

Bundesvereinigung der Deutschen

 ERNÄHRUNGS
INDUSTRIE

Jahresbericht

2021

2022

INHALT

	Vorwort	03
1	Verbraucher und Öffentlichkeit	04
2	Die Ernährungsindustrie	34
3	Märkte und Wettbewerb	46
4	Umwelt, Klima und Energie	66
5	Nachhaltigkeit	72
6	Rohstoffe	84
7	Die BVE	92
	Geschäftsführung und Arbeitsbereiche	94
	Die Mitglieder	96
	Impressum	102

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

DIE WELT IST EINE ANDERE



Dr. Christian von Boetticher



Christoph Minhoff

Sehr geehrte Damen und Herren,

seit Ende Februar ist die Welt eine andere. Schon die Corona-Pandemie hat unsere Selbstverständlichkeiten erschüttert. Der Krieg gegen die Ukraine tut dies einmal mehr. Er lässt uns fassungslos zurück und bedroht unsere europäischen Werte wie Freiheit, Demokratie oder Selbstbestimmung. Der Krieg gegen die Ukraine ist durch nichts zu entschuldigen. Die Ukraine hat daher unsere vollständige Solidarität.

Niemand kann vorhersehen, was passiert sein wird, wenn Sie diese Zeilen lesen. Viel zu schnell überschlagen sich die Ereignisse. Aber eines ist gewiss: Dank des unermüdlichen Einsatzes in den Unternehmen der Ernährungsindustrie konnte während der Pandemie sichergestellt werden, dass die Menschen in Deutschland mit hochwertigen Lebensmitteln versorgt wurden – und die deutsche Ernährungsindustrie wird auch weiterhin die Versorgung sichern. Diese Leistung stellt die BVE in den Vordergrund ihrer Arbeit. Das gilt sowohl im Austausch mit den Verbraucherinnen und Verbrauchern als auch mit den Medien und der Politik. Denn wenn wir nicht selbst für unsere Themen eintreten, tut es niemand.

Trotz der Herausforderungen durch das Pandemiegeschehen und der Belastungen in den Lieferketten konnte die deutsche Ernährungsindustrie ein positives Jahresergebnis vorweisen. 2021 wurden 186,3 Milliarden Euro erwirtschaftet. Das entspricht einem Plus von 0,5 Prozent zum Vorjahr. Zwar ging der Umsatz im Inlandsgeschäft mit 120,5 Milliarden Euro um 2,7 Prozent zurück, aber das Auslandsgeschäft wuchs um 7,0 Prozent. Die Exportquote stieg dementsprechend und lag bei 35,3 Prozent.

In 2022 werden die Herausforderungen für die Branche – wie uns der Beginn dieses Jahres bereits gezeigt hat – nicht kleiner. Hunderttausende Landwirte, Lebensmittelhersteller und –händler, das Handwerk und die Gastronomie wachsen jedes Jahr aufs Neue über sich hinaus, um sich aktuellen Herausforderungen zu stellen. Die BVE wird nicht müde werden, dieser Tatkraft Ausdruck zu verleihen und die Branche mit allen Möglichkeiten zu unterstützen.

Dieser Jahresbericht ist ein Beleg für die Kraftanstrengungen der Lebensmittelhersteller in Deutschland 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, gutes und vor allem friedliches Jahr 2022.

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 um den Kunden noch nie so hart. Gut 40.000 neue Produkte erweitern deshalb jährlich das Angebot. Gleichzeitig 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

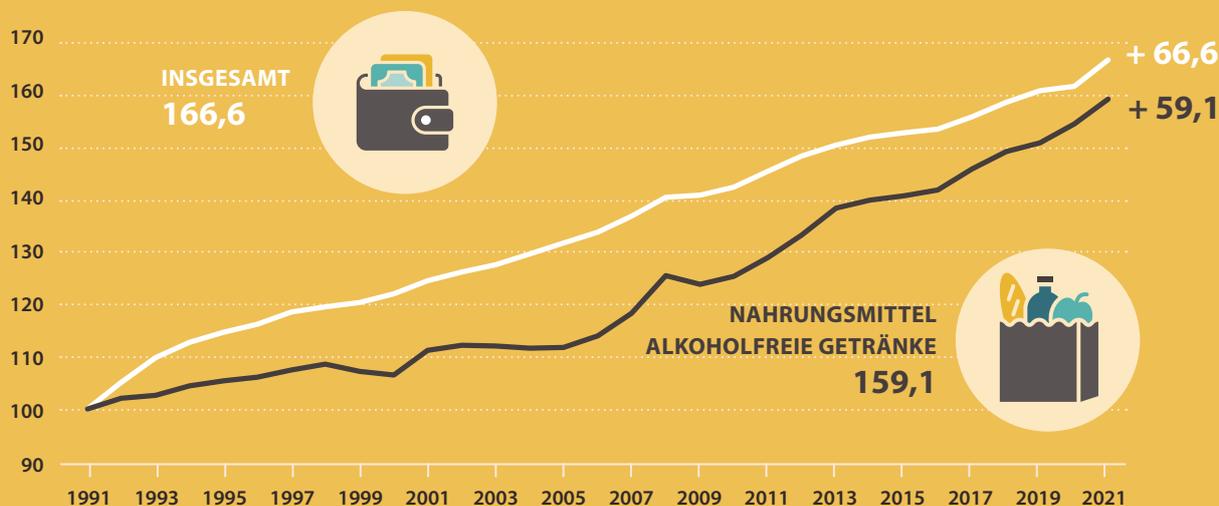
ständig verfügbar. Das Produktportfolio wird stetig weiter spezialisiert, differenziert und immer innovativer. Diesen Ernährungswohlstand verdanken die Verbraucher einer fortschrittlichen und wettbewerbsfähigen, aber auch komplexen industriellen Lebensmittelproduktion, die Genuss und Gesundheit sowie globale Verantwortung miteinander vereint.

Konsumklima leidet unter der Corona-Pandemie

Nachdem sich das Konsumklima in den letzten Jahren vor Corona im Zuge der guten konjunkturellen Lage positiv entwickelt hatte, führten das Pandemiegeschehen und die damit einhergehenden Infektionsschutzmaßnahmen zu einem deutlichen Einbruch der Verbraucherstimmung im Jahr 2020. Im Jahresverlauf 2021 zeigte das Konsumklima leichte Erholungstendenzen, konnte jedoch nicht an den Stand vor Beginn der Pandemie anknüpfen. Insbesondere die Einschränkungen des öffentlichen Lebens im ersten Quartal 2021 und das Auftreten der bis dahin unbekannt Omikron-Variante im vierten Quartal 2021 haben immer wieder zu einem Rückgang des GfK-Konsumklimaindexes geführt. Dabei entwickelten sich die Indikatoren „Konjunktur- und Einkommenserwartung“ sowie „Anschaffungsneigung“ keinesfalls homogen: Die Verbraucher bewerteten die zukünftige konjunkturelle Lage in Anbetracht einer stabilen Wirtschaftslage als positiv. Dementsprechend lagen die Konjunkturerwartungen zeitweise sogar auf dem Vor-Corona-Niveau.

VERBRAUCHERPREISENTWICKLUNG 1991 – 2021

Indexwerte 1991=100



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

Die Einkommenserwartung fiel trotz stabiler Wirtschaftslage angesichts der allgemeinen Unsicherheit im Jahresverlauf verhaltener aus; das hatte auch negative Auswirkungen auf die Anschaffungsneigung.

Dank ihres hohen Einkommensniveaus wenden die Deutschen lediglich zwölf Prozent (Stand 2020) 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 59,1 Prozent – weniger stark als die allgemeinen Lebenshaltungskosten, die um 66,6 Prozent stiegen. Das Preisniveau für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke liegt in Deutschland im EU-Durchschnitt.

Der Trend hin zum Genuss von hochwertigen Lebensmitteln ist auch in Zeiten der Pandemie ungebrochen. So wählten Konsumenten 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 2022 im Schnitt 24.807 Euro pro Kopf für Konsumausgaben, Wohnen, Freizeit und Sparen zur Verfügung. Dies entspricht einem rechnerischen Plus von nominal 4,3 Prozent und 1.013 Euro pro Kopf im Vergleich zum

revidierten Vorjahreswert. Im europäischen Vergleich verfügen die Deutschen über eine überdurchschnittlich hohe Kaufkraft.

Verbraucherpolitik mit Maß und Ziel

Die Verbraucher entscheiden durch ihren Kauf über das Lebensmittelangebot und besonders über den Erfolg oder Misserfolg von Marktneuheiten. Was nicht gekauft wird, verschwindet aus dem Regal. Jeder Verbraucher, jede Verbraucherin ist anders, individuelle Bedürfnisse haben ein höchst vielfältiges Lebensmittelangebot hervorgebracht, das Kaufentscheidungen erschweren kann. Die BVE befürwortet deswegen den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher als Leitbild in der Verbraucherpolitik. Eine staatliche Konsumlenkung und Bevormundung der Verbraucher lehnt die Ernährungsindustrie hingegen ab. Auch neue und aufwendige 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 sind bereits streng reguliert.

PREISNIVEAUINDEX FÜR NAHRUNGSMITTEL UND ALKOHOLFREIE GETRÄNKE

2020, EU-28 = 100



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE



Weitere und strengere Vorschriften für Hersteller und Produkte steigern Kosten, senken die Planungssicherheit und mindern die Ertragslage. Dies geht vor allem zulasten des Mittelstandes. 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. Aufgeklärte Konsumenten und eine gesunde Lebensweise sind gesamtgesellschaftliche Aufgaben, die alle Akteure gemeinsam lösen müssen. Die Ernährungsindustrie leistet ihren Beitrag zur Ernährungspolitik und fördert als wesentliche Wertschöpfungsträgerin in der Lebensmittelkette Transparenz und Information gegenüber dem Konsumenten. Verbraucherinformationen müssen sich vor allem am Kunden orientieren. Angesichts der notwendigen Informationstiefe und des erforderlichen Informationsumfangs, um Verbraucher aussagekräftig, wahrheitsgemäß und lückenlos über Produkte und Prozesse zu informieren, sind in der Praxis Kennzeichnungen allein weder für Unternehmen noch Verbraucher 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 über Lebensmittel und deren Herstellung

auf Basis gesicherter Fakten geführt werden. Unternehmen können ihre Produkte den steigenden Kundenanforderungen anpassen, wenn die erforderlichen Kosten von den Kunden mitgetragen werden. Mehr Qualität an der Ladentheke muss auch mit höheren Preisen honoriert werden.

Bundestagswahl 2021

Zentrales Thema des Jahres 2021 war die Bundestagswahl. Wer zieht in den 20. Deutschen Bundestag ein? Was bedeutet das Wahlergebnis für die Zukunft Deutschlands in den nächsten vier Jahren und darüber hinaus? Diese Fragen haben nicht nur Politik und Öffentlichkeit, sondern auch die Ernährungsindustrie beschäftigt. Die Zukunft des fünftgrößten deutschen Industriezweigs, der deutschen Ernährungsindustrie, hängt maßgeblich von den Entwicklungen unter der neuen Regierung ab. Als wirtschaftspolitischer Spitzenverband der Branche hat sich die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) deshalb im Vorfeld der Wahl intensiv mit dem Thema auseinandergesetzt und zehn zentrale Forderungen aufgestellt.

Deutschland muss als Standort für die Lebensmittelproduktion wieder fit gemacht werden. Dazu wird Wirtschaftswachstum benötigt, das Wertschöpfung ermöglicht. Innovation und Technologie sind Schlüsselfaktoren für mehr Nachhaltigkeit. Auf nationale Alleingänge sollte zugunsten einer europäischen Harmonisierung verzichtet werden. Die neue Bundesregierung muss die Grundlagen für eine zukunftsfähige, nachhaltige und profitable Nahrungsmittelindustrie schaffen.

Der Koalitionsvertrag von SPD, Grünen und FDP aus Sicht der Ernährungsindustrie

Nachdem die Parteien SPD, Bündnis 90/Grüne und FDP ihren Koalitionsvertrag vorgelegt hatten, hat die Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie die für die Ernährungsindustrie relevanten Aussagen zu den Themen Ernährung und Landwirtschaft (1), Digitalisierung, Bürokratieabbau, Innovationen und Sicherheit (2), Wettbewerb und internationaler Handel (3) sowie Arbeit und Soziales (4) und abschließend Umwelt, Naturschutz und Nachhaltigkeit (5) vor dem Hintergrund der eigenen Wahlforderungen ausgewertet und kommentiert ([Hier lesen](#)). Die Transformation der Ernährungssysteme wird im Koalitionsvertrag als konkretes Zukunftsfeld benannt. Das ist wichtig, um eine Basis für die Diskussion konkreter praxistauglicher Maßnahmen zu haben. Offen lässt der Koalitionsvertrag jedoch aus Sicht der BVE an vielen Stellen, welche konkreten Ziele und Maßnahmen in welchen Zeithorizonten in wichtigen Zukunftsfragen erreicht werden sollen.



#DeutschlandNeuStarten



Innovativ und nachhaltig:
Die Ernährungsindustrie
für die Zukunft stärken



Landwirtschaft für
die kommenden
Generationen rüsten



Alle zehn Forderungen finden Sie hier: www.deutschlandneustarten.de

Kampagne #DeutschlandNeuStarten

Im Vorfeld der Bundestagswahl verbreitete die BVE ihre politischen Forderungen mit der Kampagne #DeutschlandNeuStarten. Auf der eigens eingerichteten Internetseite www.deutschlandneustarten.de und mittels zehn Social-Media-Sharepics wurde hervorgehoben, dass die neue Bundesregierung die Grundlagen für eine zukunftsfähige, nachhaltige und profitable Nahrungsmittelindustrie schaffen muss. Die Ernährungsindustrie steht aufgrund des Klimawandels und zahlreicher Transformationen hin zu mehr Nachhaltigkeit vor großen Herausforderungen. Hinzu kommen die Belastungen durch die Corona-Pandemie. Die BVE hat mit der Kampagne gezeigt, dass die Branche bereit ist, die Verantwortung für eine zukunftsfähige Lebensmittelproduktion in Deutschland zu übernehmen. Die Rahmenbedingungen dafür muss jedoch die Politik schaffen.

Politiktalk zur Bundestagswahl

Im Bundestagswahlkampf 2021 galten lange verschiedene Regierungskonstellationen als denkbar. Inhaltlich warten neue große Aufgaben auf Deutschland beziehungsweise auf eine neue Bundesregierung: Die Pandemie ist noch nicht überwunden und gleichzeitig steht Deutschland vor der Herausforderung, die Klimaneutralität bis 2045 zu erreichen. Dieses Mammutprojekt für die Gesamtgesellschaft ist mit erheblichen Veränderungen und Investitionsbedarfen –

auch für Ernährungsindustrie – verbunden. Wie kann nach Vorstellung der demokratischen Parteien eine neue Bundesregierung den Wirtschaftsstandort Deutschland stärken, damit Beschäftigung und Wohlstand nicht gefährdet werden? Die Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss und die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie haben ihre Mitglieder eingeladen, diese Leitfrage mit allen regierungswilligen Parteien in Deutschland zu diskutieren. Am 7. September 2021 fand die digitale Diskussionsveranstaltung „Klima, Beschäftigung, Wertschöpfung – Die Ernährungs- und Genussmittelindustrie im Dialog mit der Politik zur Bundestagswahl 2021“ unter reger Beteiligung aus Verbänden und Unternehmen statt.



Label stärken, Reduktionsstrategien nutzen, um Produkte neu zu entwickeln, Kreislaufwirtschaft ausbauen, Nachverfolgbarkeit verbessern – Ziele von Bündnis 90/Die Grünen, die Renate Künast erläuterte.



Im Politikdialog von ANG und BVE bricht Rainer Spiering (SPD) eine Lanze für eine gesunde und regionale Ernährung im Bildungssektor.



Anreize statt Verbote, Akzeptanz schaffen, Klimaschutzleistungen honorieren, Verwaltung digitalisieren – Albert Stegemann (CDU) nennt wichtige Aspekte, um die Ernährungsindustrie bestmöglich in die Zukunft zu führen.



„Der Verbraucher braucht Transparenz. Er soll aber am Ende selbst entscheiden können, welche Lebensmittel er kauft“, betont Dr. Gero Hocker (FDP).

finden gemäß ihrer Satzung unter Beratung mit Wirtschaft, Verbraucher und Wissenschaft statt, dadurch genießt sie als unabhängige und objektive Prüfinstanz besonders hohes Verbrauchervertrauen und Glaubwürdigkeit.

Aus ihrer Marktbedeutung erwächst der Stiftung Warentest gegenüber Verbrauchern und Unternehmen eine große Verantwortung, da sie durch ihre Arbeit das Marktgeschehen empfindlich beeinflussen kann. 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.

Die satzungsgemäße Mitwirkung der Anbieterseite in Kuratorien 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 2021 hat die Stiftung Warentest in gut 270 Lebensmitteltests rund 7.000 Produkte nach eigenen Maßstäben geprüft. Beim Qualitätsurteil genügten 88 Prozent der Lebensmittel den Qualitätskriterien.

Stiftung Warentest

Die Qualität von Lebensmittel ist ein entscheidendes Kaufkriterium. Konsumenten machen ihre Kaufentscheidung zunehmend von den verfügbaren Informationen über Lebensmittel und deren Herstellung abhängig und sind immer öfter bereit, 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



Öko-Test



Die monatliche Publikation Öko-Test ist ein deutschsprachiges Verbrauchermagazin mit einer Auflage von rund 121.000 Exemplaren (inklusive E-Paper) 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 „gut“ und „sehr gut“ von Öko-Test empfohlen werden.

In den Lebensmitteltests wird zwischen konventionellen Produkten und Bioprodukten unterschieden. Die BVE wertet die Lebensmitteltests seit Juni 2017 aus; bis zum Jahresende 2021 wurden rund 2.300 Produkte getestet. Tests von Bioprodukten fallen im Schnitt besser aus, 36 Prozent der getesteten Produkte wurden mit „sehr gut“ bewertet. Bei konventionellen Lebensmitteln erreichen diese Bewertung nur 26 Prozent der Produkte.

BVE-Arbeitskreis Warentest

Die BVE vertritt die Interessen der Ernährungsindustrie gegenüber den Verbrauchermagazinen Stiftung Warentest sowie Öko-Test und organisiert die Beteiligung der Branche an den Testvorhaben der Stiftung Warentest. Für ihre Mitglieder ist die BVE der zentrale Ansprechpartner beim Thema Stiftung Warentest sowie Öko-Test und steht in einem kontinuierlichen und konstruktiven Austausch mit den Verbraucherorganisationen. Dadurch kann die objektive Qualitätsbeurteilung von Lebensmitteln verbessert werden. Darüber hinaus unterstützt die BVE im Rahmen des BVE-Arbeitskreises Warentest den gemeinsamen Dialog und leistet für Unternehmen und Wissenschaft konkrete Hilfestellungen zum Umgang mit Testvorhaben, bei 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. 2021 tagte der BVE-Arbeitskreis Warentest drei Mal: am 12. Februar 2021 erstmals auch mit der Redaktion von Öko-Test, am 17. Juni 2021 im Dialog mit der Stiftung Warentest und am 12. November 2021 im Austausch mit dem Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR).

Nachhaltigkeitstrends in der Ernährungsindustrie 2021

Zum Auftakt der weltgrößten Ernährungsmesse ANUGA hat die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) gemeinsam mit Innova Market Insights die Studie *„Nachhaltigkeitstrends in der Ernährungsindustrie 2021“* vorgestellt.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass Nachhaltigkeit längst ein wesentlicher Treiber für Qualität und Innovation und damit auch ein wichtiger Faktor für mehr Wertschöpfung und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen am Standort Deutschland ist. So hat etwa die Produktion von pflanzenbasierten Fleischalternativen auf 2020 gegenüber dem Vorjahr um 39 Prozent zugenommen: Von 60.000 Tonnen stieg die Produktion auf über 80.000 Tonnen mit einem Wert von 375 Millionen Euro. Neben dem reinen Mengenzuwachs nahm auch die Vielfalt zu: Zwischen 2017 und 2020 wuchs



Broschüre „Nachhaltigkeitstrends in der Ernährungsindustrie 2021“

die Anzahl von Produktneuheiten im Bereich Fleischersatz in Deutschland jährlich um rund acht Prozent. Noch dynamischer entwickelte sich der Markt für Milchersatzprodukte.

Doch auch Fleisch wird weiterhin auf hohem Niveau konsumiert. Der jährliche Produktionswert von Fleisch und Fleischerzeugnissen ist einhundert Mal größer als der von Fleischersatzprodukten und machte im Jahr 2020 rund 38,6 Milliarden Euro aus. Aber der Fleischkonsum hat sich verändert und wird nachhaltiger. Seit 2017 werden immer mehr Fleischprodukte eingeführt, die zusätzliche Nachhaltigkeits-eigenschaften gegenüber konventionellen Produkten ausloben. Im Vergleich zu 2016 hat sich das Angebot von Produkten, die gesteigerten ethischen Ansprüchen entsprechen, nahezu verdreifacht.

Eine dynamische Entwicklung lässt sich auch bei Lebensmittelverpackungen beobachten. Die Forderung nach weniger Verpackungsmaterial hat dazu geführt, dass Verpackungen zunehmend intelligenter werden, Recycling eine immer größere Rolle spielt und alternative Materialien eingesetzt werden, um die natürlichen Ressourcen zu schonen.

Laut Studie nimmt auch das Informationsbedürfnis weiter zu. Im Wechselspiel von Angebot und Nachfrage reagieren die Lebensmittelhersteller in Deutschland wie weltweit auf den Informationsbedarf mit einer Transparenzoffensive: Dazu zählen zusätzlichen Angaben und Kennzeichnungen auf den Verpackungen, QR- und Tracking-Codes mit weiterführenden Informationen und ausführlichen Angaben auf den Webseiten.

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Die BVE versteht sich als die Stimme Lebensmittel- und Ernährungsbranche 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, 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 vielen Angstlobbyisten 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 Journalisten mit umfassendem Informationsmaterial.

Als Dachverband der Branche bietet die BVE außerdem eine Plattform für den Meinungsaustausch 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.

Seit April 2022 ziert die BVE ein neues Logo. Mit der Bildmarke, die sich aus einem „e“ und einem „i“ zusammensetzt, und der Fokussierung auf den Begriff „Ernährungsindustrie“ soll das Profil der BVE gestärkt werden. Die Farben schlagen dabei eine Brücke zum alten Logo. Ergänzt wird der Neuauftritt durch eine sukzessive Aktualisierung des Corporate Designs.

Bundesvereinigung der Deutschen



Internet: 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 Ernährungswirtschaft, Digitalisierung, Wettbewerb & Recht, Außenwirtschaft, Verbraucher, Rohstoffe, Umwelt, Energie und Nachhaltigkeit vermitteln auf den ersten Blick mit einer Einleitung und angeteaserten Beiträgen in komprimierter Form alle wichtigen Informationen. 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 vermitteln einen direkten Zugang zu den Experten.

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.

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

Pressestelle

Im Rahmen von Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Interviews, Statements, Beiträgen, Reden, Hintergrundgesprächen vertritt die BVE die Positionen der Ernährungsindustrie. 2021 veröffentlichte die BVE 41 Pressemitteilungen, unter anderem zu Umwelt-, Konjunktur-, Außenhandels- und Nachhaltigkeitsthemen.

80 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 etwas geringer als in den vergangenen Jahren. Neben Zitanfragen aus Medienredaktionen erreichten die BVE auch Fragen von Verbrauchern, Institutionen, Ministerien, Unternehmen, Verlagen, Agenturen sowie von Schülern und Studierenden. Diese wurden ebenfalls schnell und sachgerecht beantwortet.



Die BVE hat sich als Vermittlerin zwischen Politik, Unternehmen, Verbrauchern und Medien etabliert. 2021 standen nicht nur die Herausforderungen der andauernden Corona-Pandemie im Vordergrund, sondern auch die steigenden Preise in nahezu allen Bereichen und die notwendigen Transformationen für mehr Nachhaltigkeit. Dass sich die Branche längst in dieser Transformation befindet und sogar eine Vorreiterrolle einnimmt, haben wir auf unserer Tour durch Deutschland gezeigt. Die Unternehmen der Ernährungsindustrie sind innovativ und zukunftsgerichtet. Seit über 70 Jahren fordern und fördern wir daher das Ideal von unternehmerischer Freiheit in gesellschaftlicher Verantwortung. Mit dieser Forderung haben wir uns auch an die neue Bundesregierung gewandt. Wir können die aktuellen Herausforderungen nur mit einer starken Wirtschaft meistern, die in ihren Bestrebungen unterstützt statt gegängelt wird.

Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der BVE und des Lebensmittelverbands Deutschland

Jahrespressekonferenz

Die digitale Jahrespressekonferenz der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) und der Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss (ANG) fand am 18. Juni 2021 statt.

BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff stellte den wirtschaftspolitischen Jahresbericht und die wichtigsten Kennzahlen aus der Ernährungsindustrie für das Jahr 2020 vor. Er gab eine Prognose für das Jahr 2021 und zeigte Ursachen für die unter wachsenden Druck geratenen Kostenstrukturen der Branche auf. Er stellte fest: „Die Ernährungsindustrie hat bereits im Corona-Jahr unter einem erheblichen Kostendruck gelitten. Und dieser Druck verstärkt sich gerade: Die Transportlogistik wird immer teurer, die Rohstoffpreise steigen und hinzu kommen negative Standortfaktoren wie die höchsten Strompreise in ganz Europa.“

ANG-Hauptgeschäftsführerin Stefanie Sabet stellte den sozialpolitischen Jahresbericht der ANG, die aktuellen Beschäftigten- und Auszubildendenzahlen sowie die Beschäftigtenerwartungen der Ernährungs- und Genussmittelindustrie nach dem ersten Krisenjahr vor. „Eine der besten Lösungen für einen soliden Staatshaushalt nach der Krise ist eine positive Beschäftigungsentwicklung, hier brauchen wir jetzt Impulse. Der Fachkräftemangel muss angegangen werden, mobiles Arbeiten benötigt keine Pflicht, sondern ein modernisiertes Arbeitszeitgesetz und schließlich braucht es Freiheiten und Spielräume für eine starke Tarifautonomie“, so Sabet. Sie zeigte außerdem, wie die Pandemie die betrieblichen Abläufe beeinflusst.

Social Media

Die Kommunikation über die Sozialen Medien ist seit acht Jahren ein wichtiger Bestandteil in der Kommunikationsstrategie der BVE. Aktuell ist die BVE auf Twitter, LinkedIn, Facebook, YouTube und Instagram aktiv. Die Präsenz dort ist besonders relevant, um direkt mit Verbrauchern, Medien, Politik, Wirtschaft und Nichtregierungsorganisationen zu kommunizieren, branchenrelevante Themen und Inhalte zu setzen, Kampagnen entgegenzuwirken und ein wachsendes Netzwerk zu pflegen.

Differenziert wird dabei zwischen verbraucherorientierten Netzwerken (Instagram und Facebook) und denen, die sich vorwiegend an Medien, Politik, Wirtschaft und NGOs richten (Twitter und LinkedIn). Die Inhalte werden kanal- und zielgruppenspezifisch aufbereitet. Parallel wird ein aktives Community Management gepflegt. Mit zusätzlichem Aufwand bespielt die BVE einen eigenen YouTube-Kanal mit eigens dafür produziertem Bewegtbild-Content.

Auswahl Instagram 2021



Interaktionen: 392 | Impressionen: 182.322 | Likes: 450 | Kommentare: 6



Interaktionen: 375 | Impressionen: 111.287 | Likes: 369 | Kommentare: 5



Interaktionen: 339 | Impressionen: 54.369 | Likes: 490 | Kommentare: 74



Interaktionen: 315 | Impressionen: 89.966 | Likes: 271 | Kommentare: 5

Instagram

Im Bereich der verbraucherorientierten Kommunikation liegt der Fokus der BVE-Tätigkeiten auf dem Instagram-Kanal „whatthefood_germany“. Auch im zweiten Jahr nach Start des inhouse entwickelten Profils stiegen die Followerzahlen stetig, sodass nun bereits 14.252 Abonnenten „What The Food“ folgen. Mit 5,9 Millionen Impressionen (in 2021) und einem aktiven Community Management konnte die BVE ihren Status auf Instagram weiter festigen. Die Mischung aus News zu Innovationen der Lebensmittelindustrie und alltäglich nützlichen beziehungsweise wissenswerten Informationen rund um Lebensmittel spricht eine breite Zielgruppe an. Vor allem Verbraucher und Verbraucherinnen im Alter zwischen 18 und 40 Jahren haben großes Interesse an den ansprechenden, unterhaltsamen und leicht verständlichen Inhalten. Mit einem bunten Mix an Inhalten konnte die BVE zu einem sachlichen Austausch anregen, eine erhöhte

Wertschätzung für Lebensmittel fördern und auch die Innovationskraft der Branche deutlich machen.

Facebook

Die Profilseite „What The Food Germany“ folgt weiterhin dem Vorbild des Instagram-Kanals und konnte auch im Jahr 2021 erfolgreich an Abonnenten und Seiten-Likes gewinnen. Mit einem Zuwachs von 1.500 Abonnenten zählt die Profilseite nun insgesamt knapp 8.000 Follower (Stand: Januar 2022).

Twitter

Die Präsenz der BVE auf Twitter konnte im letzten Jahr durch das regelmäßige Posten von branchenrelevanten Themen und aktuellen Nachrichten sowie durch die Bereitstellung von Informationen zu den Aktionen der BVE erneut leicht ausgebaut werden.

Die erfolgreichsten Tweets des Jahres (pro Quartal)

BVE @BVE_online · 21. Jan. 2021
Der Sieger der Startup-Days steht fest. 🎉 Herzlichen Glückwunsch an MarktKost! 🍷

MarktKost bietet eine tech-basierte Lösung für abwechslungsreiche Ernährung für Unternehmen ohne Kantine. 🍴

Danke für die tollen, innovativen Ideen!

#IGWDigital2021 #ZukunftSchmeckt



Interaktionen: 65 | Impressionen: 5.053 | Likes: 8

BVE @BVE_online · 20. Juni 2021
Hat sich die CDU zu lange mit Personalfragen statt mit einem Wahlprogramm beschäftigt? Darüber diskutiert @MinhoffC mit @MikeMohring, CDU und @ernst_klaus, Die Linke in der neuen Folge #Küchenkabinett. Hier geht's zur ganzen Folge: youtu.be/bT6cXJTcxGY @Imverband



Interaktionen: 65 | Impressionen: 4.240 | Likes: 6

BVE @BVE_online · 8. Juli 2021
Wie sieht die Zukunft der Milchwirtschaft aus? Wir haben mit #Zukunftschmeckt einen Vertragslandwirt von @DachDanone besucht und mit Expertinnen + Experten über nachhaltige Landwirtschaft gesprochen. Mit dabei u.a.: @fuchtel, @tierschutz_bund, @ZNU_UWH.



[zukunftschmeckt.de](https://www.zukunftschmeckt.de)
Rückblick: "Zukunft schmeckt on Tour" in Königheim-Gissigheim mit Danone – Wie schmeckt die Zukunft?

Interaktionen: 26 | Impressionen: 4.191 | Likes: 6

BVE @BVE_online · 27. Okt. 2021
@NestleGermany, @oatly, @FROSTA_DE + @mymuesli haben sich zusammengeschlossen, um ein neues Klima-Label einzuführen. Wir unterstützen die freiwillige Kommunikation von Klimabilanzen, aber EU-weite Standards sind hier zielführend. 📌 Mehr dazu. 🍌



[bve-online.de](https://www.bve-online.de)
Vier für ein Klima-Label
Vier Lebensmittelunternehmen haben sich zusammengeschlossen, um ein neues Klima-Label einzuführen: Nestlé Deutschland, Oatly, Frosta ...

Interaktionen: 28 | Impressionen: 1.856 | Likes: 2

Auch das aktive Nutzen der Retweet-Funktion zur Verbreitung wichtiger Meldungen und Informationen trug zur Etablierung des Kanals bei. Auf Twitter hat die BVE eine Followerschaft von 2.722 (Stand: Januar 2022) und erreicht im Jahresdurchschnitt knapp 20.000 Impressionen pro Monat. Der Juli stach dabei mit 56.800 Impressionen deutlich heraus. Ein Highlight in 2021 war die deutschlandweite Roadshow „Zukunft schmeckt – on Tour“, die unter anderem auf Twitter dokumentiert wurde. Unter dem Hashtag #ZukunftSchmeckt finden sich 327 Ergebnisse auf Twitter, die auf dieser Plattform eine potenzielle Reichweite von 877.000 produziert haben. Weitere erfolgreich Beiträge waren die Wortmeldungen der Ernährungsindustrie zur Impfbereitschaft (#impfklar) der Ernährungsindustrie im Frühjahr, branchenrelevante

Informationen zur Bundestagswahl 2021 und Neuerungen und Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit.

LinkedIn

Seit vier Jahren ist die BVE auf LinkedIn vertreten. Der Kanal ermöglicht es, relevante Themen und Positionen für die Unternehmensvertreter sichtbar zu machen sowie wichtige Inhalte zu vertiefen. Steigende Impressionen und Interaktionswerte zeigen, wie erfolgreich die BVE auf diesem Weg ist. Der Kanal konnte seine Followerschaft im Vergleich zum Vorjahr erneut knapp verdoppeln und zählt mittlerweile 1.064 Follower (Stand: Januar 2022)

Die erfolgreichsten LinkedIn-Posts des Jahres

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V. (BVE)
1.065 Followerinnen
6 Monate

Eine Arbeitsgruppe der [Georg-August-Universität Göttingen](#) hat ein Verfahren entwickelt, mit dem aus Popcorn kompostierbare Verpackungen hergestellt werden. Das umweltfreundliche Produkt soll eine Alternative für Styropor und Kunststoff darstellen. [#Ernährungsindustrie](#)

Impressionen: 8.262 | Reaktionen: 97 | Kommentare: 2

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V. (BVE)
1.065 Followerinnen
8 Monate

Diese Woche wurden zum 3. Mal in Deutschland mehr als 800.000 Corona-Impfdosen an einem Tag verimpft. Es ist wichtig, dass es mit derselben Intensität weitergeht. Die Ernährungsindustrie ist [#impfklar!](#)

„Als Familienunternehmen übernehmen wir Verantwortung – für unsere Mitarbeitenden und für die Gesellschaft.“
Wir sind bereit und bestens darauf vorbereitet, unseren Mitarbeitenden Impfungen schnell und unkompliziert über unsere bewährten Strukturen anzubieten. Dabei darf es keine bürokratischen Hürden geben, denn wir haben **keine Zeit zu verlieren!**

ANDREAS RONKEN
Vorstand der Geschäftsbühne
Alfred Ritter GmbH & Co. KG

Andreas Ronken und 1 weitere Person

[#impfklar](#)

Impressionen: 3.438 | Reaktionen: 39 | Kommentare: 0

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V. (BVE)
1.065 Followerinnen
1 Monat

[#ZusammenGegenCorona](#): In einer gemeinsamen Aktion werben über 150 Unternehmen und Marken für das Impfen, darunter auch viele bekannte Marken der [#Ernährungsindustrie](#)

Und jetzt alle!
Gegen Corona zinkt jetzt Teamgeist. Alle, die sich impfen lassen, bringen ein Stück vom Leben zurück, das wir so sehr vermissen. Bitte lass Dich impfen! [#ZusammenGegenCorona](#)

[#ZusammenGegenCorona](#): Über 150 deutsche Unternehmen und Marken rufen zum Impfen auf

Impressionen: 2.129 | Reaktionen: 53 | Kommentare: 2

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V. (BVE)
1.065 Followerinnen
3 Monate

Welche Strategien verfolgen Unternehmen, um Verpackungen klimafreundlicher zu gestalten? Unser stellvertretender Hauptgeschäftsführer Peter Feller diskutiert dazu u.a. mit dem [Forum Ökologisch Verpacken](#), Kai Klicker-Brunner, Gunda Rachut und ALDI Nord. [#anuga](#)

Impressionen: 2.028 | Reaktionen: 32 | Kommentare: 2



Dialogfabrik

2021 startete die Presse- und Öffentlichkeitsabteilung der BVE mit ihrem Austauschformat „Dialogfabrik“. Das kompakte Format soll in Form einer aktiven Mittagspause leicht umsetzbare Tipps liefern und einen praxisnahen Austausch unter Kommunikatoren der Ernährungsindustrie zu konkreten Herausforderungen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ermöglichen. Der erste Termin fand am 2. Juni 2021 zum Themenkreis Social-Media-Aktivitäten, Reichweiten und Bewertungsportale von Arbeitgebern statt. Die Expertise stammte von der BVE, dem Verband der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft (VGMS) und dem Journalisten und PR-Berater Martin Scheele.

Die zweite Sitzung erfolgte am 17. Februar 2022. Jannis Riebschläger, Werbefilmproduzent und Regisseur, referierte zum Thema „Besser kommunizieren im Netz mit Bewegtbildern“. Food-Influencerin Sonja Meise befasste sich mit folgender Fragestellung: „1, 2 oder 3, letzte Chance, vorbei! Lohnt sich ein Social Media Account für Ihr Unternehmen heute noch und wenn ja, welcher?“

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, um die



Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen in den Unternehmen der Ernährungsindustrie noch stärker als bisher voranzutreiben. Die Kampagne wird vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) 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. In der neuen Regierung ist das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) für das Projekt zuständig.

Durch den Vollzug der Energiewende in den Unternehmen lassen sich ökonomische und ökologische Vorteile generieren. Gleiches gilt für einen effizienten und recyclinggerechten Verpackungseinsatz. Das PlusPlusPrinzip vereint diese Ansätze und fördert somit die Optimierung klimarelevanter Prozesse in der Ernährungsindustrie. Zielgruppe der Kampagne sind Geschäftsführung und Produktionsverantwortliche aus der Branche. Auf der Kampagnenseite www.plusplusprinzip.de gibt es Informationen und Hilfestellungen, einen Vorteilsrechner, der Unternehmen konkrete Einsparpotenziale aufzeigt und professionelle Investitionsbewertungen erstellt. Über die Landingpage ist außerdem die Anmeldung zu den Online-Seminaren möglich. 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



www.twitter.com/bve_online



www.facebook.com/whatthefoodgermany



www.youtube.com/user/BVEvideo



www.linkedin.com/company/bve-bundesvereinigung-der-deutschen-ernaehrungsindustrie

VERANSTALTUNGEN

Aufgrund der Corona-Pandemie mussten weiterhin zahlreiche Veranstaltungen vorerst eingestellt werden. Als Ersatz haben sich BVE und Lebensmittelverband Deutschland auf eine Tour durch Deutschland begeben. Die BVE hat verschiedene digitale Alternativen genutzt, zum Beispiel bei einer Hybridveranstaltung in Kooperation mit dem Bund der Steuerzahler Deutschland und dem Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften am Wahlabend.



Auf den folgenden Seiten finden Sie die Broschüre zur Tour durch Deutschland.

#ZUKUNFT SCHMECKT

On Tour



Die Zukunft der Ernährung ist nachhaltig und schmeckt

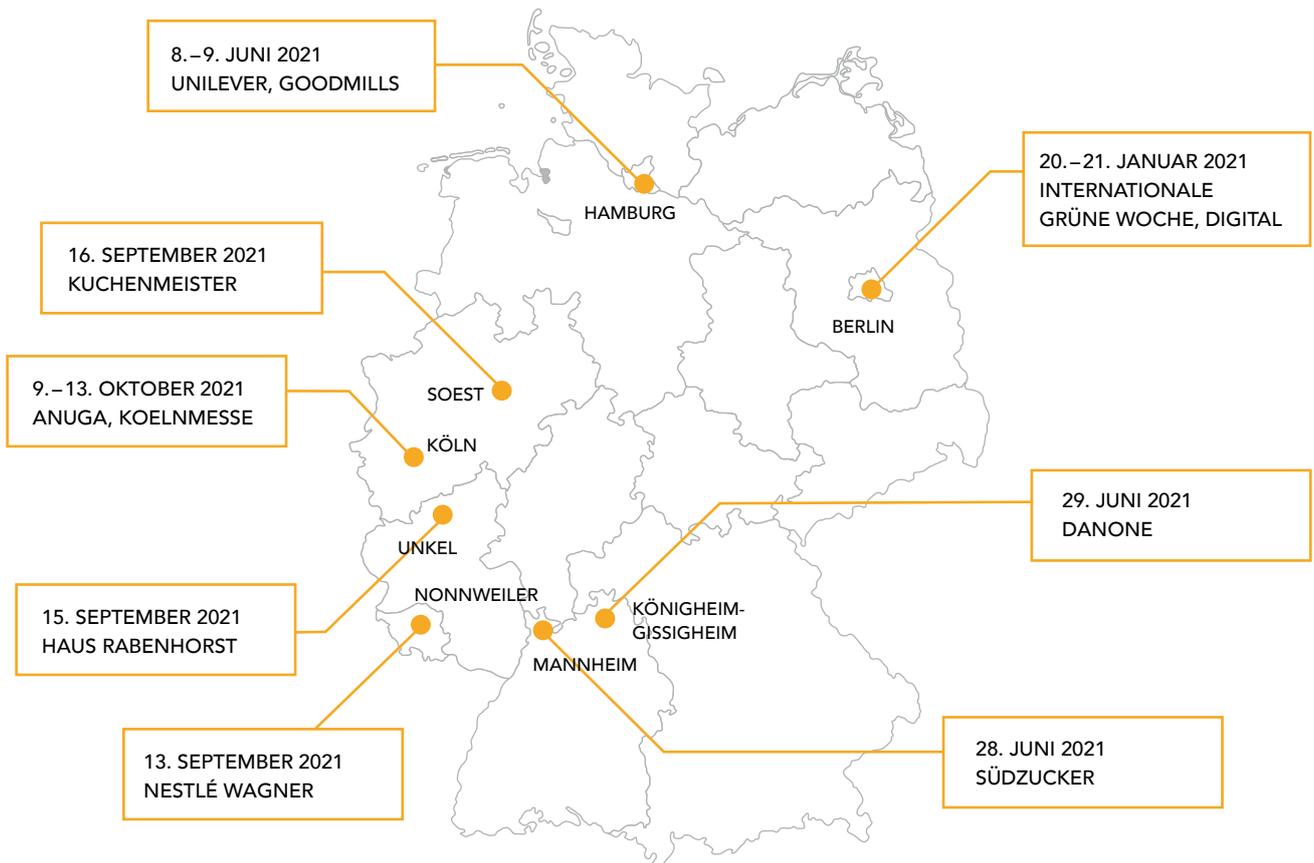
Lebensmittelverband Deutschland und Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie besuchten Lebensmittelhersteller in ganz Deutschland und berichteten auf Social Media über deren Innovationen für mehr Nachhaltigkeit.

#ZUKUNFTSCHMECKT

OnTour



ZUKUNFTSCHMECKT.DE
ALLE STATIONEN



Mit einem klaren Bekenntnis zu einer nachhaltigen Ernährungswirtschaft gaben der Lebensmittelverband Deutschland und die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) im Januar 2021 den Startschuss für eine deutschlandweite Roadshow unter dem Titel: „Zukunft schmeckt - on Tour“. Mit ihrer Roadshow zeigen die Verbände und ihre Mitglieder aus Landwirtschaft, Handwerk, Industrie, Handel und Gastronomie, dass die Lebensmittelbranche eine Führungsrolle beim Thema Nachhaltigkeit übernommen hat: Ob Klimaschutz, pflanzliche Alternativen, Vermeidung von Lebensmittelverlusten oder Ernährungstrends – an konkreten Beispielen wurden aktuelle gesellschaftliche Debatten aufgegriffen und deren Umsetzung in den Unternehmen vorgestellt.

Auf Tour gingen ein amerikanischer Wohnwagen der Marke Airstream, der die Sendezentrale bildete, ein Airstreamer Food Truck, in dem die Kochteams die vorgestellten Lebensmittel verarbeiteten, und ein transparentes Igluzelt, in dem die Moderationen und Gespräche stattfanden. Allein für Auf- und Abbau des Zeltes sowie die Einrichtung des Sets mit Beleuchtung und Kulissen musste jeweils ein halber Tag eingerechnet werden. Zum rund 15-köpfigen Team gehörten neben den Mitarbeitern der Kommunikationsabteilungen beider Verbände auch Aufnahmeleiter, Kameramann, Toningenieur und Maskenbildner sowie weitere Helfer. Dazu gesellten sich die Talkgäste und Abordnungen der gastgebenden Unternehmen. Alle Sendungen wurden entweder live über die YouTube-Kanäle der beiden Verbände ausgestrahlt oder „live on tape“ aufgezeichnet und anschließend verbreitet. Durch die Sendungen führte der Hauptgeschäftsführer beider Verbände, Christoph Minhoff, der als ehemaliger TV-Moderator und Programmgeschäftsführer bei ZDF und Phönix die nötige Erfahrung mitbringt. Parallel wurden alle Stationen von der Food-Influencerin Sonja Meise alias @FoodNewsGermany auf Instagram begleitet.

GRÜNE WOCHEN BERLIN: WIE GELINGT KLIMAFREUNDLICHE ERNÄHRUNG?

Der erste Stopp war das Berliner Messegelände anlässlich der Internationalen Grünen Woche am 20. und 21. Januar 2021. Hier ging es zunächst um die Frage, welchen Beitrag die Lebensmittelhersteller im Kampf gegen Lebensmittelverluste leisten können. So berichteten Thomas Reich, Nachhaltigkeitsmanager bei apetito, und Philip Koloczek vom Startup Rettergut, wie sie krummes Gemüse, das nicht den Anforderungen des Handels entspricht, weiterverarbeiten und somit vor der Mülltonne retten. Renate Künast (Bündnis 90/Die Grünen) machte deutlich, dass die Zukunft vielfältig und nachhaltig schmeckt. Vor allem pflanzenbasierte Produkte wie die Fischalternative „Thun-Visch“ rückte Nestlé in den Fokus. Im Gespräch mit Heike Mieville-Müller von Garden Gourmet und Dirk Liebenberg vom Verein ProVeg wurde schnell deutlich, dass jeder Schritt in Richtung Nachhaltigkeit zählt.



Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer Lebensmittelverband Deutschland und Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), mit Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft (2018 bis 2021)



Im Interview mit Julia Klöckner, die persönlich vor Ort zu Gast war, ging es nicht nur um die Frage „Wie schmeckt die Zukunft?“, sondern auch um ihre ganz persönliche Bilanz als Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft. Ein Grußwort sendete Bayerns Ministerpräsident Markus Söder. Weitere Gesprächspartner waren Dr. Lorenz Franken, Abteilungsleiter im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, Carina Conrad von der FDP-Bundestagsfraktion und Dr. Margareta Büning-Fesel, Leiterin des Bundeszentrums für Ernährung.

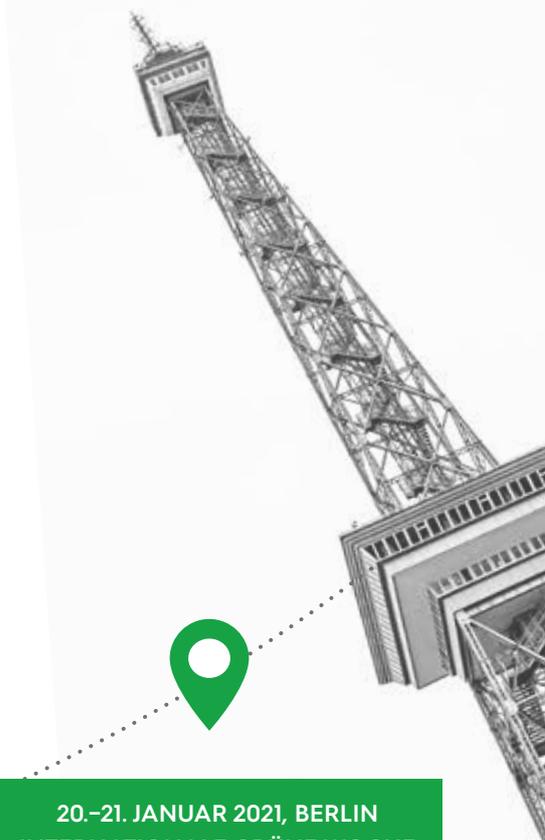


VIDEOS IGW 2021

AM ZWEITEN TAG WAR REGIONALITÄT DAS ZENTRALE THEMA:

Im Gespräch mit Christoph Minhoff erläuterte Diana Wicht von McDonald's, wie ihr Unternehmen dieser Anforderung gerecht wird. Stefan Magel, COO bei PENNY, gab Einblicke, wie der Discounter im Bereich nachhaltige Ernährung aufgestellt ist. PENNY hatte mit der Deklaration der „wahren Preise“ für Lebensmittel eine gesellschaftliche Debatte ausgelöst. Darauf folgte eine Diskussion mit der Bundestagsabgeordneten und Vize-Vorsitzenden der CDU/CSU-Fraktion, Gitta Connemann, zum Thema Tierwohl und zu den Herausforderungen eines Klimalabels. Das Startup Pläin stellte seine pflanzliche Milchalternative vor, die auch Milchliebhaber überzeugen soll. Weitere Gesprächspartner waren der Food-Startup-Berater Christian Dieckmann, Metzgerin Sarah Dhem und Rainer Spierig, SPD.

In interaktiven Kochsessions bereitete das Team um Showkoch, Cateringunternehmer und Eventmanager Sebastian Morgenstern Pancakes aus Insektenmehl und einen Hamburger mit der Makroalge Dulse zu. Die Zuschauer konnten sich im Vorfeld um Zutatenpakete bewerben und dann parallel zu Hause mitkochen.



20.-21. JANUAR 2021, BERLIN
INTERNATIONALE GRÜNE WOCHE
DIGITAL

UNILEVER UND GOODMILLS: WENIGER TIERISCHE, MEHR PFLANZLICHE PROTEINE

Wie sieht eine zukunftssichere Ernährung für den Planeten aus? Und welche Rolle spielen pflanzliche Nahrungsmittel dabei? Diese Fragen diskutierte Christoph Minhoff auf der zweiten Station Anfang Juni in der Hamburger Fischauktionshalle. So kündigte Unilever-Geschäftsführer Peter Dekkers an, dass die Marke Knorr künftig auf mehr pflanzenbasierte Inhaltsstoffe setzen wird. Eine Lanze für den Fleischgenuss als Teil der Kreislaufwirtschaft brach Prof. Dr. Wilhelm Windisch von der TU München. Er sagte: „Nur ein ausbalanciertes System ist sinnvoll. Das gelegentliche Steak gehört mit dazu.“ Doch wie viel Fleisch ist zu viel? Was ist überhaupt gesundes Essen? Diese Fragen versuchten Nutrition-Hub-Gründerin Simone Frey und Ernährungswissenschaftler Uwe Knop zu klären. Knop meinte: „Wir müssen hin zu einer personalisierten Ernährung.“ Im Talk mit Hamburgs Zweiter Bürgermeisterin Katharina Fegebank (Bündnis 90/Die Grünen) ging es um bessere Aufklärung und Vorbilder. Das gestiegene Bewusstsein für nachhaltige Ernährung sei ihrer Auffassung nach ein Innovationsmotor für die Unternehmen.

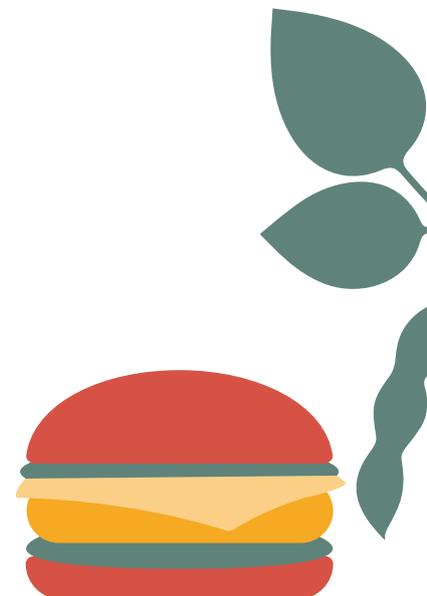


Hamburgs Zweite Bürgermeisterin Katharina Fegebank (Bündnis 90/Die Grünen)



Pflanzliche Alternativen zu Fleischprodukten sind ein Megatrend, mit dem wir uns sehr intensiv beschäftigen.

Christoph Klöpfer, Geschäftsführer von GoodMills Deutschland





8.-9. JUNI 2021, HAMBURG
UNILEVER UND GOODMILLS



Unilever-Geschäftsführer Peter Dekkers (l.) und Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer Lebensmittelverband Deutschland und Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (r.)

Mit dem Hamburger FDP-Vorsitzenden Michael Kruse tauschte sich Christoph Minhoff über die Förderung von Gründern sowie über die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf junge Food-Unternehmen aus. „Pflanzliche Alternativen zu Fleischprodukten sind ein Megatrend, mit dem wir uns sehr intensiv beschäftigen“, sagt Christoph Klöpfer, Geschäftsführer von GoodMills Deutschland, im Talk zu pflanzenbasierter Ernährung. Dem schließt sich auch Prof. Dr. Stefan Siebert von der Universität Göttingen an. Er ergänzte zwei weitere positive Aspekte: „Hülsenfrüchte benötigten keinen Stickstoffdünger, und auch Insekten freuten sich über den Anbau“, so Siebert. Danach ging es um die Frage, warum der Appetit auf Fleisch nach wie vor sehr groß ist. Ernährungspsychologe Prof. Dr. Johann Christoph Klotter erklärte: „Fleisch steht historisch für Wohlstand, Überleben und Macht. Wir definieren uns über unsere Geschichte und dementsprechend auch über Fleisch.“ Wichtig sei es, eine „lustvolle Ernährungskompetenz“ zu schaffen. Eine dogmatische Botschaft stoße hingegen auf Ablehnung. „Wir begreifen das Essen als etwas sehr Privates und lehnen es ab, wenn uns jemand vorschreibt, was wir essen sollen“, so Klotter.

Die anschließende Diskussion bewegte sich im Spannungsfeld zwischen Landwirtschaft und Naturschutz. Landwirt Dr. Willi Kremer-Schillings alias „Bauer Willi“ traf auf Malte Siegert, den Vorsitzenden des NABU Hamburg. Beide waren sich einig, dass Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft nur funktionieren werde, wenn es entsprechende Anreize gebe. „Wir brauchen einen Bewusstseinswandel. Politik hat Verantwortung, weiter in die Zukunft zu schauen und jetzt wirkungsvolle Maßnahmen zu ergreifen“, sagte Siegert. Weitere Gesprächspartner waren Dr. Peter Haarbeck, Geschäftsführer des Verbands der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft, sowie Jutta Schock von GoodMills Innovation, die sich im Anschluss positiv zur Roadshow äußerte: „Obwohl dieses Event in widrigen Zeiten stattfand, war es eine wichtige Gelegenheit, um über die tollen Möglichkeiten zu sprechen, die die Lebensmittelindustrie liefert.“



VIDEO UNILEVER



VIDEO GOODMILLS



SÜDZUCKER UND DANONE: NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFT IST DIGITAL

Wie das Arbeiten mit Robotern in der Praxis aussehen kann, erforscht die Südzucker AG auf dem Versuchsgut Kirschgartshausen bei Mannheim. In den Gesprächen ging es um die Zukunft des Zuckerrübenanbaus, neue Anbaumethoden und computergesteuerte Feldroboter, durch deren Einsatz chemische Unkrautvernichter eingespart werden können. Niklas Veltkamp vom Digitalverband Bitkom e. V. bezifferte den Nutzen: „Durch eine konsequente Digitalisierung können bis 2030 gut 150 Megatonnen CO₂ eingespart werden.“ Auch Peter Hauk, Minister für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz in Baden-Württemberg, zeigte sich vom Wandel hin zu einer hybriden Landwirtschaft überzeugt: „Der konventionelle Bereich wird flankiert und unterstützt durch Digitalisierung und moderne Robotik, die den Landwirten viele Tätigkeiten abnehmen.“ Dr. Sonja Pfister vom Institut für Agrarökologie und Biodiversität Mannheim, verdeutlichte wie Blühstreifen die Artenvielfalt erhöhen können. Dr. Niels Pörksen, Vorstandsvorsitzender der Südzucker AG, erläuterte die Strategie seines Unternehmens, das neben Zucker unter anderem auch Stärke, Marmeladen, Proteintexturen für Fleischersatz

und Bio-Ethanol produziert. Mit letzterem möchte Südzucker einen Beitrag leisten, um den CO₂-Ausstoß in der Verbrennungsmotorindustrie weiter zu reduzieren. Pörkens Fazit zum Besuch von „Zukunft schmeckt – on Tour“: „Ein tolles Format, durch das wir Themen wie Biodiversität und Digitalisierung in der Landwirtschaft anschaulich und vor Ort vermitteln konnten, wofür wir zahlreiches positives Feedback erhalten haben.“

Der Bauernhof der Familie Schreck in Königheim-Gissigheim war die zweite Station im Südwesten Deutschlands. Die Familie gehört zu den langjährigen Vertragslandwirten von Danone. Der Lebensmittelkonzern fördert nachhaltige Landwirtschaft durch spezielle Beratung, mit Projekten zur regionalen Fütterung und durch Bonuszahlungen beim Milchpreis.



28. JUNI, MANNHEIM
SÜDZUCKER



Versuchsfeld
Zuckerrübenanbau



VIDEO SÜDZUCKER



Bauernhof der Familie Schreck in Königheim-Gissigheim

Christoph Minhoff mit Hans-Joachim Fuchtel, Parlamentarischer Staatssekretär bei der Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft (2018 bis 2021)



29. JUNI 2021, KÖNIGHEIM-GISSIGHEIM
DANONE

und der Möglichkeit, einen Teil der Produktion abzusichern. „Der Tour-Stopp auf dem Hof der Familie Schreck war eine gute und gelungene Gelegenheit, erneut darauf aufmerksam zu machen, dass die Zukunft bereits mit voller Energie auch von vielen Milchbauern mitgetragen und mitgestaltet wird“, resümierte Matthias Dondrup.

Nach der Vorstellung des Hofes mit dem neu gebauten, artgerechten Stall sprach Christoph Minhoff mit Milcherzeugerberater Klaus Neckermann und Matthias Dondrup, dem Senior Manager Public Affairs von Danone. Ist Milch ein Zukunftsprodukt? „Absolut“, betonte Matthias Dondrup. „Wir möchten wertvolle Lebensmittel herstellen, ressourcenschonend und verantwortungsvoll agieren und mit unseren Partnern, den Landwirten, langfristig und planbar zusammenarbeiten“, so Dondrup. Er sei sich sicher, dass die Kundinnen und Kunden das honorieren. Per Videocall wurden Dr. Stefanie Zimmermann, Fachreferentin des Deutschen Tierschutzbundes, und Dr. Gerhard Dorfner von der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft zugeschaltet.

Live vor Ort diskutierte der Parlamentarischer Staatssekretär bei der Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, Joachim Fuchtel (CDU). Er wünschte sich ein Gesamtkonzept mit besseren und überschaubareren Vertragsbedingungen für alle Beteiligten



VIDEO DANONE



WAGNER, RABENHORST UND KUCHENMEISTER: KLIMANEUTRALE ZUKUNFT

ERNST WAGNER war ein Pionier der deutschen Tiefkühlkost. Direkt neben Wagners Geburtshaus begrüßte Christoph Minhoff den Vorsitzenden der Geschäftsführung des Tiefkühlgiganten, Norbert Reiter. Der Stammsitz des Traditionsunternehmens ist bis heute das saarländische Nonnweiler. „Klimaneutral heißt nicht, Zertifikate zu kaufen oder Bäume aufzuforsten, sondern gezielt in die Rohstoffketten hineinzugehen und mit den Lieferanten zu arbeiten“, sagte Anke Stübing, Head of CSR Nestlé Deutschland. So arbeitet Nestlé zum Beispiel eng mit den Bauern vor Ort zusammen und unterstützt sie bei der Umstellung, auf einen bodenschonenden regenerativen Ackerbau.

Wie eine Pizza klimaneutral produziert werden kann, erklärte Oliver Schoß, Head of Marketing bei Nestlé Wagner. Dafür hat das Unternehmen an vielen Schrauben gedreht, etwa an den Zutaten, der Verpackung und der Energie für die Produktion. Da pflanzliche Zutaten beim Anbau deutlich weniger CO₂ verbrauchen als tierische Zutaten, hinterlassen

die veganen Piccolinis einen deutlich kleineren CO₂-Fußabdruck als die Salami-Variante. „Im Bereich Verpackung haben wir versucht, ans Limit zu gehen“, so Oliver Schoß. Die Folie sei so dünn wie technisch möglich. Peter Renner, Vorstandsvorsitzender der Allianz für Entwicklung und Klima betonte im Talk, wie wichtig es sei, die Entwicklungs- und Schwellenländer auf dieser „Klimareise“ mitzunehmen: „Der Kampf gegen den Klimawandel wird im globalen Süden gewonnen und nirgends anders.“



VIDEO NESTLÉ WAGNER



13. SEPTEMBER 2021,
NONNWEILER
NESTLÉ WAGNER



Christoph Minhoff im Foodtruck mit Thomas Krause von der Männerkochschule



Bio-Anbau von Aroniabeeren
im Sauerland für Haus Rabenhorst



15. SEPTEMBER 2021, UNKEL
HAUS RABENHORST

Christoph Minhoff mit
Klaus-Jürgen Philipp, Geschäftsführer
Haus Rabenhorst

RABENHORST produziert seit 200 Jahren gesunde und hochwertige Säfte. Nachhaltig und biologisch angebaute Früchte sind dabei genauso wichtig wie kurze Lieferketten und eine CO₂-Einsparung bei der Produktion. „Für uns ist ‚nachhaltig‘ nicht nur ein Wort, für uns sind Taten wichtig. Und wir handeln so, wie wir glauben, dass es für die Natur am besten ist“, betonte Klaus-Jürgen Philipp, Geschäftsführer Haus Rabenhorst. So stammen die Früchte für die bekannten Säfte vorwiegend aus biologischem und regionalem Anbau. Auch die Verpackungen und Etiketten der Produkte kommen aus der Region. Mit modernen Anlagen versucht das Unternehmen, den CO₂-Ausstoß konsequent zu minimieren. Von der Politik wünschte sich Klaus-Jürgen Philipp, weniger Regulierung und mehr Vertrauen in den mündigen Verbraucher. Auch Dr. Gero Hocker, agrarpolitischer Sprecher der FDP, sprach sich gegen eine Bevormundung durch die

Politik aus. Der Verbraucher benötige Transparenz und soll am Ende selbst entscheiden können, welche Lebensmittel er kauft.

Weitere Gesprächspartner waren Dr. Alexander Beck, Geschäftsführer der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e. V. (AÖL), Dr. Andrea Lambeck, Geschäftsführerin Berufsverband Oecotrophologie und Klaus Heitlinger, Geschäftsführer des Verbands der Fruchtsaftindustrie. „Die Vielfalt an kompetenten Gästen aus Politik, Verbänden und Organisationen hat den Event zu etwas Besonderem gemacht – perfekt abgerundet durch unseren Sternekoch Jean-Marie Dumaine, der mit unseren Säften genussreiche Cocktails und Gerichte zauberte“, so die positive Bilanz von Klaus-Jürgen Philipp.



VIDEO RABENHORST

KUCHENMEISTER, internationalen Marktführer für feine Backwaren, arbeitet seit vielen Jahren daran, seinen ökologischen Fußabdruck zu verringern. Dafür werde jede noch so kleine Stellschraube gedreht, wie Hans-Günther Trockels, Geschäftsführer bei Kuchenmeister, im Gespräch mit Christoph Minhoff erklärte. So werden von den 675 verschiedenen Rohstoffen, die das Soester Unternehmen verarbeitet, möglichst viele regional eingekauft. Kunststoffe werden konsequent reduziert und aus den Abwässern wird Biogas gewonnen. Auch die Produktionshalle wurde nachhaltig gebaut, mit hochwertiger Dämmung, dreifach verglasten Fenstern und Photovoltaikanlage auf dem Dach. Vor der Fabrik grasen Schafe, die den Rasenmäher ersetzen. Bis 2022 sollen alle Kuchenmeister-Standorte klimaneutral werden.

Für Dieter Overath, Vorstand von Fairtrade Deutschland, ist das Fairtrade-Siegel eine zivilgesellschaftlich getragene Initiative, in der „die Frage, in welcher Welt wir leben wollen, nicht nur über das Produktsiegel beantwortet wird, sondern auch über einen Diskurs“. Fairtrade kennzeichnet Waren, die aus fairem Handel stammen und bei deren Herstellung bestimmte soziale, ökologische und ökonomische Kriterien eingehalten wurden.

„Bei solchen Unternehmensbesuchen wie jetzt, merke ich, wie weit die Unternehmen tatsächlich schon sind. Manchmal habe ich sogar den Eindruck, dass sie weiter sind als wir in der Politik“, sagte Ursula Heinen-Esser, Ministerin für Umwelt, Landwirtschaft, Natur und Verbraucherschutz in Nordrhein-Westfalen, bei ihrem Besuch bei Kuchenmeister. Die Politik müsse Leitplanken setzen und Verlässlichkeit bieten. Auf der anderen Seite erwarte sie von den Unternehmen, sich auf Neues einzulassen und den Klimawandel als Chance zu sehen, um gemeinsam etwas für die Umwelt und die nächste Generation zu tun. „Investitionen, die heute teuer sind, zahlen sich morgen schon beim Verbraucher aus, der das honoriert“, so Heinen-Esser.

„Die Tour bot eine sehr gute Plattform, um zu zeigen, wie nachhaltig und zukunftsweisend die Unternehmen in Deutschland bereits arbeiten – auch größtenteils ohne gesetzliche Vorgaben“, sagte Hans-Günther Trockels rückblickend. „Vor allem die Gespräche mit Vertretern aus der Ernährungsindustrie, dem Verbraucherschutz und der Politik haben alle involvierten Bereiche an einen Tisch gebracht und eine offene und sachliche Diskussion ermöglicht.“



16. SEPTEMBER 2021, SOEST
KUCHENMEISTER



VIDEO
KUCHENMEISTER

Hans-Günther Trockels, Geschäftsführer bei Kuchenmeister, Ursula Heinen-Esser, Ministerin für Umwelt, Landwirtschaft, Natur und Verbraucherschutz in Nordrhein-Westfalen, und Christoph Minhoff

9. – 13. OKTOBER 2021, KÖLN
ANUGA 2021

Andrea Kurtz, Redakteurin
bei der Lebensmittel Praxis
im Talk mit Christoph Minhoff



ANUGA: ABSCHLUSS UND AUSBLICK

Den Abschluss der Tour bildete die ANUGA. Das Igluzelt sowie ein 2D-Nachbau des Foodtrucks wurden in den Messestand der BVE integriert; dort wurden auch die Produkte aus der Tour ausgestellt. In zwei Sendungen ging es um die ANUGA selbst, um Produktneuheiten, die auf der Messe präsentiert wurden, sowie um innovative Ansätze bei Herstellung und Logistik. Timo Landener von Swisslog zeigte, wie man mit Vertical Farming Transportwege sparen und frische Ware direkt in der Nähe des Kunden produzieren kann.



Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft (2018 bis 2021) am gemeinsamen Stand des BMEL und der BVE auf der ANUGA

Nachbau des Foodtrucks auf der ANUGA

IGW Spotlights: Minhoff verkündet Jahres-schätzung 2021 und von Boetticher disku-tiert mit Bundesminister Özdemir

Am 20. Januar 2022 hätte eigentlich die Eröffnung der Internationalen Grüne Woche stattfinden sollen. Doch wegen der andauernden Corona-Pandemie lud die Messe Berlin gemeinsam mit ihren ideellen Trägern Bauernverband und BVE lediglich zu zwei digitalen Formaten unter dem Titel „IGW Spotlights“ ein. Am Vormittag fand eine Pressekonferenz in Form einer Videokonferenz statt, an der insgesamt 350 Journalisten teilnahmen. Bauernpräsident Joachim Rukwied schilderte die schwierige Situation der Landwirte, Christoph Minhoff berichtete über die wirtschaftliche Entwicklung in der Ernährungsindustrie. Während Rukwied den Förderbedarf für den Umbau der Ställe auf vier Milliarden Euro jährlich bezifferte, rechnete Minhoff mit einem zweistelligen Milliardenbetrag für die ökologische Transformation der Ernährungsindustrie. Dabei warnte er vor überzogenen Vorgaben der Politik, damit Lebensmittel auch in Zukunft bezahlbar bleiben und kein Verbraucher unfreiwillig zum „Sozial-Veganer“

werde. Am frühen Abend diskutierten der neue Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft, Cem Özdemir, Bauernpräsident Joachim Rukwied und der BVE-Vorsitzende Dr. Christian von Boetticher darüber, wie der Transformationsprozess der Branche gestaltet werden kann. Özdemir forderte einen Mentalitätswechsel. Er sehe eine Chance darin, aus den ökologischen Kosten einen Standortvorteil zu machen: „Wir müssen zeigen, dass wir einen hohen Lebensstandard, dass wir Jobs, dass wir Wohlstand sichern und gleichzeitig das Klima schützen“, so Özdemir. „...Wenn Deutschland als viertgrößte Volkswirtschaft der Welt zeigt, dass das funktioniert, ist das ein Weg, der viele Nachahmer findet.“ Dr. von Boetticher stellte die schwierige Situation auf den Weltmärkten in den Fokus: „Wir befinden uns tatsächlich in der größten Rohstoffkrise seit dem Zweiten Weltkrieg. Viele Dinge, die wir gewohnt sind, ob das Verpackung oder Logistik ist oder ganz normale Rohstoffe, die wir an den Weltmärkten einkaufen müssen, sind nur zu einem sehr hohen Preis oder überhaupt nicht verfügbar.“



IGW Talk mit Cem Özdemir, Thema: „Was essen wir morgen? – Die Transformation von Landwirtschaft und Ernährung“



Cem Özdemir, Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft
© Messe Berlin GmbH



Dr. Christian von Boetticher,
Vorsitzender der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V.
© Messe Berlin GmbH



v.l.n.r. Martin Ecknig, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH; Dr. Christian von Boetticher, Vorsitzender der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V.; Joachim Rukwied, Präsident des Deutschen Bauernverbandes e. V.; Cem Özdemir, Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft; Thomas Kreuzmann, Moderator © Messe Berlin GmbH



v. l. n. r. Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V. (Remote); Joachim Rukwied, Präsident des Deutschen Bauernverbandes e. V.; Martin Ecknig, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH; Christine Franke, Pressesprecherin der Internationalen Grünen Woche © Messe Berlin GmbH



© Messe Berlin GmbH

2

DIE ERNÄHRUNGSINDUSTRIE



KONJUNKTURDATEN DER ERNÄHRUNGSINDUSTRIE 2021

Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in Klammern

	2021	2020	
	Umsatz nominal	186,3 Mrd. € (+0,5%)	185,3 Mrd. € (±0,0%)
	davon Inland	120,5 Mrd. € (-2,7%)	123,9 Mrd. € (+0,7%)
	davon Ausland*	65,8 Mrd. € (+7,0%)	61,5 Mrd. € (-1,3%)
	· EU	48,4 Mrd. € (+11,5%)	43,4 Mrd. € (-1,1%)
	· nicht EU	17,4 Mrd. € (-3,9%)	18,1 Mrd. € (-1,6%)
	Reale Umsatzentwicklung	-1,7%	-0,8%
	Auslandsanteil am Umsatz	35,3%	33,2%
	Betriebe	6.152 (-0,2%)	6.163 (+0,7%)
	Beschäftigte	638.831 (+4,0%)	614.063 (-0,8%)
	Auszubildende	28.357 (-4,4%)	29.664 (-6,0%)
	Verbraucherpreise gesamt	+3,1%	+0,5%
	davon Nahrungsmittel und alkf. Getränke	+3,1%	+2,3%
	Verkaufspreise Ernährungsindustrie		
	· Inland	+2,0%	+1,2%
	· Export	+2,9%	+0,1%

Stand: 04.06.2022

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

Die Ernährungsindustrie in der Corona-Pandemie

Die Dachverbände Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss, Lebensmittelverband Deutschland und Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie haben die Branche auch 2021/22 mit einem abgestimmten Krisenmanagement begleitet. Besonders herausfordernd waren die Vorbereitungen auf die Omikron-Welle zum Jahreswechsel. Die Ernährungs- und Genussmittelindustrie hat sich dabei für ein koordiniertes und deeskalierendes Vorgehen der Bundesregierung und der Bundesländer im Umgang mit der Omikron-Welle eingesetzt. Die Lebensmittellieferketten sind eine kritische Infrastruktur, an sie wird seitens der Bundesregierung besondere Anforderungen gestellt, damit störungsfreie Abläufe sowie die Versorgungssicherheit der Bevölkerung garantiert werden. Bei Voranschreiten der Infektionswelle müssen daher die Entwicklungen in der Lebensmittelproduktion und ihren Lieferketten besonders von der Politik beobachtet werden, damit frühzeitig und bestmöglich präventiv befristete gesetzliche Regelungen für die Unternehmen im Fall von coronabedingten Produktions-, Liefer- oder Abnahmerückständen erlassen werden können.

Insgesamt konnten die aus der Pandemie folgenden Anforderungen bisher von den Betrieben mit großem Aufwand und zu weitaus höheren Kosten umgesetzt werden. Die Versorgungssicherheit mit Lebensmitteln in Deutschland war zu jeder Zeit gesichert. Parallel unterstützt die Ernährungsindustrie zur Überwindung der Krise die Impfkampagne der Bundesregierung durch ein flächendeckendes betriebliches Impfangebot sowie Impfkampagnen.

Konjunktur

Trotz der Herausforderungen im Pandemiegeschehen und der Belastungen in den Lieferketten konnte die deutsche Ernährungsindustrie ein positives Jahresergebnis vorweisen: Über alle Teilbranchen hinweg stieg das Umsatzergebnis der Lebensmittelhersteller. 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.

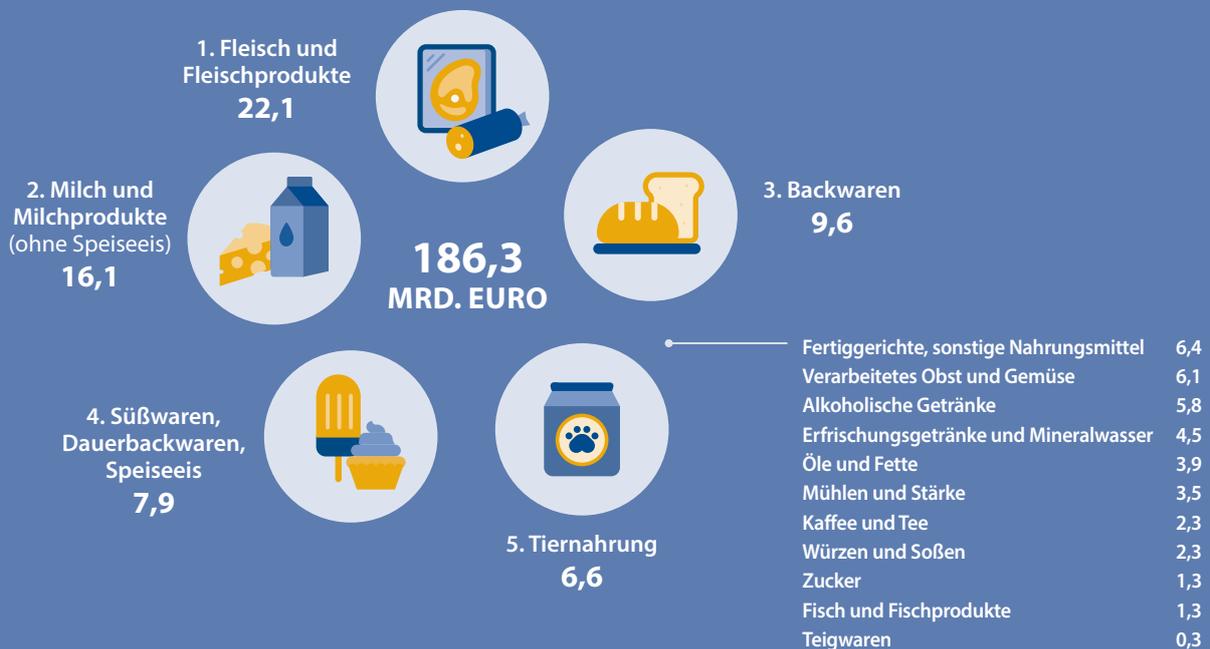
Die Ernährungsindustrie versorgt allein in Deutschland täglich 83 Millionen Bundesbürger mit einem breiten Produktangebot von 170.000 Artikeln. In der Ernährungsindustrie sind eine Vielzahl von verschiedenen Teilbranchen vereint. Zu den umsatzstärksten gehören die Hersteller von Fleisch und Fleischwaren, 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 zunehmender geöffneter Lebensmittelmärkte ist es für die deutschen



ANTEILE DER BRANCHEN AM GESAMTUMSATZ DER ERNÄHRUNGSINDUSTRIE

2021, in Prozent



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

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

Aufgrund der Herausforderungen infolge der pandemischen Lage verzögert sich die wirtschaftliche Erholung der deutschen Ernährungsindustrie weiter: Über alle Teilbranchen hinweg wurde im Jahr 2021 ein Umsatz von 186,3 Milliarden Euro erwirtschaftet. Das entspricht einem Plus von 0,5 Prozent zum Vorjahr.

Bei steigenden Verkaufspreisen sank die verkaufte Menge um 1,7 Prozent. Besonders schwächelte die Konjunktur im Inland, dem wichtigsten Absatzmarkt der Branche. Nach einem stabilen Ergebnis in 2020 gingen die Umsätze 2021 hierzulande mit 120,5 Milliarden Euro um 2,7 Prozent zurück. Dabei dämpften mäßige Verkaufspreiserhöhungen noch den Rückgang, die verkaufte Menge fiel insgesamt um 7,0 Prozent. Das Auslandsgeschäft hingegen konnte die Verluste aus dem Vorjahr wettmachen und wuchs um 2,9 Prozent. Die Exportquote stieg dementsprechend und lag bei 35,3 Prozent. Insbesondere im EU-Ausland konnte die Branche den Umsatz steigern, während das Umsatzniveau des Vorjahres auf den Drittlandsmärkten nicht gehalten werden konnte.

Die Ernährungsindustrie bewegte sich 2021 erneut in einem herausfordernden Umfeld. Neben der Pandemie sind die Ursachen hierfür vor allem in deutlichen Preissteigerungen in

den Bereichen Energie, Rohstoffen und Logistik zu suchen. Gleichzeitig stehen die Hersteller bei einem stark konzentrierten Lebensmitteleinzelhandel als wichtigster Absatzkanal vor der Herausforderung, die Kostensteigerungen auszugleichen. Der hohe Ertragsdruck der hier entsteht, hemmt vor allem das Investitions- und Innovationspotenzial der klein- und mittelständisch geprägten Branche. Verfügbarkeit und bezahlbare Preise werden zu besonderen Herausforderungen angesichts der Nachhaltigkeitsziele, denen sich die Branche 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 der Politik zur Sicherung unternehmerischer Freiheit, eines starken Mittelstands, freien Handels und eines zügigen Bürokratieabbaus. Mit Innovationen können Unternehmen ihre Prozesse optimieren und dadurch Kosten einsparen, die Konsumenten mit neuen Produkten von sich überzeugen und ihre Nachhaltigkeitsziele erreichen. Gerade für kleine und mittelständische Betriebe ist es jedoch eine Herausforderung, das tägliche Geschäft mit der Forschung zu verbinden. Damit sich auch diesen Unternehmen die Potenziale aus Innovationen erschließen, wird ein innovationsfreundlicheres Klima benötigt, das Anreize zu mehr Investitionen setzt.

#Impfklar

BVE und ANG setzen sich für eine frühzeitige und reibungslose Einbeziehung der betriebs- und hausärztlichen Infrastrukturen in die flächendeckende Corona-Schutzimpfung ein. Sie begleiten die Unternehmen der Branche in den verschiedenen Phasen der Impfstrategie. Ziel war und ist, Unternehmen und ihre Mitarbeitenden auf die bevorstehenden Impfangebote vorzubereiten, damit die betrieblichen Abläufe bestmöglich darauf abgestimmt werden können.

Die von der ANG unterstützte Social-Media-Kampagne #impfklar der BVE unterstreicht diesen Einsatz: Darin erklären Vertreter der Ernährungsindustrie ihre Bereitschaft, einen Beitrag zur Bekämpfung der Corona-Pandemie zu leisten.

Mehr Informationen sowie alle Kampagnenmotive unter:
www.bve-online.de/themen/impfklar

„Es ist erfreulich, dass die Impfungen durch die Einbeziehung der Hausärzte endlich an Fahrt gewinnen, aber jetzt ist es wichtig, dass es mit derselben Intensität weitergeht, denn nur über die breite Immunisierung finden wir zurück zum wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Normalzustand. Freiwerdende Impfdosen, die für Betriebsärzte vorgesehen sind, sollten daher zuerst an die priorisierten Gruppen wie die Ernährungsbranche gehen.“



CHRISTOPH MINHOFF
Hauptgeschäftsführer der
Bundesvereinigung der Deutschen
Ernährungsindustrie

#Impfklar

„Unser Ziel ist es, dass die Beschäftigten der Ernährungsindustrie gemäß der Impfreihenfolge aber zeitnah ein Impfangebot erhalten.“

Unsere Unternehmen sind bereit, die Politik für eine erfolgreiche Impfstrategie zu unterstützen.“



STEFANIE SABET
Geschäftsführerin der Bundesvereinigung
der Deutschen Ernährungsindustrie
und Hauptgeschäftsführerin der
Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss

#Impfklar



Innovationskraft als Kompass für die Zukunft

Die deutsche Ernährungsindustrie spielt als drittgrößter Industriezweig mit einem jährlichen Umsatz von rund 185 Milliarden Euro in über 6.100 Betrieben eine entscheidende Rolle bei der Sicherung des Wirtschaftsstandorts Deutschland. 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 sowie einem 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, die überwiegend aus KMU besteht, und die große Bandbreite an verarbeiteten Rohstoffen erschwert das Forschungsengagement 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 Zuge der Bundestagswahlen im September 2021 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, der Verbraucherbedürfnisse und der Produktionsprozesse zu setzen. 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 künftig 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: Um die vorwettbewerbliche Forschung zu stärken, muss das Finanzierungsniveau öffentlicher Fördermittel angehoben und ihre Fokussierung verbessert werden. Insgesamt sollten für die IGF dauerhaft mindestens 250 Millionen Euro pro Jahr bereitgestellt werden, um so insbesondere KMU eine Projektbeteiligung zu ermöglichen.

Horizon Europe: Um das Potenzial des Rahmenprogramms für Forschung und Innovation der EU vollständig auszuschöpfen, ist neben einer angemessenen finanziellen Ausstattung auch die Einbeziehung aller Akteure, einschließlich der Industrie notwendig. So wird es möglich, eine umfassende Strategie festzulegen und effektive Forschungskonsortien zusammenzustellen.

Prognose 2022: Bestehende Herausforderungen trüben Blick in die Zukunft

Die Stimmung der Lebensmittelhersteller wurde auch im Jahr 2021 auf eine harte Belastungsprobe gestellt. Bestehende Einschränkungen im Außer-Haus-Markt, eine gesunkene Nachfrage im Inland sowie in wichtigen Drittlandsmärkten wie China oder dem Vereinten Königreich und stark gestiegene Kosten in den Bereichen Energie, Rohstoffe und Transport sorgten im Ifo-Geschäftsklimaindex erneut für eine negative Beurteilung der Geschäftslage im Vergleich zur Vor-Corona-Zeit. Zusätzlich stehen die Hersteller weiterhin vor Belastungen wie beispielsweise Materialknappheit und Fachkräftemangel. In Anbetracht der auch 2022 bestehenden Herausforderungen lässt der Blick in die Zukunft nicht auf eine Trendwende der Stimmungslage in der Ernährungsindustrie schließen. Die Erwartungen an die Geschäftslage der nächsten sechs Monate fiel im Januar 2022 bereits zum fünften Monat in Folge negativ aus.

Die Unternehmen der Ernährungsindustrie werden 2022 erneut eine Vielzahl von Herausforderungen bewältigen müs-

sen. Die Corona-Pandemie wird die Unternehmen auch im Jahr 2022 mit höheren Kosten und Krankheitsständen belasten und die Nachfrage auf dem Außer-Haus-Markt dämpfen. Neben steigenden Energiekosten wirken sich auch die regulativen Rahmenbedingungen, Konsolidierungstendenzen der Branche, zunehmende Volatilität auf den Rohstoffmärkten und weiterhin existente Exporthemmnisse in 2022 negativ aus. 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 erweitern. Gleichzeitig wird die Qualitäts- und Preisorientierung der Konsumenten in 2022 auf einem hohen Niveau bleiben.

Besonders die kleinen und mittelständischen Unternehmen der Branche benötigen auch 2022 von der Politik Unterstützung durch Bürokratieabbau, eine gute Infrastruktur und verhältnismäßige Regulierung, 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.



IT-Sicherheit in der Ernährungsindustrie

Fast jeder vierte mittelständische Lebensmittelhersteller hat bereits eine erfolgreiche Cyberattacke erlebt. 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 entwendete oder gesperrte Daten wiederhergestellt werden mussten. Die BVE setzt sich aktiv für einen besseren Schutz vor Cyberkriminalität in der Ernährungsindustrie ein.

Branchenspezifischer Sicherheitsstandard für die Ernährungsindustrie weitet Nutzerkreis kontinuierlich aus

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, 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. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) hat am 4. Dezember 2020 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-Gesetz geeignet. Der b3s 2.0 für die Ernährungsindustrie kann von allen Unternehmen der Ernährungsindustrie angewendet werden. Seit der ersten Eignungsfeststellung im Jahr 2019 hat der b3s seinen Nutzerkreis innerhalb von zwei Jahren nahezu verdreifacht. Die Nachfrage nimmt kontinuierlich zu.

Der Branchenarbeitskreis Ernährungsindustrie evaluiert den b3s 2.0 fortlaufend und führt alle zwei Jahre 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.

Trilog zur EU-NIS-Richtlinie 2.0

Die BVE hat mit Vorliegen der Trilog-Mandate des Europäischen Parlamentes und des Rates über Maßnahmen für ein hohes gemeinsames Cybersicherheitsniveau in der Union und zur Aufhebung der Richtlinie (EU) 2016/1148, EU-Dok. COM (2020) 823 final („NIS-Richtlinie 2.0“) die Bundesregierung auf notwendige Anpassungen in der zu beschließenden Richtlinie für die überwiegend kleinen und mittelständischen Unternehmen der Ernährungsindustrie aufmerksam gemacht.



Die BVE begrüßt grundsätzlich eine Überarbeitung der NIS-Richtlinie 2.0 in Hinblick auf die beabsichtigte Stärkung und Harmonisierung der Netz- und Informationssicherheit im EU-Binnenmarkt. Die vorliegenden Trilogmandate sind aus Sicht der BVE jedoch in wesentlichen Punkten zu verbessern. Die BVE hat als Mitglied des UP KRITIS auch auf dessen Positionspapier zu den Trilogmandaten verwiesen, welches vollends von der BVE unterstützt wird.

Die drei wichtigsten Punkte aus Sicht der BVE für den Trilog sind:

- 1. Anwendungsbereich beschränken und KMU ausnehmen:** Eine Ausweitung des Geltungsbereiches der NIS-Richtlinie 2.0 über die bestehende BSI-KritisV hinaus ist zu unterlassen. Es muss ein risikoorientierter Ansatz bei der Festlegung des Geltungsbereiches der Richtlinie verfolgt werden, die Versorgungskritikalität muss maßgeblich sein. Eine Ausweitung auf alle Unternehmen der Ernährungsindustrie ist nicht nur unverhältnismäßig, sondern aufgrund der resultierenden Kostenbelastungen aus Melde- und Auditierungspflichten wirtschaftlich nicht tragbar. Die BVE fordert, dass der Anwendungsbereich der NIS-Richtlinie 2.0 insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen entsprechend der KMU-Definition der EU konsequent ausnimmt.
- 2. Stand der Technik praxisorientiert definiert definieren:** Die Festlegung des "Standes der Technik" muss anerkannte Normen/Standards/Spezifikationen und branchenspezifische Regelungen berücksichtigen und kann nicht von der Politik festgelegt werden. Die praxisbewährten Normen/Standards/Spezifikationen gehen bereits mit Umsetzungsanweisungen und -vorschriften einher und stellen die notwendige Flexibilität für praxisorientierte Anpassungen sicher.
- 3. Hersteller und Lösungsanbieter von IKT-Produkten und -Diensten stärker zur Einhaltung des Standes der Technik in die Pflicht nehmen:** So sollten die Produkthaftungsregelungen um Aspekte der Netz- und Informationssicherheit erweitert werden, dabei darf jedoch kein neuerlicher Bürokratiemehraufwand für die KRITIS-Betreiber entstehen. Die Verantwortung für die Sicherheit der Lieferkette liegt bei den Herstellern beziehungsweise Lieferanten der jeweiligen Lösungen. Die Verantwortung für die Sicherheit in der Lieferkette darf aufgrund des begrenzten Kenntnis- und Einflussbereiches der Betreiber nicht auf diese abgewälzt werden, denn es gibt durchaus Marktsituationen, bei denen Betreiber die Hersteller/Lieferanten nicht dazu zwingen können, Garantieerklärungen abzugeben.



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 erstellt, um die im "Nationalen Plan zum Schutz der Informationsinfrastrukturen" von der Bundesregierung 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 außerdem 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. Sie ist 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 umgesetzt und die lückenlose Rückverfolgbarkeit der Lebensmittel sichergestellt werden. 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 Kunden anpassen.

Damit Digitalisierung erfolgreich umgesetzt werden kann, braucht es einen klaren Rechtsrahmen und eine fähige Infrastruktur. Die BVE fordert von der Politik, hier raschere Fortschritte zu machen, 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

Gesellschaft und Verbrauchern die Vorteile von Digitalisierung in der Lebensmittelproduktion nähergebracht werden.

Die BVE unterstützt Unternehmen, ist aber auch selbst als Multiplikatorin aktiv. 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 unterstützen. Seit Januar 2017 hat die Initiative smartFoodTechnologyOWL eine eigene Geschäftsstelle auf dem Campus der Technischen Hochschule Ostwestfalen-Lippe (OWL) in Lemgo.

Die BVE ist außerdem an dem vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz geförderten Forschungsprojekt EVAREST beteiligt. Ziel des Projekts EVAREST ist die Entwicklung und Verwertung von Datenprodukten im Ökosystem der Lebensmittelproduktion durch Smart Services. Auf Basis einer über Herstellergrenzen hinweg angelegten, offenen, technischen Datenplattform sowie 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 zum 30. April 2022.



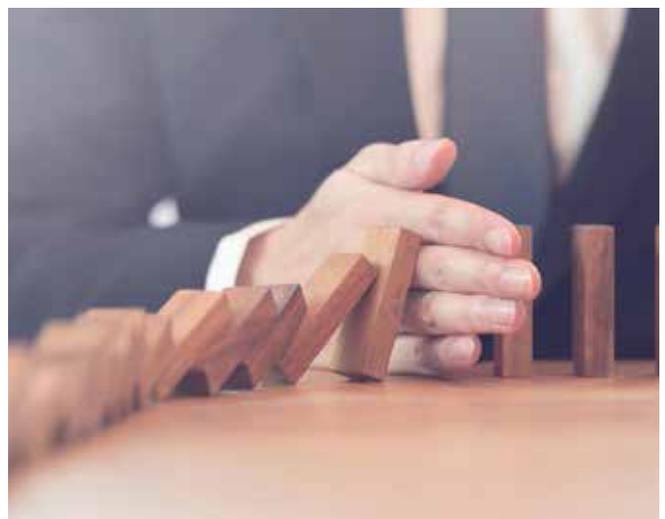


BVE-Krisenmanagement – ein Fels in der Brandung

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

An sieben Tagen in der Woche, und dies jeweils 24 Stunden, stehen Mitgliedern des BVE-Krisenmanagements bei Bedarf profilierte Krisenmanager zur Verfügung, um konkrete Hilfestellung leisten: bei der Sachverhaltsanalyse und, sofern erforderlich, der Durchführung notwendiger Maßnahmen. Dabei kann auf einen interdisziplinären Expertenpool zurückgegriffen werden kann, sofern kein hinreichendes Know-how in den Unternehmen verfügbar ist.

Darüber hinaus beinhaltet 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 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 Leistung und damit den Kundenkontakt nicht zu verlieren. Preis-anpassungen 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 2021 ein Umsatzplus von 1,1 Prozent im Vorjahresvergleich. Damit konnte der LEH das Umsatzwachstum von 11,2 Prozent im ersten Jahr der Corona-Pandemie sogar weiter ausbauen. Während im Jahr 2020 alle Vertriebs-schienen deutliche Umsatzgewinne verzeichneten, zeigten sich in 2021 bei genauerer Betrachtung unterschiedliche Entwicklungen der einzelnen Vertriebs-schienen. Wie auch schon 2020 wuchsen die LEH-Food-Vollsortimenter 2021 am stärksten: Der Umsatzanstieg betrug 4,3 Prozent. Die Drogeriemärkte verzeichneten im selben Zeitraum ein Umsatzwachstum von 3,1 Prozent. Die Discounter hingegen waren mit Umsatzeinbußen von 0,9 Prozent konfrontiert, während die SB-Warenhäuser das hohe Vorjahresniveau um 1,5 Prozent unterschritten.

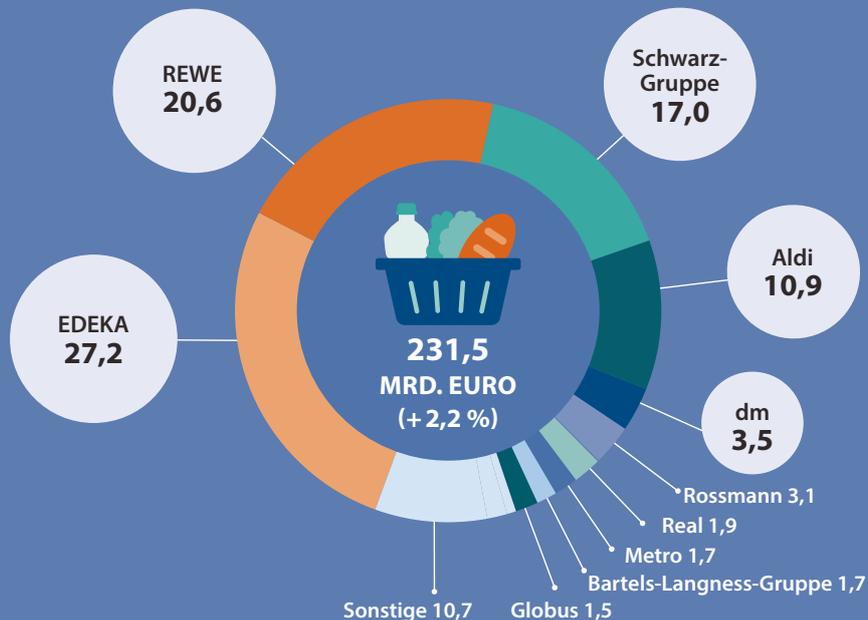
Die Sortimentsentwicklung der Fast Moving Consumer Goods (FMCG) im Bereich Nahrungsmittel konnte das Vorjahresergebnis um 1,4 Prozent verbessern, auch der Bereich Getränke

Lebensmitteleinzelhandel

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

ANTEILE AM LEBENSMITTELUMSATZ IM EINZELHANDEL

2021, in Prozent



Quelle: NielsenIQ/Tradedimensions (TOP 30)

verzeichnete mit einem Plus von 1,8 Prozent ähnliche Wachstumsraten. Alle Sortimente, ausgenommen Fleisch/Wurstwaren mit einem Minus von 2,8 Prozent, verzeichneten hierbei eine positive Entwicklung. Die höchsten Wachstumsraten verzeichneten die Sortimente Süßwaren mit plus 5,9 Prozent, Heißgetränke plus 3,5 Prozent, Brot/Backwaren sowie Molkereiprodukte (weiße Linie) plus 2,7 Prozent und die gelbe Linie plus 2,1 Prozent. Der stärkste Trend war 2021 die sukzessive Hinwendung zu einer pflanzlichen Ernährung. Fleisch-/Käseersatz mit plus 33,4 Prozent, pflanzliche Milch und Milchprodukte (weiße Linie) mit plus 25,5 Prozent und vegane Süßwaren mit plus 20,5 Prozent entwickelten sich dynamisch. Generell lagen auch „Frei-von-Produkte“ wieder stark im Trend; Glutenfrei, Laktosefrei und Zuckerfrei wuchsen 2021 etwa im Gleichschritt. Weiterhin konnte ein positiver Trend bei Bio-Produkten beobachtet werden, wenn auch mit einer geringeren Dynamik im Vergleich zu den „jungen“ Trends.

Der deutsche Außer-Haus-Markt 2021

Die im Food-Service-Bereich tätigen Lebensmittel- und Getränkehersteller, die ihrerseits die Akteure im Außer-Haus-Markt wie beispielsweise Gastronomiebetriebe, Kantinen, Krankenhäuser und andere Großverbraucher mit hochwertigen vorverarbeiteten Lebensmitteln und Getränken versorgen, standen auch in 2021 vor großen Herausforderungen. Besonders schwierig gestaltet sich die Planung der richtigen Produktionsmengen aufgrund von coronabedingt extremen Bedarfsschwankungen in der Gastronomie. Zusätzliche

Hemmnisse waren gerissene Lieferketten, ein weltweiter Rohstoffmangel, ein Fachkräftemangel in Deutschland sowie stark gestiegene Kosten für Transport, Energie und Verpackungsmaterialien.

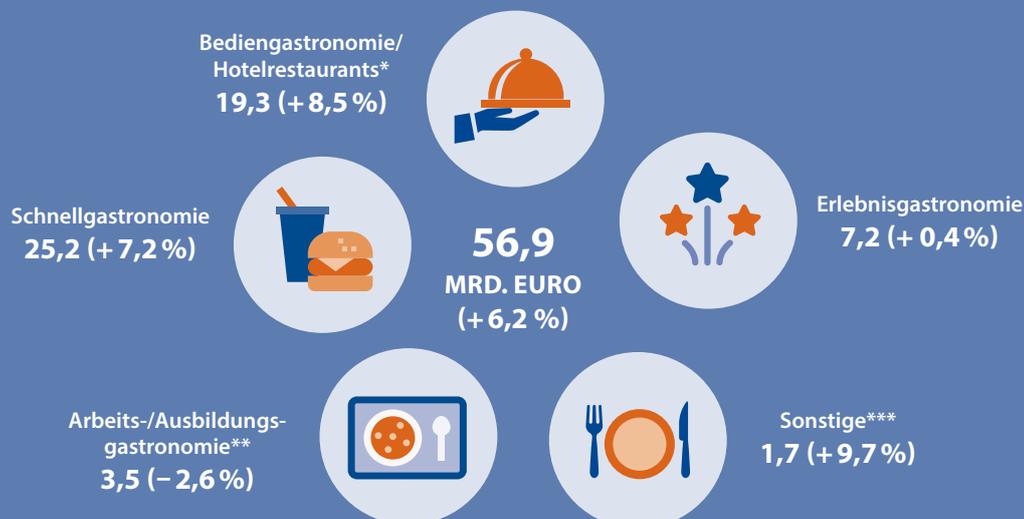
Bereits in 2020 waren viele Hersteller aus dem Food-Service-Segment coronabedingt auf vorproduzierten Lebensmitteln und Getränken sitzen geblieben, da diese von der Gastronomie nicht abgerufen wurden. Auch das Jahr 2021 startete denkbar schlecht: Der Lockdown legte das Geschäft von Gastronomiebetrieben, Kantinen und Eventcaterern zu weiten Teilen bis Mitte Februar lahm. Im Frühjahr 2021 zog die Nachfrage dann wieder merklich an und sorgte dafür, dass viele Produktionslinien bis zum Sommer wieder hochgefahren werden konnten. Im Herbst und im Winter 2021 bestimmten dann jedoch erneut steigende Corona-Zahlen das Außer-Haus-Geschäft und brachten wieder zahlreiche Einschränkungen mit sich.

Neben einer vollständig fehlenden Planbarkeit auf der Absatzseite, stellten eine spürbare Verknappung des Rohwarenangebotes und damit einhergehende steigende Kosten für die Rohwarenbeschaffung die Food-Service-Betriebe vor zusätzliche Herausforderungen. So mussten Unternehmen zum Teil sehr viel höhere Preise für einzelne Zutaten bezahlen, um Produkte in der von der deutschen Ernährungsindustrie geforderten hohen Qualität zu erhalten.

Dazu kamen stark gestiegene Kosten für Transport, Energie und Verpackung und die Sorge um einen sich verschärfenden

KONSUMAUSGABEN AUßER-HAUS-MARKT

2021, in Mrd. Euro, Veränderungen gegenüber 2020 in Klammern



Quelle: CREST Verbraucherpanel, npdgroup deutschland GmbH

* Hotellerie inkl. Frühstück bei Übernachtungen

** incl. Vending am Arbeits-/Ausbildungsplatz

*** Vending an Bahnhöfen sowie Airline und Zugsatering)



Fachkräftemangel in der Produktion sowie in der Logistik. All dies führte zu Produktionsrückgängen – manche Unternehmen legten gar einzelne Produktionslinien still.

Ein Blick auf die Zahlen der npdgroup GmbH zu den Umsatzentwicklungen im deutschen Außer-Haus-Markt, dem zweitwichtigsten Absatzkanal der deutschen Ernährungsindustrie, zeigt, dass auch das zweite Corona-Jahr weit hinter den Ergebnissen von 2019 zurückgeblieben ist. Immerhin konnten in 2021 die Umsätze und auch die Besucherzahlen im Vergleich zu 2020 wieder etwas zulegen.

Laut dem Verbraucherpanel CREST Online des auf den Außer-Haus-Markt spezialisierten Marktforschungsunternehmens in Nürnberg stiegen die Konsumentenausgaben für Essen und Trinken in Restaurants und Cafés, in Hotels, auf Veranstaltungen sowie in den Betrieben der Gemeinschaftsgastronomie in 2021 um 6,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und lagen zum Ende des Jahres bei insgesamt rund 57 Milliarden Euro.

Der Zuwachs resultierte dabei gleichermaßen aus einem Besucherzuwachs in Höhe von 2 Prozent sowie höheren Durchschnittsausgaben. Im Schnitt gab jeder der gut 8,5 Milliarden Gäste im deutschen Außer-Haus-Markt in 2021 pro Besuch 6,64 Euro für Essen und Trinken aus. Das waren 4 Prozent mehr als in 2020.

Ein detaillierter Blick hinter die Zahlen der npdgroup zeigt, dass die Betriebe aus der Schnellgastronomie am besten durch das vergangene Jahr kamen. Im Jahresverlauf erwirtschafteten sie einen Umsatz von mehr als 25 Milliarden Euro – ein Plus von 7,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das stärkste Umsatzplus erwirtschaftete das Segment der Bediengastronomie und Hotellerie mit 8,5 Prozent. Ein weiteres Umsatzminus verzeichnete hingegen die Arbeitsplatz- und Ausbildungsverpflegung mit minus 2,6 Prozent im Vergleich zu 2020. Der Rückgang resultierte aus weiter sinkenden Besucherzahlen. Im Vergleich zu 2019 speisten aufgrund von Homeoffice, Homeschooling und Co. nur rund die Hälfte der Gäste in den Schul- und Hochschulmensen sowie in den Betriebskantinen.

Übergreifend über alle Segmente des Außer-Haus-Marktes hinweg, erlebten erneut auch im ersten Halbjahr 2021 vor allem die Betriebe, die über einen funktionierenden Liefer- oder Pick-up-Service verfügten, einen weniger gravierenden Einschnitt.

Was vom Jahr 2021 bleibt, sind zahlreiche Herausforderungen auf der Kostenseite sowie eine fehlende Planbarkeit, zugleich aber auch die Hoffnung, dass aufgrund weniger beschränkender Vorgaben vonseiten der Politik im laufenden Jahr 2022 endlich eine Markterholung stattfinden kann.

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 von Nestlé Professional, HOMANN Feinkost und dem DMK Deutsches Milchkontor.

Auch im vergangenen Jahr 2021 fanden coronabedingt keine physischen Arbeitskreistreffen statt. Die Arbeit im Gremium und die Abstimmungsprozesse zwischen denen im BVE Arbeitskreis Food Service organisierten Unternehmen wurde aufgrund der schwierigen Situation im Außer-Haus-Markt nichtsdestotrotz intensiv fortgesetzt. Im Rahmen der digitalen Sitzungen tauschten sich die Mitglieder untereinander, aber auch mit externen Gästen unter anderem von der npdgroup Deutschland, der GfK oder dem Institute of Culinary Art aus.

Vorherrschendes Thema der Arbeitskreissitzungen in 2021 waren die anhaltenden negativen Folgen der Corona-Einschränkungen in der Gastronomie sowie der Gemeinschaftsverpflegung und die dadurch entstehenden Herausforderungen in den Produktionsprozessen der Food-Service-Betriebe als Zulieferer des Außer-Haus-Marktes.

Die Teilnehmenden zeigten sich dabei mehrheitlich besorgt über die fehlenden Planungsmöglichkeiten bei den Produktionsmengen aufgrund der extremen Nachfrageschwankungen, die mit Lockdowns, Lockerungen und Zugangsbeschränkungen zu Gastronomiebetrieben in Deutschland und Europa einhergingen. So blieben auch im vergangenen Jahr viele Hersteller auf vorproduzierten Lebensmitteln und Getränken sitzen, da diese von der Gastronomie nicht wie erwartet abgerufen wurden. Hinzu kamen tiefgreifende Beschaffungsprobleme, sowohl für einzelne Zutaten als auch für Verpackungsmaterial. Dies spiegelte sich auch in den Rohwarenpreisen wider, während Preissteigerungen in der Regel (wenn überhaupt) nur mit zeitlichem Verzug weitergegeben werden konnten.

Die in den Sitzungen geäußerten Einschätzungen der Arbeitskreismitglieder deckten sich auch mit den Ergebnissen einer qualitativen Mitgliederbefragung der BVE von September 2021. Auch hier wurden extreme Bedarfsschwankungen und fehlende Planbarkeit als größte Herausforderungen der Food-Service-Betriebe genannt. Darüber hinaus wurden steigende Kosten und Herausforderungen bei der Beschaffung qualitativ hochwertiger Rohwaren angeführt. Das dritte schwerwiegende Problemfeld, das ebenfalls von fast allen Teilnehmern explizit benannt wurde, waren die fehlenden Arbeitskräfte. So fehlen allerorten Produktionsmitarbeiter und LKW-Fahrer gleichermaßen.



Im laufenden Jahr 2022 sollen die Treffen des Arbeitskreises Food Service fortgesetzt werden – als digitales oder wenn möglich auch wieder als physisches Treffen. Im Vordergrund werden sicherlich auch hier die anhaltenden Auswirkungen von Corona auf die Branche sowie die sich daraus für die gesamte Wertschöpfungskette resultierenden Veränderungen stehen. Die bei der BVE organisierten Food-Service-Betriebe sind sich einig, dass die Ernährungsindustrie auch in 2022 weiter im Krisenmodus arbeiten muss.

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

Die Ernährungsindustrie am Weltmarkt

Nach einem Exportrückgang um 1,3 Prozent im Jahr 2020 entwickelten sich die Ausfuhren der deutschen Ernährungsindustrie im Jahr 2021 wieder positiv. Die vorläufigen Exportumsätze lagen bei 65,8 Milliarden Euro, was einem Plus von 7,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Damit stieg die Exportquote auf 35,3 Prozent. Neben dem nominalen Umsatz konnten die Hersteller zudem die abgesetzte Menge erhöhen. Zu einem Absatzplus von 4,1 Prozent konnte zudem höhere Ausfuhrpreise verwirklicht werden, der Ausfuhrpreisindex stieg 2021 um 2,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

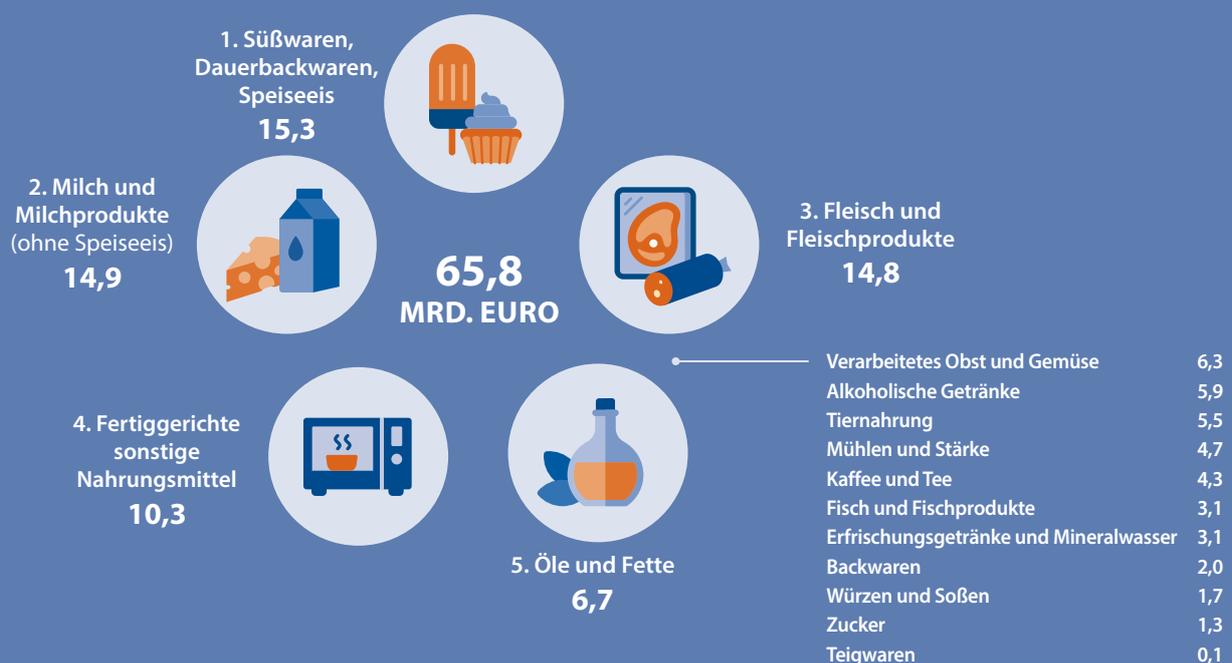
Aufgrund der intensiven Wettbewerbssituation und beschränkten Gewinnmöglichkeiten in Deutschland bildet das Exportgeschäft eine wichtige Ertragsstütze für die Unternehmen der Ernährungsindustrie. Mit neuen Wachstums- und Absatzpotenzialen kommen Verbraucher auf der ganzen Welt in den Genuss qualitativ 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 2020 ist Deutschland der viertgrößte Exporteur und drittgrößte Importeur von Lebensmitteln und Agrarerzeugnissen und damit einer der wichtigsten globalen Akteure. Bei verarbeiteten Lebensmitteln ist Deutschland ein Nettoexporteur und importierte Agrarerzeugnisse im Wert von knapp 92 Milliarden Euro.

EU-Binnenmarkt

Mit einem Anteil von gut 73 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 und kurze Transportwege. Für die deutschen Unternehmen der Branche waren daher auch weiterhin die benachbarten Märkte in den Niederlanden, Frankreich,

ANTEILE AM GESAMTEXPORTWERT DER ERNÄHRUNGSINDUSTRIE

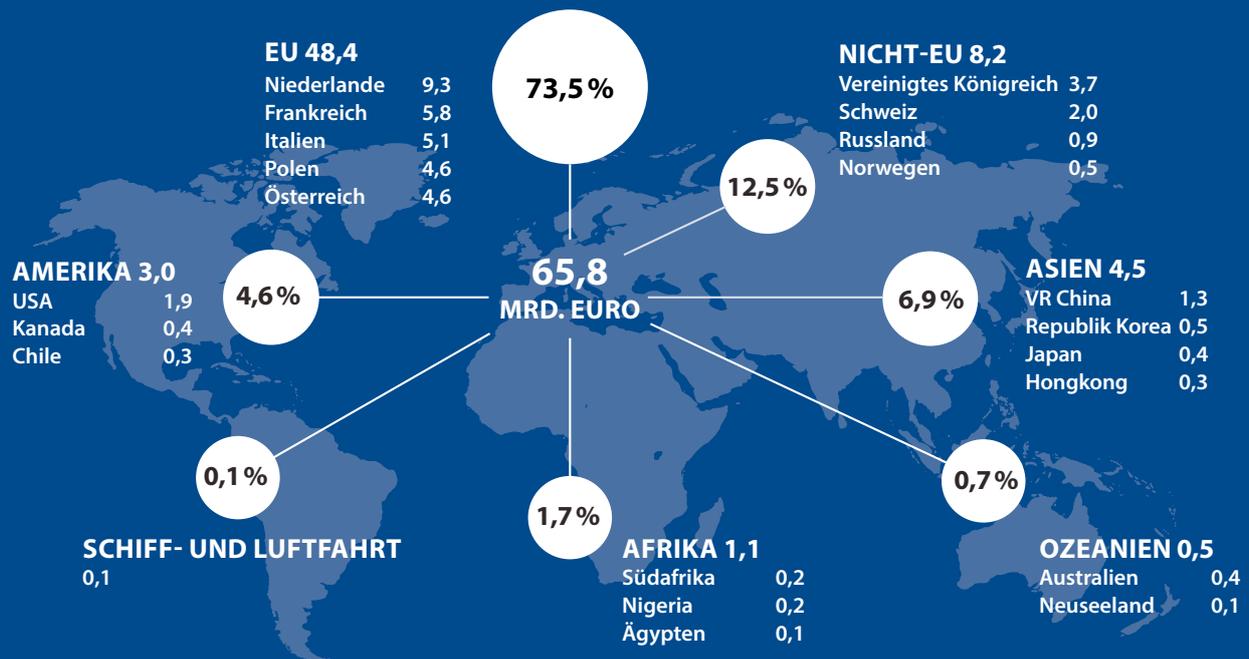
2021, in Prozent, vorläufig



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

AUSFUHR DER DEUTSCHEN ERNÄHRUNGSINDUSTRIE

2021, in Mrd. Euro, Anteil an Gesamtausfuhren im Kreis, vorläufig



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

Italien, Österreich und Polen die wichtigsten Handelspartner. Nach einem Rückgang von 1,1 Prozent in 2020 stieg das vorläufige EU-Exportgeschäft 2021 um 7,0 Prozent im Vorjahresvergleich. Hierbei verzeichnete insbesondere der Handel mit den Niederlanden, Italien und Belgien eine besonders positive Entwicklung.

Neue Potenziale durch freien Handel in Drittländern

Auch 2021 diente der Handel mit Drittländern als wichtiger Absatzkanal für die Produkte deutscher Lebensmittelhersteller. Mit einem Umsatz von gut 17 Milliarden lagen die Drittlandsexporte um 3,9 Prozent unter dem Vorjahresergebnis. Der Rückgang ist insbesondere auf sinkende Umsätze in China und dem Vereinten Königreich zurückzuführen. Die Märkte dort zählen neben der Schweiz weiterhin zu den wichtigsten Märkten für deutsche Lebensmittelhersteller. Aber auch Länder wie Südkorea oder Vietnam stehen zunehmend im Fokus deutscher Lebensmittelhersteller. Neben den coronabedingten Herausforderungen gibt es viele weitere Hindernisse für den Export in Drittstaaten. 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 hemmen 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 ertragsstützende 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 Teilnehmer klare und verlässliche Regeln gelten, die aber gleichzeitig eine praxisnahe Anwendung ermöglichen. Hier dürfen die Chancen, die die Digitalisierung bietet, nicht ausgeblendet werden, sondern sie müssen auf ihre Anwendbarkeit geprüft werden.

BVE-AFC-Exportindikator

Nach einer Erholung im Jahr 2021 zeigte sich die Stimmung der exportierenden Ernährungsindustrie im Jahr 2022 negativer, so die Ergebnisse des Exportindikators der deutschen Ernährungsindustrie 2022.



Sowohl eine negativere Einschätzung der Geschäftslage als auch der Geschäftserwartungen im Lebensmittelexport führten mit einem Minus von 15 Prozentpunkten zu einem Rückgang des Exportklimas. Das Vorkrisenniveau aus dem Jahr 2019 mit 37 Prozent wurden damit weiterhin verfehlt.

Für die Ernährungsindustrie ist das Exportgeschäft ein wichtiges Standbein, um neben dem Geschäft auf den Binnenmärkten zusätzliches Wachstum zu generieren. Daher hat der Export und die Erschließung neuer Absatzmärkte im Ausland eine besondere Bedeutung für die Branche. In den letzten 12 Monaten war jedoch jedes zweite Unternehmen (47 Prozent) mit Exporthindernissen in ausgewählten Zielmärkten konfrontiert. Die Hauptursachen hierfür sind in politischen oder wirtschaftlichen Krisen (35 Prozent) sowie in bürokratischen Hürden (20 Prozent) zu suchen. Auch der Blick in die Zukunft fällt weiterhin verhalten aus: Zwei von drei Unternehmen (63 Prozent) planen auf Basis der heutigen Weltwirtschaftslage in den nächsten 12 Monaten keine neuen Märkte zu erschließen. Im Jahr 2019 gaben dies lediglich 38 Prozent der Unternehmen an. Gefragt wurde in der aktuellen Umfrage auch nach den wichtigsten Absatzmärkten der Branche. Die Erwartungen an die EU- und Drittlandsmärkte fielen dabei uneinheitlich aus. In den EU-Märkten verspricht sich die Branche insbesondere vom Export in die Niederlande, Frankreich und Belgien Wachstum. In den Drittlandsmärkten wurden Wachstumserwartungen lediglich für die Schweiz angegeben, während die Hersteller insbesondere in den Länder Russland, China und dem Vereinten Königreich mit sinkenden Absätzen rechnen.

Der Exportindikator der deutschen Ernährungsindustrie ist ein Folgeformat des Exportbarometers und wurde im Auftrag der BVE zum vierten Jahr in Folge 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 wird das Exportklima berechnet und es lassen sich repräsentative Schlüsse über die Position der Ernährungsindustrie auf den globalen Märkten ziehen. Der BVE-AFC-Exportindikator wird zur strategischen Beobachtung der Exportkonjunktur jährlich erstellt und vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gefördert.

Den Exportindikator finden Sie [hier](#).



Arbeitskreis Außenwirtschaft und Arbeitskreis Zoll

Gemeinsame Sitzung am 21. Juni 2021

Der BVE-Arbeitskreis Außenwirtschaft ist die mitgliederinterne Plattform für Verbände und Unternehmen der Ernährungsindustrie, um sich über Fragen der Außenwirtschafts- und Handelspolitik auszutauschen. In 2021 tagte der Arbeitskreis gemeinsam mit dem Arbeitskreis Zoll, dem Meinungsbildungsgremium der BVE zu Zollfragen. Das gemeinsame Online-Meeting am 21. Juni 2021 zielte auf die Abstimmung der Branchenposition zu Fragen des internationalen Handels und der Zollpraxis. Kernthemen der Sitzung waren unter anderem die laufenden Verhandlungen der EU über Freihandelsabkommen sowie die darin verankerten Nachhaltigkeitskapitel, die Implementierung des Abkommens mit dem Vereinigten Königreich, neue Importanforderungen Chinas für Low Risk Food (Dekret 248 und 249) sowie neue Anforderungen zur Verbringung von zusammengesetzten Lebensmitteln (mit tierischen Bestandteilen) in die EU. Zudem wurden Prioritäten für den Abbau von Handelshemmnissen für die exportorientierte Ernährungsindustrie diskutiert, die Wachstumschancen befördern sollen. Dafür benötigen die Unternehmen die Unterstützung der Politik. Zu den branchenrelevanten Aktivitäten der Bundesregierung berichteten in dem Kreis das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft und das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie.

Arbeitskreis Zoll Sitzung am 10. Dezember 2021

Ergänzend zur Sommersitzung tagte der Arbeitskreis Zoll noch einmal am 10. Dezember 2021, um offene Zollfragen zu diskutieren. Im Fokus standen die Beilegung des WTO-Handelsstreits zwischen der EU und den USA und die

Aussetzung der Strafzölle im transatlantischen Agrarhandel, die Marktzugangsdatenbank „Access2Markets Database“, die nationale Umsetzung der Verordnung zur Änderung marktordnungsrechtlicher Vorschriften sowie der BVE-AFC-Exportindikator 2021. Über die branchenrelevanten Aktivitäten der Bundesregierung erstattete das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft Bericht.

Herausforderungen in der Lebensmittellogistik

Nicht nur pandemiebedingt haben im Jahr 2021 die Anforderungen in der Lebensmittellogistik erheblich zugenommen. Insbesondere gestiegene Kosten, eine Verknappung der existierenden Transportkapazitäten sowie ein international zunehmender Wettbewerb um Frachtraum sorgten für Beeinträchtigungen.

Eine Umfrage in der BVE-Mitgliedschaft im September 2021 gab einen Überblick über die logistischen Herausforderungen der Branche und deren Ursachen. So gaben mehr als 75 Prozent der Unternehmen an, mit Engpässen in der Lebensmittellogistik konfrontiert zu sein. 90 Prozent der Befragten sagten, dass die Herausforderungen in den vorangegangenen zwölf Monaten stark oder zumindest moderat zugenommen haben. Rund drei Viertel der Firmen erwarteten auch für das nun laufende Jahr 2022, dass die Probleme weiter stark oder zumindest moderat zunehmen werden.

Die größten Herausforderungen lagen nach Angaben der Befragten auf der Straße und bei den internationalen Wasserwegen. Die Luftfracht sowie der Schienentransport wurden von den Unternehmen eher unkritisch bewertet. Als Ursachen der Probleme nannten die Befragten zum einen die gesunkenen Transportkapazitäten infolge der Corona-Pandemie. So stünden beispielsweise weniger Container, Paletten oder Frachtraum zur Verfügung. Dies sei im Seeverkehr zurückzuführen auf fehlende Container, im nationalen Straßenverkehr auf den sich bereits seit Jahren abzeichnenden Mangel an Lkw-Fahrern – ein Problem, das sich durch die Corona-Pandemie verschärft hat.

Neben den Herausforderungen bei den Transport- und Lagerkapazitäten wurden von den Unternehmen vor allem die gestiegenen Kosten als eine zentrale Herausforderung der vorangegangenen, aber auch der zukünftigen zwölf Monate genannt. So gaben 38 Prozent der befragten Unternehmen an, dass die Logistikkosten stark zugenommen haben. 57 Prozent verzeichneten eine moderate Steigerung. Für die Zukunft erwartete die Mehrzahl der Unternehmen einen weiterhin starken oder zumindest moderaten Anstieg der Logistikkosten.

Zu den wichtigsten Gründen für die gestiegenen Kosten wurden die Energie- und Kraftstoffpreise aufgrund der CO₂-Steuer und steigender Dieselpreise, die Personalkosten von Fahrern und Lagermitarbeitern, aber auch die Kosten für Container im internationalen Seeverkehr genannt.

Auf die Frage, welche Themen in der Lebensmittellogistik zukünftig (weiter) stark an Relevanz gewinnen werden, antworteten zwei Drittel der Unternehmen, dass sie die Partnerschaft mit Transportdienstleistern zur Sicherung von Frachtkapazitäten auszubauen planen. Fast ebenso viele gaben an, dass das Thema Nachhaltigkeit in Logistikprozessen und bei Logistikwegen, aber auch die Absicherung von Lieferketten durch bessere Absprachen mit Lieferanten und Abnehmern an Bedeutung gewinnen werde.

BVE-Arbeitskreis Logistik

Im BVE-Arbeitskreis Logistik tauschen sich Marktexperten und Verantwortliche aus Unternehmen und Fachverbänden der Ernährungsindustrie über aktuelle Themen aus der Lebensmittellogistik aus, informieren sich über neue Marktentwicklungen und pflegen die Kontakte untereinander.

Im Jahr 2021 standen insbesondere die steigenden Preise für Logistikdienstleistungen, fehlende Frachtkapazitäten sowie die Sorge um Fachkräfte im Mittelpunkt der Gespräche. Im offenen Austausch mit dem Deutschen Seeverladerkomitee im BDI und unter Einbindung führender Logistikdienstleister wie Kraftverkehr Nagel oder DB Cargo konnten aktuelle





Herausforderungen und Probleme benannt sowie Lösungsansätze partnerschaftlich analysiert werden. Im Rahmen des Arbeitskreises wurde eine Umfrage zu den Herausforderungen in der Lebensmittellogistik realisiert.

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

Nationale und privatwirtschaftliche Exportförderung für Lebensmittel und Getränke 2021/2022

Um vornehmlich die Exportbemühungen von kleinen und mittleren Lebensmittel- und Getränkeherstellern aktiv zu unterstützen, gibt es zahlreiche nationale Exportförderangebote, die durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) angeboten und durch privatwirtschaftlich organisierte Exportförderprojekte ergänzt werden. Hierzu zählen Markterkundungs- und Geschäftsreisen in ausgewählte Zielmärkte, offizielle Beteiligungen an relevanten Fachmessen im europäischen und außereuropäischen Ausland, die Bereitstellung von kostenfreien Marktstudien und Schulungsseminare für Exportverantwortliche.

Die Folgen der anhaltenden Corona-Pandemie hinterließen auch in 2021 tiefgreifende Spuren in der Exportförderung. Einschränkungen durch Reisebeschränkungen, kurzfristige Terminverschiebungen und -absagen sowie digitale Formate als Ersatz für einen persönlichen Kontaktaufbau beziehungsweise eine persönliche Kontaktpflege raubten den Unternehmen der exportorientierten deutschen Ernährungsindustrie jegliche Planungssicherheit.

Von den ursprünglich 22 für das Jahr 2021 geplanten und vom BMEL finanziell geförderten Geschäftsreisen in relevante Exportmärkte konnte lediglich die Hälfte durchgeführt werden. Die meisten Marktinformations- und Matchmakingveranstaltungen wurden als virtuelle Ersatzveranstaltung organisiert. Für das laufende Jahr 2022 stehen insgesamt 26 Unternehmerreisen auf dem Programm. Wie viele davon physisch, digital oder überhaupt durchgeführt werden können, bleibt zum aktuellen Zeitpunkt ungewiss.

Im Rahmen des BMEL-Auslandsmesseprogramms waren für das Jahr 2021 ursprünglich 42 Beteiligungen an internationalen Fachmessen sowie vier Informationsstände ohne Produktpräsentationen vorgesehen. Darunter waren 27 Leitmessen für Lebensmittel und Getränke, vornehmlich in Asien, Europa und Nordamerika. Von den geplanten Messebeteiligungen konnten ebenfalls nur wenige so wie vorgesehen durchgeführt werden. Messeterminen wurden abgesagt, verschoben und durch virtuelle Matchmakingformate ersetzt. Auf stattfindenden Messen in Asien wurden die Produkte deutscher Lebensmittel- und Getränkehersteller oft lediglich durch Mitarbeiter eines Importeurs oder Distributeurs präsentiert. Für das Jahr 2022 plant das BMEL, sich an bis zu 43 Fachmessen mit einem deutschen Nationalpavillon unter dem Signet der Bundesregierung „made in Germany“ sowie an vier weiteren Messen mit einem Informationsstand zu beteiligen. Ob diese deutschen Beteiligungen jedoch zustande kommen hängt einerseits von der Frage ab, ob und wann die Messen stattfinden, sowie andererseits von der Bereitschaft der deutschen Lebensmittel- und Getränkehersteller, wieder an Messen teilzunehmen und ins Ausland zu reisen.

Abgerundet wird das Exportförderangebot des BMEL durch aktuell 66 kostenfreie, auf die Informationsbedürfnisse der deutschen Ernährungswirtschaft abgestimmte Länderberichte zu relevanten Auslandsmärkten innerhalb und außerhalb der Europäischen Union. Seit 2021 ergänzen vier neu eingerichtete Kompetenzstellen für Agrar und Ernährung die politische Arbeit der 18 Referenten für Ernährung und Landwirtschaft an den deutschen Botschaften weltweit. Diese sollen deutsche Unternehmen vor Ort aktiv bei Geschäftsanbahnungen unterstützen. Mehr Informationen zu den Exportförderangeboten des BMEL online unter: www.agrarexportfoerderung.de

Die Angebote der nationalen Exportförderung werden durch privatwirtschaftlich organisierte Exportförderprojekte ergänzt. So finden Unternehmen bei den Exportförderverbänden der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft eine praxisnahe und auf die produktspezifischen Bedürfnisse zugeschnittene Unterstützung ihrer Auslandsbestrebungen. Diese Verbände haben sich unter dem Dach der German Export Association for Food and Agriproducts (GEFA) zusam-

mengeschlossen. Neben der Durchführung von Geschäftsreisen aus dem BMEL-Exportförderprogramm bietet die GEFA zusätzlich eigene Messebeteiligungen und Matchmakingveranstaltungen mit Einzelhandelsketten aus relevanten Exportmärkten an. Mehr unter: www.germanexport.org.

Über ein internationales Netzwerk an Fachmessen in den Bereichen Ernährung und Ernährungstechnologie bietet auch die Kölnmesse GmbH exportorientierten Lebensmittel- und Getränkeherstellern die Möglichkeiten, über eine Beteiligung an einer Fachmesse im Ausland in einem relevanten Zielmarkt Fuß zu fassen. Im Angebot der Kölnmesse stehen Messen vornehmlich in Asien und Südamerika sowie natürlich auch die Anuga – Weltleitmesse für Ernährung und Getränke – und die Anuga Horizon, die in 2022 erstmalig in Köln stattfinden wird. Mehr unter: www.koelnmesse.de.

Als branchenübergreifender Dachverband der deutschen Ernährungsindustrie setzt sich die 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 Auslandsmessebeteiligungen und Unternehmerreisen und vertritt die deutsche Ernährungswirtschaft bei relevanten Auslandsmessen an deutschen Nationalpavillons.

Als Gründungsmitglied des Vereins Food-Made in Germany (FMIG) und Fördermitglied bei der GEFA (German Export Association for Food and Agriproducts) steht die BVE im

ständigen Austausch mit den einschlägigen Exportfördergesellschaften der Branche und agiert als ein wichtiger Multiplikator, um Informationen zu nationalen und privatwirtschaftlich organisierten Exportförderangeboten zusammenzutragen und an interessierte Unternehmen weiterzugeben.

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 11. Ministerkonferenz im Dezember 2017 angestoßenen Reformvorhaben durchzusetzen.





So muss insbesondere sichergestellt werden, dass der WTO-Streitschlichtungsmechanismus unabhängig und verbindlich bleibt. Eine vorübergehende Handlungsfähigkeit der WTO-Streitschlichtung ist zumindest durch die auf Initiative der EU hin am 30. April 2021 bei der WTO eingereichten Übergangsvereinbarung zur Beilegung von Handelsstreitigkeiten gegeben. Dieser Mehrparteien-Schlichtungsvereinbarung (Multi-party interim appeal arbitration arrangement = MPIA) haben sich mittlerweile 25 Mitglieder angeschlossen. Am 31. Juli benannten die Teilnehmenden der Übergangsvereinbarung die zehn unabhängigen Schiedsrichter, von denen nun drei zufällig ausgewählt und zu Beschwerden über WTO-Panelberichte angehört werden.

Die EU hat sich zudem neue Vorschriften gegeben, die es ihr ermöglichen, Gegenmaßnahmen bei Blockaden von WTO-Streitbeilegungsverfahren zu ergreifen. Der Anwendungsbereich dieser Gegenmaßnahmen deckt nicht nur Themen der WTO-Abkommen, sondern auch Verstöße, die sich negativ auf Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und die Umwelt auswirken, ab.

Außerdem hat die EU Ende 2021 ein neues Instrument vorgeschlagen, um der Anwendung von wirtschaftlichem Zwang durch Drittländer entgegenzuwirken. Sollte der Zwang nicht durch Gespräche abgewendet werden, wird die EU durch das sogenannte Anti-Coercion-Instrument befähigt Reaktionen zu erlassen, wie die Verhängung von Zöllen und Beschränkungen von Einfuhren aus dem entsprechenden Land, von Dienstleistungen oder Investitionen, Maßnahmen zur Beschränkung des Zugang des Landes zum EU-Binnenmarkt.

Zur weiteren Liberalisierung des Handels über die WTO-Ebene hinaus streben derzeit jedoch zahlreiche Länder den

Abschluss von zusätzlichen bi- und plurilateralen Freihandelsabkommen an. Allein die EU hat mehr als 770 internationale Abkommen zum Agrarhandel geschlossen. Darunter fallen umfassende Freihandelsabkommen, wie etwa mit Südkorea, Vietnam oder Singapur, aber auch spezifische Abkommen, wie beispielsweise Veterinärabkommen. Die BVE bezieht in Brüssel aktiv 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 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 (g. g. A.) 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 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, wengleich die Gespräche über ein transatlantisches Freihandelsabkommen mit der EU ruhen. Der Außenhandel mit Lebensmitteln zwischen der EU und den USA war lange durch diverse Handelsstreitigkeiten in anderen Sektoren belastet. So hatten Zollsanktionen die deutsche Ernährungsindustrie durch steigende Rohstoffpreise sowie eine verschlechterte Wettbewerbsfähigkeit am US-Markt doppelt hart getroffen. Insofern hat die BVE ausdrücklich das Aussetzen der Strafzölle in den EU-US-Handelsstreitigkeiten Ende Oktober 2021 begrüßt und sich für eine dauerhafte Lösung ausgesprochen. Oberste Priorität in den transatlantischen Handelsbeziehungen sollten aus Sicht der BVE deshalb zwingend langfristig orientierte Bemühungen zum Abbau und zur Prävention nicht tarifärer und regulatorischer Handelshemmnisse haben. Insbesondere die Orientierung an internationalen Standards sowie an einem vorsorgenden und risikoorientierten Ansatz in den jeweiligen Systemen zu Lebensmittelsicherheit und Risikomanagement 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 Export erleichterungen für die deutsche Ernährungsindustrie diskutiert werden.

Seit 2012 ruhen die 2007 begonnenen Verhandlungen um ein umfassendes Freihandelsabkommen zwischen der EU und Indien. Die Verhandlungen sollen 2022 wieder aufgenommen werden. Die BVE begrüßt diesen Schritt, da Indien sowohl als Absatzmarkt wie auch als Beschaffungsmarkt für die deutsche Ernährungsindustrie bedeutend ist.

Am 26. Juni 2019 haben die EU und der Mercosur im Grundsatz 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 politische „grundsätzliche Einigung“ über die wichtigsten Handelsteile eines neuen Assoziierungsabkommens erzielt. Zwei Jahre später, 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. Zu den Vereinbarungen zählt die künftige Zollfreiheit von 99 Prozent aller Waren, die zwischen der EU und Mexiko gehandelt werden. Bei einzelnen Agrarprodukten sind zunächst Übergangsfristen beziehungsweise Quoten vorgesehen. Insgesamt werden 340 Lebensmittelprodukte aus der EU in Zukunft durch geografische Herkunftsangaben geschützt sein. Investor-Staat-Streitigkeiten

sollen durch ein öffentlich legitimiertes Investitionsgericht beigelegt werden. Neben Marktzugangsregelungen werden im neuen Abkommen beispielsweise auch Themen wie Nachhaltigkeit, regulatorische Zusammenarbeit und Korruptionsbekämpfung enthalten sein. 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. Die Verhandlungen mit Thailand ruhen.

Auswirkungen des Ukraine-Krieges auf die deutsche Ernährungsindustrie

Die deutsche Ernährungsindustrie verfolgt die Entwicklungen in der Ukraine mit großer Sorge und unterstützt vollumfänglich die Sanktionen der Bundesregierung und der Europäischen Union infolge des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine. Die deutsche Ernährungsindustrie sieht die Aufrechterhaltung der kritischen Infrastruktur der Lebensmittellieferketten sowie die Versorgungssicherheit der Bevölkerung als Priorität an.

Die Sicherung der Rohstoffverfügbarkeit für die Lebensmittelproduktion zu bezahlbaren Preisen muss gewährleistet bleiben, Lieferketten mit der Ukraine und Russland für Rohstoffe, die nur schwer ersetzbar sind, müssen gesichert werden. Aktuell sind Lieferengpässe vor allem bei Pflanzenölen (Sonnenblume, Lein, Soja), Alaska-Seelachs, Senfsaaten, Eiweißfuttermitteln, Honig und Verpackungsmaterialien (Holzstoffe, Aluminium, Papier, Glas) zu verzeichnen.

Russland ist für die deutsche Ernährungsindustrie der fünftgrößte Absatzmarkt außerhalb der EU. Jährlich werden verarbeitete Lebensmittel im Wert von 902 Millionen Euro nach Russland exportiert.

Die Ukraine ist für die deutsche Ernährungsindustrie vor allem ein wichtiges Lieferland für Rohstoffe für die Lebensmittelproduktion. So belaufen sich die jährlichen Importe von Agrarrohstoffen auf 512 Millionen Euro. Verarbeitete Lebensmittel werden jährlich im Wert von 284 Millionen Euro aus der Ukraine importiert. Auch für den Lebensmittelexport ist die Ukraine ein zunehmend wichtiger Absatzmarkt. Derzeit belaufen sich die jährlichen Exporte auf 317 Millionen Euro.

Die Politik muss sich klar zur Sicherstellung der Nahrungsmittelproduktion positionieren. Dazu gehören offene Weltmärkte, um die Ernährungsversorgung zu gewährleisten, und eine klare Priorisierung der Lebensmittelproduktion bei der Energieversorgung.

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. In den vergangenen Monaten wurden der deutsche Lebensmittelexport nach China jedoch mit einer Vielzahl von Herausforderungen konfrontiert. So brachte der Ausbruch der Afrikanischen Schweinepest in Deutschland und die fehlende Anerkennung des Regionalisierungsprinzips durch China den Export von Fleisch und Fleischerzeugnissen weitestgehend zum Erliegen, weiter haben die verschärften Hygienestandards im Zusammenhang mit Covid-19 beim Import an den chinesischen Grenzen zeitweise zu deutlichen Verzögerungen geführt. Schließlich hat China mit zwei neuen Verordnungen (Decree 248 und 249) eine Registrierungspflicht für alle Lebensmittel- und Getränkeunternehmen, die nach China exportieren, eingeführt. Während für einen Großteil der Produkte eine Selbstregistrierung erforderlich ist, müssen einige Produkte eine Registrierung durch die nationalen Behörden erhalten. Mit einigen begrenzten Ausnahmen schreibt Decree 248 vor, dass alle ausländischen Lebensmittelhersteller, und -verarbeiter bei der Allgemeinen Zollverwaltung Chinas (GACC) registriert sein müssen, um Produkte nach China zu exportieren. Das Decree 249 wird der GACC neue Durchsetzungsinstrumente an die Hand geben, um die Einfuhr von Lebensmitteln nach China auszusetzen oder zu verbieten, wenn Verstöße gegen die geltenden chinesischen Gesetze und Vorschriften festgestellt werden. Die Umsetzung der chinesischen Anforderungen hat in der Praxis angesichts des engen Zeitrahmens der Registrierungspflicht bis zum 31. Dezember 21 und offener Umset-

zungsfragen zu Problemen geführt. Die BVE hat ihre Mitglieder bei dem Prozess begleitet, offene Fragen geklärt und steht auch weiterhin mit der EU-Kommission und den chinesischen Behörden zur Klärung von Fragen im Dialog.

Das Vereinigte Königreich (VK) ist für die deutsche Ernährungsindustrie mit einem jährlichen Absatzvolumen von rund drei Milliarden Euro der fünftgrößte Exportmarkt. Mit dem Brexit hat sich das bilaterale Handelsvolumen jedoch deutlich reduziert; der Trend geht weiter abwärts. Zwar konnte durch das am 31. Dezember 2020 verabschiedete und in Kraft getretene Abkommen zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich (Trade and Cooperation Agreement TCA) der drohende Rückfall des präferenziellen Handels auf WTO-Regeln abgewendet werden, dennoch ist der Handel mit dem VK für die deutsche Ernährungsindustrie gegenüber dem Binnenmarktverhältnis spürbar teurer und erschwert worden. Es gibt einen großen bürokratischen Aufwand infolge von Zoll- und Einfuhrkontrollen, die mit der phasenweisen Umsetzung des TCA stetig zunehmen. Seit Januar 2022 müssen europäische Exporteure ihre Ware mindestens vier Stunden, bevor sie an der Grenze eintrifft anmelden. Im Laufe des Jahres 2022 kommen Nämlichkeits- und Veterinärkontrollen hinzu. Zur Anwendung des Abkommens stellen sich den Unternehmen der Ernährungsindustrie, die im Export, Import oder Transit zwischen beiden Handelspartnern tätig sind, viele Fragen. Die BVE setzt sich für einen vertrauensvollen Dialog mit dem britischen Handelspartner zur Klärung dieser Fragen ein und fordert auch die EU-Kommission und die Bundesregierung auf, die Unternehmen im Handel mit dem Drittland Vereinigtes Königreich durch Exportfördermaßnahmen und Informationen noch stärker zu unterstützen.



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.

„Next Generation EU“: Verordnung zur Einrichtung einer Aufbau- und Resilienz-fazilität

Der Rat der EU hat am 11. Februar 2021 die Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates zur Einrichtung einer Aufbau- und Resilienzfazilität (ARF) verabschiedet, nachdem diese zuvor mit großer Mehrheit im Parlament angenommen wurde. Die ARF ist zentraler Bestandteil des von der Kommission im Zuge der Covid-19-Pandemie im Mai 2020 vorgelegten Vorschlags für das Aufbauinstrument „Next Generation EU“, welches mit Finanzmitteln in Höhe von 672,5 Milliarden Euro ausgestattet ist. Die ARF soll Mitgliedstaaten über Zuschüsse und Kredite bei öffentlichen Investitionen und Reformen unterstützen und so dazu beitragen, die wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen der Corona-Pandemie sowie die Herausforderungen des ökologischen und digitalen Wandels zu bewältigen.

Mit der am 18. Dezember 2020 erzielten politischen Einigung zwischen Rat und Parlament wurden im Vergleich zum Kommissionsvorschlag unter anderem folgende Änderungen am Verordnungstext vereinbart:

- Die Erhöhung der Vorfinanzierungsrate wird von ehemals acht Prozent auf 13 Prozent der für die einzelnen Mitgliedstaaten vorgesehenen Finanzmittel erhöht.
- Regelmäßige nationale Ausgaben dürfen nicht finanziert werden.
- Ein „Aufbau- und Resilienzdialog“ soll eine stärkere Einbindung des Parlaments bei der Umsetzung der ARF gewährleisten.
- Ein öffentliches Scoreboard soll bis Dezember 2021 finalisiert sein und die Fortschritte bei der Umsetzung der Fazilität sowie der nationalen Aufbau- und Resilienzpläne dokumentieren.

Die Mitgliedstaaten haben der EU-Kommission entsprechende nationale Aufbau- und Resilienzpläne vorgelegt.

Bericht der Kommission zum Stand der Richtlinie über unlautere Handelspraktiken

Der in der Richtlinie über unlautere Handelspraktiken vorgesehene Bericht der EU-Kommission zum Umsetzungsstand wurde im Oktober 2021 veröffentlicht. Dieser Bericht enthält keine Bewertung der Umsetzungsmaßnahmen. Die Mehrheit der Mitgliedsstaaten hat die Richtlinie fristgemäß umgesetzt, wobei neun Mitgliedstaaten den vorgesehenen Anwendungsbereich über den der Richtlinie hinaus erweitert haben. Elf Mitgliedstaaten haben sowohl die „schwarze“

als auch die „graue“ Liste von Praktiken verboten. Die erste Bewertung der Richtlinie auf EU-Ebene und ein Bericht über die wichtigsten Ergebnisse dieser Bewertung werden bis zum 1. November 2025 vorgelegt

Schutz gegen unlautere Handelspraktiken – Gesetz zur Stärkung der Organisationen und Lieferketten im Agrarbereich

Die Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel (LEH), der von vier großen Handelsketten mit einem Marktanteil von rund 85 Prozent dominiert wird, und die damit verbundene Nachfragemacht und Verhandlungsstärke führen vielfach zu Belastungen in den Lieferbeziehungen, die Auswirkungen auf die gesamte Lebensmittellieferkette haben. Immer wieder werden Lieferanten mit Verhaltensweisen und Forderungen ihrer Handelspartner konfrontiert, die bisweilen von fehlendem Verständnis zeugen, grenzwertig und auch rechtswidrig erscheinen. Der europäische Gesetzgeber hat vor diesem Hintergrund am 17. April 2019 die Richtlinie über unlautere Handelspraktiken in den Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen in der Agrar- und Lebensmittelversorgungskette verabschiedet. Damit ist innerhalb der EU ein einheitlicher Mindestschutzstandard zur Bekämpfung von unlauteren Handelspraktiken in der Agrar- und Lebensmittellieferkette geschaffen worden. Diese Richtlinie sieht ein Verbot der schädlichsten unlauteren Handelspraktiken vor, die entweder gänzlich verboten sind („schwarze Liste“) oder nur auf der Grundlage einer Vereinbarung („graue Liste“) wirksam sind.

Die BVE hat sich intensiv in die nationale Umsetzung dieser Richtlinie eingebracht und unter anderem an der Sachverständigenanhörung im Bundestagsausschuss für Landwirtschaft und Ernährung mitgewirkt. Es konnten erhebliche Veränderungen zugunsten der Lieferanten durchgesetzt werden, die über eine Eins-zu-eins-Umsetzung der Richtlinie hinausgehen. So ist beispielsweise der Anwendungsbereich erweitert und die ursprüngliche Umsatzhöchstschwelle von 350 Millionen Euro pro Jahr partiell auf vier Milliarden Euro erhöht worden. Darüber sind einzelne Handelspraktiken der „grauen Liste“, wie zum Beispiel das Zurückschicken bestellter Ware ohne Entrichtung des Kaufpreises oder die Geltendmachung von Lagerkosten für bestellte Produkte, „geschwärzt“, das heißt in die „schwarze Liste“ übernommen und somit verboten worden.

Ob und inwieweit diese gesetzliche Regelung zu mehr Fairness in der Lieferkette führt, bleibt abzuwarten. Im Rahmen der Evaluierung dieses Gesetzes, die ab der zweiten Jahreshälfte 2023 stattzufinden hat, sind entsprechende Feststellungen zu treffen, die gegebenenfalls zu einer Nachjustierung führen können.



INTERNORGA 2022

Unter dem Motto „Zurück in die Zukunft“ findet in Hamburg vom 30. April bis 4. Mai 2022 die INTERNORGA, die europäische Leitmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien statt. Nachdem die Messe 2020 coronabedingt abgesagt werden musste und in 2021 lediglich als digitales Fachevent stattfand, wurde die Messe in 2022 um sechs Wochen nach hinten verschoben, um eine physische Messedurchführung in einer weniger angespannten Corona-Situation sicherzustellen. Auf der Messe haben die Besucher wie gewohnt die Möglichkeit, einen Blick nach vorne zu werfen: auf Innovationen und Trends im Außer-Haus-Markt.

In der Vergangenheit präsentierten auf der INTERNORGA mehr als 1.300 internationale Aussteller den mehr als 93.000 Messebesuchern ihre Produkte und Dienstleistungen.

Im Rahmen der Eröffnungsfeier wird auch in 2022 der INTERNORGA Zukunftspreis verliehen. Mit dem Branchenaward werden Produkte, Dienstleistungen oder Strategien ausgezeichnet, die für Zukunftsfähigkeit und Nachhaltigkeit stehen.

Mit der Studie FoodZoom 2022 stellt die INTERNORGA zusammen mit der Trendforscherin Karin Tischer (food & more, Kaarst) auch für dieses Jahr die Themen vor, die den deutschen Außer-Haus-Markt besonders bewegen.



Foto: © Katrin Neuhauser/Hamburg Messe und Congress



Anuga 2021

Vom 9. bis 13. Oktober 2021 fand in Köln die Anuga, die Weltleitmesse für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie statt.

Angesichts der coronabedingt schwierigen Umstände für Messen war die Durchführung der Anuga ein wichtiges Zeichen für die Branche. Ihrem Anspruch, der Lebensmittel- und Getränkebranche persönliche Begegnungen, die Pflege von Kontakten sowie den nachhaltigen Aufbau geschäftlicher Beziehungen zu ermöglichen, ist die Messe mit mehr als 70.000 Besuchern aus 169 Ländern und mit mehr als 4.600 Ausstellern aus 98 Nationen voll und ganz nachgekommen. Damit hat die Weltleitmesse für Lebensmittel und Getränke erneut unter Beweis gestellt, dass sie qualitativ und quantitativ zu den maßgebenden Foodmessen weltweit gehört.

Neben der physischen Messebeteiligung hatten die Messebesucher in 2021 erstmalig die Möglichkeit, von einem zusätzlichen digitalen Ad-on, der „Anuga@home“ zu profitieren. Auf der digitalen Plattform wurden über drei Tage hinweg Messehighlights, virtuelle Podiumsdiskussionen und Online-Seminare präsentiert und angeboten.

Als ideeller Träger der Anuga präsentierte sich die BVE auf der Messe erneut mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft unter einem gemeinsamen Messedach. Der Stand war zentraler Anlaufpunkt für nationale und internationale Fachbesucher, Politiker und Medienvertreter, die den Dialog mit der deutschen Ernährungsindustrie suchten.

Die Anuga 2021 war zugleich auch die Abschlussstation der „Zukunft schmeckt-Tour“, auf der innovative und nachhaltige Produkte und Produktionsprozesse deutscher Unternehmen aus der Ernährungsindustrie vorgestellt wurden.

Das Leitthema der Anuga „Transform“ das den Ernährungswandel hin zu mehr Nachhaltigkeit beschreibt, griff die BVE in Dialogrunden zu unterschiedlichen Ernährungstrends sowie einem Exponat zu den Highlights ihrer Roadshow auf.

Ebenfalls unter dem Titel „Transform“ fand am 8. Oktober 2021 der von der BVE, dem Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels und der Kölnmesse gemeinsam organisierte Anuga Executive Summit statt. Der branchenpolitische Auftakt zur Anuga widmete sich dem Wandel der Gesellschaft hin zu einer nachhaltigeren Ernährung. Erstmals wurde in diesem Rahmen auch der „Preis für partnerschaftliches Handeln“ in der Wertschöpfungskette Lebensmittel verliehen.

Die 37. Anuga findet vom 7. bis 11. Oktober 2023 in Köln statt.

Anuga HORIZON 2024

Vom 3. bis 5. September 2024 findet in Köln voraussichtlich der Anuga Horizon statt.

Das neue Konferenz-Messe-Format bringt Food-Akteure und Technologietreiber zusammen, um den Wandel in der Lebensmittelbranche aktiv mitzugestalten. Die Anuga HORIZON versteht sich dabei als Innovationsplattform für eine branchenübergreifende Zusammenarbeit, Vernetzung und Kooperation innerhalb der Branche sowie mit branchennahen Marktpartnern. Aussteller und Besucher erwartet auf der Anuga HORIZON ein Mix aus anwendungsbezogenen Informationen, disruptiven Innovationsansätzen sowie fachlicher Diskussion, eingerahmt von einer begleitenden Ausstellung innovativer Produkte und Lösungen.

Mehr unter: www.anuga-horizon.de



Gemeinschaftsstand des BMEL und der BVE auf der ANUGA 2022
© BVE/Mareike Tocha



BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff mit Köln Oberbürgermeisterin Henriette Reker und Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft (2018-2021) am gemeinsamen Stand von BVE und BMEL.
© BVE/Mareike Tocha



Anne Schumacher von der Kölnmesse im Interview mit Christoph Minhoff.
© BVE/Mareike Tocha

9. Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft in 2021

Am 22. Juni 2021 fand zum 9. Mal der Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft statt. Coronabedingt musste die gemeinsam von der BVE, dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) und dem Auswärtigen Amt organisierte Netzwerkplattform ausschließlich als digitale Veranstaltung stattfinden. Obwohl eine persönliche Netzwerkpflge nicht stattfinden konnte, kamen mehr als 350 Teilnehmer der Einladung zu einem Austausch über außenwirtschaftsrelevante Themen nach.

Unter dem Motto „Welthandel im Wandel“ bot der Außenwirtschaftstag 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 zumindest virtuell mit Kollegen und Partnern über Strategien zur Auslandsmarkterschließung auszutauschen und Geschäftsmöglichkeiten im internationalen Handel mit Lebensmitteln und Getränken zu diskutieren.

Zu den Highlights der Veranstaltung zählten unter anderem die wissenschaftliche Keynote des Präsidenten des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung, Professor Marcel Fratzscher, zahlreiche Redebeiträge hochrangiger Vertreter aus Wirtschaft und Politik aus dem In- und Ausland im Rahmen von sechs parallel stattfindenden Themen- und Länderforen sowie die politischen Grußworte aus den beiden beteiligten Ressorts der Bundesregierung zu aktuellen Themen der Außenwirtschaftspolitik.

Der 10. Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft ist für Sommer 2023 geplant.



4. Außenwirtschaftsseminar der Agrar- und Ernährungswirtschaft in 2022

Seit 2015 ergänzt das gemeinsam von BVE und BMEL organisierte Außenwirtschaftsseminar der Agrar- und Ernährungswirtschaft den politisch orientierten Außenwirtschaftstag um eine interaktive und praxisorientierte Fachtagung.

Das am 8. Juni 2022 durchgeführte vierte Außenwirtschaftsseminar bot Unternehmensvertretern aus der Lebensmittel- und Getränkewirtschaft erneut einen intensiven und praxisnahen Wissens- und Erfahrungsaustausch mit Fachexperten sowie beste Möglichkeiten zur persönlichen Netzwerkpflge. Zu den Schwerpunkten der Veranstaltungen zählten unter anderem Themen- und Länderforen rund um den Zielmarkt Vietnam, zur Umsetzbarkeit des neuen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes, und zum Aufbau interkulturellen Kompetenzen im internationalen Handel mit Lebensmitteln und Getränken sowie eine übergreifende Übersicht über die branchenspezifischen staatlichen und privatwirtschaftlichen Exportfördermöglichkeiten für Unternehmen aus der Ernährungsindustrie.

WELTHANDEL IM WANDEL
22. JUNI 2021

AUSSEN ■
WIRTSCHAFTS ■
TAG ■ der Agrar- und
Ernährungswirtschaft



Global Forum for Food and Agriculture 2022 und GFFA Berlin e. V.



14. Agrarministerkonferenz mit Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft Cem Özdemir (Mitte) © BMEL/Photothek

Das Global Forum for Food and Agriculture (GFFA) ist eine internationale Konferenz zu zentralen Zukunftsfragen der globalen Land- und Ernährungspolitik. Sie findet üblicherweise als physisches Treffen im Januar, parallel zur Internationalen Grünen Woche in Berlin statt. In 2022 fand 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 Event vom 24. bis 28. Januar als digitale Konferenz unter dem Motto „Nachhaltige Landnutzung: Ernährungssicherung beginnt beim Boden“ statt.

Mit zahlreichen unterschiedlichen Veranstaltungsformaten bot das fünftägige digitale Forum einem interna-

len Fachpublikum aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft die Gelegenheit, sich über Fragen und Herausforderungen der globalen Agrarpolitik und Ernährungssicherung auszutauschen und zu verständigen.

Mit einem Fachpodium zum Thema „Erfolgsfaktoren für Emerging Farmers – Entwicklungspfade zur nachhaltigen Landbewirtschaftung“ beteiligte sich auch der GFFA Berlin e. V., zu dessen Gründungsmitgliedern die BVE gehört. Mit einem speziellen Fokus auf die Landwirtschaft Subsahara-Afrikas zeigte das Fachpodium auf, wie insbesondere Emerging Farmers von Wirtschaft und Politik unterstützt und begleitet werden müssen, um ihre Betriebe verantwortungsbewusst und marktfähig zu entwickeln und die Produktion sowohl nachhaltig wie auch ökonomisch zu gestalten und den Schutz der natürlichen Ressourcen sicherzustellen.

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 die Förderung nachhaltiger Strategien zur weltweiten Ernährungssicherung und die Nutzung natürlicher Ressourcen ein.



GFFA-Kickoff
© BMEL/Photothek

4

UMWELT, KLIMA UND ENERGIE





Die Ernährungsindustrie bekennt sich zum Prinzip der Nachhaltigkeit. Dies setzt eine Lebensmittelproduktion voraus, die ökonomischen, ökologischen und sozialen Herausforderungen gleichermaßen Rechnung trägt. Das bedeutet, dass der Schutz von Boden, Luft und Wasser fester Bestandteil des Nachhaltigkeitskonzepts der deutschen Ernährungsindustrie ist, und dass die Bereitschaft besteht, einen adäquaten Beitrag zur Erreichung der bestehenden politischen Klimaschutzziele zu leisten. Dies ist jedoch unabdingbar mit dem Erfordernis verbunden, dass die Wettbewerbsfähigkeit der Branche gewährleistet wird und eine Produktion von Nahrungsmitteln am Standort Deutschland wirtschaftlich machbar bleibt.

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 zu reduzieren und so die Weichen für eine klimaneutrale Produktion zu stellen. Die Kampagne, die ursprünglich auf eine Laufzeit von insgesamt drei Jahren ausgerichtet war, wird durch das Bundesumweltministerium gefördert. Über die Kampagnenhomepage www.plusplusprinzip.de werden fortlaufend aktuelle Informationen über praktische Anwendungen, Veranstaltungen und vieles weitere zur Verfügung gestellt.



Initiative „Energieeffizienz-Netzwerke“ trägt Früchte und geht in die Verlängerung

Die BVE hat sich seit 2014 an dieser Netzwerk-Initiative der Bundesregierung beteiligt. Insgesamt wurden in der ersten Phase dieser Initiative bis 2020 rund 280 Energieeffizienz-Netzwerke gegründet und rund fünf Millionen Tonnen CO₂ eingespart. Zahlreiche Unternehmen der Ernährungsindustrie haben dieses Vorhaben durch ihre Mitwirkung in regionalen und branchenübergreifenden Netzwerken unterstützt. Die BVE fördert diese Initiative auch in deren zweiter Phase, die eine Laufzeit bis Ende 2025 hat und zur Gründung von weiteren 350 Energieeffizienz-Netzwerken führen soll.

Energiewende in den Unternehmen unterstützen

Das Erreichen der bestehenden politischen Klimaschutzziele und die damit verbundenen Reduktion von klimaschädlichen Treibhausgas-Emissionen stellt eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung dar, zu der auch die Ernährungsindustrie einen Beitrag zu leisten hat. Die BVE begleitet und unterstützt diesen Transformationsprozess.

Ein wichtiges Instrument stellt die vom Bundesumweltministerium geförderte BVE-Klimaschutzkampagne dar. Diese ist insbesondere darauf ausgerichtet, den Energieeinsatz in den Betrieben zu optimieren und nachhaltig zu gestalten. Dazu gehört beispielsweise den Energiebedarf in der Produktion zu reduzieren und erneuerbare Energieträger einzusetzen. Hierzu bestehen mannigfaltige Ansatzpunkte in den technischen Produktionsabläufen, die im Rahmen der Kampagne unter anderem auf der Grundlage von Webinaren und Energieeffizienz-/Klimaschutz-Netzwerken praxisbezogen behandelt werden. Einzelheiten hierzu werden auf der Webseite der Kampagne www.plusplusprinzip.de aufgeführt. Weitere Impulse gehen von der seit 2008 bestehenden BVE-Veranstaltungsreihe „Energieeffizienz beziehungsweise Energiewende in der Ernährungsindustrie“ aus, in der jährlich aktuelle Themen der Energiepolitik und des Energieeinsatzes praxisbezogen aufgegriffen und aufbereitet werden. So fanden in 2021 zwei Veranstaltungen mit den Schwerpunktthemen „Einsatz von erneuerbaren Energien und Wasserstoff“ und „Ansatzpunkte für Klimaneutralität“ statt.

Entwicklungen in der Energie- und Klimapolitik sowie entsprechende Positionierungen der Branche werden im BVE-Fachausschuss für Umwelt-, Klima- und Energiepolitik behandelt, der mindestens zweimal jährlich tagt.

Brennstoffemissionshandel und Carbon Leakage

Im Dezember 2019 wurde das „Gesetz über einen nationalen Zertifikatehandel für Brennstoffemissionen“ (BEHG) verabschiedet. Die Einführung der CO₂-Bepreisung für Brennstoffe in Form eines nationalen Emissionszertifikatehandels ist das zentrale Instrument eines umfangreichen Maßnahmenpaketes der Bundesregierung zur Erreichung ihrer Klimaziele für 2030. Ziel ist es, einen finanziellen Anreiz zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen zu setzen. Die damit ab dem Jahr 2021 eingeführte CO₂-Bepreisung betrifft zumindest

indirekt über die Energiepreise alle Unternehmen, da sich die Hauptbrennstoffe unter Berücksichtigung der aktuellen Emissionsfaktoren verteuern werden.

Nach § 11 Abs. 3 BEHG ist eine Kompensation für betroffene Unternehmen auch zur Vermeidung von Carbon-Leakage (Verlagerung der Produktion in Länder mit weniger strengen Emissionsauflagen) und zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit auf der Grundlage einer Rechtsverordnung vorgesehen. Dies soll allerdings vornehmlich an die Unterstützung klimafreundlicher Investitionen geknüpft sein.

INTERNATIONALER STROMPREISVERGLEICH FÜR DIE INDUSTRIE 2021 (1. HALBJAHR)

Euro-Cent/kWh – ohne Mehrwertsteuer

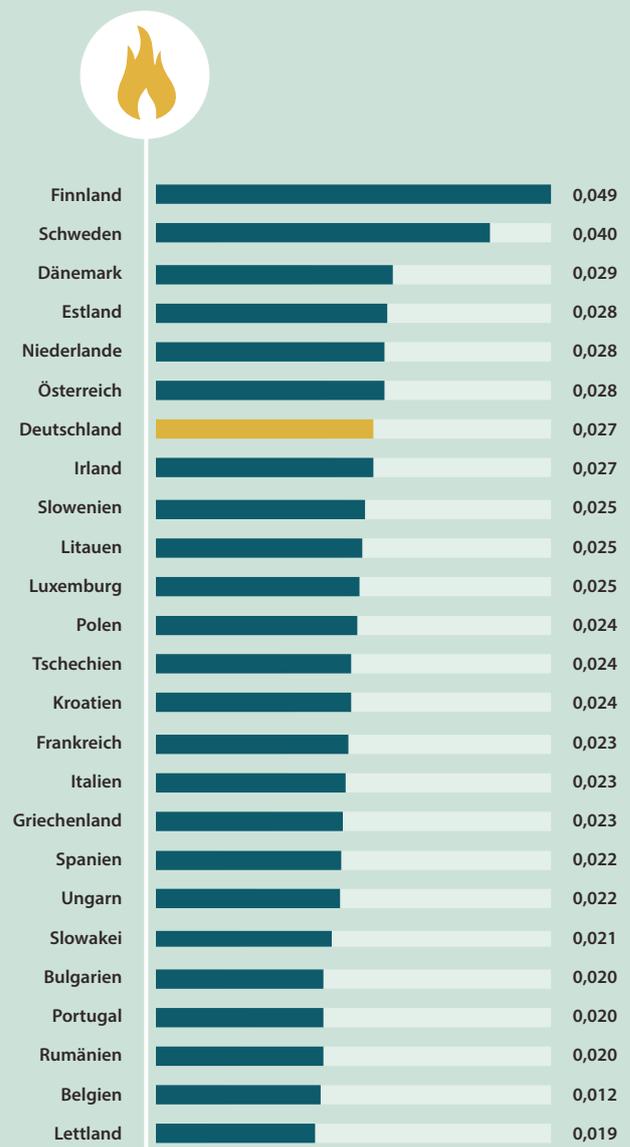


Verbrauch: 500 MWh < 2.000 MWh

Quelle: Eurostat

INTERNATIONALER ERDGASPREISVERGLEICH FÜR DIE INDUSTRIE 2021 (1. HALBJAHR)

Euro-Cent/kWh – ohne Mehrwertsteuer



Verbrauch: 100.000 GJ < 1.000.000 GJ

Quelle: Eurostat



Die BVE hat sich aktiv in die Diskussionen bezüglich der zugrundeliegenden Carbon-Leakage-Verordnung (BECV) eingebracht, die das Bundeskabinett am 31. März 2021 verabschiedet hat. Dabei wurde insbesondere auf das Erfordernis hingewiesen, den Anwendungsbereich dieser Verordnung, der durch die Sektorenliste im Anhang determiniert wird, zu erweitern. Ansonsten besteht die Gefahr, dass wegen der hohen Energiekosten zukünftig zahlreiche Unternehmen ihre Standorte in Deutschland infrage stellen und mit Blick auf günstigere Rahmenbedingungen ins Ausland verlagern.

Im Ergebnis ist die Entlastung durch die BECV relativ gering und die Auswahl beihilfeberechtigter Sektoren eng gefasst worden. Gemeinsam mit betroffenen Branchenverbänden koordiniert die BVE die Bemühungen bezüglich einer nachträglichen Anerkennung als beihilfeberechtigte Sektoren im Sinne der BECV. Bereits im Sommer 2021 hatte die BVE die Thematik in einem Webinar „Brennstoffemissionshandels-gesetz – Belastungen und Vermeidungstatbestände“ aufgegriffen.

Überarbeitung der EU-Leitlinien für staatliche Umweltschutz- und Energiebeihilfen

Am 21. Dezember 2021 hat die EU-Kommission neue Leitlinien für staatliche Klima-, Umweltschutz- und Energiebeihilfen gebilligt. Dies ist vor dem Hintergrund erfolgt, dass die EU-Mitgliedstaaten auch zukünftig öffentliche Fördermaßnahmen aufsetzen müssen, um die ehrgeizigen energie-

und klimapolitischen EU-Ziele erreichen zu können. Damit dies ohne übermäßige Wettbewerbsverzerrungen im Binnenmarkt und möglichst kosteneffizient geschieht, hatte die EU-Kommission eine Überarbeitung dieser Leitlinien veranlasst.

In ihrer Stellungnahme hat die BVE darauf hingewiesen, dass die Ernährungsindustrie wegen der durch öffentliche Abgaben bedingten hohen Energiekosten auf die Beibehaltung und den Ausbau von Entlastungsregelungen angewiesen ist. Deutlich gemacht wurden die Forderungen nach einer individuellen Ausrichtung von Entlastungstatbeständen, einer adäquaten Berücksichtigung der Ernährungsindustrie, einem sachgerechten Carbon-Leakage-Schutz sowie auskömmlichen Übergangsregelungen.

Verpackungen und Umwelt

Verpackungen sind für die Distribution von industriell hergestellten Lebensmitteln unabdingbar. Sie schützen die Produkte auf ihrem Weg zum Verbraucher und enthalten wichtige Produktinformationen. Lebensmittelverpackungen haben einen hohen Anteil am Verpackungsaufkommen. In 2017 entfielen rund 62,3 Prozent der Verpackungen privater Endverbraucher auf Nahrungsmittel, Getränke und Heimtierfutter (Quelle: Umweltbundesamt). Die Produktverantwortung der Nahrungsmittelhersteller erfasst jedoch auch die von ihnen eingesetzten Verpackungen, insbesondere deren Verwertung beziehungsweise Entsorgung und Konzeption. Dies betreffende Regulierungen sind somit für die Inverkehrbringer relevant.

Erweiterte Herstellerverantwortung

Artikel 8 der EU-Richtlinie über die Verringerung der Auswirkungen bestimmter Kunststoffprodukte auf die Umwelt sieht vor, dass unter anderem die Hersteller von bestimmten Lebensmittelverpackungen zukünftig anteilig zu den Kosten herangezogen werden, die durch die öffentliche Abfallsammlung und entsprechende Reinigungsaktionen sowie die Abfallentsorgung entstehen. Es handelt sich somit neben den Aufwendungen für bestehende Rücknahmesysteme um zusätzliche Kostenbelastungen, mit denen die Inverkehrbringer von Verpackungen zukünftig konfrontiert werden.

Im Rahmen der Überführung dieser Richtlinie in nationales Recht setzt sich die BVE für eine strikte Ein-zu-eins-Umsetzung ein, die insbesondere dem Aspekt der Kosteneffizienz Rechnung trägt. Gemeinsam mit anderen Akteuren hat sie ein Umsetzungskonzept entwickelt. Dieses sieht einen „Einwegkunststoff-Fonds“ als privatrechtliches, gesetzlich angeordnetes Sondervermögen bei der Zentralen Stelle Verpackungsregister (ZSVR) vor. Der Charme eines solchen Vorgehens besteht darin, dass die ZSVR bereits ein Register über die Verpackungshersteller führt, sodass die erforderlichen Daten größtenteils vorhanden sind und bestehende Ressourcen genutzt und bedarfsentsprechend ausgebaut werden könnten. Darüber hinaus sieht dieses Konzept eine adäquate Stakeholderbeteiligung über die Errichtung einer paritätisch besetzten Einweg-Kunststoff-Kommission vor, die über die Kostenfestsetzung zu befinden hätte. Über diese Einbindung ließe sich gegebenenfalls ein hohes Maß an Transparenz und Akzeptanz herbeiführen.

Es bleibt allerdings abzuwarten, ob sich dieses Konzept im Hinblick auf die bestehenden politischen Mehrheitsverhältnisse gegen eine von anderer Seite vorgeschlagene öffentlich-rechtliche Ausgestaltung dieses Fonds mit einer damit verbundenen Sonderabgabe durchsetzen kann.

Ökologische Gestaltung von Beteiligungsentgelten

Die dualen Systeme sind nach §21 Absatz 1 VerpackG dazu verpflichtet, Herstellern Anreize für das Inverkehrbringen ökologisch vorteilhafter Verpackungen zu schaffen. Allerdings belegt die Erfahrung in der Praxis, dass die bisherige Handhabung durch die Träger dualer Systeme nicht zufriedenstellend funktioniert. Dies wird auch durch die Ergebnisse des UBA-Forschungsvorhabens zur Evaluation der Wirksamkeit von §21 Absatz 1 VerpackG belegt, das systemimmanente Probleme bei der Anreizsetzung bestätigt hat. Vor diesem Hintergrund soll durch eine Revision des § 21 VerpackG eine zielführende gesetzliche Regelung herbeigeführt werden,

die besser dazu geeignet ist, insbesondere ein recyclinggerechtes Design von Verpackungen zu gewährleisten.

Die BVE wird diesen Prozess aktiv begleiten und mitgestalten und darauf hinwirken, dass Verpackungen, die dem ökologischen Mindeststandard im Sinne des Verpackungsgesetzes entsprechen im Rahmen der vorgesehenen Anreizsetzung nicht zusätzlich belastet werden. Bei der Umsetzung ist grundsätzlich eine privatwirtschaftliche Lösung, wie zum Beispiel die Abwicklung über einen Fond, in Betracht zu ziehen.

Umsetzung der EU-Plastikabgabe

Seit dem 1. Januar 2021 zahlen die meisten EU-Mitgliedstaaten einen höheren Beitrag an die EU auf Basis der Menge der nicht recycelten Verpackungsabfälle aus Kunststoff. Dies bedeutet für Deutschland jährliche Mehrausgaben von knapp 1,5 Milliarden Euro. Die Mitgliedsbeiträge an die EU werden – wie in allen anderen Mitgliedstaaten auch – aus dem Bundeshaushalt bestritten. Im Koalitionsvertrag ist vorgesehen, diese Mehrausgaben auf die Hersteller und Inverkehrbringer von Kunststoffverpackungen umzulegen.

Die BVE spricht sich gegen diese Belastung der Unternehmen aus. Anlass für die Einführung der Plastikabgabe war der Austritt des Nettozahlers Großbritannien aus der EU, der ein Loch im EU-Haushalt von etwa zehn bis zwölf Milliarden Euro pro Jahr verursacht hat. Die Mittel aus der Plastikabgabe fließen also aus den jeweiligen nationalen Haushalten ohne Zweckbindung in den allgemeinen EU-Haushalt ein. Eine spezifische Lenkungswirkung, zum Beispiel im Hinblick auf mehr Recycling, wäre damit nicht verbunden.



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 nachfolgender Generationen und hat damit eine weltweite Bedeutung. Für die deutsche Ernährungsindustrie spielt die ökonomisch, ökologisch 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 Innovationspotenzial der Branche. Der Kauf eines Produkts entscheidet letztendlich über den Erfolg, den das Nachhaltigkeitsengagement in der Lebensmittelproduktion erzielt. 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 einigen. Die Unterstützung der Kommunikation von Nachhaltigkeitsleistungen ist für die BVE ein wichtiges Anliegen.

BVE-Transparenzinitiative Nachhaltigkeitsförderung

Die 2016 gestartete BVE-Transparenzinitiative Nachhaltigkeitsförderung wurde auch 2021 fortgeführt. Am 25. Mai 2021 fand die digitale Informationsveranstaltung „Nachhaltigkeitsstrategien für die Ernährungswirtschaft“ mit einer Beteiligung von mehr als 100 Teilnehmern statt. In zwei anschließenden Do-it-yourself-Workshops am 9. September und am 9. November 2021 wurden rund 30 Teilnehmende dazu befähigt, den Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) in ihrem Unternehmen anzuwenden. Anhand praktischer Beispiele und durch gezielte Übungen konnten sie die Kriterien und Indikatoren sowie die Datenbank näher kennenlernen. Die direkte Nutzung im Unternehmen im Anschluss war das Ziel dieser Workshops.

Aufgrund der großen Nachfrage werden auch 2022 weitere digitale Informationsveranstaltungen und DIY-Workshops angeboten. Besonders hervorzuheben ist hierbei die Online-Veranstaltung am 24. Februar 2022 unter Beteiligung des Generalsekretärs des Rates für Nachhaltige Entwicklung Dr. Marc-Oliver Pahl zum Launch der dritten aktualisierten Fassung des BVE-Branchenleitfadens zum DNK.

Ziel der BVE-Transparenzinitiative 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 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.



Aktualisierter Branchenleitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex

Am 24. Februar 2022 stellte die BVE unter Beteiligung des Rates für Nachhaltige Entwicklung und des DNK-Schulungspartners cyclos future GmbH die dritte Auflage des aktualisierten BVE-Branchenleitfadens zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) in einer Online-Veranstaltung vor. Über 130 Teilnehmer waren bei dem Event dabei. Seit über sechs Jahren unterstützt die BVE-Transparenzinitiative Nachhaltigkeit Unternehmen aktiv dabei, Antworten auf Fragen der Nachhaltigkeit zu finden. Die zahlreichen neuen Lösungen aus der Praxis, aber auch die aktuellen immer konkreteren Politikanforderungen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit haben Anlass gegeben, den BVE-Branchenleitfaden zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex als wertvolles Strategietool zu überarbeiten. Die dritte aktualisierte Auflage des Leitfadens hilft Unternehmen der Ernährungswirtschaft, sich auf die wesentlichen Ziele und Anforderungen zu konzentrieren sowie Nachhaltigkeitsinformationen effizient aufzuarbeiten. Der DNK unterstützt Unternehmen, die freiwillig für sich und andere mehr Transparenz über ihre Leistungen und Ziele schaffen wollen, und hilft Berichtspflichtigen, ihren Pflichten nachzukommen. Mithilfe des DNK können Nachhaltigkeitsaktivitäten für Geschäftspartner und Kunden transparent und vergleichbar gemacht werden. Durch den Branchenleitfaden ist der DNK auf die Bedürfnisse der Lebensmittelwirtschaft zugeschnitten. Erstberichterstattern bietet er somit einen leichten Einstieg; erfahrene Unternehmen können ihn als Rahmenwerk für die stetige Fortentwicklung ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten einsetzen.

Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz

Im Juni 2021 hat der Deutsche Bundestag das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) beschlossen. Im parlamentarischen Prozess konnten aus Sicht der BVE wesentliche Verbesserungen im Hinblick auf Klarheit, Anwendbarkeit und Geltungsbereich erreicht werden. Insbesondere den Verzicht auf zivilrechtliche Haftung von Unternehmen hat die BVE positiv bewertet, denn solch eine Haftung wäre nicht umsetzbar gewesen und hätte den Fortbestand einiger Lieferketten gefährdet, ohne die Menschenrechtslage zu verbessern. Nach wie vor hätte die BVE statt eines nationalen Alleingangs Deutschlands eine europäische Regelung bevorzugt, um einen fairen Wettbewerb im Binnenmarkt und eine größere Durchsetzungskraft in den globalen Lieferketten zu erreichen. Daher fordert die BVE weiterhin eine einheitliche europäische Regelung.

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz tritt am 1. Januar 2023 für Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeitenden und ab 1. Januar 2024 für Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitenden in Kraft. Betroffene Unternehmen sind



Den DNK-Leitfaden finden Sie [hier](#).

aufgefordert, folgende menschenrechtlichen und umweltbezogenen Sorgfaltspflichten umzusetzen:

- Einrichtung eines Risikomanagements,
- Festlegung einer betriebsinternen Zuständigkeit,
- Durchführung regelmäßiger Risikoanalysen,
- Abgabe einer Grundsatzerklärung,
- Verankerung von Präventionsmaßnahmen im eigenen Geschäftsbereich und gegenüber unmittelbaren Zulieferern,
- Ergreifen von Abhilfemaßnahmen,
- Einrichtung eines Beschwerdeverfahrens,
- Umsetzung der Sorgfaltspflichten in Bezug auf Risiken, bei mittelbaren Zulieferern,
- Dokumentation und Berichterstattung.

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz lässt dennoch Fragen offen, etwa zum Umgang mit mittelbaren Zulieferern. Hier müssen aus Sicht der BVE im weiteren Umsetzungsprozess rechtliche Klärungen erfolgen. Die BVE hat der zuständigen Aufsichts- und Kontrollbehörde BAFA (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle) Klärungs- und Unterstützungsbedarfe aus Sicht der Ernährungsindustrie mitgeteilt. Dem BAFA kommt aus Sicht der BVE aber auch als unterstützende Institution im Umsetzungsprozess des LkSG eine wichtige Rolle zu.

Gemäß § 20 LkSG hat das BAFA die Möglichkeit, branchenspezifische oder branchenübergreifende Informationen, Hilfestellungen und Empfehlungen abzugeben. Diese Empfehlungen werden für die Praxis der Lebensmittelhersteller eine wichtige Bedeutung erhalten, da es im LkSG unbestimmte Rechtsbegriffe gibt, welche konkretisiert werden sollten. Aus Sicht der BVE müssen sektorale Ansprechpartner involviert, KMU-Bedarfe berücksichtigt und Informationsasymmetrien abgebaut werden. Ferner braucht es Konkretisierungen, Harmonisierung und Erleichterungen durch die BAFA-Hilfestellungen und keine Ausweitungen des LKSG. Das Wesentlichkeitsprinzip muss fest in den Hilfestellungen verankert und Rechtssicherheit geschaffen werden.

Die Unternehmen der Ernährungsindustrie verurteilen jegliche Art der Menschenrechtsverletzung und sind sich ihrer Verantwortung für die Achtung von Menschenrechten an ihren Produktionsstandorten und in direkten Lieferbeziehungen im In- und Ausland bewusst. Viele Unternehmen engagieren sich bereits seit Jahren für faire Lieferketten und zertifizierte Rohstoffe, gerade bei Importwaren aus Nicht-EU-Ländern wie Kaffee, Tee, Soja, Früchten, Kakao, Fisch, Krebs- und Weichtieren, Gewürzen oder Palmöl. Die BVE hat bereits den Nationalen Aktionsplan Wirtschaft und Menschenrechte mit Branchenleitfäden und Beratungsangeboten begleitet und möchte diese Unterstützungsangebote für Unternehmen nun auch an das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz in Zusammenarbeit mit den unterstützenden Institutionen der Bundesregierung anpassen.

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. Diese sind durch teils sehr komplexe Lieferbeziehungen mit einer Vielzahl von beteiligten Akteuren gekennzeichnet und

stellen eine besondere branchenspezifische Herausforderung für die Umsetzung der Anforderungen des Nationalen Aktionsplans für Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) dar. Hier setzt das 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) eine branchenspezifische Beratung für die Lebensmittelindustrie an.

KONTAKT:

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

BVE-ZNU-Expertenworkshops Klimabilanzierung von Produkten in der Ernährungsindustrie

Am 30. Juni 2021 haben die BVE und das Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) den ersten Teil der Expertenworkshops zur Klimabilanzierung von Produkten in der Ernährungsindustrie unter dem Thema „Methodik und Anwendbarkeit“ durchgeführt. Am 17. August 2021 schloss sich das Thema „Integration und Kommunikation“ an. Im Ergebnis beider Workshops zeigte sich, dass die Unternehmen der Ernährungsindustrie ein Interesse daran haben, die Klima- und/oder Ökobilanz ihrer Produkte zu erfassen und zu kommunizieren. Es werden Vorteile für das unternehmensinterne Nachhaltigkeitsmanagement, die Zusammenarbeit mit den Lieferanten sowie die Verbraucherinformation gesehen. Derzeit sind die bestehenden Methoden jedoch noch nicht in der Breite anwendbar, und es fehlt an Orientierung hinsichtlich geeigneter Umsetzungsmaßnahmen. Die Unternehmen, insbesondere KMU, benötigen daher Unterstützung. Es wurden verschiedene gemeinsame Maßnahmen von BVE und ZNU benannt, die Unternehmen in der Zukunft bei der Klimabilanzierung von Produkten unterstützen können, dazu zählen beispielsweise Leitfäden.

BVE unterstützt Verbändeplattform „Biologische Vielfalt“

Landökosysteme bilden die Grundlage der Lebensmittelproduktion. Die Verantwortung, Böden, Lebensräume und Biodiversität zu bewahren, trägt auch die Ernährungsindustrie. Seit 2017 ist die BVE Mitglied der Verbändeplattform „Unternehmen Biologische Vielfalt“ des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) und damit Vorreiterin in der Ernährungswirtschaft.



Die Plattform ist eine Schnittstelle für Verbände aus Wirtschaft und Naturschutz: Im Rahmen von „Unternehmen Biologische Vielfalt“ engagiert sich das BMUV mit dem Bundesamt für Naturschutz, Wirtschaftsverbänden und Naturschutzorganisationen für eine Trendwende beim Verlust der biologischen Vielfalt. 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 zum Erhalt 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.

BVE-Biodiversity Commitment

Die BVE hat sich dazu entschlossen, dem Aufruf zur Abgabe einer freiwilligen Selbstverpflichtung (Biodiversity Commitment) im Zuge der UN-Biodiversitäts-Konferenz (CBD COP 15) nachzukommen. Im Rahmen der Verbandsarbeit möchte die BVE so einen Beitrag dazu leisten, die Bedeutung des Themas Biodiversität stärker hervorzuheben und über Ursachen und Auswirkungen, aber auch Handlungsoptionen von Akteuren in der Ernährungsindustrie zum Schutz der biologischen Vielfalt zu informieren.

Die BVE e.V. verpflichtet sich im Rahmen des Biodiversity Commitments zu folgenden Maßnahmen:

- Regelmäßige Kommunikation des Themas Biodiversität im Rahmen der Verbandsarbeit (Rundschreiben, Website, Jahresbericht),
- Ausbau der Gremienarbeit zum Thema Biodiversität im BVE-Gremium „Nachhaltigkeit“,
- Durchführung einer Onlineseminar-Reihe zum Thema „Biodiversität in der Ernährungsindustrie“,
- Entwicklung eines Leitfadens für Unternehmen der Ernährungsindustrie auf der Grundlage des Seminarinhalts,
- Transparente Berichterstattung über die Fortschritte und erreichten Ziele des BVE-Commitments im Rahmen des BVE-Jahresberichts.

Das eingereichte Commitment finden Sie [hier](#).

Im Rahmen des Commitments hat die BVE in Zusammenarbeit mit der Bodensee-Stiftung und dem Global Nature Fund eine Online-Seminarreihe ins Leben gerufen: Biodiversität in der Ernährungsindustrie. Vom 29. April bis zum 20. Juni 2022 wurden im Rahmen der Reihe durch inspirierende Praxisbeispiele und Fachimpulse aufgezeigt, was Lebensmittelhersteller tun können, um die biologische Vielfalt nachhaltig zu schützen und welche Chancen damit einhergehen.



Green Deal der EU

Der europäische Green Deal der EU-Kommission ist die zentrale Initiative der EU für Nachhaltigkeit 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 Grünen Deals 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 Grünen Deals sind derzeit bereits mit klaren Maßnahmen formuliert, die BVE begleitet die Maßnahmen und Umsetzung insbesondere in den Bereichen Klima, Kreislaufwirtschaft, Farm-to-Fork-Strategie, Biodiversität, grüne Finanzierung sowie Forschung und Innovation.

Die deutsche Ernährungsindustrie befindet sich in einem Transformationsprozess, um die Herausforderungen für mehr Nachhaltigkeit zu meistern: Dieser umfasst Veränderungen hinsichtlich Denkweise, Geschäftsmodellen und Strategien entlang der ganzen Lebensmittelkette. Für den Erfolg dieser Bestrebungen ist jedoch ein unterstützender Politikrahmen notwendig. Ihre Grundsatzposition zum Green Deal hat die BVE zusammen mit dem Lebensmittelverband [hier](#) formuliert.

EU-Vorhaben zu Green Claims und Nachhaltiger Lebensmittelkennzeichnung

Im Rahmen des Green Deals will die EU-Kommission den grünen Binnenmarkt weiter fördern und Auflagen für das Werben mit umweltbezogenen Aussagen (Green Claims) erlassen. Der Vorschlag der Kommission wurde jedoch bis ins das erste Quartal 2022 hinein mehrfach vertagt. Avisiert wird eine finale Regulierung für 2023.

Inhaltlich soll dem Vernehmen nach der Product Environmental Footprint (PEF) verpflichtend werden, um Green Claims auf EU-Ebene abzugeben. So könnte es auch Mindestempfehlungen zu Inhalt und Design sowie eine Weiterentwicklung der PEF-Methodik zur Messung der Nachhaltigkeitsperformance geben. Weiter will die EU-Kommission bis Ende 2024 einen Vorschlag für einen künftigen Rechtsrahmen für die Lebensmittelnachhaltigkeitskennzeichnung vorlegen. Der Rahmen soll bestehende Rechtsinstrumente im Zusammenhang mit der Lebensmittelkennzeichnung zusammenführen.

EU-Code of Conduct for responsible business and marketing practices in the food supply chain

Ein wesentlicher Teil des Green Deals ist die sogenannte „Farm-to-Fork-Strategie (deutsch: „Vom Hof auf den Tisch“-Strategie). Diese zielt auf die Etablierung nachhaltiger Lebensmittelsysteme von der Erzeugung bis zum Verbrauch ab. So wurde bereits ein gemeinsamer Verhaltenskodex (Code of Conduct) mit konkreten und messbaren Maßnahmen verfasst. Er ist zunächst freiwillig, soll aber 2023 in gesetzliche Vorschriften münden, sofern bis dahin kein ausreichender Fortschritt in der nachhaltigen Transformation der Branche erreicht wurde.

Der Code of Conduct enthält gemeinsame Zielsetzungen und Maßnahmenvorschläge, denen sich Lebensmittelhersteller, Lebensmittelverarbeiter, Gastronomiebetriebe und Einzelhandel auf freiwilliger Basis verpflichten, um einen Wandel hin zu nachhaltigen Lebensmittelsystemen zu fördern. Diese Maßnahmen können im eigenen Betrieb oder in der Zusammenarbeit mit anderen Akteuren des Lebensmittelsystems (auch Landwirte und Verbraucher) umgesetzt werden.

Der Verhaltenskodex sieht darüber hinaus die jährliche Berichterstattung über die Selbstverpflichtungen in Bezug auf die eigenen Aktivitäten und Auswirkungen in einem Fortschrittsbericht vor. Der EU-Code of Conduct ist am 5. Juli 2021 in Kraft getreten und zählt bereits 89 Unterzeichner.

In den drei Bereichen der Lebensmittelkette:

- „Förderung von Ernährungsgewohnheiten für eine gesunde und nachhaltige Ernährung“,
- „Verbesserung der Nachhaltigkeit der internen Prozesse der Lebensmittelverarbeitung, des Einzelhandels, der Gastronomie und des Gastgewerbes“ und
- „Verbesserung der Nachhaltigkeit der Lebensmittelwertschöpfungskette – in Bezug auf Primärproduzenten und andere Akteure“

setzt der Verhaltenskodex sieben Ziele mit weiteren Unterzielen.

Ziele des EU-Code of Conduct for responsible business and marketing practices in the food supply chain



1. GESUNDE ERNÄHRUNG



2. REDUZIERTER LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG



3. KLIMA-NEUTRALITÄT



4. RESSOURCEN-EFFIZIENZ UND KREISLAUF-ORIENTIERUNG



5. MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT



6. NACHHALTIGE WERTSCHÖPFUNG DURCH PARTNERSCHAFTEN



7. NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

„Vom Hof auf den Tisch“ Notfallplan für die europäischen Lebensmittelketten

Der EU-Notfallplan zur Gewährleistung der Lebensmittelversorgung ist Teil der Strategie „Vom Hof auf den Tisch“. Die EU-Kommission hat im Mai 2021 eine öffentliche Konsultation zu diesem Notfallplan für die europäischen Lebensmittelketten durchgeführt. Die Kommission will mit dem Notfallplan, die Koordinierung der europäischen Reaktion auf Krisen, die das Lebensmittelsystem der EU betreffen, verstärken und die Ernährungssicherheit gewährleisten. Zu diesem Zweck wird der Notfallplan laut Kommission eine Reihe von Verfahren enthalten, die in Krisenzeiten einzuhalten sind. Gleichzeitig wird ein von der Kommission koordinierter Mechanismus zur Bekämpfung von Lebensmittelkrisen eingerichtet. Der Mechanismus wird die Form eines permanenten Forums haben, um Maßnahmen zu koordinieren, sich über bewährte Verfahren auszutauschen und Bedrohungen und Risiken zu bewerten. Im Einklang mit der Strategie „Farm to Fork“ und ihren Zielen sollte der Plan eine verbesserte ökologische, wirtschaftliche und soziale Nachhaltigkeit für ein widerstandsfähiges EU-Lebensmittelsystem anstreben. Aus Sicht der BVE, die sich an der Konsultation beteiligt hat, muss insbesondere sichergestellt werden, dass der Notfallplan mit der EU-Richtlinie über die Resilienz Kritischer Infrastrukturen abgestimmt wird. Die Ernährungsindustrie ist in der zuletzt genannten Richtlinie nicht berücksichtigt, wohl aber werden Sektoren wie beispielsweise die Wasserversorgung einbezogen. Insofern sollte sichergestellt werden, dass die

systemrelevante Ernährungswirtschaft über den Notfallplan im Rahmen der Farm-to-Fork-Strategie ein vergleichbares Schutzniveau erhält wie die von der EU-Kommission definierten Kritische Infrastrukturen. Es sollten keine Interessenkonflikte beim Schutz Kritischer Infrastrukturen mit der Lebensmittelproduktion entstehen.

Die Kommission wird eine Mitteilung, eine Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen und einen Beschluss zur Einrichtung eines Forums veröffentlichen. Es wird kein weiterer Legislativvorschlag erwartet. Das Forum soll „den EU-Mechanismus zur Reaktion auf Nahrungsmittelkrisen bilden“. Eine Expertengruppe (einschließlich Mitgliedstaaten und Interessenträgern) soll regelmäßig zusammentreten und der Kommission Empfehlungen unterbreiten.

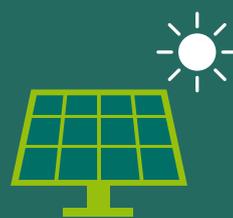
EU-Taxonomie und Auswirkungen auf die Ernährungsindustrie

Ein weiterer relevanter Aspekt des Green Deals ist die sogenannte EU-Taxonomie für ein nachhaltiges Finanzwesen. Sie soll die Umsetzung der EU-Klimaziele fördern, indem sie Kapitalströme in nachhaltige Geschäftsmodelle lenkt. Sie definiert Nachhaltigkeit für die relevanten wirtschaftlichen Aktivitäten der Finanz- und Privatwirtschaft. Aus ökologischer Sicht sind wirtschaftliche Aktivitäten nachhaltig, wenn sie zu einem oder mehreren der sechs EU-Umweltziele beitragen.

Umweltziele der EU-Taxonomie



KLIMASCHUTZ



ANPASSUNG AN DEN KLIMAWANDEL



ÜBERGANG ZUR KREISLAUFWIRTSCHAFT



SCHUTZ UND WIEDERHERSTELLUNG DER BIOLOGISCHEN VIELFALT UND ÖKOSYSTEME



NACHHALTIGE NUTZUNG, SCHUTZ DER WASSER- UND MEERESRESSOURCEN



VERMEIDUNG UND VERMINDERUNG VON UMWELTVERSCHMUTZUNGEN

Eine Wirtschaftsaktivität ist dann konform zur Taxonomie, wenn sie einen wesentlichen Beitrag zu einem der Umweltziele leistet, sie keine der anderen Umweltziele beeinträchtigt (Do No Significant Harm – DNHS-Prinzip) und Mindeststandards für Arbeits- und Menschenrechte eingehalten werden.

Eine Aktivität kann auch dann taxonomiekonform sein, wenn sie nicht direkt zu einem der Umweltziele beiträgt, aber unter die Kategorien der Enabling-Activities (wirtschaftliche Tätigkeiten, die durch die Bereitstellung ihrer Produkte oder Dienstleistungen einen wesentlichen Beitrag ermöglicht) oder der Transition-Activities (Tätigkeiten, für die es noch keine klimafreundlichen Alternativen gibt, die aber den Klimaschutz unterstützen) fällt. In diesem Fall müssen strenge Zusatzkriterien erfüllt werden.

Ab dem 1. Januar 2022 (für das Berichtsjahr 2021) müssen alle nach dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) berichtspflichtigen Unternehmen über die Taxonomie-Konformität ihrer Umsätze, Investitionen und operativen Ausgaben berichten. Die Unternehmen können dazu ihre nicht finanzielle Erklärung im Lagebericht oder einen gesonderten Nachhaltigkeitsbericht (zum Beispiel die DNK-Erklärung) nutzen. Zudem listet die Taxonomie alle (Schlüssel-)Industrien auf, die einen Beitrag zum Klimaschutz leisten können. Auch die Land- und Forstwirtschaft ist hier vertreten. Somit ist die Ernährungsindustrie mittelbar betroffen.

Die BVE hat gegenüber der Bundesregierung zur EU-Taxonomie Stellung genommen und kritisiert, dass einige der technischen Bewertungskriterien mit der Praxis kaum vereinbar sind (beispielsweise Sortenanforderungen im Zusammenhang mit Biodiversität). Auch fordert die BVE, dass die in der

Taxonomie festgelegten Kriterien für THG-neutrale Energieträger und Übergangslösungen praxistauglich sein müssen und gleiche Wettbewerbsbedingungen im EU-Binnenmarkt herzustellen sind (beispielsweise sind die Kriterien an Gaskraftwerke mit Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) zu streng). Die BVE sieht zudem durch den weit gefassten Geltungsbereich Gefahren durch Finanzierungsengpässe für die mittelständische Wirtschaft. Die fehlende Koordinierung mit anderen EU-Maßnahmen wie den Legislativvorschlägen für eine Due Diligence und Corporate Governance oder auch der Farm-to-Fork-Strategie führt zu doppelten Berichtspflichten und damit vermeidbaren Bürokratiekosten. Die BVE fordert einen zwingenden Einbezug der Ernährungsindustrie in die Erstellung der Bewertungskriterien für den Agrarsektor, welche für Sommer 2022 angekündigt wurden.

Relevante ausstehende und aufgeschobene Maßnahmen aus dem Green Deal

Die EU-Kommission hat in 2020 ihre Konsultation zur zur Regulierung von Öko-Marketing (Substantiating Green Claims) abgeschlossen. Der Regulierungsvorschlag zu Green Claims soll Vorgaben dazu machen, welche Umwelt- und Nachhaltigkeitsaussagen (Werbung, Kennzeichnung etc.) zu Unternehmen und Produkten zulässig sind und wie diese zu belegen sind. Wahrscheinlich wird der Product Environmental Footprint (PEF) zukünftig eine wichtige Rolle spielen, um Green Claims auf EU-Ebene abgeben zu können. Ursprünglich sollte der Legislativvorschlag in 2021 vorgelegt werden, dies wurde aber ins erste Halbjahr 2022 verschoben.

Aus Sicht der BVE muss der Vorschlag sicherstellen, dass Green Claims freiwillig bleiben und nur dann PEF-basiert sein müssen, sofern der PEF für alle Produkte weiterentwickelt und vereinfacht wird. Green Claims müssen sowohl on-pack wie digital anwendbar bleiben und auf überprüfbareren Ergebnissen (ex-post verification) basieren. Eine Vergleichbarkeit innerhalb von Produktkategorien muss ermöglicht werden.

Weiter will die EU-Kommission bis Ende 2024 einen Vorschlag für einen künftigen Rechtsrahmen für die Lebensmittelnachhaltigkeitskennzeichnung sowie für nachhaltige Lebensmittelsysteme vorlegen. Der Rahmen soll bestehende Rechtsinstrumente im Zusammenhang mit der Lebensmittelkennzeichnung zusammenführen.

Ebenfalls in 2020 fand die Konsultation der EU-Kommission zu dem Legislativvorschlag für eine Due Diligence und Corporate Governance statt. Die BVE hatte sich hier beteiligt und für eine harmonisierte EU-weite Regelung auf Basis der VN-Leitprinzipien Wirtschaft und Menschenrechte ausgesprochen. Nachdem das EU-Parlament im März 2021 ihren



Bericht „Sorgfaltspflicht und Rechenschaftspflicht von Unternehmen“ vorgelegt hatte, wurde der Legislativvorschlag für das zweite Halbjahr 2021 angekündigt, in mehreren Schritten nun aber auf das Ende des ersten Halbjahres in 2022 verschoben.

Die BVE spricht sich dafür aus, dass der Anwendungsbereich rechtssicher ausgestaltet und auf direkte Zulieferer begrenzt wird. Kleine und mittelständische Unternehmen müssen von dem Geltungsbereich ausgeschlossen werden. Ziel muss eine Harmonisierung der Rahmenbedingungen im Binnenmarkt sowie eine klare Definition menschenrechtlicher Sorgfalt sein. Die Berichterstattung muss vereinfacht und eine doppelte Berichterstattung durch Anerkennung bereits bestehender Nachhaltigkeitsberichte vermieden werden. Eine EU-Regulierung kann lediglich eine „Bemühungspflicht“ und keine „Erfolgspflicht“ für Unternehmen vorschreiben, auch darf die zivilrechtliche Haftung nicht erweitert werden. Unerlässlich sind begleitende Unterstützungsangebote durch staatliche Stellen.

Nationale Umsetzung der CSR-Berichtspflicht

Im Dezember 2014 hat die EU-Kommission die Richtlinie zur Erweiterung der finanziellen Berichterstattung um nicht finanzielle und die Diversität betreffende Aspekte verabschiedet (2014/95/EU), die sogenannte Non-Financial Reporting Directive (NFRD). Diese wurde im März 2017 als CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) in deutsches Recht umgesetzt. Das CSR-RUG fordert die Offenlegung von Angaben zu nicht finanziellen Aspekten, mindestens zu Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelangen, zur Achtung der Menschenrechte und zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung (§ 289c HGB). Zur Abgabe einer nicht finanziellen Erklärung beziehungsweise eines nicht finanziellen Berichts sind – neben allen Finanzdienstleistungsunternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten – nach dem CSR-RUG bisher vorwiegend Kapitalgesellschaften (§ 289b Abs. 1 HGB) verpflichtet, sofern sie

1. als groß i. S. v. § 267 Abs. 3 Satz 1 HGB eingestuft werden,
2. kapitalmarktorientiert i. S. v. § 264d HGB sind,
3. im Jahresdurchschnitt mehr als 500 Arbeitnehmer beschäftigen.

Von den circa 550 aktuell betroffenen deutschen Unternehmen ist nach einer BVE-Schätzung die Mehrzahl der Unternehmen der Ernährungswirtschaft nicht direkt von dem CSR-RUG betroffen. Dies kann sich jedoch bald ändern: Im April 2021 wurde von der EU-Kommission ein Vorschlag zur Ausweitung der CSR-Berichtspflicht (CSRD: Corporate Sustainability Reporting Directive) vorgelegt, die ab 2024 in Kraft

treten soll. Schätzungen zufolge wären von der neuen Berichtspflicht 15.000 deutsche Unternehmen betroffen. Der CSRD-Vorschlag der Europäischen Kommission (KOM) von April 2021 sieht die Ausweitung des Geltungsbereiches auf alle Unternehmen vor, die zwei der drei Kriterien erfüllen:

4. mehr als 250 Mitarbeiter,
5. 20 Millionen Euro Bilanzsumme oder mehr,
6. 40 Millionen Euro Umsatzerlöse oder mehr.

Ebenfalls in den Geltungsbereich fallen alle börsennotierten Unternehmen außer Kleinstunternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern.

Die CSRD wird die bisherigen nicht finanziellen Berichtspflichten erweitern und fordert auch einen Bericht nach einem EU-Standard sowie den Einschluss des Berichtes in den Lagebericht. Wesentliche inhaltliche Erweiterungen der Berichtspflichten betreffen beispielsweise die Bereiche Corporate Governance, Lieferkettenmanagement, Due Diligence und die Einführung des doppelten Wesentlichkeitsprinzips.

BVE-Ausschuss Nachhaltigkeit

Das Thema Nachhaltigkeit hat die BVE in den letzten Jahren immer mehr zu einem ihrer Kernarbeitsgebiete entwickelt. Der Ausschuss Nachhaltigkeit soll die Meinungsbildung in der Ernährungsindustrie zur deutschen und europäischen Nachhaltigkeitspolitik abbilden und gemeinsam die BVE-Positionen erarbeiten. Aktuelle inhaltliche Schwerpunkte sind der Rechtsrahmen für nachhaltige Lebensmittelsysteme, die Umsetzung von umweltbezogenen und menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten, der europäischen Green Deal sowie auch die nachhaltige Finanzierung und Nachhaltigkeitsberichterstattung beziehungsweise -bilanzierung, Lebensmittelverschwendung, Biodiversität sowie Verbraucherinformationen zur Nachhaltigkeit. Am 25. Oktober 2021 fand die zweite Sitzung dieses Gremiums nach seiner Einsetzung im Herbst 2020 statt. Zentrales Thema war neben dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, der Biodiversität, dem europäischen Code of Conduct und den Klimalabeln die Einordnung der Bundestagswahl 2021 im Zusammenhang mit den Nachhaltigkeitsinitiativen der Ernährungsindustrie.

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

Im Rahmen einer Kooperation zwischen der BVE und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) wird seit Ende 2016 ein Berater für Entwicklungszusammenarbeit in die BVE entsendet.

Das Programm „Business Scout for Development“ soll die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie und Unternehmen aus Entwicklungs- und Schwellenländern stärken.

Der Business Scout informiert interessierte Unternehmen und Fachverbände über Kooperationsmöglichkeiten mit der deutschen Entwicklungszusammenarbeit und unterstützt deutsche Unternehmen dabei, öffentliche Fördermittel für nachhaltige wirtschaftliche Tätigkeiten in Entwicklungs- und Schwellenländern zu erhalten. In 2021 war der Business Scout unter anderem auch an der Erarbeitung der Publikation „Gemeinsam für eine nachhaltige Entwicklung – Zusammenarbeit mit der Wirtschaft im Agrar- und Ernährungssektor“ beteiligt, in der die Agentur für Wirtschaft und Entwicklung (AWE) Kernbotschaften und Förderinstrumente kompakt zusammengestellt hat.

Mit der Verabschiedung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LKSG) und im Kontext der anstehenden Gesetzgebungsinitiativen auf europäischer Ebene sind die finanziellen und fachlichen Unterstützungsleistungen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit entlang von Lieferketten für Unternehmen weiterhin von Interesse. Wie in 2021 wird der Business Scout auch in 2022 Seminare zur nachhaltigen Beschaffung und zu Förderinstrumenten der Bundesregierung organisieren. Er steht als Ansprechperson zur Verfügung und unterstützt bei der Ausgestaltung von Partnerschaften zwischen der deutschen Ernährungsindustrie und der Entwicklungszusammenarbeit.

Mehr Informationen zu den Fördermöglichkeiten erhalten Unternehmen direkt beim Business Scout.



KONTAKT:

Jörn-Hendrik Müller-Bornemann
business-scout@ernaehrungsindustrie.de
Telefon: +49 30 200786180

Aktivitäten zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung in Deutschland

Jedes Jahr gehen Lebensmittel auf dem Weg vom Acker zum Teller verloren. Alleine für Deutschland schätzt das Johann Heinrich von Thünen-Institut die Lebensmittelabfälle und -verluste entlang der gesamten Wertschöpfungskette sowie in den privaten Haushalten (für das Jahr 2015) auf knapp zwölf Millionen Tonnen.

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 entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverluste messbar zu verringern (Sustainable Development Goal, Ziel 12.3).

Auch die BVE und die Unternehmen der Ernährungsindustrie bekennen sich zu den in den Sustainable Development Goals (SDGs) genannten Zielen einer nachhaltigen und bedarfsgerechten Lebensmittelproduktion. Ein Potenzial zum Klima- und Ressourcenschutz liegt in der konsequenten Reduktion der weltweit anfallenden Lebensmittelabfälle und -verluste. Um dies zu erreichen, müssen alle Akteure in der Lebensmittelwertschöpfungskette sowie auch Verbraucher und die Politik zusammenarbeiten und einen aktiven Beitrag leisten. Dem sieht sich auch die deutsche Ernährungsindustrie verpflichtet, die bereits aus ökonomischen und ökologischen Gründen stets darum bemüht ist, vermeidbare und verantwortbare Verluste in ihren Betrieben möglichst gering zu halten.

Seit der Unterzeichnung einer Rahmenvereinbarung zwischen den Dachverbänden der deutschen Ernährungswirtschaft und dem BMEL im Jahr 2020 engagiert sich die BVE als aktives Mitglied in diversen Runden Tischen im Rahmen der Nationalen Strategie der Bundesregierung zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung in Deutschland, darunter auch beratend im Dialogforum Verarbeitung, welches Anfang 2021 ins Leben gerufen wurde.

Das erklärte Ziel der gemeinsamen Anstrengungen ist es, die Lebensmittelverluste 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.

Im 2021 gegründeten BVE-Begleitkreis zur Reduzierung von Lebensmittelverlusten in der Ernährungsindustrie, in dem sich aktuell mehr als 30 Unternehmens- und Fachverbandsvertreter aktiv einbringen, findet eine BVE-interne Abstimmung zu relevanten Herausforderungen, aber auch

machbaren Lösungsansätzen innerhalb der Branche statt – ein Wissen, dass die BVE branchenübergreifend in die Umsetzung der Nationalen Strategie gegen Lebensmittelverschwendung einfließen lässt.

Auf europäischer Ebene bringt sich die BVE zu diesem Thema über den europäischen Dachverband Food Drink Europe in die europäischen Diskussionen ein und hat dort im Jahr 2021 die Leitung der „Food Waste Task Force“ übernommen.

Um insbesondere Spenden von Großgebinden aus der Ernährungsindustrie an die Tafeln in ganz Deutschland zu fördern, steht die BVE im kontinuierlichen Austausch mit dem Bundeverband der Tafeln Deutschland. Gemeinsam sollen unter anderem effizientere Wege der Distribution sowie der Lagerung von Lebensmittelspenden gefunden werden. Einen praxisnahen und unbürokratischen Beitrag in der Zusammenarbeit leistete die BVE, als sie anlässlich der bundesweiten Aktionswoche gegen Lebensmittelverschwendung im September 2021 einen Lkw-Kühlaufleger an den Tafel- Landesverband in Sachsen-Anhalt spendete. Dieser war zudem gefüllt mit 25 Paletten an Lebensmittel- und Getränke Spenden aus der BVE-Mitgliedschaft, die von den regionalen Tafelverbänden dankend angenommen wurden. Durch die Spende schaffte die BVE Abhilfe für das schon lange vorherrschende regionale Problem der fehlenden Lager- und Kühlkapazität, insbesondere für Großspenden aus der Ernährungsindustrie. Die Übergabe erfolgte im Beisein der Sozialministerin von Sachsen-Anhalt Petra Grimm-Benne und stieß bei Politik, Wirtschaft und Ehrenamt auf positive Resonanz.



Im Vordergrund: Petra Grimm-Benne, Ministerin für Arbeit, Soziales, Gesundheit und Gleichstellung des Landes Sachsen-Anhalt, mit Olivier Kölsch, Geschäftsführer der BVE und dem Vorsitzenden der Tafeln Sachsen-Anhalt, Andreas Steppuhn. Foto: © Dietmar Gust

Des Weiteren unterstützt die BVE auch weiterhin als aktives Mitglied die Arbeit des Vereins United Against Waste e. V. sowie die BMEL-Initiative „Zu gut für die Tonne“. Bei letzterer engagiert sich BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff in der Jury des Bundespreises für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung.

Auf der Agenda für das laufende Jahr 2022 stehen die Fortführung der Mitarbeit im Rahmen der Nationalen Strategie gegen Lebensmittelverschwendung in Deutschland, die Zusammenarbeit mit den Tafeln und eine Ausweitung der Kommunikations- und Aufklärungsaktivitäten gegenüber Marktteilnehmern und Konsumenten.



Spende des Lkw-Kühlauflegers an den Tafel- Landesverband in Sachsen-Anhalt. Foto: © Dietmar Gust



6

ROHSTOFFE





Die deutsche Ernährungsindustrie verarbeitet Agrarrohstoffe zu hochwertigen Lebensmitteln und versorgt damit ihre Kunden im In- und Ausland. Die Sicherung der Rohstoffverfügbarkeit heute und in Zukunft ist daher auch ein zentrales Anliegen der BVE. Die Rohwaren müssen preislich wettbewerbsfähig sein, den Qualitätsanforderungen für die Lebensmittelherstellung entsprechen und in ausreichender Menge zur Verfügung stehen.

Für die Produktion von Lebensmitteln und Getränken ist die deutsche Ernährungsindustrie auf eine langfristige und stabile Versorgung mit Agrarrohstoffen aus dem In- und Ausland angewiesen. Denn nur, wenn Agrarrohstoffe wie zum Beispiel Getreide, Ölpflanzen, Obst und Gemüse, Kaffee, Kakao oder Gewürze in ausreichender Qualität und Quantität zur Verfügung stehen, können Lebensmittelhersteller die heute vorherrschende Produktqualität und -vielfalt garantieren, die sich Konsumenten in Deutschland und weltweit von deutschen Lebensmitteln und Getränken wünschen.

Rund drei Viertel der in der Ernährungsindustrie verarbeiteten Agrarrohstoffe 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 nicht angebaut werden können. Von den importierten Rohwaren stammen auch zahlreiche Produkte aus Schwellen- und Entwicklungsländern. Hierzu zählen insbesondere Kaffee, Kakao, Gewürze oder Palmöl.

Schwankende Rohstoffpreise an den Weltmärkten aufgrund sich verändernder Angebots- und Nachfragestrukturen, beeinflusst durch Witterung und Ernteerträge sowie durch eine steigende Nachfrage infolge einer wachsenden Weltbevölkerung sind für Lebensmittel- und Getränkehersteller eine Herausforderung, der sie sich in ihrer täglichen Arbeit stellen.

Die nicht nur coronabedingt niedrigen Ernteerträge und Einschränkungen beim Import von Agrarrohstoffen im Jahr 2021 trieben die Kosten bei den Unternehmen der Ernährungsindustrie in außergewöhnliche Höhe. Dies betraf Rohstoffe, Verpackungen und Logistikdienstleistungen ebenso wie den Faktor Personal. Neben den deutlichen Preiserhöhungen spürten die Hersteller teilweise auch Lieferschwierigkeiten beim Einkauf wichtiger agrarischer Rohstoffe (wie zum Beispiel bei Weizen, Soja oder Zucker) und bei Verpackungs- und Transportmaterialien.

Da Rohstoffe in der Lebensmittelproduktion bereits jetzt schon einen der größten Kostenanteile ausmachen, sind die Unternehmen bestrebt die Preisschwankungen zum Beispiel durch langfristige Lieferverträge mit Rohwarenpromotoren oder durch internationale Lieferketten auszu-



gleichen. Wenn dies jedoch nicht mehr funktioniert, müssen die steigenden Kosten in einem zeitlich nachgelagerten Schritt auch an den Einzelhandel sowie an die Betriebe aus dem Außer-Haus-Markt weitergegeben werden.

Die deutsche Ernährungsindustrie ist sich beim Rohwareneinkauf stets ihrer Verantwortung für eine nachhaltige Beschaffungspolitik bewusst und engagiert sich für faire Arbeitsbedingungen in der gesamten Lieferkette sowie einen umweltverträglichen, entwaldungsfreien und nachhaltigen Anbau in den Herkunftsländern. Beispielsweise durch Lieferantenverpflichtungen oder Vertragsanbau, aber auch durch Mitwirkung an nationalen und internationalen Multi-Stakeholder-Initiativen wie zum Beispiel dem Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) oder dem Forum Nachhaltiger Kakao werden zumeist freiwillige Nachhaltigkeitsstandards auf Unternehmensebene bereits umgesetzt. So leistet die Branche einen wichtigen Beitrag zur Förderung der Verwendung von nachhaltig produzierten Agrarrohstoffen. Wo dies möglich ist, dokumentieren spezifische Lieferkettensertifizierungen (wie beispielsweise Fairtrade, Rainforest Allianz, RSPO/Roundtable on Sustainable Palm Oil oder FSC/Forest Stewardship Council), dass Nachhaltigkeitskriterien auf allen Stufen der Lieferkette eingehalten werden. Vor allem bei Agrarrohstoffen aus Entwicklungs- und Schwellenländern kann die Lieferkette jedoch sehr komplex und vielstufig sein und insbesondere kleine und mittelständische Betriebe bei deren Überwachung vor große Herausforderungen stellen.

Entwicklung der Rohstoffpreise

Die Entwicklung des HWWI-Rohstoffindex für Nahrungs- und Genussmittel (HWWI: Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut) wies im Jahr 2021 einen stark aufsteigenden Trend auf. Im Vergleich zu 2020 verzeichnete der Index einen Anstieg von 32,6 Prozent und bewegte sich somit deutlich über dem Niveau des Vorjahres. Bereits seit Mitte des Vorjahres konnte ein durchgängiger Preisanstieg beobachtet werden, der sich im Jahresverlauf 2021 uneingeschränkt bis zum Jahresende fortgesetzt hat.

Der starke Preisanstieg ist insbesondere auf einer anhaltend hohen Nachfrage bei einer gleichzeitig knappen Angebotslage auf den Weltmärkten zurück zu führen. So kann der Preisanstieg im Bereich Molkereiprodukte durch eine über das gesamte Jahr anhaltende Importnachfrage, insbesondere aus Asien, sowie das knappe exportierbare Angebot aus den führenden Erzeugerregionen erklärt werden. Der hohe Zuckerpreis resultierte aus einer knappen Angebotsmenge aus dem wichtigsten Erzeugerland Brasilien, bei einer gleichzeitig gestiegenen globalen Nachfrage. Nachteilige Wetter- und Witterungsbedingungen sowie corona-bedingte Ernteschwierigkeiten sorgten für eine Angebotsverknappung auf dem Getreide- und Pflanzenölmarkt. Mit Blick auf die lange Frist stiegen die Preise für Nahrungs- und Genussmittel deutlich und lagen zum Jahresende über dem langjährigen Höchststand von 137 Indexpunkten aus dem

Jahr 2012. Auch der Gesamtindex wies starke Preissteigerungen auf, die sogar über dem Teilindex Nahrungs- und Genussmittel lagen. Die Ursachen hierfür sind insbesondere im starken Anstieg von Energierohstoffen im Zuge der wirtschaftlichen Erholung zu suchen.

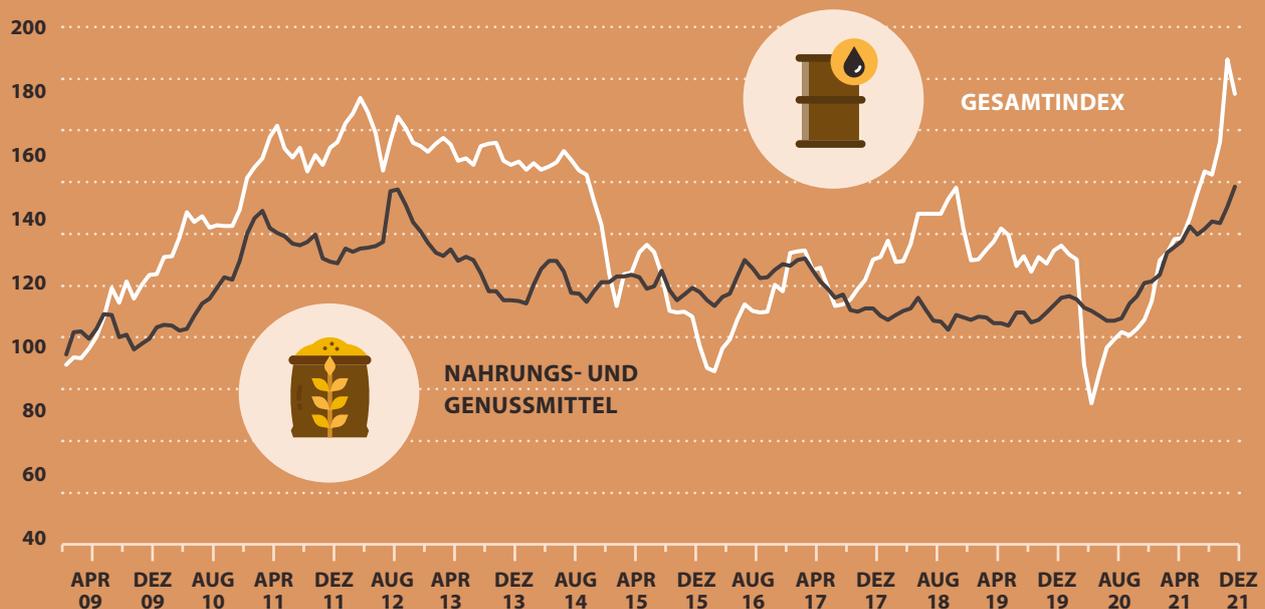
Deutsche Entwicklungszusammenarbeit unterstützt nachhaltige Agrar- und Ernährungssysteme in Beschaffungsmärkten

Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung hat in 2021 als eine von insgesamt fünf Kernthemen der deutschen Entwicklungszusammenarbeit die BMZ Strategie zur Förderung nachhaltiger Agrar- und Ernährungssysteme verabschiedet. Gemeinsam mit vielen Partnern aus Regierungen, Zivilgesellschaft, internationalen Organisationen, Wissenschaft und Privatwirtschaft soll ein ganzheitlicher, multisektoraler Ansatz umgesetzt werden, der auf multilateraler Ebene, bei der Umsetzung der Ergebnisse des UN Food Systems Summit und im Rahmen der deutschen G7 Präsidentschaft 2022 verfolgt wird.

Auf dem German African Agribusiness Forum signalisierte BMZ-Staatssekretär Jochen Flasbarth, die G7 Sustainable Supply Chain Initiative unter deutscher Präsidentschaft weiterzuentwickeln, da die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft

ENTWICKLUNG DER ROHSTOFFPREISE 2009–2021

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



Quelle: HWWI – Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut

notwendig ist, um Lösungen für den Wandel hin zu einem nachhaltigeren Agrar- und Ernährungssystem gestalten zu können. So besteht für BVE-Mitgliedsverbände und -unternehmen auch weiterhin die Möglichkeit, dem vom BMZ an die BVE entsandten Business Scout konkrete Hinweise zu geben, welche Produkte und Länder für die Erkundung neuer Beschaffungsmärkte von besonderem Interesse sind. In diesem Kontext steht der Business Scout auch im engen Austausch mit dem Import Promotion Desk (IPD) sowie dem Helpdesk Wirtschaft und Menschenrechte (AWE).

Für weitere Informationen und mit Vorschlägen können sich interessierte Unternehmen und Verbände direkt an den BVE Business Scout wenden:

KONTAKT:

Jörn-Hendrik Müller-Bornemann

BVE Business Scout

Telefon : +49 30 200786180

business-scout@ernaehrungsindustrie.de

Wirtschaftsnetzwerk Afrika

Mit dem Wirtschaftsnetzwerk Afrika bietet das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) interessierten Unternehmen eine Plattform mit gebündelten Informations- und Beratungsangeboten zur Erarbeitung neuer Absatz- und Investitionsmärkte auf dem afrikanischen Kontinent an. Zusammen mit einem Verbund etablierter Akteure und Programme der Außenwirtschaftsförderung und der Entwicklungszusammenarbeit werden deutsche Unternehmen auf ihrem Weg nach Afrika beraten und begleitet.

Als Mitglied im Verbändenetzwerk des Wirtschaftsnetzwerks Afrika wirkt die BVE darauf hin, dass Angebote und Projekte auch für interessierte Unternehmen aus der Ernährungsindustrie geöffnet werden. Darüber hinaus unterstützt die BVE den Aufbau des Africa Business Guide. Dies ist industrieübergreifende Initiative von Germany Trade and Invest (GTAI).

EU-Kommissionsvorschlag für eine Verordnung über entwaldungsfreie Produkte

Am 17. November 2021 hat die EU-Kommission ihren Vorschlag für eine Verordnung über entwaldungsfreie Produkte vorgelegt. Dieser war eine Folgenabschätzung vorausgegangen. Der Verordnungsvorschlag legt verbindliche Sorgfaltspflichten für Marktteilnehmer fest, die bestimmte Waren auf den EU-Markt bringen, die mit Entwaldung und Waldschädigung in Verbindung gebracht werden (dazu zählen: Soja, Rindfleisch, Palmöl, Holz, Kakao und Kaffee sowie einige Folgeprodukte wie Leder, Schokolade und Möbel). Insbesondere soll sichergestellt werden, dass nur entwaldungsfreie und legale Produkte (gemäß den Gesetzen des Herkunftslandes) auf dem EU-Markt zugelassen werden.

Die Ernährungsindustrie hat zu dem Vorschlag eine erste Kommentierung abgegeben. Demnach sind weitere Klärstellungen bei den Begriffsbestimmungen, eine Vermeidung von Doppelbürokratie im Hinblick auf Due Diligence und Berichtspflichten sowie ein realistischer Zeitrahmen inklusive Folgenabschätzung für die geplante Ausweitung des Geltungsbereiches der Verordnung notwendig. Zudem erscheinen Hilfestellungen zur praktischen Umsetzung notwendig.





So wird beispielsweise Hilfestellung benötigt bei der Frage, wie die Unternehmer den Anforderungen nach Informationen über die Geolokalisierungskoordinaten, Breiten- und Längengrad aller Parzellen, auf denen das Produkt hergestellt wurde, sowie Datum oder Zeitraum der Erzeugung zu sammeln nachkommen sollen. Auch stellt sich die Frage, welchen Stellenwert Zertifizierungssysteme bekommen, welche Länder welchen Risikostatus erhalten, wie hier mit den EU-Mitgliedsstaaten verfahren wird und wie die Kooperationen mit den Drittländern gestaltet werden. Hier könnte der bürokratische Aufwand für die Wirtschaftsbeteiligten und Behörden sicherlich deutlich minimiert werden.

EU-Kommissionsvorschlag zu Mutagenese und Cisgenese

Die EU-Kommission hat eine bis zum 22. Oktober 2021 vierwöchige Konsultation zur Folgenabschätzung in der Anfangsphase zu dem erwarteten Verordnungsvorschlag für Pflanzen, die durch gezielte Mutagenese und Cisgenese gewonnen wurden, sowie für Lebens- und Futtermittel-derivate durchgeführt. Die BVE begrüßt die Folgenabschätzung als entscheidenden Schritt hin zu einem harmonisierten Regulierungsansatz für Pflanzen, die mit bestimmten neuen Genomtechniken (NGTs) erzeugt werden. Neben vielen möglichen Vorteilen kann ein neuer Rechtsrahmen den Weg für NGTs ebnen, um widerstandsfähigere Pflanzenkulturen zu entwickeln und die Nachhaltigkeit der Lebensmittelsysteme zu verbessern.

Daher engagiert sich die BVE in diesem Bereich in der Verbändeallianz des Grain Clubs. Ende November veröffentlichte die Allianz ein *gemeinsames Positionspapier*, in dem

ein zeitgemäßer Rechtsrahmen auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse gefordert wird.

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 direkte Verbindung gebracht mit der Rodung von Regenwäldern, der Schaffung von Monokulturen und der Dezimierung bedrohter Tierarten.

Ein Verzicht auf Palmöl ist nach Meinung der BVE ökologisch jedoch nicht sinnvoll, da eine Ölpalme im direkten Vergleich mit anderen Ölfrüchten einen 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 es besser, 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. Die Mitglieder des FONAP zeigen, dass sie sich ihrer Verantwortung in den globalen Lieferketten bewusst sind. Die regelmäßig vom FONAP in Auftrag gegebene Studie zum Palmölmarkt in Deutschland unterstreicht, 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 Mitglied im FONAP und unterstützt so aktiv die Nachhaltigkeitsbestrebungen der deutschen Ernährungsindustrie. 2021 hat die BVE das FONAP auf seinen wichtigsten Stationen eng begleitet: im Rahmen des digitalen Messeauftritts bei der Internationalen Grünen Woche 2021, bei der Erweiterung der Zusatzkriterien, die über die Anforderungen der Standardsysteme an nachhaltiges Palmöl hinausgehen, 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.

Abschlussbericht der Zukunftskommission Landwirtschaft

Die vom Bundeskabinett 2020 eingesetzte Zukunftskommission Landwirtschaft (ZKL) hat im Juni 2021 ihren Abschlussbericht vorgelegt. Der Abschlussbericht ist ein klares

Bekenntnis zum Zukunftsstandort Deutschland: Die ist für die ZKL-Teilnehmer aus Agrar- und Ernährungswirtschaft ein wichtiger Meilenstein und Grundlage für die Gestaltung des weiteren nachhaltigen Transformationsprozesses. Die Agrar- und Ernährungswirtschaft ist bereit, den Weg zu einer nachhaltigeren Zukunft entschlossen weiterzugehen. Der der ZKL angehörende Vorsitzende der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), Dr. Christian von Boetticher, hat den Abschlussbericht wie folgt bewertet: „Eine nachhaltige Ernährungsindustrie fußt auf einer nachhaltigen Landwirtschaft, die angestrebte nachhaltige Transformation ist eine Notwendigkeit. Die Konsensorientierung hat die Zukunftskommission trotz deutlicher Meinungsverschiedenheiten angespornt, nach Lösungen für diese Transformation zu suchen. Als Erfolg für die Lebensmittelproduktion in Deutschland werde ich die Einigungen, dass es keine ungerechtfertigte Diskriminierung einzelner Lebensmittel und keine Leakage-Effekte geben darf. Unerwünschte Kosten für die Gesellschaft dürfen nur mit marktwirtschaftlichen Instrumenten und unter Vermeidung einer Verlagerung dieser Kosten ins Ausland am Markt eingepreist werden. Auch die Forderung nach klaren europäischen Regeln für Nachhaltigkeitskennzeichnungen sind im Interesse der Hersteller, die auf einen funktionierenden Binnenmarkt angewiesen sind. Schließlich ist das klare Bekenntnis zu einer wirtschaftlich rentablen und international wettbewerbsfähigen Lebensmittelproduktion in Deutschland ein Erfolg, denn damit können wir einen internationalen Maßstab für eine nachhaltige, umwelt- und sozialverträgliche Lebensmittelproduktion setzen.“





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 Rohstoffe im IPD-Angebot: frisches sowie verarbeitetes Obst und Gemüse, Hülsenfrüchte, Nüsse, Saaten und Getreide, frische Gewürze und Kräuter, Tee, Kaffee, Öle und Fette, Extrakte, Süßungsmittel, Kakao, Kokosprodukte sowie Trockenfrüchte. Zu den Partnermärkten des IPD gehören aktuell: Ägypten, Äthiopien, Ecuador, die Elfenbeinküste, Ghana, Indonesien, Kolumbien, Nepal, Peru, Sri Lanka, Tunesien und die Ukraine.

BVE-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 Teilnehmern die Möglichkeit, einen regelmäßigen Austausch mit Kollegen zu pflegen und sich über Marktentwicklungen zu informieren.

Im Jahr 2021 standen insbesondere die steigenden Preise für das Sourcing von Agrarrohstoffen weltweit (unter anderem auch in Verbindung mit der Corona-Pandemie) und die damit verbundenen Herausforderungen für die Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie im Mittelpunkt der Gespräche. Darüber hinaus beschäftigte das Thema der nachhaltigen Agrarlieferketten weiterhin die für die Rohwarenbeschaffung zuständigen Unternehmensvertreter.

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



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 zusammengeschlossen: von Getränken über Fleisch- und Süßwaren bis hin zu kulinarischen Lebensmitteln. 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 in den Medien.

Geschäftsführung und Arbeitsbereiche



Hauptgeschäftsführer
Christoph Minhoff
Telefon +49 30 200786-135
Telefax +49 30 200786-235
minhoff@ernaehrungsindustrie.de



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



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



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



Assistentin des Hauptgeschäftsführers
Gundula Ehlig
Telefon +49 30 200786-121
Telefax +49 30 200786-122
ehlig@ernaehrungsindustrie.de



Assistentin der Geschäftsführerin
Marion Schaefer
Telefon +49 30 200786-151
Telefon +49 30 200786-251
schaefer@ernaehrungsindustrie.de



Assistentin des Hauptgeschäftsführers
Romy Epphardt
Telefon +49 30 200786-121
Telefax +49 30 200786-122
epphardt@ernaehrungsindustrie.de



Assistentin des stellv. Hauptgeschäftsführers
Irmengard Stingl
Telefon +49 30 200786-161
Telefax +49 30 200786-261
stingl@ernaehrungsindustrie.de



Referentin
Meike Schwamborn
Telefon +49 30 200786-144
schwamborn@bve-online.de
Presse · Öffentlichkeitsarbeit



Referent
Sebastian Beuchel
Telefon +49 30 200786-154
Telefax +49 30 200786-254
beuchel@ernaehrungsindustrie.de
Wirtschaftspolitik · Statistik
Stiftung Warentest · Innovation



Referent
Oliver Numrich
Telefon +49 30 200786-167
numrich@ernaehrungsindustrie.de
Presse · Öffentlichkeitsarbeit



Referent
Björn Kirschniok
Telefon +49 30 200786-145
Telefax +49 30 200786-245
kirschniok@ernaehrungsindustrie.de
Digitale Kommunikation



Referentin

Ann-Kristin Uthemann

Telefon +49 30 200786-145

Telefax +49 30 200786-245

uthemann@ernaehrungsindustrie.de

Social Media · Öffentlichkeitsarbeit



Cyndia Rieper

Telefon +49 30 200786-150

Telefax +49 30 200786-250

rieper@ernaehrungsindustrie.de

Datenpflege/-erfassung · Social Media



Angela Henning

Telefon +49 30 200786-168

Telefon +49 30 200786-268

henning@ernaehrungsindustrie.de

EDV und Technik



Referentin

Nancy Langnickel

Telefon +49 30 200786-181

Telefon +49 30 200786-281

langnickel@ernaehrungsindustrie.de

Öffentlichkeitsarbeit · Social Media

Andreas Bettendorf

Telefon +49 30 200786-131

Telefon +49 30 200786-231

bettendorf@ernaehrungsindustrie.de

Buchhaltung



Jörn Liegner

Telefon +49 30 200786-134

Telefon +49 30 200786-234

liegner@ernaehrungsindustrie.de

Controlling · Finanzen · Personal
Verwaltung



**Business Scout für Entwicklungs-
zusammenarbeit der GIZ im Auftrag des
BMZ**

Jörn-Hendrik Müller-Bornemann

Berater Entwicklungszusammenarbeit

Telefon +49 30 200786-180

Telefax +49 30 200786-280

business-scout@ernaehrungsindustrie.de

Die Mitglieder

Verbände



Arbeitsgemeinschaft Fleisch und Fleischwaren



Bundesverband der deutschen Fischindustrie und des Fischgroßhandels e.V.



Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.



Bundesverband der Geflügelschlachtereien e.V.



Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. (BSI)



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



Deutscher Brauer-Bund e.V.



Deutscher Verband der Aromenindustrie e.V.



Fachverband der Gewürzindustrie e.V.



Kulinarium 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



ALPRO GmbH



Andros Deutschland GmbH



ARTiBack GmbH



apetito AG, Rheine



Audrey Cake GmbH

Bad Heilbrunner Naturheilmittel
GmbH & Co. KG

BATANIA DIRECT GmbH



Bell Deutschland GmbH & Co. KG



Capri Sun GmbH



Capri Sun Vertriebs GmbH

Coca-Cola Europacific Partners,
Deutschland GmbH

Conditorei Copenrath & 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 GmbHGoodMills
Innovation GmbHGriesson - de Beukelaer
GmbH & Co. KG

Gustoland GmbH



HANSA-HEEMANN AG



Harry-Brot GmbH

Hela Gewürzwerk
Hermann Laue GmbH

Unternehmen



Hengstenberg
GmbH & Co. KG



Intersnack

Intersnack Knabber-Gebäck
GmbH & Co. KG



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



Maggi GmbH



Mars GmbH



Mestemacher GmbH



Modersohn's Mühlen-
und Backbetrieb GmbH



Mondelēz International



Müller's Mühle GmbH



Mühle Rünigen
Stefan Engelke GmbH



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

Unternehmen



RAPS Fresh GmbH

riha WeserGold
Getränke GmbH & Co. KGRügenwalder Mühle
Carl Müller GmbH & Co. KG
Bad ZwischenahnRügenwalder Mühle
Carl Müller GmbH & Co. KG
Wilhelmshaven

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 mbH



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



BDJ Versicherungsmakler
GmbH & Co. KG



NürnbergMesse GmbH



Bund Getränkeverpackungen
der Zukunft GbR



COMDOK GmbH



CSB-SYSTEM

CSB-System SE



cyclos future GmbH



DB Cargo



Der Grüne Punkt – Duales System
Deutschland GmbH



Deutsche Bank

Deutsche Bank AG



DLG e.V.



DIL Deutsches Institut für
Lebensmitteltechnik e.V.



dfv Mediengruppe



Ebner Stolz Management
Consultants GmbH



Engel & 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



Go2market



Hamburg Messe und
Congress GmbH



Industrieverband Heimtierbedarf e.V.



Innova Market Insights



Koelnmesse GmbH

Fördermitglieder

Meisterernst
Rechtsanwälte

Meisterernst Rechtsanwälte
PartG mbB



Messe Berlin GmbH



Nagel-Group
Kraftverkehr Nagel SE & Co. KG



PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Rabobank

Rabobank Frankfurt



SGS INSTITUT
FRESENIUS GmbH

SIEMENS

Digital Industries
Food&Beverage



Boden gut, alles gut!

Silikal GmbH



StockFood –
Die Food-Bildagentur

swisslog

Swisslog GmbH



Veolia Deutschland GmbH



ZENK Rechtsanwälte
Partnerschaft mbB



ZNU – Zentrum für Nachhaltige
Unternehmensführung

Bundesvereinigung der Deutschen



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.

Westend61: S. 5/6 Sofie Delauw; S. 12 Uwe Umstätter;
S. 37 + S. 76 MontyRakusen/ImageSource; S. 43 Christian Vorhofer;
S. 45 Westend61; S. 72/73 Mint Images

Shutterstock: S. 8 Marc Pinter; S. 34/35 Mark Agnor; S. 40 Rhyzow;
S. 55 + S. 70 Dusan Petkovic; S. 56 Mr. Kosal; S. 57 V. Koskins;
S. 58 Avigator Fortuner; S. 66 Jaroslava V.; S. 71 Aykut Erdogdu;
S. 89 Photography; S. 90 Rico Best; S. 86/87 Kayskyet Studio

Adobe Stock: S. 6 N. Ryanking; S. 42 Auremar; S. 46/47 Benjamin Nolte;
S. 40 Kzenon

Gettyimages/iStock: S. 48 Drazen; S. 51 Hispanolistic; S. 73 hobo;
S. 84/85 Janine Lamontagne; S. 91 Thomas EyeDesign

Shutterstock: S. 8 Marc Pinter; S. 34 Marc Agnor; S. 40 Dergey Ryzhof;
S. 41 Ded Mityay; S. 44 Free Prod; S. 45 oatawa; S. 50 Kzeneon

Sonstige: S. 88 Monty Rakusen/Cultura Images

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

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



www.ernaehrungsindustrie.de

