabei insbesondere um die anteiligen Kosten, die den kommunalen Entsorgungsträgern durch



die Sammlung und Verwertung dieser Kunststoffartikel sowie entsprechende Reinigungsmaßnahmen im öffentlichen Bereich entstehen.

Die Herausforderung wird zum einen wiederum in einer Eins-eins-Umsetzung bestehen, das heißt, dass die Kosten verursachungsgerecht ermittelt und umgelegt werden. Zum anderen geht es darum, die organisatorischen Voraussetzungen für eine schlanke, leistungsfähige und kosteneffiziente Vollziehung dieser gesetzlichen Vorgaben sicherzustellen. Dazu eignet sich insbesondere die Zentrale Stelle Verpackungsregister, eine Stiftung des privaten Rechts, die bereits den gesetzgeberischen Auftrag hat, eine rechtskonforme Handhabung des Verpackungsgesetzes zu gewährleisten.

### › Leitlinien zu Einwegkunststoffartikeln

Die Einwegkunststoffrichtlinie sieht vor, dass die EU-Kommission bis zum 3. Juli 2020 erläuternde Leitlinien zur Konkretisierung von Einwegkunststoffartikeln veröffentlicht. Dies betreffend ist Verzug eingetreten. Bis Ende Januar 2021 haben keine finalen Leitlinien vorgelegen. Die BVE hat sich für eine richtlinienkonforme Ausgestaltung dieser Leitlinien eingesetzt. Dies erfordert insbesondere eine Berücksichtigung und Klärung der Vorgabe, wann davon auszugehen ist, dass Verpackungen tendenziell achtlos weggeworfen werden. Denn nur dann gelten sie als Einwegkunststoffartikel im Sinne dieser Richtlinie, deren Ziel es ist, Littering entgegenzuwirken. Ohne eine einheitliche europäische Vorgabe besteht die Gefahr von abweichenden nationalen Regelungen und daraus resultierenden Wettbewerbsverzerrungen und Einschränkung der Warenverkehrsfreiheit im Binnenmarkt.



# 5

## NACHHALTIGKEIT





Verantwortung für Nachhaltigkeit zu übernehmen ist eine Aufgabe für alle Unternehmen und Institutionen in Deutschland. Nachhaltigkeit bedeutet für die deutschen Lebensmittelhersteller die Sicherung der Grundlagen zur Nahrungsmittelproduktion für nachfolgende Generationen. Dieser Auftrag hat eine weltweite Bedeutung. Für die deutsche Ernährungsindustrie spielt eine ökonomisch sinnvolle, ökologisch tragfähige und sozial verantwortungsvolle Lebensmittelproduktion auch mit Blick auf die eigene Wettbewerbsfähigkeit eine wichtige Rolle. Nachhaltigkeit betrifft nicht nur alle Unternehmensbereiche, sondern gestaltet über das Unternehmen hinaus die Beziehungen in den Liefer- und Wertschöpfungsketten.

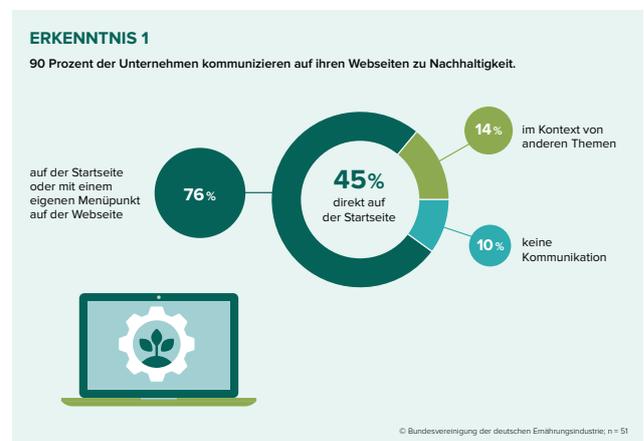
Die Bedürfnisse der Verbraucher beeinflussen maßgeblich die Lebensmittelproduktion und das Innovationsmanagement der Branche. Der Kauf eines Produkts entscheidet letztendlich darüber, wie erfolgreich das Engagement für eine nachhaltige Lebensmittelproduktion ist. In der öffentlichen Debatte wird dem Konsum von Lebensmitteln ein wesentlicher Einfluss auf eine nachhaltige Lebensweise zugeschrieben. Um diese Debatte sachlich zu führen, bedarf es weiterer wissenschaftsbasierter Aufklärung über die Komplexität nachhaltiger Lebensmittelproduktion.

Es gibt in der Ernährungsindustrie vielfältige erfolgreiche Aktivitäten und Initiativen für nachhaltiges Wirtschaften über alle Unternehmensgrößen hinweg. Die Ansatzpunkte sind oft sehr branchen- und produktspezifisch. Allerdings sind viele Erfolge nicht nach außen sichtbar. Die BVE hat es sich zur Aufgabe gemacht, dies zu ändern und gleichzeitig die Unternehmen bei der Entwicklung wirksamer Nachhaltigkeitsstrategien zu unterstützen. Darüber hinaus fördert die BVE den Dialog zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft mit dem Ziel, sich über ein gemeinsames Nachhaltigkeitsverständnis zu verständigen. Die Unterstützung der Kommunikation von Nachhaltigkeitsleistungen ist für die BVE ein wichtiges Anliegen.

### BVE-Regionalinitiative Nachhaltigkeitsförderung

Die 2016 gestartete BVE-Regionalinitiative Nachhaltigkeitsförderung wurde auch 2020 fortgeführt. Die Veranstaltung unter dem Motto „Nachhaltigkeitsstrategien für die Ernährungswirtschaft in Niedersachsen, Bremen und Sachsen-Anhalt“, die in Zusammenarbeit mit dem Verband der Ernährungswirtschaft Niedersachsen, Bremen und

**1x1 Online-Nachhaltigkeitskommunikation**  
Impulse für Einsteiger und Fortgeschrittene



Zur Förderung der Nachhaltigkeitskommunikation hat die BVE gemeinsam mit cyclos future eine Broschüre erstellt. Die Broschüre finden Sie [hier](#).

Sachsen-Anhalt e.V. (VdEW) am 8. Januar 2020 in Hannover stattfand, stieß auf sehr positive Resonanz und förderte einen regen Austausch zwischen Unternehmen, Verbänden, Stakeholdern und Politik.

Ziel der BVE-Regionalinitiative ist es, insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen der Ernährungsindustrie im Rahmen branchenspezifischer Anwenderworkshops das passende Handwerkszeug anzubieten. In Anlehnung an das bereits bestehende DNK-Schulungskonzept des Rates für Nachhaltige Entwicklung (RNE) soll den Unternehmen damit der Einstieg in die eigene freiwillige und vergleichbare Nachhaltigkeitsberichterstattung erleichtert werden.

Für Unternehmen jeder Größe zeigte sich der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) als hilfreicher Rahmen, um das eigene Nachhaltigkeitsengagement transparent zu machen sowie neue Kunden anzusprechen. Die BVE sieht sich vor dem Hintergrund dieses Erfolgs darin bestärkt, insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen der Ernährungsindustrie im Rahmen der Regionalinitiative weiterhin bei der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung zu unterstützen. Auch in anderen Bundesländern finden daher Workshops und Veranstaltungen im Rahmen der BVE-Initiative statt oder sind in Planung.

### **Beratungsangebot: NAP Helpdesk Wirtschaft und Menschenrechte**

Die deutsche Ernährungsindustrie ist durch ihre Lieferbeziehungen eng in den globalen Handel eingebunden. Dies gilt auch für die Beschaffung von Agrarrohstoffen und Vorprodukten aus Entwicklungs- und Schwellenländern. Die teils sehr komplexen Lieferbeziehungen, mit einer Vielzahl von beteiligten Akteuren, stellen eine besondere branchenspezifische Herausforderung für die Umsetzung der Anforderungen des Nationalen Aktionsplan für Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) dar. Hier setzt ein effizientes Unterstützungsangebot an: Der NAP Helpdesk Wirtschaft und Menschenrechte der Agentur für Wirtschaft und Entwicklung (AWE) bietet gemeinsam mit der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. (BVE) ein branchenspezifisches Beratungsangebot für die Lebensmittelindustrie an.

#### **KONTAKT:**

NAP Helpdesk Wirtschaft und Menschenrechte der AWE  
Sabine Peters-Halfbrodt  
Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin  
Mail: naphelpdesk-ernaehrung@wirtschaft-entwicklung.de  
Telefon: +49 30 590099430



### **BVE positioniert sich zu umwelt- bezogenen und menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten**

Die Unternehmen der Ernährungsindustrie verurteilen jegliche Art der Menschenrechtsverletzung und sind sich ihrer Verantwortung für die Achtung von Menschenrechten in ihren Produktionsstandorten und direkten Lieferbeziehungen im In- und Ausland bewusst. Sie kommen hier ihrer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht nach. Die deutsche Ernährungsindustrie ist der Umsetzung der VN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte verpflichtet. Die Leitprinzipien streben die Etablierung eines global anerkannten Ansatzes für die Vermeidung und Bewältigung möglicher nachteiliger Auswirkungen unternehmerischen Handelns auf die Menschenrechte an. Diese Selbstverpflichtung hat die Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie zuletzt in ihrem Positionspapier „Human Rights Due Diligence in den Lieferketten der deutschen Ernährungsindustrie“ vom 30. April 2020 dokumentiert. In Deutschland hat die Branche daher auch vollumfänglich den Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte (NAP), den die Bundesregierung 2016 zur Umsetzung der VN-Leitprinzipien auf den Weg gebracht hat, unterstützt. Die Ernährungsindustrie hat mit der Umsetzung in ihren Lieferketten auch frühzeitig Handlungsbedarfe der Bundesregierung – insbesondere in Hinsicht auf die Risikoanalyse, Beschwerdemechanismen, Auswertung des

Monitorings und die Unterstützung vor Ort – aufgezeigt, die zur Umsetzung des NAP notwendig gewesen wären. Die BVE bedauert zudem, dass für das im NAP angestrebte Monitoring kein für die deutsche Wirtschaft zufriedenstellendes Ergebnis erreicht werden konnte. Der NAP-Prozess hat deutlich gemacht, dass die Umsetzung der VN-Leitprinzipien keine allein deutsche, sondern eine europäische Aufgabe ist und sein muss. Die Umsetzung der VN-Leitprinzipien muss in der EU mit einem größtmöglichen Maß an Harmonisierung vollzogen werden, um unnötige Bürokratie und Verzerrungen im Binnenmarkt zu vermeiden. Die BVE hat sich entsprechend in die Konsultation der EU Kommission zu umweltbezogenen und menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten von Unternehmen im ersten Quartal 2021 eingebracht.

Ein europäischer Rechtsrahmen für die umweltbezogenen und menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten in der Lieferkette muss eine einheitliche und wirksame Umsetzung der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und international vereinbarter Nachhaltigkeitsstandards gewährleisten. Der EU-Rechtsrahmen sollte die Rechtssicherheit für europäische Unternehmen in ihren Lieferketten verbessern. Ein europäischer Rechtsrahmen sollte eine Bemühungs- und keine Erfolgspflicht für Unternehmen schaffen. Es sollten verbindliche Standards für das erwartete Verhalten und die erwarteten Verfahren festgelegt werden. Es sollten jedoch keine Angaben zu den Ergebnissen gemacht werden, die von den Unternehmen zu gewährleisten sind, da der Einfluss von Unternehmen im Gegensatz zu staatlichen Akteuren eingeschränkt sein kann. Ein rechtlicher Rahmen sollte auch Standards für angemessenes Unternehmensverhalten festlegen und klären, wann und wie Unternehmen ihre Sorgfaltspflichten einhalten. Schließlich muss der Geltungsbereich eindeutig geregelt



werden. Ein klarer Geltungsbereich schafft Rechtssicherheit und vermeidet die Verlagerung der Verhältnismäßigkeitsbewertung auf einzelne Rechtsentscheidungen. Kleine und mittelständische Unternehmen sollten jedoch vom Anwendungsbereich ausgeschlossen werden, da die Umsetzung einen unverhältnismäßig hohen bürokratischen Aufwand für sie bedeuten würde.

In Übereinstimmung mit den VN-Leitprinzipien und den internationalen Nachhaltigkeitsstandards ist es ebenfalls wichtig, dass Unternehmen im Rahmen ihrer Sorgfaltspflicht dem Wesentlichkeitsprinzip folgen und ihre Handlungen entsprechend dem möglichen Einfluss oder der möglichen Wirkung priorisieren können. Auch eine Priorisierung der wichtigsten Lieferketten sollte möglich sein. Es muss sichergestellt werden, dass ein europäischer Rechtsrahmen für die Sorgfaltspflicht auf bestehenden, anerkannten Standards für die Unternehmensberichterstattung und Beschwerdemechanismen aufbaut oder diese weiterentwickelt und Unternehmen keine doppelten Berichtspflichten auferlegt bekommen. Bestehende Zertifizierungen sollte auch bei der Erfüllung der Sorgfaltspflicht berücksichtigt werden. Gleiches gilt für Lebensmittel- und veterinärmedizinische Zulassungen, soweit sie gesetzlich vorgeschrieben sind, damit Drittländer beziehungsweise Drittlandsunternehmen überhaupt in die EU importieren können.

Ein europäischer Rechtsrahmen für die Sorgfaltspflicht sollte die bestehenden ökologischen und sozialen Anforderungen an Unternehmen harmonisieren. Die EU-Richtlinie zur nicht finanziellen Berichterstattung verlangt bereits von Unternehmen von öffentlichem Interesse Informationen zu den Richtlinien offenzulegen, wie etwa Umweltschutz, soziale Verantwortung und Behandlung der Arbeitnehmer, Achtung der Menschenrechte, Maßnahmen zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie Maßnahmen zur Gewährleistung der Vielfalt in den Unternehmensvorständen. In 2017 hat die EU auch Due-Diligence-Regeln für Rohstoffe, die in Konfliktregionen abgebaut oder gefördert werden, sogenannte Konfliktminerale verabschiedet, in jüngerer Zeit im Zusammenhang mit Exportkontrollen für Artikel mit doppeltem Verwendungszweck. Die EU erwägt nun auch Sorgfaltspflichten für entwaldungsfreie Lieferketten.

Die BVE warnt jedoch ausdrücklich vor gesetzgeberischen Maßnahmen, die Unternehmen Haftungspflichten auferlegen. Die VN-Leitprinzipien schreiben weder die Pflicht der Staaten zur gesetzlichen Einführung von Sorgfaltspflichten noch zur Regelung der extraterritorialen Tätigkeiten der in ihrem Hoheitsgebiet ansässigen Unternehmen vor. Die direkte oder indirekte Einführung einer zivilrechtlichen Lieferkettenhaftung würde im klaren Widerspruch zu den VN-Leitprinzipien stehen, die eine Risikoverlagerung auf Unternehmen ausschließen. Die Lieferketten vollständig



und jederzeit zu überwachen, wäre für Lebensmittelhersteller in Deutschland nicht zu leisten, eine entsprechende gesetzliche Vorgabe hierzu nicht zu erfüllen. Daher sehen die Vorgaben aus anderen branchenspezifischen Rechtsvorschriften wie der Lebensmittelbasisverordnung Nr. 178/2002 auch lediglich die Kenntnis des unmittelbaren Zulieferers und Abnehmers vor. Darüber hinaus ist eine Haftungspflicht fraglich, wenn der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht aufgrund unterschiedlicher nationaler Rechtslagen nicht entsprochen werden kann. Bestimmte Persönlichkeitsrechte stehen zwar im engen Schutzbereich der internationalen Menschenrechte, werden aber in vielen Ländern durch nationale Gesetzgebung diskriminiert. Es wäre unangemessen und in der Sache nicht hilfreich, hierfür ersatzweise Unternehmen in eine Haftungs- und Schutzpflicht zu nehmen, sofern diese grundsätzlich ihrer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht nachkommen.

Eine gesetzliche Due-Diligence-Regelung mit einer implizierten Lieferkettenhaftung kann zudem negative entwicklungspolitische Auswirkungen haben, insbesondere, wenn sich Unternehmen aus Staaten mit herausfordernder Menschenrechtssituation zurückziehen. Aufgrund der zu erwartenden unverhältnismäßig hohen Auflagen und bürokratischen Pflichten besteht die Gefahr, dass Kleinsterzeuger in Entwicklungsländern künftig vom für sie notwendigen Wirtschaftsgeschehen ausgeschlossen werden, da sie diese Anforderungen gegebenenfalls nicht erfüllen können und deshalb als Rohstofflieferant für Unternehmen, die einer gesetzlichen Due-Diligence-Regelung unterliegen, ausscheiden. Entwicklungs- und Schwellenländern würde so der Zugang zu globalen Lieferketten erschwert und es würde ein Konzentrationsprozess in den Lieferketten stattfinden.

### „Unternehmen Biologische Vielfalt“ (UBi)

Landökosysteme bilden die Grundlage der Lebensmittelproduktion. Die Verantwortung, Böden, Lebensräume und Biodiversität zu bewahren, trägt auch die Ernährungsindustrie. Seit 2017 ist die BVE erstmals für die Ernährungsindustrie in der Verbändeplattform „Unternehmen Biologische Vielfalt“ (UBi) des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) vertreten. Die Plattform ist eine Schnittstelle für Verbände aus Wirtschaft und Naturschutz. Im Rahmen von „Unternehmen Biologische Vielfalt“ engagieren sich BMU, Bundesamt für Naturschutz, Wirtschaftsverbände und Naturschutzorganisationen, um eine Trendwende zu erreichen und dem fortschreitenden Verlust der Biologischen Vielfalt entgegenzuwirken. Ziel ist es, Herausforderungen und Chancen zu diskutieren sowie konkrete Aktivitäten auf den Weg zu bringen. Die BVE nutzt die Plattform unter anderem dafür, über das Engagement der Ernährungsindustrie in Sachen der Biodiversität aufzuklären. So legte die BVE 2018 den Schwerpunkt auf die Initiativen und Kooperationen der Lebensmittelhersteller zum Erhalt der Biodiversität in Entwicklungs- und Schwellenländern.



leben.natur.vielfalt



Unternehmen Biologische Vielfalt

## EU GREEN DEAL

Der Green Deal der neuen EU-Kommission ist die zentrale Initiative für Nachhaltigkeit auf europäischer Ebene und wird die EU-Politik bis 2025 leiten. Mit dem Green Deal will die EU-Kommission in allen Politikbereichen und Wirtschaftssektoren gesetzliche und nicht gesetzliche Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit erlassen. Im Kern des Green Deal steht der Vorschlag, bis 2050 Klimaneutralität in Europa zu erreichen. Dieses Ziel soll mit dem Beitrag aller Wirtschaftssektoren inklusive der Landwirtschaft und Lebensmittelverarbeitung erreicht werden. Dazu sollen Maßnahmen der Kreislaufwirtschaft verstärkt, aber auch neue finanzielle Mittel bereitgestellt werden. Nicht alle Ziele des Green Deal sind derzeit bereits mit klaren Maßnahmen formuliert, die BVE begleitet die Maßnahmen und Umsetzung des Green Deal mit konstruktiven Vorschlägen und Lösungen insbesondere in den Bereichen Klima und Kreislaufwirtschaft bei der „Vom Hof auf den Tisch“-Strategie. bei den Themen Biodiversität und grüne Finanzierung sowie hinsichtlich Forschung und Innovation.

Die deutsche Ernährungsindustrie befindet sich in einem umfassenden Transformationsprozess, um die Herausforderungen für mehr Nachhaltigkeit zu meistern. Dieser umfasst Veränderungen von Denkweise, Geschäftsmodellen und Strategien entlang der ganzen Lebensmittelkette. Voraussetzung für eine erfolgreiche Umsetzung ist jedoch ein unterstützender Politikrahmen. Ihre Grundsatzeinstellung zum Green Deal hat die BVE zusammen mit dem Lebensmittelverband nachfolgend formuliert:



### Nachhaltigkeit ist eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung

Angesichts einer stetig wachsenden Weltbevölkerung und einer zunehmenden Sichtbarkeit der bestehenden planetaren Grenzen stellt die verlässliche Versorgung der Menschen mit sicheren, hochwertigen Nahrungsmitteln unter angemessener Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte eine der größten Herausforderungen unserer Zeit dar. Gleichzeitig hat der Zusammenhang zwischen Konsum und Gesundheit für den Verbraucher an Bedeutung gewonnen. Vor diesem Hintergrund rückt das Thema Nachhaltigkeit auch in Lebensmittelproduktion und Ernährung verstärkt in den Fokus. Nachhaltiges Wirtschaften liegt im ureigenen Interesse jedes wirtschaftlichen Handelns und ist damit auch für die Lebensmittelwirtschaft bereits heute von großer Bedeutung. Die Lebensmittelwirtschaft

leistet daher heute schon aktive Beiträge zur Umsetzung und zum Ausbau nachhaltiger Systeme bei der Erzeugung, der Verarbeitung und dem Vertrieb von Lebensmitteln. Um den Konsum und die Nachfrage auf allen Stufen der Wertschöpfungskette in Zukunft noch nachhaltiger zu gestalten, ist auch der Verbraucher ein unverzichtbarer Akteur auf dem gemeinsamen Weg zur Gestaltung nachhaltigerer Lebensmittelsysteme. Neben dem angebotsseitigen Engagement der Wirtschaft, bedarf es daher in gleichem Maße einer Mitwirkung des Verbrauchers sowie aller weiteren Akteure, das heißt eines verantwortungsvollen Umgangs sämtlicher relevanter gesellschaftlicher Akteure mit den Ressourcen vom Acker bis zum Teller.



### Die Lebensmittelwirtschaft ist Teil der Lösung

Die Lebensmittelwirtschaft erkennt die in den globalen Zielen für nachhaltige Entwicklung (Agenda 2030) adressierten Fragestellungen als gesamtgesellschaftliche Aufgabe an und wird ihren aktiven Beitrag für eine noch nachhaltigere Erzeugung, Veredelung, Verarbeitung und Vermarktung von Lebensmitteln leisten. Daher engagiert sich die Lebensmittelwirtschaft in Form zahlreicher Maßnahmen und Initiativen zum nachhaltigen Wirtschaften. Lösungsansätze reichen vom Lieferketten- und Rohstoffmanagement über Energieeffizienz und Abfallvermeidung in der Produktion bis hin zu gemeinsamem sozialen Engagement mit den Kunden. Die Wiederverwendung, Wiederverwertung und Sammlung von Verpackungsmaterialien, ebenso wie die Reduzierung von Lebensmittelverlusten sowie der Bodenschutz, Einsatz pflanzlicher Proteinquellen und die stetige Weiterentwicklung der Produktpalette, die sich unter anderem an den Verbrauchervünschen orientiert, leisten bereits heute einen bedeutsamen Beitrag zur Gestaltung nachhaltigerer Lebensmittelsysteme. Dieses Engagement wird die Lebensmittelwirtschaft, auch mit Blick auf die augenblicklichen Diskussionen auf EU-Ebene zum Green Deal und zur Farm-to-Fork-Strategy, auf der Basis fundierter wissenschaftlicher Erkenntnisse weiterentwickeln. Um den Herausforderungen des Klimawandels und der zunehmenden Ressourcenverknappung entgegenzuwirken, bieten zum Beispiel die Bindung von Emissionen, die Produktion nachwachsender Rohstoffe und Energieträger, die Erschließung neuer Nährstoffquellen beziehungsweise Produktionstechnologien und das Schließen von Stoffkreisläufen erhebliche Potenziale, die von der Lebensmittelwirtschaft genutzt werden können.



## Nachhaltigere Lebensmittelsysteme reduzieren Umweltauswirkungen

Lebensmittel erzeugen in ihrem Gesamtlebenszyklus unweigerlich Emissionen, in Deutschland liegt der Anteil von Lebensmitteln an den Pro-Kopf-Emissionen bei 18 Prozent. Das Ziel der Klimaneutralität in der Lebensmittelkette erfordert auf allen Stufen Maßnahmen zur Reduktion von Emissionen sowie zur Produktivitätssteigerung. Dazu müssen die Reduktionspotenziale identifiziert werden. Für eine gesteigerte Ressourceneffizienz setzen die Unternehmen zudem auf einen geringeren Verbrauch an Energie, Wasser und Rohstoffen sowie auf die Optimierung von Transport- und Logistikprozessen. Zur Kompensation von Emissionen wird in der Landwirtschaft in Maßnahmen investiert, die CO<sub>2</sub> binden. Die Lebensmittelwirtschaft ist zudem ein wichtiger Produzent erneuerbarer Energien und trägt somit zu einer nachhaltigen Bioökonomie bei. Dabei gilt, dass die Verwendung als Lebensmittel stets Vorrang vor der Verwendung als Energieträger haben muss. Zudem darf die Nutzung erneuerbarer Energien nicht zulasten des für die Lebensmittelproduktion nötigen Wasserverbrauchs gehen.

Ein erhebliches Einsparpotenzial für Emissionen bei gleichzeitiger Verbesserung des Ressourceneinsatzes liegt zudem in einer effektiven Reduzierung von vermeidbaren Lebensmittelabfällen auf allen Stufen der Lebensmittelkette sowie einer geschlossenen Kreislaufwirtschaft. Angemessene Produkt- und Transportverpackungen sind für die Sicherheit und den Qualitätserhalt von Lebensmitteln unverzichtbar. Die Lebensmittelwirtschaft ist als Verwender von Verpackungen bestrebt, den Einsatz von Verpackungsmaterialien sowie deren Wiederverwendung, Wiederverwertung und Sammlung zu optimieren und Innovationen in diesem Bereich voranzutreiben. Die Messung der Klimaauswirkungen von Prozessen in der Lebensmittelkette ist für die Lebensmittelwirtschaft nicht nur relevant, um Einsparziele zu erkennen, sondern auch um die eigene Klimabilanz glaubhaft gegenüber Verbrauchern zu kommunizieren. Eine Orientierung für einen klimabewussten Einkauf kann (wo möglich) die Wahl saisonaler Lebensmittel mit kurzen Transportwegen bilden. Die Erstellung der Klimabilanz einzelner Produkte ist kostenintensiv und erfordert umfassende und belastbare Daten sowie einheitliche und damit vergleichbare Berechnungsmethoden, die gleichzeitig individuelle Besonderheiten von einzelnen Produkten nicht vernachlässigen dürfen. Die Lebensmittelwirtschaft unterstützt eine einheitliche Messung der Klimabilanz sowie deren freiwillige Kommunikation gegenüber dem Verbraucher unabhängig von der Verpackung. Damit und bevor der EU-Umweltfußabdruck

(Product Environmental Footprint – PEF) zukünftig eine Basis für einheitliche Messungen bilden kann, muss weiter an einer Anwendbarkeit für alle Produkte geforscht werden.



## Verantwortungsvolles Miteinander in nachhaltigen Lieferketten stärken

Nachhaltige Lebensmittelsysteme und ein nachhaltiger Lebensmittelkonsum basieren auf einer nachhaltigen landwirtschaftlichen Erzeugung, einer nachhaltigen Lebensmittelproduktion und nachhaltigen Lieferketten. Sowohl die konventionelle als auch die ökologische Landwirtschaft haben darin ihren Platz. Es gilt den Schutz der Biodiversität, von Böden, Gewässern und Wäldern sowie Tierwohlaspekte sowohl in den Lieferketten als auch im Rahmen eines nachhaltigen Konsumverhaltens zu berücksichtigen. Ebenso müssen Menschenrechte, Arbeitsstandards und eine faire Entlohnung entlang der Lieferkette gewahrt werden. Die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte sind dafür maßgeblich. Die Lebensmittelwirtschaft setzt auf die freiwillige Verpflichtung zu Leitlinien für verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln, um Nachhaltigkeit in den Lieferketten zu sichern. Gleichzeitig übernimmt die Lebensmittelwirtschaft als Partner im internationalen Handel Verantwortung für globale Lieferketten, Arbeitsplätze und Wertschöpfung. Dabei tragen insbesondere Maßnahmen der Entwicklungszusammenarbeit dazu bei, Entwicklungs- und Schwellenländer zur Selbsthilfe zu befähigen, damit diese ihre landwirtschaftlichen Produktionspotenziale ausschöpfen.



## Nachhaltigeres Wirtschaften muss ökonomische Herausforderungen berücksichtigen und die Wettbewerbsfähigkeit erhalten

Als einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige Deutschlands strebt die Lebensmittelwirtschaft nach einem stabilen Wachstum, das Investitionen in Nachhaltigkeit sowie Forschung und Entwicklung sicherstellt und Arbeitsplätze erhält beziehungsweise schafft. Nachhaltige Entwicklung ist auf innovative, wettbewerbsfähige und wirtschaftlich starke

Unternehmen angewiesen, deren soziale Leistungen anerkannt und angemessen gewichtet werden. Die Branche ist den Kernarbeitsnormen der ILO (International Labour Organization) sowie den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte verpflichtet. Die deutschen Sozialstandards werden in den Betrieben der Lebensmittelwirtschaft eingehalten, dazu gehören geregelte Arbeitszeiten, angemessene Entlohnungsstrukturen, Maßnahmen zur Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz und in der überwiegenden Zahl der Betriebe Betriebsräte und Mitbestimmung. Gleichzeitig fördern die Unternehmen Chancengerechtigkeit und Vielfalt, Integration und die Vereinbarung von Familie und Beruf. Ihrer gesellschaftlichen Verantwortung kommt die Lebensmittelwirtschaft zudem über gesetz- und richtlinienkonformes Verhalten und Korruptionsbekämpfung nach. Zum Gelingen einer nachhaltigen Entwicklung tragen die großen deutschen Unternehmen der Branche ebenso wie die zahlenmäßig überwiegenden kleinen und mittelständischen Betriebe (KMU) bei. Die Gestaltung nachhaltigerer Lebensmittelsysteme und die Maßnahmen für ein nachhaltigeres Wirtschaften sind oft mit steigenden Kosten verbunden. Insbesondere für KMU stellt dies eine ungleich größere Herausforderung dar. Es gilt daher sicherzustellen, dass auf dem Weg hin zu einer nachhaltigeren Lebensmittelwirtschaft die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe am Weltmarkt heute und in Zukunft gewährleistet bleibt. Darüber hinaus gilt es zu berücksichtigen, dass die Erreichung nachhaltigerer Lebensmittelsysteme je nach Branche auf unterschiedliche Weise erzielt werden kann. Eine „one-size-fits-it-all“-Lösung, die für jedes Unternehmen oder jede Teilbranche gleichermaßen gilt, ist somit nicht zielführend und wird der Komplexität der gemeinsamen Herausforderung nicht gerecht.



### Nachhaltigeres Wirtschaften verlangt die Lösung von Zielkonflikten anhand objektiver und wissenschaftlich fundierter Kriterien in einem dialogorientierten Prozess

Nachhaltigeres Wirtschaften entlang der Wertschöpfungskette bezieht alle Säulen der Nachhaltigkeit ein und muss Konflikte zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitszielen lösen. Objektive und wissenschaftlich valide Kriterien sind dabei unabdingbar für eine angemessene Priorisierung der vielfältigen Nachhaltigkeitsziele und deren Umsetzung. Die Politik ist aufgefordert, diesen Grundsätzen unter Einbindung der Lebensmittelwirtschaft und der Gesellschaft Rechnung zu tragen. Die Entwicklung hin zu einer nachhaltigeren Lebensmittelwirtschaft kann

nur in einem dialogorientierten Prozess gelingen, in dem alle gesellschaftlichen Akteure aufgefordert sind, geeignete wissenschaftlich fundierte und gleichzeitig praktikable Kriterien und Maßnahmen zu entwickeln, ohne den Verbraucher zu bevormunden und die Eigenverantwortung der Unternehmen infrage zu stellen. Anreize für Investitionen sowie Forschung und Entwicklung sind wichtige Kernelemente auf dem gemeinsamen Weg zu nachhaltigeren Lebensmittelsystemen. Oberste Prämisse sollte dabei sein, dass die Gestaltung nachhaltigerer Lebensmittelsysteme mit marktwirtschaftlichen Grundsätzen vereinbar, kohärent und an den Zielen der Agenda 2030 orientiert ist.



### Nachhaltigere Ernährung erfordert auch Mitverantwortung des Verbrauchers

Eine nachhaltige Ernährung umfasst eine sichere, genussvolle, ausgewogene und bedarfsdeckende Ernährungsweise. Die Lebensmittelwirtschaft stellt den Verbrauchern ein auf die individuell sehr unterschiedlichen Ernährungsbedürfnisse und -präferenzen abgestimmtes, breites Angebot zur Verfügung, das verschiedene Lebensstile berücksichtigt und auf diese Weise die Basis für eine ausgewogene und nachhaltige Ernährung bietet. Eine nachhaltigere Ernährung erfordert eine Kaufentscheidung, die die verschiedenen Aspekte von Nachhaltigkeit berücksichtigt, denn das Lebensmittelangebot richtet sich nach der Wahl und Zahlungsbereitschaft des Verbrauchers. Damit Verbraucher in der Lage sind, bewusste nachhaltigere Kaufentscheidungen zu treffen, benötigen sie ausreichende Informationen und das Verständnis, um diese einordnen zu können. Als Verbraucherinformationen stehen neben der umfangreichen Pflichtkennzeichnung auf Lebensmitteln freiwillige Informationsangebote zur Verfügung, zum Beispiel auf der Verpackung, auf digitalen oder anderen Wegen sowie über staatliche oder private (Qualitäts-)Siegel. Bei zusätzlichen Pflichtinformationen ist zu gewährleisten, dass diese sinnvoll, verständlich, verhältnismäßig und realisierbar sind. Die Befähigung zu einem nachhaltigeren Konsum muss vorrangig durch Verbraucherbildung gefördert werden. Die Vermittlung entsprechender Kenntnisse muss insbesondere in den schulischen Lehrplänen vorgesehen werden. Konsumlenkenden Maßnahmen wie Steuern, Werbe- oder Produktverbote, die den Verbraucher bevormunden, ist hingegen eine Absage zu erteilen. Derartige Maßnahmen stellen aus der Sicht der Lebensmittelwirtschaft keine geeigneten Maßnahmen dar, um zu nachhaltigeren Lebensmittelsystemen beizutragen.



### **BVE-Ausschuss Nachhaltigkeit**

Das Thema Nachhaltigkeit hat die BVE in den letzten Jahren immer mehr zu einem ihrer Kernarbeitsgebiete entwickelt. Die BVE arbeitet an allen drei Nachhaltigkeitsdimensionen und begleitet die entsprechenden Gesetzgebungsprozesse. So findet die Meinungsbildung in den BVE-Ausschüssen Umwelt, Rohstoffe und Außenwirtschaft zu dort angesiedelten Nachhaltigkeitsthemen statt. Der Arbeitskreis Nachhaltige Ernährung, in dem die BVE mit dem Lebensmittelverband Deutschland e.V. zusammenarbeitet, zielt auf den Dialog und gemeinsame Positionen in der gesamten Kette zum Zusammenhang von Nachhaltigkeit und Ernährung ab. Aufgrund der großen Bedeutung hat der BVE-Vorstand 2020 beschlossen, ergänzend zu den bereits genannten Gremien den BVE-Ausschuss Nachhaltigkeit zu gründen. Dieser Ausschuss soll die Meinungsbildung in der Ernährungsindustrie zur deutschen und europäischen Nachhaltigkeitspolitik abbilden und gemeinsam die BVE-Positionen erarbeiten. Erste inhaltliche Schwerpunkte sind Leitlinien für nachhaltige Lebensmittelsysteme, die Umsetzung von umweltbezogenen und menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten, der EU-Green Deal sowie nachhaltige Finanzierung und Nachhaltigkeitsberichterstattung beziehungsweise -bilanzierung, Lebensmittelverschwendung, Biodiversität sowie Verbraucherinformationen zu Nachhaltigkeit. Die Auftaktsitzung fand am 24. Februar 2021 als Videokonferenz statt.

### **„Business Scout for Development“ – Entwicklungspolitische Expertise für nachhaltiges Engagement**

Seit Ende 2016 kooperieren die BVE und das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) bereits mit der Entsendung eines entwicklungspolitischen Beraters in die BVE. Diese Kooperation läuft seit Januar 2021 im Rahmen des Programms „Business Scout for Development“, in dem das ehemalige EZ-Scout-Programm übergegangen ist. Durch die Zusammenführung mit vier weiteren Programmen im Themenfeld „Zusammenarbeit mit der Wirtschaft“ kann über den Business Scout zukünftig auf ein noch größeres, internationales Netzwerk zurückgegriffen werden. Ziel ist es weiterhin, die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen deutschen Unternehmen der Ernährungsindustrie und Unternehmen aus Entwicklungs- und Schwellenländern zu stärken. Der Berater informiert zu Kooperationsmöglichkeiten mit der deutschen Entwicklungszusammenarbeit und unterstützt deutsche Unternehmen dabei, öffentliche Fördermittel für nachhaltige wirtschaftliche Tätigkeiten in Entwicklungs- und Schwellenländern zu erhalten. Im Kontext der anstehenden Gesetzgebungsinitiativen auf deutscher sowie europäischer Ebene sind hier für Unternehmen insbesondere die finanziellen und fachlichen Unterstützungsleistungen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit entlang von Lieferketten von Interesse.

Der Business Scout steht zudem im engen Austausch mit dem Helpdesk Wirtschaft und Menschenrechte, der seit 2019 eine branchenspezifische Beratung in Kooperation mit der BVE anbietet.

Mehr Informationen zu den Fördermitteln erhalten Unternehmen direkt beim Business Scout Max Baumann:

E-Mail: [business-scout@bve-online.de](mailto:business-scout@bve-online.de)

Telefon: +49 30 200 786 180



## Aktivitäten zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung in Deutschland

Jedes Jahr gehen weltweit geschätzt 1,3 Milliarden Tonnen Lebensmittel auf dem Weg vom Acker bis zum Teller verloren. Das sind laut Welternährungsorganisation etwa ein Drittel aller für den menschlichen Verzehr erzeugten Produkte. Für Deutschland schätzt das Johann Heinrich von Thünen-Institut die Lebensmittelabfälle und -verluste entlang der gesamten Wertschöpfungskette sowie in den privaten Haushalten auf knapp 12 Millionen Tonnen (Basisjahr für die Erhebung war das Jahr 2015).



Die Verschwendung von Lebensmitteln, egal in welcher Größenordnung, hat erhebliche ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen, nicht zuletzt angesichts der globalen Herausforderung, eine wachsende Weltbevölkerung zu ernähren. Mit der Agenda 2030 für Nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen hat sich die internationale Staatengemeinschaft zu dem Ziel bekannt, bis zum Jahr 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene zu halbieren und die Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverluste entlang der Produktions- und Lieferkette messbar zu verringern (Sustainable Development Goal, Ziel 12.3).

Im Rahmen der 2019 verabschiedeten Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung hat sich die Bundesregierung unter Federführung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) dem Ziel der UN angeschlossen, die anfallenden Lebensmittelabfälle bis 2030 zu halbieren beziehungsweise die anfallenden Verluste in der Primärproduktion und in der Lebensmittelverarbeitung messbar zu reduzieren.

Die konsequente Reduktion der weltweit anfallenden Lebensmittelabfälle und -verluste besitzt ein erhebliches Potenzial für den Klima- und Ressourcenschutz. Alle Akteure der Lebensmittelkette sowie die Politik müssen hier im Rahmen ihrer Möglichkeiten einen Beitrag leisten. Dem sieht sich auch die deutsche Ernährungsindustrie verpflichtet, die allein schon aus ökonomischen und ökologischen Gründen ein Interesse daran hat, vermeidbare und verantwortbare Verluste möglichst gering zu halten.



Warenausgabe bei der Tafel Cottbus

Foto: © Monique Wüstenhagen | Tafel Deutschland e. V.

Die BVE hat daher im März 2020 im Namen der Branche eine Rahmenvereinbarung mit dem BMEL unterschrieben und damit der Bundesregierung ihre aktive Unterstützung zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung in Deutschland zugesagt. Das erklärte Ziel ist es, die Lebensmittelverschwendung in Deutschland und in Europa auf ein mögliches und für die Unternehmen der Branche umsetzbares Maß zu reduzieren. Dabei gilt es nicht nur, mögliche Reduktionspotenziale für Lebensmittelverluste in der Produktion zu definieren, sondern sich auch die Prozesse an den Schnittstellen zwischen den beteiligten Marktpartnern näher anzuschauen und gesetzliche Regelungen darauf hin zu prüfen, ob diese die Entstehung von Lebensmittelverlusten in der Ernährungsindustrie befördern oder zumindest sich nachteilig auf eine mögliche Vermeidung auswirken.

Auf europäischer Ebene bringt sich die BVE zu diesem Thema über den europäischen Dachverband Food Drink Europe in die europäischen Diskussionen ein. In Deutschland beteiligt sich die BVE unter anderem aktiv am nationalen Dialogforum sowie an den branchenspezifischen Dialogrunden „Verarbeitung“ und „Außer-Haus-Markt“, die jeweils im Rahmen der Nationalen Strategie stattfinden. Der Dialog innerhalb der Branche und der regelmäßige Austausch zu dem Thema in der BVE-Mitgliedschaft findet sowohl im Rahmen des BVE-Begleitkreises zur Reduzierung der Lebensmittelverluste in der Ernährungsindustrie als auch im BVE-Arbeitskreis Nachhaltigkeit statt.

Das Thema Lebensmittelverschwendung beschäftigt die Ernährungsbranche bereits seit vielen Jahren. Das zeigt die Gründung des Vereins „United Against Waste e.V.“ im Jahr 2012 unter Beteiligung der BVE. Zugleich unterstützt die BVE die vor knapp 20 Jahren gegründete BMEL-Initiative „Zu gut für die Tonne“. Dort engagiert sich der BVE Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff als Jurymitglied für den Bundespreis für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung.

Die Corona-Pandemie und die damit verbundene Schließung von Schulen, Kitas, Hotels, Betriebskantinen und Restaurants hat insbesondere in den Food-Service-Betrieben dazu geführt, dass zahlreiche bereits gefertigte Produkte zum Großteil nicht mehr verkauft und entsorgt werden mussten. Wo es möglich war, wurden Lebensmittel an Institutionen wie die Tafeln und andere Organisationen gespendet. In vielen Fällen waren jedoch die Gebindegröße sowie die fehlenden Lager- und Distributionskapazitäten für Großspenden bei den Abnehmern ein Hindernisgrund für die Annahme der Lebensmittel- und Getränke. Zu den abgeschriebenen Produkten zählten unter anderem zahlreiche Frischeprodukte sowie Lebensmittel und Getränke mit einer begrenzten Haltbarkeit. Um Lebensmittelspenden (und vor allem Großspenden) aus der Ernährungsindustrie zukünftig einfacher abgeben zu können und effizientere sowie praxisnahe Wege der Distribution und der Lagerung zu finden, kooperiert die BVE mit der Tafel Deutschland, dem Dachverband der über 950 Tafeln in Deutschland.



Mit gut geplantem Einkauf und der richtigen Lagerung von Lebensmitteln ist viel gewonnen. Mindesthaltbarkeits- und Verbrauchsdatum helfen Lebensmittelverluste im Haushalt zu vermeiden.



# 6

## ROHSTOFFE





Die deutsche Ernährungsindustrie verarbeitet Agrarrohstoffe zu hochwertigen Lebensmitteln und versorgt damit viele Millionen Menschen im In- und Ausland. Eine nachhaltig arbeitende Landwirtschaft und gute Beziehungen zu den Marktpartnern in der Lieferkette heute und morgen sind dazu eine wichtige Voraussetzung, für die sich die BVE einsetzt.

Für die Produktion von Lebensmitteln und Getränken ist die deutsche Ernährungsindustrie auf eine langfristige und stabile Versorgung mit Rohstoffen aus dem In- und Ausland angewiesen. Nur wenn Agrarrohstoffe in ausreichender Qualität und Quantität sowie zu einem wettbewerbsfähigen Preis zur Verfügung stehen, können deutsche Lebensmittelhersteller die heute vorherrschende Produktqualität und -vielfalt auch in Zukunft garantieren.

Rund drei Viertel der in der Ernährungsindustrie verarbeiteten Rohstoffe stammen aus Deutschland. Ein Viertel der Rohstoffe wird im europäischen und außereuropäischen Ausland eingekauft, da sie in Deutschland nicht in ausreichenden Mengen vorhanden sind oder hier nicht angebaut werden können. Von den importierten Rohstoffen stammen auch zahlreiche Produkte aus Schwellen- und Entwicklungsländern, wie zum Beispiel Kaffee, Kakao, Gewürze oder Palmöl.

Die weltweiten Rohstoffpreise unterliegen Schwankungen, die sich aufgrund sich verändernder Angebots- und Nachfragestrukturen ergeben. Diese werden neben einer wachsenden Nachfrage infolge einer wachsenden Weltbevölkerung vor allem in Schwellenländern, zunehmend aber auch durch klimabedingte Veränderungen von Ernteerträgen beeinflusst.

Neben den Personal- und Energiekosten machen die Rohstoffpreise den entscheidenden Kostenanteil in der Produktion hochwertiger, verarbeiteter Lebensmittel aus. Daher sind die Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie bestrebt, die Preisschwankungen zum Beispiel durch langfristige Lieferverträge mit Rohwarenproduzenten oder durch Einbindung in internationale Lieferketten auszugleichen.

Die deutsche Ernährungsindustrie ist sich beim Rohwareneinkauf ihrer Verantwortung für eine nachhaltige Beschaffungspolitik bewusst. Dabei spielen insbesondere Umwelt- und Sozialaspekte im Lieferkettenmanagement eine immer größere Rolle. Unternehmen aus der Branche betrifft dies vor allem bei der Rohwarenbeschaffung aus Entwicklungs- und Schwellenländern. In Anbauregionen und in der Lieferkette engagieren sich bereits viele Unternehmen für faire Arbeitsbedingungen sowie einen umweltverträglichen und nachhaltigen Anbau. Zugleich werden Nachhaltigkeitsstandards auf Unternehmensebene auch durch die Mitwirkung an nationalen und internationalen Brancheninitiativen umgesetzt. Insbesondere für kleine und mittelständische Betriebe stellt eine lückenlose Überwachung der zum Teil sehr komplexen und vielstufigen Lieferketten (vor allem bei Agrarrohstoffen aus Entwicklungs- und Schwellenländern) häufig eine sehr große Herausforderung dar und ist mit hohem Aufwand verbunden.





Einbruch der Biotreibstoffproduktion führte. Der Preisanstieg im zweiten Halbjahr 2020 ist auf eine gestiegene Nachfrage auf den Weltmärkten im Zuge der wirtschaftlichen Erholung zurückzuführen. Gleichzeitig sorgten nachteilige Wetter- und Witterungsbedingungen für eine Angebotsverknappung auf dem Getreide-, Kaffee- und Pflanzenölmarkt. Mit Blick auf langfristige Entwicklung veränderten sich die Preise für Nahrungs- und Genussmittel moderat, in den letzten zehn Jahren schwankte der Gesamtindex deutlich stärker als der Rohstoffindex für Nahrungs- und Genussmittel.

## Entwicklung der Rohstoffpreise

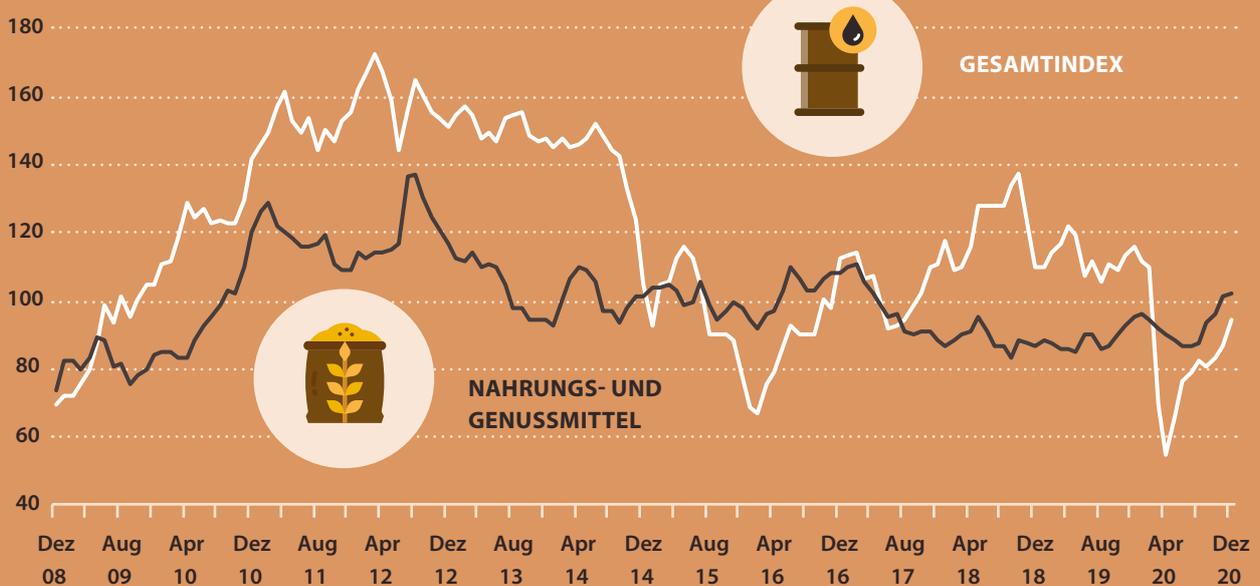
Die Entwicklung des HWWI-Rohstoffindex für Nahrungs- und Genussmittel (HWWI: Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut) wies im Jahr 2020 einen aufsteigenden Trend auf. Im Vergleich zu 2019 verzeichnete der Index einen Anstieg von 4,9 Prozent und bewegte sich somit über dem Niveau des Vorjahres. Der zunächst sinkende Index im März und April 2020 ist auf einen Nachfragerückgang sowie fallende Preise für Zucker, Mais und Pflanzenöle zurückzuführen, da die bedingt durch die Corona-Krise weltweit eingebrochene Nachfrage nach Treibstoffen auch zu einem

## Unterstützung bei der Erkundung neuer Beschaffungsmärkte in Afrika

Das BMZ stellte in 2020 erneut finanzielle Mittel für die Erkundung neuer Beschaffungsmärkte in ausgewählten afrikanischen Ländern bereit. In Kooperation mit den ehemaligen Programmen Global Business Network und ExperTS (beide inzwischen Teil des Programms „Business Scouts for Development“) hat die BVE mit seinem Business Scout den Fischereisektor in Namibia analysiert. Diese Analyse enthält Informationen zu Struktur, Steuerung und Herausforderungen des Fischereisektors. Im dem daraus resultierenden Sector Brief werden auch Handelsbestimmungen und Investitionsmöglichkeiten wie die Gründung von Joint Ventures beleuchtet.

## ENTWICKLUNG DER ROHSTOFFPREISE

HWWI-Index (2015=100, Euro-Basis, Monatsdurchschnitte)



Quelle: HWWI – Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut

Wie ein Sector Brief weitere Maßnahmen anstoßen kann, zeigte im Jahr 2020 das Beispiel des Gewürzsektors in Äthiopien, der 2019 in Zusammenarbeit mit dem Fachverband der Gewürzindustrie analysiert wurde. Basierend auf dem Sector-Brief entwickelten der Import Promotion Desk (IPD) und das Global Business Network Programm (GBN) ein Online-Training zum Export von Gewürzen und Kräutern nach Europa. Die Erstellung weiterer Sector Briefs ist für 2021 in Planung – konkrete Hinweise von den Mitgliedsverbänden- und Unternehmen, welche Produkte und Länder hier von besonderem Interesse, sind willkommen

Für mehr Informationen und mit Vorschlägen wenden Sie sich bitte direkt an den Business Scout Max Baumann:

E-Mail: [business-scout@bve-online.de](mailto:business-scout@bve-online.de)  
Telefon: +49 30 200 786 180

## Stopp von Entwaldung in Agrarlieferketten bis 2030

Wälder nehmen eine wichtige Rolle in den globalen Ökosystemen ein. Durch das Speichern von Kohlendioxid besitzen sie eine wichtige Funktion beim Klimaschutz. Darüber hinaus sorgen sie für Biodiversität, indem sie etwa zwei Drittel der Tier- und Pflanzenarten auf der Landoberfläche beherbergen. Ebenso sind sie die Lebensgrundlage für über eine Milliarde Menschen. Der Wald ist dabei nicht nur Lebensraum, sondern bietet ihnen auch eine wirtschaftliche Grundlage. Der Erhalt und die nachhaltige Bewirtschaftung



der Wälder weltweit sind daher wichtige globale Ziele und eine zentrale Herausforderung.

Eine global steigende Nachfrage nach Agrarrohstoffen verursacht kontinuierliche Landnutzungsänderungen. Damit ist die Lebensmittelproduktion auch mitverantwortlich für Entwaldung. Dies betrifft Rohstoffe wie zum Beispiel Soja, Palmöl, Kakao, Kaffee, Fleisch und Zucker aus Zuckerrohr. Durch die Nachfrage nach diesen Rohstoffen trägt auch die deutsche Ernährungsindustrie eine Mitverantwortung bei der Verringerung der globalen Entwaldung. Rund zehn Prozent der globalen Entwaldung werden durch den Konsum in Europa verursacht. Aus diesem Grund arbeiten Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie seit über zehn Jahren an entwaldungsfreien Lieferketten. Trotz der erzielten Fortschritte aufseiten der Wirtschaft (wie beispielsweise die Steigerung von nachhaltig zertifiziertem Palmöl zwischen 2013 bis 2020 von 61 auf 90 Prozent) werden die Bemühungen kontinuierlich weiterentwickelt.

Die Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie engagieren sich in zahlreichen Multi-Stakeholder-Plattformen wie zum Beispiel dem Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) oder dem Forum Nachhaltiger Kakao. Diese nationalen, aber auch internationalen Initiativen leisten einen wichtigen Beitrag zur Förderung der Verwendung von nachhaltig produzierten Agrarrohstoffen. Für einige Rohstoffe wurden, wo dies aufgrund der Liefer- und Anbaustruktur möglich ist, spezifische Lieferkettenzertifizierungen entwickelt. Durch diese wird sichergestellt und dokumentiert, dass Nachhaltigkeitskriterien auf allen Stufen der Lieferkette eingehalten werden. Diese Zertifizierungen decken auch umweltbezogene Aspekte wie die entwaldungsfreie Erzeugung eines Produktes ab und finden in der Ernährungsindustrie zunehmend Anwendung. Hierzu zählen unter anderem Fairtrade, Rainforest Allianz, RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) und Forest Stewardship Council (FSC). Sie sind für Verbraucherinnen und Verbrauchern darüber hinaus eine wichtige Orientierung, um eine bewusste Kaufentscheidung zu ermöglichen.

In einem Positionspapier bekennt sich die deutsche Ernährungsindustrie 2020 erstmals gemeinsam zu ihrer Verantwortung für entwaldungsfreie Lieferketten. In einer Online-Befragung der Mitglieder wurde zum einen ein Informationsbedarf der Unternehmen ermittelt. Zum anderen offenbarte sich die Notwendigkeit, stärker auch nach außen in die Kommunikation zu diesem Thema zu gehen. Aus diesem Grund wurde gemeinsam mit dem Business Scout der BVE und in Kooperation mit der GIZ (Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) eine Online-Informationsveranstaltung zu den aktuellen Entwicklungen in den gefährdeten Regionen durchgeführt. Mit den Mitgliedsverbänden OVID (Verband der ölsaatenverarbeitenden Industrie in



Deutschland e.V.) und BDSI (Bundesverband der deutschen Süßwarenindustrie) wurde gleichzeitig ein Adhoc-Arbeitskreis eingerichtet, um Kommunikationsaktivitäten der BVE stärker mit den Fachverbänden zu vernetzen. Auch in das nationale Stakeholderforum zur Umsetzung der Leitlinien der Bundesregierung zur Förderung von entwaldungsfreien Lieferketten von Agrarrohstoffen des BMEL wird die BVE die Position der Branche einbringen.

## Forum Nachhaltiges Palmöl

Palmöl ist eines der wichtigsten Pflanzenöle weltweit. Da Palmöl zahlreiche positive Eigenschaften vereint (es ist zum Beispiel geruchs- und geschmacksneutral, hat eine feste Konsistenz bei Zimmertemperatur, ist hitze- und oxidationsbeständig und lange haltbar), findet dieses auch in der Lebensmittelproduktion häufig Verwendung. Palmöl ist vor allem in Süßwaren, Eiscreme, Knabberartikeln, Margarine, Fertiggerichten sowie Brot und Backwaren zu finden. Daneben kommt Palmöl in Deutschland zu großen Teilen in Non-Food-Artikeln sowie in Biokraftstoffen zum Einsatz.

Die Produktion und der Einsatz von Palmöl stehen in Deutschland immer wieder in der öffentlichen Kritik und werden in direkter Verbindung mit der Rodung von Regenwäldern, der Schaffung von Monokulturen und der Dezimierung bedrohter Tierarten gebracht.

Ein Verzicht auf Palmöl ist nach Meinung der BVE jedoch ökologisch jedoch nicht sinnvoll, da eine Ölpalme im direkten Vergleich mit anderen Ölfrüchten einen vergleichsweise höheren Ertrag pro Hektar Anbaufläche erwirtschaftet. Der Ersatz von Palmöl durch andere Öle würde zudem zu Verlagerungseffekten und damit ähnlichen Problemen in anderen Ländern der Welt führen. Daher ist der richtige Weg, die Produktion von Palmöl so nachhaltig und rückverfolgbar wie möglich zu gestalten und internationale Regeln, Prozesse und Kriterien für die Einhaltung von Vorgaben zur ökologisch und sozial verträglichen Produktion von Palmöl einzufordern.

Mit der Selbstverpflichtung „100 Prozent nachhaltig“ bei der Produktion von Palm- und Palmkernöl haben sich Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen in der Multi-Stakeholder-Initiative Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) zusammengeschlossen, um aufzuzeigen, dass sie sich ihrer Verantwortung in den globalen Lieferketten bewusst sind. Die regelmäßig vom FONAP in Auftrag gegebene Studie zum Palmölmarkt in Deutschland zeigt auf, dass die Ernährungsindustrie in Deutschland Vorreiter beim Einsatz von nachhaltig angebautem Palmöl- und Palmkernöl für ihre Produkte ist. Der Anteil liegt branchen- und produktübergreifend bei aktuell rund 90 Prozent.

Die BVE ist seit 2014 FONAP-Mitglied und unterstützt so aktiv die Nachhaltigkeitsbestrebungen der deutschen Ernährungsindustrie. 2020 hat die BVE das FONAP auf seinen wichtigsten Stationen eng begleitet: im Rahmen des Messeauftritts bei der Grünen Woche 2020, bei der Zukunftswerkstatt, die die Neuausrichtung des FONAP für die





neue Förderperiode bestimmt hat, und in gewohnter Weise im Arbeitskreis Kommunikation. Auch in die digitale Kommunikation der BVE via Instagram und Twitter wurden die Botschaften und Aktivitäten des FONAP kommuniziert.

### Grain Club

Die Sicherung der Rohstoffverfügbarkeit heute und in Zukunft ist daher auch ein zentrales Anliegen der BVE. Um Ernteausfälle infolge des Klimawandels zu minimieren, Agrarsysteme weniger anfällig gegenüber immer stärker schwankenden Anbaubedingungen zu machen und damit die Versorgung mit Rohwaren für die Lebensmittelproduktion zu sichern, müssen Nutzpflanzen widerstandsfähiger werden. Diese Herausforderungen machen Innovationen in der Pflanzenzüchtung notwendig. Die „Neuen molekulargenetischen Züchtungstechniken“ (NZT) besitzen aus Sicht der BVE das realistische Potenzial, innerhalb relativ kurzer Zeit zur Lösung der genannten Herausforderungen beizutragen.

Aus diesem Grund hat die BVE ihr Engagement in der Verbändeallianz Grain Club, der insgesamt 18 Verbände aus der Land- und Ernährungswirtschaft angehören, weiter verstärkt. Im Rahmen dieser Kooperation wurden zwei Online-Seminare durchgeführt: Die Veranstaltung am 22. Januar 2021 zum Thema „Rolle neuer Züchtungstechniken bei der Anpassung von Ernährungssystemen an den Klimawandel“ war Teil des Global Forum for Food and

Agriculture (GFFA) 2021. Die Veranstaltung am 9. November 2020 unter der Überschrift „Mehr Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft mit neuen Züchtungstechniken – Rahmenbedingungen, Perspektiven, Beispiele“ wurde eigenständig durchgeführt und begeisterte rund 300 Teilnehmende. Eine vernetzte Kommunikation in den Sozialen Medien und in Pressearbeit hat den Erfolg dieser beiden Veranstaltungen weiter erhöht. Im Rahmen des Bundesparteitages von Bündnis 90/Die Grünen hat sich die Verbändeallianz mit einem offenen Brief an die Delegierten gewandt, um für die Chancen der NZT zu werben.

### Zukunftskommission Landwirtschaft

Die Zukunftskommission Landwirtschaft (ZKL) wurde als Ergebnis des Agrargipfels von Bundeskanzlerin Merkel und Bundesministerin Klöckner vom Dezember 2019 als unabhängige Regierungskommission eingesetzt. Unter dem Vorsitz von Prof. Dr. Peter Strohschneider haben die 31 Mitglieder der Kommission aus den Bereichen Landwirtschaft, Wirtschaft und Verbraucher, Umwelt und Tierschutz sowie Wissenschaft die Aufgabe, einen Ausgleich zwischen den Interessen schaffen. BVE-Vorstandsvorsitzender Dr. Christian von Boetticher wurde in diese Kommission berufen. Mit ihm setzt sich die BVE insbesondere für eine international wettbewerbsfähige und nachhaltige Lebensmittelproduktion am Standort Deutschland sowie einen entsprechend ganzheitlichen Ansatz entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein.

## Import Promotion Desk

Die deutsche Ernährungsindustrie ist auf den Import zahlreicher Rohstoffe aus dem außereuropäischen Ausland angewiesen. Das Import Promotion Desk (IPD) unterstützt die Unternehmen beim Import von Rohwaren sowie bei der Erschließung neuer Märkte und übernimmt dabei eine Scharnierfunktion zwischen europäischen Importeuren und kleineren und mittleren Exporteuren von Rohwaren in ausgewählten Entwicklungs- und Schwellenländern.

Die BVE unterstützt die Initiative als Mitglied im Fachbeirat, vertritt dort die Interessen der deutschen Ernährungsindustrie und beteiligt sich so an der strategischen Ausrichtung der Importförderung für Agrarrohstoffe. Im Vordergrund stehen dabei die für die deutsche Ernährungsindustrie relevanten Rohstoffen im IPD-Angebot: frisches sowie verarbeitetes Obst und Gemüse, Nüsse, Hülsenfrüchte, frische Gewürze und Kräuter, Tee, Kaffee, Öle und Fette, Extrakte, Kakao, Kokosprodukte sowie Trockenfrüchte.

## AFC-BVE-Studie

Der globale Einkauf von Rohstoffen nimmt zu. In den letzten zehn Jahren haben sich globalisierte Warenströme mehr als verdreifacht. Dadurch nehmen auch die Risiken entlang der Lieferkette zu. Wie sich die Unternehmen auf die Herausforderungen in komplexen Lieferketten vorbereiten, hat die BVE in einer aktuellen Studie in Kooperation mit der AFC

Risk & Crisis Consult (AFC) 2020 untersucht. Rund 250 für Risiko- und Krisenmanagement verantwortliche Mitarbeiter wurden dazu befragt.

Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die meisten Unternehmen laufend ihr Risiko- und Krisenmanagement optimieren, um vor allem die Anforderungen eines gesundheitlichen Verbraucherschutzes zu erfüllen. Deutlich sensibler sind viele Unternehmen aber auch für Risikothemen entlang globaler Lieferketten geworden. Die Risikowahrnehmung für Produkte, Marken und Unternehmensreputation hat sich nicht zuletzt durch die Corona-Krise verändert. Viele Unternehmen sehen zukünftig in der Verfügbarkeit von Rohstoffen die größte Herausforderung.

Die Studie belegt auch, dass die Corona-Pandemie sich unterschiedlich stark auf das Lieferkettenmanagement der befragten Unternehmen ausgewirkt hat. Mit 76 Prozent ist der Großteil der befragten Unternehmen der Ernährungsindustrie kaum oder nicht betroffen. Hauptsächlich diejenigen Betriebe, die in irgendeiner Form von der Pandemie betroffen waren, geben an, ihr Liefermanagement auf den Prüfstand zu stellen und künftig Änderungen herbeizuführen, wie zum Beispiel die Lagerhaltung auszubauen. Lediglich für 26 Prozent der Unternehmen ist eine regionale Rohstoffbeschaffung eine Alternative. 58 Prozent der befragten Unternehmen ziehen dies ergänzend in Betracht.

## Arbeitskreis Rohstoffe und Beschaffung

In der BVE tauschen sich Marktexperten und Verantwortliche aus Unternehmen und Fachverbänden der Ernährungsindustrie im Arbeitskreis Rohstoffe und Beschaffung über aktuelle Themen in der Rohstoffpolitik aus. Eine Mitwirkung am Arbeitskreis bietet den Teilnehmenden die Möglichkeit, einen regelmäßigen Austausch mit Kolleginnen und Kollegen zu pflegen und sich über Marktentwicklungen zu informieren.

In 2020 standen neben den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Rohstoffversorgung die Entwicklungen zum Thema entwaldungsfreie Lieferketten im Mittelpunkt der Gespräche. Mit Unterstützung des Arbeitskreises sind drei Positionspapiere aufgesetzt worden: zur Ackerbaustrategie der Bundesregierung, zu entwaldungsfreien Lieferketten und zu den Auswirkungen der Rohwarenverfügbarkeit durch die Ziele des Green Deals beziehungsweise der Farm-to-Fork-Strategie. Darüber hinaus wurde eine Online-Dialogreihe zur vertieften Diskussion einzelner Themen gestartet.

Interessierte Unternehmen und Fachverbände aus der Ernährungsindustrie sind eingeladen, sich in die Arbeit des Gremiums einzubringen.



Die AFC-BVE-Studie zu den „Herausforderungen komplexer Lieferketten“ finden Sie [hier](#).





# 7

**DIE BVE**

## Mit der BVE hat eine starke Wirtschaft einen starken Partner

Die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) ist der wirtschaftspolitische Spitzenverband der deutschen Ernährungsindustrie. Seit über 70 Jahren vertreten wir die branchenübergreifenden Interessen der Lebensmittelhersteller gegenüber Politik, Verwaltung, Medien, Gesellschaft und Marktpartnern – weltweit. Wir halten intensiven Kontakt zur nationalen Politik. Auf EU-Ebene setzen wir uns mit einem eigenen Büro in Brüssel für die Interessen der deutschen Ernährungsindustrie ein. Für internationale Partner und Institutionen aus Politik und Wirtschaft ist unsere Arbeit von Bedeutung, da die Strukturen und Netzwerke in Deutschland für ausländische Märkte schwer zu durchdringen sind und häufig ein zentraler Ansprechpartner, zum Beispiel für bilaterale Gespräche, nachgefragt wird.

## Deutsche Lebensmittel sind sicher, qualitativ hochwertig und jederzeit verfügbar

In der BVE haben sich über Fachverbände und Unternehmen alle wichtigen Produktionsbereiche der Ernährungsindustrie – von den Getränken über die Fleisch- und Süßwaren bis hin zu den kulinarischen Lebensmitteln – zusammengeschlossen. So gelingt es, den Anliegen unserer Industrie in Politik, Gesellschaft und Medien Gehör zu verschaffen und die Leistung der Ernährungsindustrie im öffentlichen Bewusstsein zu verankern.

Der Förderverein der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. unterstützt die Interessenvertretung der deutschen Ernährungsindustrie und wirkt beim Know-how-Transfer und bei der Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette aktiv mit. Er ist eine Netzwerkplattform für die strategischen Partner der Ernährungsindustrie.

## Unser Ziel: eine wettbewerbsfähige Ernährungsindustrie

Zentrale Aufgabe der BVE ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie zu sichern und zu verbessern. Fairer Leistungswettbewerb, weniger Bürokratie, weniger Regulierung, mehr Freiraum für Unternehmen und Eigenverantwortung der Bürger – mit dieser Grundhaltung arbeitet und wirbt die BVE in der politischen Diskussion für ihre Anliegen. Zur Erreichung dieser Ziele steht sie in engem Dialog mit ihren Mitgliedern, mit den Marktpartnern und den Partnern in der Lebensmittelkette, mit Politik und Verwaltung in Berlin und Brüssel und den Medien.

# Geschäftsführung und Arbeitsbereiche



**Hauptgeschäftsführer**  
**Christoph Minhoff**  
Telefon +49 30 200786-135  
Telefax +49 30 200786-235  
cminhoff@bve-online.de



**Stellvertretender Hauptgeschäftsführer**  
**RA Peter Feller**  
Telefon +49 30 200786-160  
Telefax +49 30 200786-260  
pfeller@bve-online.de  
Umwelt · Energie · Recht & Wettbewerb  
Nachhaltigkeit · Krisenmanagement



**Geschäftsführerin**  
**Leiterin Büro Brüssel**  
**Stefanie Sabet**  
Telefon +49 30 200786-143  
Telefax +49 30 200786-243  
ssabet@bve-online.de  
Wirtschaftspolitik · Außenwirtschaft · Zoll  
Nachhaltigkeit · Verbraucherpolitik



**Geschäftsführer**  
**Olivier Kölsch**  
Telefon +49 30 200786-157  
Telefax +49 30 200786-257  
okoelsch@bve-online.de  
Außer-Haus-Markt · Messen  
Exportförderung · Rohstoffe  
Entwicklungszusammenarbeit/GFFA



**Referent**  
**Sebastian Beuchel**  
Telefon +49 30 200786-154  
Telefax +49 30 200786-254  
sbeuchel@bve-online.de  
Wirtschaftspolitik · Statistik  
Stiftung Warentest · Innovation



**Referentin**  
**Ann-Kristin Uthemann**  
Telefon +49 30 200786-145  
Telefax +49 30 200786-245  
authemann@bve-online.de  
Social Media · Öffentlichkeitsarbeit



**Referentin**  
**Meike Schwamborn**  
Telefon +49 30 200786-144  
mschwamborn@bve-online.de  
Presse · Öffentlichkeitsarbeit  
Content Management



**Referent**  
**Björn Kirschniok**  
Telefon +49 30 200786-145  
Telefax +49 30 200786-245  
bkirschniok@bve-online.de  
Digitale Kommunikation



**Referent**  
**Oliver Numrich**  
Telefon +49 30 200786-167  
onumrich@bve-online.de  
Presse · Öffentlichkeitsarbeit



**Business Scout der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)**

**Max Baumann**  
Berater Entwicklungszusammenarbeit  
Telefon +49 30 200786-180  
Telefax +49 30 200786-280  
business-scout@bve-online.de

# Die Mitglieder

## Verbände



Arbeitsgemeinschaft Fleisch  
und Fleischwaren



Arbeitsgemeinschaft konsumenten-  
und ökologieorientierte Getränke-  
verpackungen e.V. (AKÖG)



Bundesverband der deutschen  
Fischindustrie und des  
Fischgroßhandels e.V.



Bundesverband der Deutschen  
Süßwarenindustrie e.V.  
Bundesverband der Deutschen  
Süßwarenindustrie e.V.



Bundesverband der  
Geflügelschlachtereien e.V.



Bundesverband der obst-,  
gemüse- und kartoffel-  
verarbeitenden Industrie e.V.

Die deutschen Brauer  
Deutscher Brauer-Bund e.V.



Deutscher Brauer-Bund e.V.



Deutscher Verband der  
Aromenindustrie e.V.



Fachverband der  
Gewürzindustrie e.V.



Kulinaria Deutschland e.V.  
Verband der Hersteller  
kulinarischer Lebensmittel



OVID  
Verband der ölsaatenverarbeitenden  
Industrie in Deutschland e.V.



Private Mills Germany e.V.



Verband der deutschen  
Fruchtsaft-Industrie e.V. (VdF)



Verband der Getreide-, Mühlen- und  
Stärkewirtschaft VGMS e.V.



Verband der Kali- und  
Salzindustrie e.V. (VKS)



Verband Deutscher Mineralbrunnen  
e.V. (VDM)



Verein der Zuckerindustrie e.V.

## Unternehmen



Aerzener Brot und Kuchen GmbH



Andros Deutschland GmbH



ARTiBack GmbH



apetito AG, Rheine



apetito convenience AG & Co. KG



Bad Heilbrunner Naturheilmittel GmbH & Co. KG



BATANIA DIRECT GmbH



Bell Deutschland GmbH & Co. KG



Capri Sun GmbH



Capri Sun Vertriebs GmbH



Coca-Cola GmbH



Conditorei Coppenrath & Wiese KG



COSTA Meeresspezialitäten GmbH & Co. KG



Danone GmbH



Danone Waters Deutschland GmbH



Brezelbäckerei Ditsch GmbH



Gebr. Engelke Große Mühle Hasede-Hildesheim GmbH & Co. KG



Ferrero Deutschland GmbH



Fürst Bismarck Quelle



Fructa Getränkeindustrie GmbH



GELITA AG



GELITA Health GmbH



GELITA MEDICAL GmbH



General Mills GmbH



GoodMills Deutschland GmbH



GoodMills Innovation GmbH



Griesson - de Beukelaer GmbH & Co. KG



Gustoland GmbH



HANSA-HEEMANN AG



Harry-Brot GmbH



Hela Gewürzwerk Hermann Laue GmbH



Hengstenberg GmbH & Co. KG

## Unternehmen



**Intersnack**

Intersnack Knabber-Gebäck  
GmbH & Co. KG



**GoodMills**  
Deutschland

Kampffmeyer Mühlen GmbH

**PETER KÖLLN**

Peter Kölln GmbH & Co. KGaA



Kölln Haferland, Hamburg



Kölln Haferland, Sylt



Backtradition seit 1884

Kuchenmeister GmbH



Carl Kühne KG (GmbH & Co.)



Loryma GmbH



**MAGDEBURGER**  
**MÜHLENWERKE** GmbH

Magdeburger Mühlenwerke GmbH



Maggi GmbH

**MARS**

Mars GmbH



Mestemacher GmbH



Modersohn's Mühlen-  
und Backbetrieb GmbH

**Mondelēz**  
International  
SNACKING MADE RIGHT

Mondelēz International

**Rüningen**  
Das Mehl.

Mühle Rüningen  
Stefan Engelke GmbH

**NESPRESSO**

Nespresso Deutschland GmbH



Good food, Good life

Nestlé Deutschland AG



Nestlé Health Science  
(Deutschland) GmbH



Nestlé Professional GmbH



Nestlé Wagner GmbH



The Healthy Hydration Company™

Nestlé Waters Deutschland GmbH



Nordzucker AG



Norddeutsche Flüssigzucker  
GmbH & Co. KG



Nutricia Milupa GmbH



Oderland Mühlenwerke Müllrose  
GmbH & Co. KG



Dr. August Oetker  
Nahrungsmittel KG



Overnight Tiefkühl-Service GmbH



PepsiCo Deutschland GmbH



Pfeifer & Langen

Pfeifer & Langen GmbH & Co. KG



Polat Dönerproduktion GmbH



RAPS GmbH & Co. KG



RAPS Fresh GmbH

# Unternehmen



riha WeserGold  
Getränke GmbH & Co. KG



Rügenwalder Mühle  
Carl Müller GmbH & Co. KG



RÜMA Feinkost GmbH & Co. KG



Schwartauer Werke  
GmbH & Co. KGaA



Semper idem Underberg AG



SINNACK Backspezialitäten  
GmbH & Co. KG



Südzucker AG



Tivall Deutschland GmbH



Tönnies Holding ApS & Co. KG



Unilever Deutschland GmbH



Valensina GmbH



WestfalenLand Fleischwaren GmbH



Westfleisch SCE



Franz Wiltmann GmbH & Co. KG



Zentis GmbH & Co. KG



Zentis Logistik Service GmbH



Zentis Süßwaren GmbH & Co. KG

zur Mühlen Gruppe

zur Mühlen ApS & Co. KG

## Fördermitglieder



AFC Consulting Group AG

Aon Versicherungsmakler  
Deutschland GmbH

Ardagh Group



VERSICHERUNGSMAKLER

BDJ Versicherungsmakler  
GmbH & Co. KG

NürnbergMesse GmbH

Bund Getränkeverpackungen  
der Zukunft GbR

COMDOK GmbH



CSB-SYSTEM

CSB-System SE



cyclos GmbH

Der Grüne Punkt – Duales System  
Deutschland GmbH

Deutsche Bank AG



DLG e.V.

DIL Deutsches Institut für  
Lebensmitteltechnik e.V.

dfv Mediengruppe

Ebner Stolz Management  
Consultants GmbHEngel & Zimmermann GmbH  
Unternehmensberatung  
für Kommunikation

EnviroChemie GmbH



E.ON Business Solutions GmbH



NSF International

NSF Erdmann Analytics GmbH

Eurofins NDSC  
Food Testing Germany GmbH

GfK SE



GNT Europa GmbH

Hamburg Messe und  
Congress GmbH

Industrieverband Heimtierbedarf e.V.



Innova Market Insights



Koelnmesse GmbH

Meisterernst Rechtsanwälte  
PartG mbB

Messe Berlin GmbH

## Fördermitglieder



Nagel-Group  
Kraftverkehr Nagel SE & Co. KG



PETCYCLE GmbH



PricewaterhouseCoopers GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Rabobank Frankfurt



SGS INSTITUT  
FRESENIUS GmbH



Digital Industries  
Food&Beverage



Silikal GmbH



sph Business Coach für  
nachhaltiges Wirtschaften



StockFood –  
Die Food-Bildagentur



Swisslog GmbH



Veolia Deutschland GmbH



ZENK Rechtsanwälte  
Partnerschaft mbB



ZNU – Zentrum für Nachhaltige  
Unternehmensführung

# BVE

Bundesvereinigung  
der Deutschen  
Ernährungsindustrie

## Impressum

Bundesvereinigung der  
Deutschen Ernährungsindustrie e.V.  
Claire-Waldoff-Straße 7  
10117 Berlin  
Telefon +49 30 200786-0  
Telefax +49 30 200786-299  
bve@bve-online.de  
www.bve-online.de

Verantwortlich für den Inhalt:  
Christoph Minhoff

Redaktionelle Betreuung:  
Meike Schwamborn

Lektorat:  
Michaela Kuhn

Layout:  
Ariane Skibbe

### © Fotos:

Wenn nicht anders gekennzeichnet BVE.

S. 11: cottonbro/Pexels; S. 18/19 + S. 20 M. r.: Volkmar Otto/  
Messe Berlin GmbH; S. 20 u. r.: Thomas Fiege/Lebensmittel-  
verband Deutschland; S. 29 + S. 66 o.: Monty Rakusen/Corbis;  
S. 56/57: Anne Jensen/Westend61; S. 61 o.: Ian Lishman/Juice  
Images/Corbis; S. 72: Yasuko Aoki/amanimages/Corbis

### Gettyimages/iStock:

S. 04/05 + S. 30: peopleimages; S. 06: Hispanolistic;  
S. 09: valentinrussanov; S. 10: Neustockimages (Montage);  
S. 34/35: AJ\_Watt; S. 36: LukaTDB; S. 38: blackCAT; S. 41: Sjo;  
S. 42: Yuri Arcurs; S. 44: Alistair Berg/DigitalVision;  
S. 50/51: Leo Patrizi; S. 54 o.: querbeet; S. 59: andresr;  
S. 60: hadynyah; S. 68/69: carloskaw; S. 76: Violeta Stoimenova

### Adobe Stock:

S. 25: I Viewfinder; S. 70 o.: Dusan Petkovic; S. 46: Ivan

### Shutterstock:

S. 22/23: SeventyFour; S. 32: DedMityay; S. 33: Dusan Petkovic;  
S. 43: NicoElNino; S. 45: J. Miks; S. 46: canbedone; artjazz;  
S. 54 u.: bit mechanic; S. 55: This Is Me; S. 61: Ondrej Prosiccky;  
S. 65: Sarah Nguyen; S. 67: Gorodenkoff; S. 70 u.: Snowbelle;  
S. 71: Krasula; S. 73 o.: BonNontawat; S. 73 u.: nirapai boon-  
pheng; S. 74: oticki

**Bundesvereinigung der  
Deutschen Ernährungsindustrie e.V.**  
Claire-Waldoff-Straße 7  
10117 Berlin  
Telefon +49 30 200786-0  
Telefax +49 30 200786-299  
bve@bve-online.de  
www.bve-online.de

Büro Brüssel:  
**Federation of German Food and Drink Industries**  
Avenue des Nerviens 9 – 31  
1040 Brussels  
Telefon +32 2 5008759



[www.bve-online.de](http://www.bve-online.de)

