



## INHALT

1	<b>VORWORT</b>
3	<b>VERBRAUCHER UND ÖFFENTLICHKEIT</b>
11	<b>DIE ERNÄHRUNGSINDUSTRIE</b>
15	<b>MÄRKTE UND WETTBEWERB</b>
27	<b>UMWELT, ENERGIE UND ROHSTOFFE</b>
32	<b>DIE BVE</b>
33	<b>DIE MITGLIEDER</b>
36	<b>GESCHÄFTSFÜHRUNG UND ARBEITSBEREICHE</b>
37	<b>IMPRESSUM</b>



# Vielfältige Herausforderungen – klarer Kurs

Durch die letzten Wahlen auf Bundes- und Länderebene sind die politischen Rahmenbedingungen nicht einfacher geworden. Zwar verfügt die große Koalition von CDU, CSU und SPD über eine ausgeprägte Mehrheit im Bundestag, jedoch ist deren wirtschaftspolitischer Kurs mit Unwägbarkeiten behaftet. Hinzu kommt, dass die FDP als eine Garantin für liberale marktwirtschaftliche Politik erstmals in ihrer Geschichte nicht im Deutschen Bundestag vertreten ist. Ein wirkungsvolles Korrektiv durch die Opposition ist nicht zu erwarten.

Darüber hinaus sind auch die Mehrheitsverhältnisse im Bundesrat schwierig, da es aufgrund der großen Koalition in der Länderkammer keine klassischen Blöcke von Regierung und Opposition gibt.

Vor diesem Hintergrund ist es umso wichtiger, dass die Wirtschaftsverbände gegenüber der Politik eine klare Position beziehen und geeignete Rahmenbedingungen einfordern, damit Unternehmen am Standort Deutschland weiterhin erfolgreich agieren können.

Aus wirtschaftspolitischer Sicht erfordert dies unter anderem die gesicherte Verfügbarkeit von Rohstoffen und Energie zu bezahlbaren Preisen sowie Bürokratieabbau, Deregulierung und den Abbau von Subventionen, um das Investitionsklima zu verbessern und Arbeitsplätze zu sichern beziehungsweise zu schaffen. Daneben ist auch eine sachbezogene Verbraucherpolitik erforderlich, in deren Mittelpunkt das Leitbild des mündigen und eigenverantwortlichen Verbrauchers steht. Eine über das gebotene Maß hinausgehende staatliche Vorsorge, zum Beispiel durch die vorgesehene Weiterentwicklung des Verbraucherinformationsgesetzes oder verpflichtende Kennzeichnungsvorschriften, führen zu einer Gängelung der Wirtschaft und sind im Ergebnis kontraproduktiv.

Entsprechende Themen sind verbändeseitig zu identifizieren, aufzugreifen und offensiv gegenüber den Stakeholdern zu vertreten. Denn die politische Entscheidung von Sachfragen wird wesentlich durch deren öffentliche Wahrnehmung und Beurteilung beeinflusst.

Dieser Herausforderung hat sich die BVE verschrieben, um bei branchenübergreifenden Angelegenheiten zum Wohle der gesamten Ernährungsindustrie zu wirken. Im Jahresverlauf 2013/2014 ist sie sowohl politisch als auch medial stärker in Erscheinung getreten und als Interessenvertretung der Ernährungsindustrie wahrgenommen worden.

Mit dem Thema „Moderne industrielle Lebensmittelproduktion“ wurde ein zielführender Schwerpunkt für 2014 gesetzt und mit Aktivitäten unterlegt. Damit wurde auch dem Erfordernis Rechnung getragen, offener und transparenter über die Tätigkeit unserer Branche zu kommunizieren, um auch auf diesem Wege dafür zu werben, dass die Verbraucher sowohl den Produkten als auch den dahinterstehenden Herstellern vertrauen können.

Dies stellt eine wichtige Grundlage dar, um angemessen und proaktiv auf die vielfältigen Herausforderungen verbraucher- und industriepolitischer Natur eingehen zu können, mit denen unsere Branche konfrontiert wird.

Die Arbeit des Dachverbandes und die damit verbundene Arbeitsteilung mit den Fachverbänden und Unternehmen setzt Vertrauen und Solidarität voraus. Nur dadurch ist es möglich, auf bestmögliche Rahmenbedingungen für die Unternehmen der Ernährungsindustrie hinzuwirken. Wir danken unseren Mitgliedsunternehmen und -verbänden, die uns im vergangenen Berichtsjahr in diesem Sinne unterstützt haben.



Dr. Wolfgang Ingold



Christoph Minhoff

Berlin, im Mai 2014

Dr. Wolfgang Ingold  
Vorsitzender

Christoph Minhoff  
Hauptgeschäftsführer



# Verbraucher und Öffentlichkeit

Der deutsche Verbraucher wird immer anspruchsvoller, seine Anforderungen an Lebensmittel sind hinsichtlich Vielfalt und Qualität enorm gestiegen. Dies liegt zum einen daran, dass sich der demographische Wandel auf die Essgewohnheiten auswirkt, und zum anderen an der Mobilität, Flexibilität, Vernetzung und Internationalität der Gesellschaft. Lebensmittel müssen deshalb nicht nur höchste Qualität zum besten Preis garantieren, sondern auch individuellen Ernährungs- und Lebensstilen gerecht werden. Die Ernährungsindustrie stellt sich dieser Herausforderung und bietet für jeden Konsumenten das passende Lebensmittel an. 170.000 Produkte zählt die Palette, aus der der Verbraucher wählen kann. Dabei sind Lebensmittel in Deutschland nicht nur preiswert, sondern so hochwertig, sicher und vielfältig wie noch nie. Zuverlässigkeit und Kundenorientierung sind in der Branche erfolgsentscheidend, denn der Verbraucher kauft nur, was seinen Ansprüchen genügt.

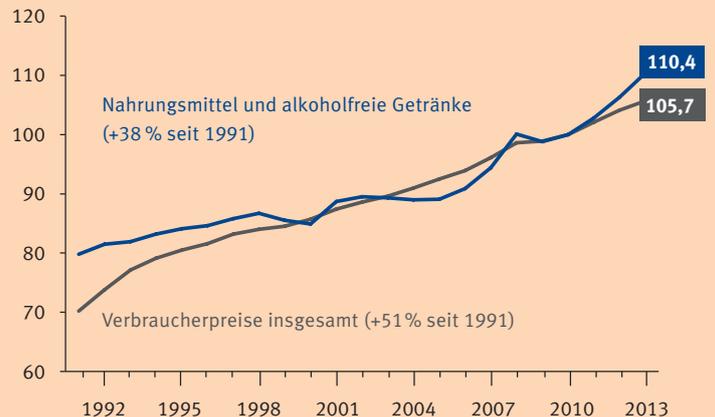
## Positives Konsumklima und stabile Preise fördern Lebensmittelabsatz

Die bereits hohe Konsumneigung der deutschen Verbraucher stieg 2013/14 weiter an und lag deutlich über dem europäischen Durchschnitt. Die Konjunkturerwartungen der Konsumenten klettern aufwärts und die gute Arbeitsmarktlage erhöht die Einkommenserwartungen. Stabile Preise sowie eine geringe Sparneigung fördern die Anschaffungsneigung. Außerdem wirkt sich das positive Konsumklima förderlich auf die Nachfrage nach Lebensmitteln aus.

Im Jahr 2013 gaben die Konsumenten hierzulande zwölf Prozent ihres verfügbaren Einkommens für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke aus, damit liegen die Deutschen weit unter dem EU-Durchschnitt. Begründet ist dies durch das moderate Preisniveau und das hohe Einkommensniveau in Deutschland. Langfristig gesehen unterliegen Lebensmittel einer geringeren Teuerung als die allgemeinen Lebenshaltungskosten. So stiegen seit 1991 die Lebensmittelpreise um 38 Prozent, während sich die Verbraucherpreise insgesamt um 51 Prozent verteuerten. Mit einer höheren Wertschätzung von Lebensmitteln steigt auch die Bereitschaft, mehr Geld für Qualitätslebensmittel auszugeben. Preisbereinigt nahmen die Ausgaben für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke 2013 im Vorjahresvergleich deutlich stärker zu (plus 1,3 Prozent) als die allgemeinen Konsumausgaben (plus 0,8 Prozent).

## Verbraucherpreisentwicklung 1991 – 2013

Indexwerte 2010=100



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

Im Durchschnitt stehen jedem Bundesbürger 2014 rund 21.179 Euro für Konsum und Lebenshaltung zur Verfügung. Das sind 586 Euro mehr als 2013. Die positive Prognose stützt sich vor allem auf eine stabile Reallohnentwicklung und einen sinkenden Inflationsdruck. Pro Kopf und Jahr liegt die Kaufkraft in Deutschland damit rund 60 Prozent über dem europäischen Durchschnitt.

## Breites Angebot an Lebensmitteln

Lebensmittel müssen dem Konsumenten zunehmend einen individuellen „Mehrwert“ bieten. Die Hersteller stellen deshalb ein breites Angebot bereit: regionale Produkte von nebenan, Exotisches aus fernen Ländern, frisch verpackt oder tiefgekühlt, zur Zubereitung zu Hause oder komplett verzehrfertig, in unterschiedlichen bedarfsgerechten Verpackungen, für den Alltag oder für festliche Anlässe. Außerdem sorgt die Industrie dafür, dass die Produkte in allen Preiskategorien und zu jeder Jahreszeit verfügbar sind. Die Nachfrage nach immer neuen und besseren Produkten treibt den Wettbewerb im Lebensmittelmarkt maßgeblich an und eröffnet den Herstellern wichtige Wertschöpfungspotenziale.

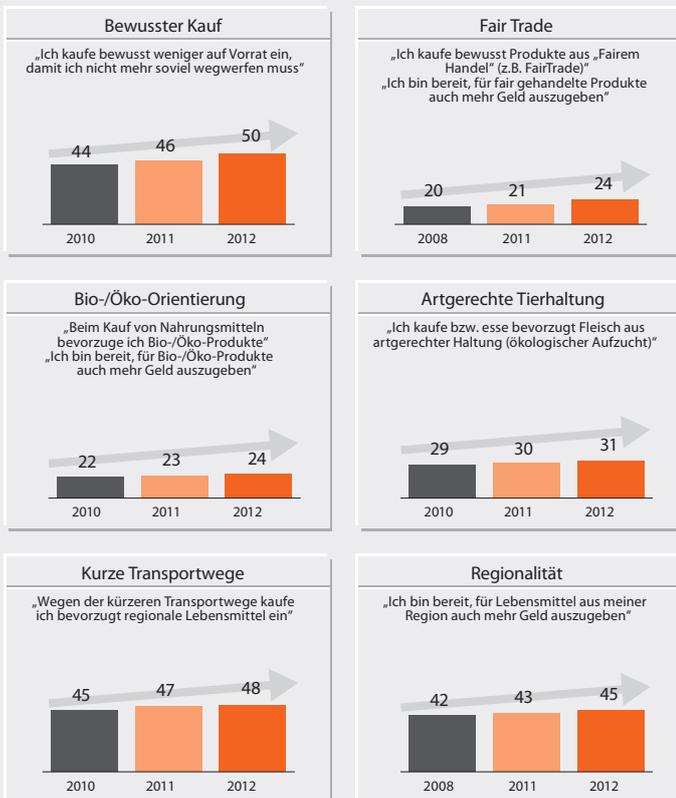
## Consumers' Choice '13

Der intensive gesellschaftliche Dialog um Nachhaltigkeit führt beim Einkauf von Lebensmitteln zu einem gestiegenen Bewusstsein für Produkte, Unternehmen und Herstellungsprozesse. Die BVE hat gemeinsam mit dem Marktforschungsunternehmen GfK die Daten von 30.000 repräsentativen Haushalten ausgewertet, um die Auswirkungen dieses Einstellungswandels auf das Verbraucherverhalten zu analysieren. Das Ergebnis der „Consumers' Choice '13“: In den vergangenen sechs Jahren ist die nachgefragte Menge an Lebensmitteln und Getränken im Lebensmitteleinzelhandel um 4,7 Prozent gesunken, auch das bewusstere Konsumverhalten trägt dazu bei. Für jeden vierten Verbraucher spielen Nachhaltigkeitskriterien beim Lebensmittelkonsum eine entscheidende Rolle, jedoch ist er nicht bereit, auf den Genuss zu verzichten. Lecker und nachhaltig – für diese Kombination ist der Verbraucher auch bereit, mehr zu bezahlen.



### Moralisch-ethische Kriterien beim Konsum

Zustimmung TopBoxes 4/5 in %



© GfK | Quelle: GfK ConsumerScan, Einfrage jeweils Oktober

### Mit den Ansprüchen steigen die Ausgaben

Der Anteil der an Nachhaltigkeit und Genuss orientierten Verbraucher ist in den vergangenen sechs Jahren um 18 Prozent gestiegen. Diese Verbraucher haben nicht nur hohe Ansprüche an Hersteller und Händler, sondern auch an sich selbst: 52 Prozent gaben an, bewusst zu essen und zu trinken, bei den übrigen Haushalten nur 30 Prozent.

Für die Hersteller bringt dies einerseits neue Herausforderungen mit sich, andererseits birgt die Veränderung aber auch Chancen in der Produktentwicklung und Vermarktung. Insgesamt geben die am bewussten Genuss orientierten Verbraucher 16 Prozent mehr für Lebensmittel und Getränke aus als sonstige Haushalte.

Besonders bei Obst und Gemüse übersteigen ihre Ausgaben die der restlichen Haushalte um 59 Prozent, bei Frühstückprodukten sind es 36 Prozent, bei Grundnahrungsmitteln 25 Prozent. Für Fleisch und Wurstwaren geben sie immerhin 7 Prozent sowie bei Süßwaren 3 Prozent mehr aus als die übrigen Haushalte.



BVE@BVE\_online 20. März 2014

„Durch moderate Preise u. das hohe Einkommensniveau geben die Deutschen im EU-Vergleich mit am wenigsten für #Lebensmittel aus.“ @WDR2 Arena

## Verschiedene Produktmerkmale bestimmen das Kaufverhalten

Die Wahrnehmung und Wertschätzung von Lebensmitteln ist zunehmend von mehreren Produkteigenschaften abhängig. So achten 67 Prozent der an Nachhaltigkeit und Genuss orientierten Verbraucher auf umweltfreundliche Verpackungen, bei den übrigen Haushalten nur 18 Prozent.

In den vergangenen zwei Jahren hat auch die Zustimmung zu moralisch-ethischen Kaufkriterien deutlich zugenommen, so bei Fair-Trade-Produkten um 20 Prozent, bei Bio-/Öko-Produkten um 9,1 Prozent, bei Produkten aus ökologischer Tierhaltung um 6,9 Prozent und bei Produkten mit kurzen Transportwegen um 6,7 Prozent.

## Überregulierung vermeiden

Der freie Wettbewerb garantiert ein der Nachfrage entsprechendes Angebot. Nur wo der Markt versagt, sind Sicherheitsmechanismen und staatliche Regulierung angebracht. Vermeintliche Verbraucherschützer suggerieren oft, dass der Konsument nicht fähig sei, selbstbestimmt Entscheidungen zu treffen. Besonders die öffentliche Debatte um Produkte, die häufig konsumiert werden, verläuft nicht selten emotional und ohne Berücksichtigung gesicherter Fakten. Lebensmittel sind oft Ziel medialer Skandalisierungen und tendenziöser Meinungsbildung. Die Ernährungsindustrie setzt hier auf Transparenz und Aufklärung im gemeinsamen Dialog. Nur so können Verbraucherschutzpolitische Herausforderungen gelöst und



BVE@BVE\_online 20. Feb. 2014

#Verbraucher benötigen #Transparenz, Information, Bildung. Neue Kennzeichnungspflichten bieten keinen Mehrwert. [pic.twitter.com/vMTsQnjSD8](https://pic.twitter.com/vMTsQnjSD8)

die Interessen aller gewahrt werden. Entsprechende Maßnahmen müssen wissenschaftsbasiert sein und dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit folgen. Auch staatliche Gelder sollten nach diesem Grundsatz vergeben werden. Darüber hinaus sind Objektivität und Sachlichkeit im Dialog zwingend notwendig.

Die Ernährungsindustrie ist eine der am dichtesten regulierten Branchen überhaupt. Mit zunehmender Regulierung steigen die Herstellungskosten, denn die Unternehmen sind dafür verantwortlich, jede neue gesetzliche Vorgabe im gesamten Produktionsprozess umzusetzen. Das Lebensmittelrecht ist ein EU-weit stark harmonisierter Bereich, dennoch ist die nationale Gesetzgebung bei der Umsetzung noch strenger als die europäische Vorgabe. Dieses nationale Übertreffen der Mindestregelungen im EU-Verbraucherrecht steht im klaren Widerspruch zu Zielen der Wirtschaftspolitik. Eine wettbewerbsfähige Ernährungsindustrie braucht keine nationalen oder föderalen Alleingänge, sondern eine EU- sowie bundesweit einheitliche Rechtsanwendung. Dazu gehört auch eine hoch qualifizierte, effizient arbeitende und gut ausgestattete amtliche Lebensmittelüberwachung. Die Durchsetzung im Lebensmittelrecht muss sachlich begründet, angemessen und objektiv nachvollziehbar sein.





Podiumsdiskussion (von links) mit Andreas F. Schubert (Präsident Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft), Christoff Minhoff (Hauptgeschäftsführer BVE), Mechthild Heil (MdB Verbraucherschutzbeauftragte CDU/CSU), Alexander Neubacher (Journalist Der Spiegel), Christian Köhler (Hauptgeschäftsführer Markenverband) und Klaus Müller (Vorstand Verbraucherzentrale NRW)

## Forum Wirtschaft und Verbraucher

Verbraucherpolitik ist ein Querschnittsthema, das alle Bereiche der Gesellschaft betrifft. Wirtschaft und Verbraucher brauchen eine verlässliche Politik, die an verantwortungsvollen Problemlösungen orientiert ist. Dies gilt besonders für einen so umfassenden Politikbereich wie den Verbraucherschutz. Die Ernährungsindustrie verlangt von der Politik ein klares Bekenntnis zur Wirtschaft und zur mittelständischen industriellen Lebensmittelproduktion, sie sollte als Stütze unserer Volkswirtschaft und Partner der Verbraucher angesehen werden. Zur Förderung des gemeinsamen Dialogs hat die BVE zusammen mit dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), dem Markenverband und dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) das „Forum Wirtschaft und Verbraucher“ ins Leben gerufen.

Gemeinsam mit Politik und Verbraucherorganisationen diskutierten Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Verbraucherorganisationen und Medien in der Auftaktveranstaltung am 16. Mai 2013 in Berlin die verbraucherpolitischen Aufgaben des Staates, die Rahmenbedingungen marktwirtschaftlichen Handelns sowie das Maß an Freiheit und Verantwortung jedes Einzelnen beziehungsweise der Unternehmen. Im gemeinsamen Fazit wurde die Politik aufgefordert, den Verbrauchern mehr zuzutrauen und sie aufzuklären statt zu bevormunden.

Nach der Bundestagswahl 2013 setzte sich die Folgeveranstaltung am 18. Februar 2014 mit den Vorhaben der neuen Großen Koalition sowie den Plänen auf EU-Ebene in der Verbraucherpolitik auseinander. Gegenüber den rund 200 Teilnehmern sprachen sich die Wirtschaftsvertreter gemeinsam gegen Populismus in der Verbraucherpolitik sowie eine Entmündigung der Verbraucher aus.

## Lebensmittelkennzeichnung – Vorrang für Information und Aufklärung

Die Verantwortung für die Qualität und Sicherheit des Produktes trägt zu Recht der Hersteller. Er kennt sein Produkt am besten und liefert dem Verbraucher im eigenen Interesse die notwendigen Informationen, die dieser für seine Kaufentscheidung braucht. Über die gesetzlichen Vorschriften hinaus, ist auch hier ein freier Wettbewerb um die besten Informationen notwendig.

Wichtig ist, dass der Kunde selbst entscheiden kann, welche Produktinformationen für ihn kaufentscheidend sind und welche nicht. Immer mehr verpflichtende Kennzeichnungsregeln bieten nachweislich keinen Nutzen für die Verbraucherinformation, tatsächlich bedeuten sie mehr Bürokratie und enorme Kosten für die Hersteller und damit letztendlich auch für den Verbraucher. Besonders die geforderten verpflichtenden Herkunftskennzeichnungen, Regionalsiegel oder auch „GVO-frei“-Labels sind in der Praxis weder für Unternehmen noch Verbraucher handhabbar.



## Selbstbestimmter Verbraucher

Die Souveränität des Verbrauchers in seiner Kaufentscheidung sorgt für ein reichhaltiges, seinen Bedürfnissen entsprechendes Lebensmittelangebot. Wer nicht auswählen kann, hat auch keine Entscheidungsfreiheit. In unserer Gesellschaft muss das klare Leitbild für Verbraucherschutzpolitik der durchschnittlich informierte, aufmerksame, verständige und eigenverantwortliche Verbraucher sein. Wir brauchen keine staatliche Vormundschaft für Verbraucher, sondern vielmehr eine Stärkung der Konsumkompetenz durch mehr Bildung und Aufklärung.



Stiftung  
Warentest

test



## Stiftung Warentest

Verbraucher orientieren sich bei ihren Einkaufsentscheidungen häufig an Produkttests. Die Stiftung Warentest, die auf Beschluss des Deutschen Bundestages 1964 als unabhängige und objektive Prüfinstanz gegründet wurde, genießt besonders hohes Vertrauen und Glaubwürdigkeit in der Bevölkerung. Aufgrund ihrer Bedeutung trägt die Stiftung Warentest jedoch eine große Verantwortung gegenüber Verbrauchern und Unternehmen, da ihre Testurteile das Marktgeschehen empfindlich beeinflussen können.

Ziel der Stiftung ist es satzungsgemäß, die „Öffentlichkeit über objektivierbare Merkmale des Nutzwerts und Gebrauchswerts sowie der Umweltverträglichkeit von Waren zu unterrichten“. Aus Sicht der Ernährungsindustrie muss dieser Stiftungszweck unbedingt gewahrt bleiben. Bei der Durchführung der Produkttests müssen daher anerkannte wissenschaftliche Methoden angewendet, nachvollziehbare und sachgerechte Kriterien ausgewählt, und gesetzliche Vorgaben, auch zu Produkteigenschaften, eingehalten werden. Der Produkttest muss außerdem objektiv und transparent gestaltet sein. Nur so können Qualitätsurteile sachlich nachvollziehbar bleiben.

Die satzungsgemäße Mitwirkung der Produkthersteller im Kuratorium und in Sachverständigengremien sichert die notwendige Expertise zur sachgerechten Ausgestaltung der durchgeführten Prüfverfahren und ermöglicht die stetige Verbesserung der Warentests. Die BVE vertritt die Interessen der Ernährungsindustrie gegenüber der Stiftung Warentest und organisiert die Beteiligung der Branche an den Testvorhaben. Für ihre Mitglieder ist die BVE der zentrale Ansprechpartner zum Thema Stiftung Warentest. Der konstruktive Austausch zwischen der Ernährungsindustrie und der Stiftung Warentest verbessert die objektive Qualitätsbeurteilung von Lebensmitteln. Von Januar 2000 bis April 2014 hat die Stiftung Warentest in fast 85 Lebensmitteltests rund 1.970 Produkte geprüft, davon genügten 87 Prozent den Qualitätskriterien.

## BVE-Arbeitskreis Stiftung Warentest

Zur Förderung des gemeinsamen Dialogs mit der Stiftung Warentest hat die BVE den Arbeitskreis Stiftung Warentest gegründet. Am 26. März 2014 fand die erste Sitzung statt. Der Arbeitskreis soll die Unternehmen im Umgang mit Testvorhaben unterstützen und den regelmäßigen Austausch zum Thema Stiftung Warentest pflegen.



BVE@BVE\_online 5. Dez. 2013

Studie: Journalisten und NGOs halten Lebensmittel für sicher [markenartikel-magazin.de/no\\_cache/unternehmen-marken/artikel/details/1006927-studie-journalisten-und-ngos-halten-lebensmittel-fuer-sicher/](http://markenartikel-magazin.de/no_cache/unternehmen-marken/artikel/details/1006927-studie-journalisten-und-ngos-halten-lebensmittel-fuer-sicher/)



Von links: Christoph Minhoff (Hauptgeschäftsführer der BVE) mit Dr. Hans-Peter Friedrich (Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft) und Jürgen Abraham (Ehrevorsitzender der BVE) am virtuellen „Tischlein deck dich“



Gitta Connemann MdB (Mitte) mit Christoph Minhoff (rechts) in der „Allee des Wissens“



## Internationale Grüne Woche 2014

Mit über 400.000 Besuchern hat die Internationale Grüne Woche (IGW) 2014 in Berlin auch bei der 79. Auflage ihre Funktion als Leitmesse für das gesamte Agribusiness bewiesen. Mit einer Beteiligung von 1.650 Ausstellern aus 70 Ländern und der Präsenz von 70 Landwirtschaftsministern aus allen Kontinenten verzeichnete die weltgrößte Ausstellung für Landwirtschaft, Ernährung und Gartenbau die bislang höchste internationale Beteiligung seit ihrer Premiere im Jahr 1926.

## «Unser Auftritt auf der IGW war ein weiterer Schritt unserer Transparenzoffensive. Wir müssen uns nicht verstecken, wir treten in den Dialog.»

Christoph Minhoff, BVE-Hauptgeschäftsführer auf der IGW 2014

Auch in diesem Jahr war der Gemeinschaftsstand von BVE und BLL unter dem Motto „Dialog Lebensmittel“ ein wichtiger Anziehungspunkt für Verbraucher, Fachbesucher, Politik und Medien. Interessierte konnten sich über wichtige Themen der Branche informieren und in den direkten Dialog mit Herstellern und Verbänden treten.

Die Attraktion des Standes war die interaktive Sonderschau „Allee des Wissens“, in der sich die Messebesucher über moderne industrielle Lebensmittelproduktion informieren konnten. Wie wird der

Fisch zum Fischstäbchen? Welche Kontrollschritte durchläuft eine Rote Bete-Knolle vom Feld bis ins Glas? Wie viele Kalorien zählt eine durchschnittliche Gemüsepizza? Diese und weitere Fragen beantworteten bewegte Bilder, Mitmachmodule sowie das interaktive „Tischlein deck dich“ und sorgten bei Groß und Klein für Unterhaltung.

Als ideeller Träger der IGW nutzte die BVE die Messe erfolgreich, um mit zahlreichen Spitzenpolitikern, Medien und Verbrauchern ins Gespräch zu kommen. Viele blieben nicht nur zu Hintergrundgesprächen, sondern standen auch auf der Dialogbühne Rede und Antwort.

Zu den Gästen am Messestand zählten unter anderem der damalige Bundeslandwirtschaftsminister Dr. Hans-Peter Friedrich, der Chef des Bundeskanzleramts Peter Altmaier, Berlins Bürgermeister Klaus Wowereit, die Staatssekretäre Gerd Billen und Jochen Flasbarth, die Parlamentarischen Staatssekretärinnen Dr. Maria Flachsbarth, Katherina Reiche, Peter Bleser und Uwe Beckmeyer sowie NRW-Verbraucherschutzminister Johannes Remmel. Auch hochrangige Vertreter aus Wissenschaft, Wirtschaft und Verbänden stellten sich Fragen auf der Bühne zu Themen wie „Qualität und Sicherheit von Lebensmitteln“.

Die nächste IGW findet vom 16. bis 25. Januar 2015 statt.

## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Medienwelt hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend verändert, vor allem das Internet revolutioniert die Presse. Um diesen Entwicklungen Rechnung zu tragen, hat die BVE ihre Medien- und Öffentlichkeitsarbeit im vergangenen Jahr neu ausgerichtet. Neben der klassischen Pressearbeit ist die BVE auch in den Sozialen Medien aktiv. Dem Spitzenverband ist es dabei ein wichtiges Anliegen, über die Lebensmittelbranche, ihre Produkte und Herstellungsverfahren aufzuklären und in einen aktiven Dialog mit der Öffentlichkeit zu treten. Mit Offenheit und fundierten Argumenten wird ein realistisches Bild der Branche vermittelt.

## Erfolgreich kommunizieren

Die BVE setzt in der öffentlichen Debatte eigene Akzente und reagiert schnell und fundiert auf neue Themen und Entwicklungen. In Pressemitteilungen, Interviews, Statements, Talkshow-Auftritten, öffentlichen Veranstaltungen und Hintergrundgesprächen vertritt die BVE die Positionen der Ernährungsindustrie und erläutert Zusammenhänge rund um Lebensmittel. Als Branchenstimme ist sie ein gefragter Ansprechpartner für Fach- und Leitmedien.

Im vergangenen Jahr veröffentlichte die BVE rund 50 Pressemitteilungen, unter anderem zu den Themen EU-Finanzmarktregulierung, EEG-Umlagebefreiung, Koalitionsverhandlungen, EU-USA-Freihandelsabkommen und Lebensmittelpreise – mit hoher medialer Resonanz. Wie eine Statistik von Meltwater, einem der weltweit führenden Unternehmen für Social-Media-Management und Nachrichtenbeobachtung, zeigt, wurde die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie alleine im Oktober 2013 619 Mal in deutschen Online-Portalen genannt. Im Vergleich zum Juni 2013 stellt dies eine Steigerung um das Vierfache dar.

Außerdem konnte unsere Abteilung beim Pressestellentest des PR-Magazins im April 2014 den ersten Platz der Branche belegen. Elf Konzerne und ein Verband wurden getestet, dabei erreichte die BVE mit 181 von 200 Punkten als einzige das Ergebnis „erstklassig“.

## Social Media

Die BVE ist mit eigenen Profilen bei Twitter, Facebook und Youtube vertreten. Die Portale gehören zu den Top 5 der Sozialen Netzwerke weltweit und ermöglichen es, zielgerichtet und reaktionsschnell auf relevantes Tagesgeschehen einzugehen und die Anliegen der Öffentlichkeit zu präsentieren.

**«Die BVE ist reaktionsschnell geworden, sie geht tagesaktuell auf die Berichterstattung ein und bietet sich aktiv an. Die Stimme der BVE ist lauter geworden, die BVE handelt.»**

Christoph Minhoff, BVE-Hauptgeschäftsführer

Außerdem können durch Social-Media-Nutzung neue Zielgruppen erreicht und andere Ausdrucksweisen als die formale Verbandssprache genutzt werden. Der Blog „Filetspitzen.de“ bietet der BVE die Möglichkeit, die öffentliche Debatte auch einmal mit etwas Ironie, in jedem Fall aber meinungsstark aufzugreifen. Ungerechtfertigte oder unsachliche Berichterstattung darf nicht immer unbeantwortet bleiben. Ebenso kann sich die BVE bestimmten Themen ausführlicher widmen und über bestimmte Verfahren und Prozesse der Lebensmittelbranche aufklären.

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

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

Facebook: [www.facebook.com/BVEonline](http://www.facebook.com/BVEonline)

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

Blog: [www.filetspitzen.de](http://www.filetspitzen.de)



BVE@BVE\_online 6. Nov. 2013  
[filetspitzen.de](http://filetspitzen.de) ist online! Unbedingt anschauen!



# Die Ernährungsindustrie

Die deutsche Ernährungsindustrie ist mit 555.300 Beschäftigten in 5.920 Betrieben der viertgrößte deutsche Industriezweig und führend in Europa. Die Branche sichert Stabilität, Wohlstand und Beschäftigung in allen Regionen Deutschlands. Eng mit ihrem Produktionsstandort verbunden und fest in die globale Lebensmittelkette integriert, ist die Ernährungsindustrie ein wichtiger Wirtschaftsfaktor im ländlichen Raum. Allein in Deutschland sorgt die Branche täglich für das Wohl von 80 Millionen Verbrauchern.

Im Jahr 2013 blieb die Ernährungsindustrie auf stabilem Kurs, der Branchenumsatz stieg um 3,5 Prozent auf 175,2 Milliarden Euro. Abzüglich der Erzeugerpreissteigerungen von 2,8 Prozent und den Ausführerpreissteigerungen von 1,8 Prozent verblieb ein mengenmäßiger Zuwachs von 1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auch die Produktionsleistung stagnierte.

Umsatzsteigerungen sind am deutschen Lebensmittelmarkt für die Hersteller fast nur wertmäßig möglich. Wachstum generieren die Unternehmen daher durch die Erschließung neuer Absatzmärkte im Export. Mittlerweile verdient die Branche jeden dritten Euro im Ausland.

## Kennzahlen der Ernährungsindustrie 2013

	2013	2012
Umsatz nominal	175,2 Mrd. € (+3,5%)	169,3 Mrd. € (+3,6%)
davon Inland	121,6 Mrd. € (+2,9%)	118,1 Mrd. € (+2,4%)
davon Ausland	53,6 Mrd. € (+4,8%)*	51,2 Mrd. € (+6,8%)
· EU	42,4 Mrd. € (+6,0%)*	40,0 Mrd. € (+4,9%)
· Drittländer	11,2 Mrd. € (+0,3%)*	11,2 Mrd. € (+13,9%)
Reale Umsatzentwicklung	+1,0%	+0,2%
Auslandsanteil am Umsatz	31%	30,5%
Betriebe	5.920 (-0,8%)	5.970 (+0,1%)
Beschäftigte	555.300 (+0,1%)	550.000 (+1,4%)
Verbraucherpreise gesamt	+1,5%	+2,0%
davon Nahrungsmittel und Getränke	+3,9%	+3,4%
Verkaufspreise Ernährungsindustrie		
Inland	+2,8%	+3,6%
Export	+1,8%	+3,2%

Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

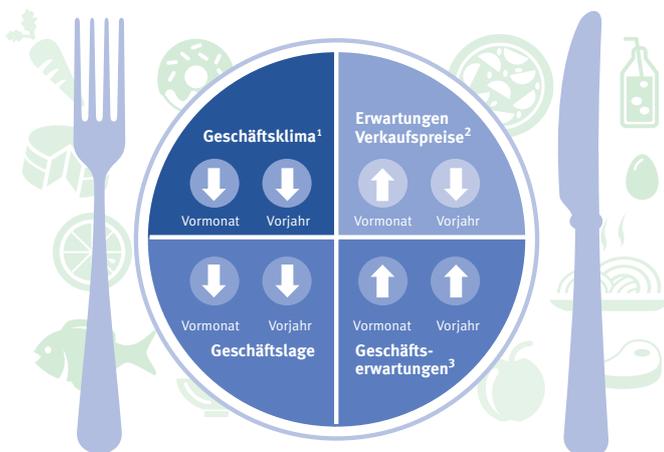
\*vorläufige Schätzung

(Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum in Klammern)

## Lebensmittelbarometer März 2014



Die aktuelle Stimmungslage in der Ernährungsindustrie im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr.



1 Geschäftsklima = Geschäftslage + Geschäftserwartungen;  
2 für 3 Monate  
3 für 6 Monate

Quelle: ifo-Institut

© BVE

Das Lebensmittelbarometer erscheint monatlich mit dem BVE-Konjunkturreport

Das Lebensmittelexportgeschäft bleibt mit einem Rekord-Ausfuhrwert von 53,6 Milliarden Euro in 2013 eine wichtige Ertragsstütze für die Branche.

Das Exportwachstum blieb 2013 mit 4,8 Prozent unter dem Niveau der Vorjahre. Grund sind die konjunkturbedingte Konsumzurückhaltung in wichtigen EU-Absatzmärkten und immer mehr Handelshemmnisse in Drittländern.

Die insgesamt geringe Wachstumsdynamik macht die schwierige Ertragslage in der Ernährungsindustrie deutlich, die Preise für Rohstoffe, Energie und Transport bewegen sich auf sehr hohem Niveau. Zudem fordern höchste Qualitätsstandards, steigende Verbraucheransprüche und eine nachhaltige Ressourcennutzung das Kostenmanagement in der Lebensmittelproduktion heraus. Notwendige Preisanpassungen sind durch die hohe Marktkonzentration im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nur unzureichend möglich. Der zunehmende Wettbewerbsdruck fördert die Konsolidierung in der Branche.

Durch Qualität, Produktinnovationen und die effizientere Gestaltung von Produktionsprozessen können sich die Hersteller gegen Wettbewerber durchsetzen.

## Anteile der Branchen am Gesamtumsatz der Ernährungsindustrie 2013



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

Finanzielle Spielräume für wichtige Innovationen und Investitionen sind jedoch stark beschränkt. Vorrangige Investitionsmotive der Lebensmittelhersteller bleiben Ersatzbeschaffungen und Kapazitätserweiterungen. Die Einführung von Produkt- und Prozessinnovationen wird bei den kurzen Produktlebenszyklen oft von Großunternehmen bestimmt. Auch der Qualifizierungsbedarf von Fach- und Nachwuchskräften steigt. 2013 konnte die Zahl der Beschäftigten in der Branche trotz harten Wettbewerbs erneut leicht erhöht werden. Die höheren Anforderungen

in der modernen Lebensmittelproduktion sowie der demografische Wandel fordern von den Unternehmen hohe Anstrengungen bei der Rekrutierung.

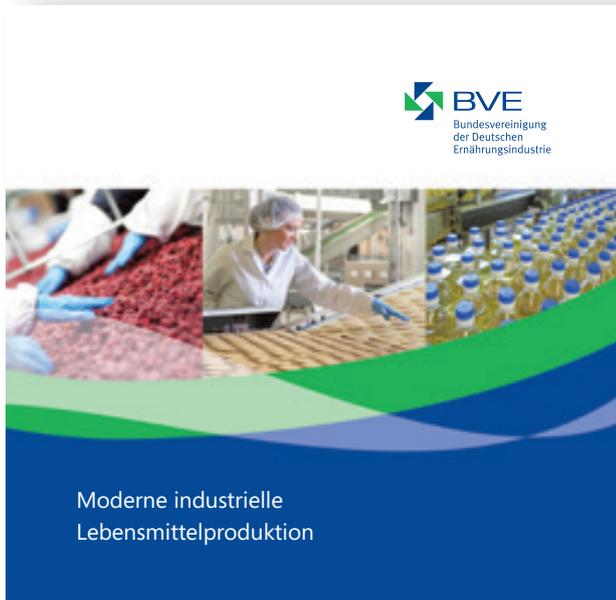
## Prognose 2014

Die Lebensmittelhersteller sind für 2014 zuversichtlich, obwohl die Ertragslage in der Branche empfindlich angespannt bleibt. Die Kostenintensität in der Lebensmittelherstellung, der harte Wettbewerb und die hohen Kundenanforderungen nehmen weiter zu. Von einer stärkeren Regulierung befürchten die Unternehmen zusätzliche Kostenbelastungen. Eine kaufkräftige Nachfrage und zunehmende Markterschließung im Ausland sowie sich stabilisierende gesamtwirtschaftliche Konjunkturperspektiven fördern die Zuversicht in das Exportwachstum. Zudem stützen der niedrige Inflationsdruck und gute Einkommensaussichten den Konsum der deutschen Haushalte und begünstigen den wertmäßigen Lebensmittelabsatz im Inland. Die BVE rechnet für 2014 mit einem leichten nominalen Umsatzwachstum von bis zu 4 Prozent. Bedingt wird ein weiteres Branchenwachstum durch die Entwicklung des Exportgeschäfts, der Marktpreise, der Produktionskosten, des privaten Konsums und des wirtschaftspolitischen Rahmens sowie einer branchengerechten Förderung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit, insbesondere kleiner und mittelständischer Unternehmen.



BVE@BVE\_online 25. Nov. 2013

Die #Ernährungsindustrie produziert 170.000 verschiedene #Produkte. Hätten Sie's gewusst?



## Broschüre: Moderne industrielle Lebensmittelproduktion

Die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie nahm die Internationale Grüne Woche 2014 zum Anlass um über die Leistungen der modernen industriellen Lebensmittelproduktion aufzuklären. Mit der neuen gleichnamigen Broschüre werden Arbeitsweise und Fortschritte der Branche sowie der Weg unserer Lebensmittel transparent. Durch den Einsatz bester Rohstoffe und moderner Produktionstechnologien wird die Ernährungsindustrie den Ansprüchen der Verbraucher nach qualitativ gleichbleibenden, sicheren, innovativen, preiswerten und jederzeit verfügbaren Lebensmitteln gerecht.



Die komplette Broschüre können Sie hier lesen: [bve-online.de](http://bve-online.de)

## BVE-Krisenmanagement – konsequente Hilfestellung für die Branche

Die BVE bietet ihren Mitgliedern seit 2006 ein Krisenmanagement für produktbezogene Krisensituationen an. Im Bedarfsfall können die Unternehmer, sofern ihre eigenen Ressourcen nicht ausreichen, über einen Expertenpool Hilfe in Anspruch nehmen. Die Zielsetzung des Krisenmanagements ist es, Schäden für das Unternehmen zu vermeiden oder zumindest so gering wie möglich zu halten.

Ein weiterer wichtiger Bestandteil ist außerdem die Krisenprävention. Die BVE veranstaltet modular aufgebaute Seminare, in denen grundlegende Kenntnisse erworben werden, um im Falle einer Krise sachgerecht agieren bzw. reagieren zu können.

Seit der Gründung des Krisenmanagements vor acht Jahren haben mehrere hundert Unternehmensvertreter an diesen Seminaren teilgenommen. Damit hat sich das Angebot zu einem bewährten Instrument der Branche entwickelt.

## Bundestagswahl

Die BVE hat sich vor und nach der Bundestagswahl intensiv für eine Berücksichtigung der Branchen Anliegen im neuen Regierungsprogramm eingesetzt. Mit klaren Argumenten und fundierter Fachexpertise warb der Spitzenverband für seine Positionen. Dabei konnten gegenüber der Öffentlichkeit und den politischen Entscheidungsträgern die für die Ernährungsindustrie wichtigen Themen – von der Außenhandels-, Energie-, Umwelt-, Rohstoff-, Steuer- und Wettbewerbs- bis hin zur Verbraucherpolitik – deutlich gemacht werden.



BVE@BVE\_online 27. Feb. 2014

Sichere #Lebensmittel sind gesundheitlich unbedenklich & kontrolliert. Vorteile industrieller #Lebensmittelproduktion: [bit.ly/OGhaSr](http://bit.ly/OGhaSr)





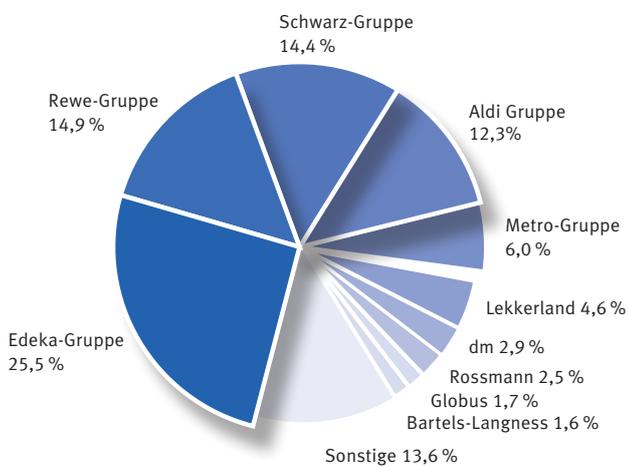
# Märkte und Wettbewerb

## Lebensmitteleinzelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ist der wichtigste Absatzkanal für die Ernährungsindustrie. 2013 stieg der Lebensmittelumsatz im Handel auf 180,4 Milliarden Euro. Die Wettbewerbskonzentration im deutschen LEH ist sehr hoch, fünf Großunternehmen haben einen Marktanteil von gut 73 Prozent.

### Anteile am Lebensmittelumsatz im Handel 2013

180,4 Mrd. Euro gesamt



Quelle: TradeDimensions

Als Lieferanten stehen ihnen die überwiegend kleinen und mittelständischen Lebensmittelhersteller gegenüber. Diese starke Verhandlungsposition der Handelskonzerne sorgt für einen harten Preiswettbewerb am Markt, da die Lebensmittelhersteller notwendige Preisanpassungen mitunter nur im begrenzten Maße durchsetzen können. Bei ungleicher Verhandlungsstärke werden die geforderten Konditionen des Handels von den Unternehmen häufig akzeptiert, um bestehende Leistungen nicht zu gefährden. Das belastet die ohnehin schwierige Ertragslage der Unternehmen der Ernährungsindustrie.

Herausforderungen für den Lebensmitteleinzelhandel ergeben sich durch den gesellschaftlichen Wandel und steigende Verbraucheranforderungen. Hohes Konsum- und Preisbewusstsein, eine sinkende Einkaufsfrequenz und zunehmende Mobilität beeinträchtigen die Mengennachfrage. Qualität und Service, eine verbesserte Standortwahl, optimierte Produktsortimente sowie ein Ausbau des Handelsmarkensegments insbesondere im Premiumbereich sind Trends und Strategien des Lebensmitteleinzelhandels, um eine höhere Wertschöpfung zu generieren. Besonders die Vollsortimenter und Discounter konnten

2013 durch diese Methoden ihre Marktanteile ausbauen. Der Discountanteil im Lebensmitteleinzelhandel lag 2013 bei 43,9 Prozent. Das sich wandelnde Konsumverhalten bietet für Handel und Industrie viele Chancen, die gemeinsam genutzt werden können.

## Außer-Haus-Markt 2013

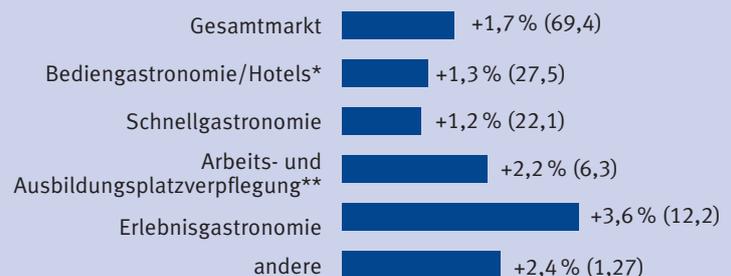
Der Außer-Haus-Markt ist in Deutschland neben dem Lebensmitteleinzelhandel der zweitwichtigste Absatzkanal für die Ernährungsindustrie. 2013 legten die Umsätze im Außer-Haus-Markt erneut leicht zu. Laut CREST Verbraucherpanel der npdgroup Deutschland stiegen die Verbraucherausgaben im Außer-Haus-Markt um 1,7 Prozent auf rund 69,4 Milliarden Euro.

Von der positiven Entwicklung in 2013 profitierten alle Marktsegmente, insbesondere aber die Erlebnisgastronomie, die mit einem Zuwachs von 3,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr einen Umsatz von knapp 12,2 Milliarden Euro erzielte. Die Schnellgastronomie, sonst ein Garant für gute Zuwächse, verzeichnete mit nur 1,2 Prozent, ebenfalls im Vergleich zu 2012, den geringsten Zuwachs.

2013 stellte das Ausgabenwachstum erneut kein echtes Nachfragewachstum dar, sondern resultierte mit Ausnahme der Erlebnisgastronomie ausschließlich aus gestiegenen Durchschnittsausgaben der Besucher. Über alle Segmente hinweg lag die Anzahl der Besuche 2013 mit knapp 11,2 Milliarden rund 0,9 Prozent unter der Besucherzahl aus dem Jahr 2012. Die Durchschnittsausgaben pro Besuch stiegen im gleichen Zeitraum um 2,9 Prozent und lagen im vergangenen Jahr in Deutschland im Schnitt bei 6,11 Euro pro Mahlzeit.

### Außer-Haus-Konsum / Entwicklung 2013 zu 2012

Umsatz in Mrd. Euro in Klammern



\* Hotellerie inkl. Frühstück bei Übernachtung

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

Quelle: CRESTonline Deutschland, npdgroup deutschland GmbH, Nürnberg



Für das Jahr 2014 erwartet die BVE weiter wachsende Umsätze im deutschen Außer-Haus-Markt. Innovative Konzepte, qualitative Upgrades der bestehenden Gastronomieflächen sowie eine immer stärkere Entkopplung der Verbraucher von einem strukturierten Essalltag wirken sich positiv auf den Food-Service-Markt aus.

Bei den Unternehmen im Außer-Haus-Markt hat 2014 die Umsetzung der geänderten EU-Lebensmittelinformationsverordnung Priorität. Ab dem 13. Dezember 2014 gilt das neue Recht, das beispielsweise bei der Kennzeichnung von losen Waren oder der Allergenkennzeichnung starke Veränderungen nach sich ziehen wird. Mit diesem Thema befasst sich auch der BVE-Arbeitskreis Food Service. Er bietet den BVE Mitgliedern die Möglichkeit, zu einem regelmäßigen Austausch mit Kollegen aus der Branche zusammenzukommen.



**BVE@BVE\_online** 7. Okt. 2013  
Konsumverhalten: Deutsche essen mehr Außer-Haus, werfen weniger weg und achten bei ihrem Einkauf auf Nachhaltigkeit. [bve-online.de/presse/pressemitteilungen/pm-20131007](http://bve-online.de/presse/pressemitteilungen/pm-20131007)



## INTERNORGA

### Großverbraucherbarometer

Der Optimismus in der gesamtdeutschen Wirtschaft spiegelt sich auch in der Großverbraucher (GV)-Branche wider.

58 Prozent der deutschen Gemeinschaftsgastronomen bewerten das Investitionsklima in ihrem Betrieb als gut. Zudem planen 60 Prozent der Entscheider zusätzliche Investitionen und Anschaffungen. Zu diesem Ergebnis kommt das GV-Barometer 2014.

Im diesjährigen GV-Barometer wurde ein Fokus auf die Verbrauchsgüter, also den Wareneinsatz gelegt. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass das Interesse der GV-Branche groß ist, immer wieder neue Produkte auszuprobieren beziehungsweise dem Wunsch der Verbraucher nach Abwechslung auf der Speisekarte nachzukommen.

Im Anforderungskatalog an neue Produkte nimmt Qualitätskonstanz an Bedeutung zu, dicht gefolgt von ethischen Kriterien (Gesundheitsorientierung und Nachhaltigkeit) sowie rationalen und technischen Bedürfnissen (Qualität, Anforderungen an die Art der Zubereitung).

Berichte über Lebensmittelskandale haben die Verbraucher und damit auch die Großverbraucher dafür sensibilisiert, sich stärker mit der Qualität von Lebensmitteln zu beschäftigen. Vor diesem Hintergrund wurden die GV-Verantwortlichen befragt, wie groß das Vertrauen in ihre eingekauften Lebensmittel ist. Im Ergebnis stellen die Großverbraucher ihren Lieferanten ein gutes Zeugnis für die Qualität ihrer Lebensmittel aus. Fast 70 Prozent sind von der Qualität der eingesetzten Produkte überzeugt. Vor allem aber sieht die GV-Branche zu 97 Prozent in der Zusammenarbeit mit langjährigen Lieferanten einen Schlüssel zur Qualitätssicherung und zum Vertrauenserhalt.

Das GV-Barometer untersuchte 2014 zum 13. Mal das Innovations- und Investitionsklima in der deutschen Gemeinschaftsgastronomie. Die Ergebnisse gelten als wichtiger Gradmesser für die Stimmung der Branche. Das Barometer wird im Rahmen der größten europäischen Gastronomiemesse, der INTERNORGA in Hamburg, veröffentlicht.

Die BVE ist ideeller Träger der INTERNORGA und bringt die Interessen ihrer Mitglieder aktiv gegenüber der Messgesellschaft ein.

Die nächste INTERNORGA findet vom 13. bis 18. März 2015 statt.



## Weltweit erfolgreich

Die Ernährungsindustrie exportierte 2013 Lebensmittel im Wert von 53,6 Milliarden Euro, das sind 4,8 Prozent mehr als noch im Vorjahr. Abzüglich der Ausfuhrpreissteigerungen von 1,8 Prozent betrug das reale Exportwachstum damit 3 Prozent. Immer mehr Kunden weltweit schätzen die Qualität deutscher Lebensmittel, deshalb können die Hersteller neue Absatzmärkte im Ausland erschließen.

Der harte Wettbewerb und höchste Ansprüche der Verbraucher haben die deutsche Ernährungsindustrie international wettbewerbsfähig gemacht: Deutschland ist der drittgrößte Lebensmittelexporteur am Weltmarkt. Das Auslandsgeschäft stärkt die Ertragslage der Unternehmen und sichert Arbeitsplätze. Darüber hinaus ist Deutschland weltweit der zweitgrößte Importeur von Agrargütern und Lebensmitteln, 2013 stiegen die Agrarimporte auf einen Wert von 74,6 Milliarden Euro.

## Europäischer Binnenmarkt

Von den deutschen Lebensmittelexporten gelangen 79 Prozent in die EU. Die Ernährungsindustrie profitiert von den Vorteilen des Binnenmarktes, kurzen Transportwegen und ähnlichen Konsumpräferenzen. Die wichtigsten Handelspartner sind die Niederlande, Italien, Frankreich, Großbritannien und Österreich. 2013 wuchs das EU-Exportgeschäft um 6 Prozent. Die konjunkturbedingte Konsumzurückhaltung in wichtigen Absatzmärkten hemmte weiteres Wachstum.

## Wachstumschancen in Drittländern

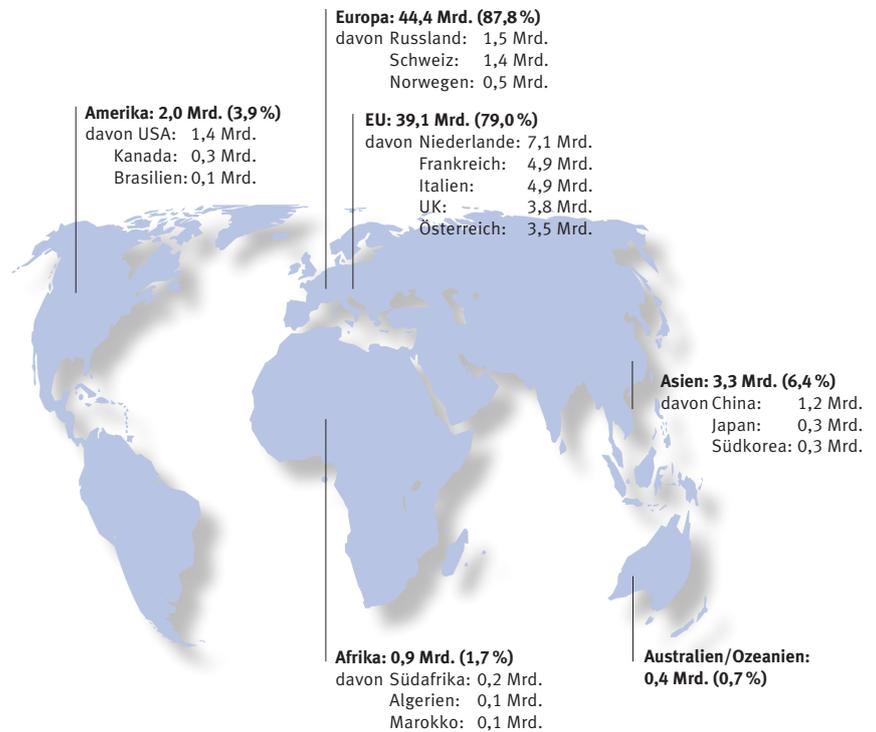
Großes Wachstumspotenzial im Auslandsgeschäft liegt in kaufkräftigen und konsumfreudigen Märkten außerhalb der EU. Fast 80 Prozent der Exporteure setzen ihre Produkte auch in Drittländern ab, 2013 Lebensmittel im Wert von 11,2 Milliarden Euro. Aufgrund vermehrter Handelshemmnisse konnte im Vergleich zu den Vorjahren jedoch nur ein leichter Exportzuwachs von 0,3 Prozent erzielt werden.

Die wichtigsten Absatzmärkte abseits des EU-Binnenmarktes sind Russland, die USA, die Schweiz und China. Besonders wachstumsstarke Märkte liegen in Amerika und Asien.

Die Globalisierung beeinflusst zunehmend die Produktion und den Absatz von Lebensmitteln. Marktanteile im weltweiten Wettbewerb zu sichern, stellt eine große Herausforderung für die Ernährungsindustrie dar. Immer mehr Handelsbarrieren und regulatorische Hürden erschweren den Zugang zu wichtigen Absatzmärkten. Der verbindliche Abbau dieser Handelshemmnisse und die Förderung mittelstandsgerechter Marktzugangsstrategien sind deshalb von entscheidender Bedeutung für eine positive Entwicklung der Branche und deren Wettbewerbsfähigkeit.

## Ausfuhr der deutschen Ernährungsindustrie 2013

in Euro, Anteil an Gesamtausfuhr in Klammern



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE  
(vorläufige Jahresergebnisse)

## Außenhandelspolitik

Außenhandelspolitische Vereinbarungen und Verträge bilden den Rahmen für die internationalen Aktivitäten von Unternehmen und den grenzüberschreitenden Warenverkehr. Die BVE setzt sich deshalb für handelspolitische Regeln ein, die das Auslandsgeschäft und den Marktzugang für die deutsche Ernährungsindustrie verbessern.

Im Dezember 2013 einigten sich in Bali die 159 WTO-Mitgliedsländer auf ein neues Handelsabkommen („Bali-Paket“), das Handelserleichterungen durch eine vereinfachte Zollabwicklung und den Abbau bürokratischer Hürden im internationalen Warenverkehr vorsieht. Eine Senkung von Zöllen wurde nicht vereinbart. Dies ist weiterhin Teil der seit 2001 laufenden Doha-Entwicklungsrunde, deren Abschluss derzeit nicht absehbar ist.

Von zunehmender Bedeutung sind deshalb bilaterale Handelsabkommen, sie werden zwischen zwei Ländern oder Ländergruppen geschlossen. Die Europäische Kommission verhandelt gegenwärtig über eine Vielzahl dieser bilateralen Abkommen, zum Beispiel mit Japan, Indien, Mercosur, der Ukraine, Vietnam, Malaysia, Thailand und den USA.





BVE@BVE\_online 12. Dez. 2013  
Exportbarometer Dez. 2013 von @pwc\_de und  
#BVE: Exportklima in der Ernährungsindustrie  
erreicht Spitzenwerte. [bit.ly/19jGjsM](http://bit.ly/19jGjsM)

2013 wurden Verhandlungen zwischen der Europäischen Union und den Vereinigten Staaten von Amerika über eine umfassende Transatlantische Handels- und Investitionspartnerschaft (TTIP) aufgenommen. Neben dem vollständigen Zollabbau ist der Abbau von nichttarifären Handelsbarrieren ein zentraler Teil der Verhandlungen, die bis 2015 abgeschlossen werden sollen.

Die USA sind für die deutsche Ernährungsindustrie der zweitwichtigste Absatzmarkt außerhalb der EU. Die BVE sieht deshalb in einem Abkommen mit den USA die Chance auf einen verbesserten Marktzugang für die deutschen Lebensmittelhersteller. Gleichzeitig dürfen die hohen europäischen Lebensmittel- und Verbraucherschutzstandards nicht unterlaufen werden. Die BVE hat mit ihren Mitgliedern ein umfassendes Positionspapier zu den TTIP-Verhandlungen abgestimmt und vertritt die Interessen der Branche gegenüber den europäischen und nationalen Verhandlungsführern. In regelmäßigen Abständen finden verbandsinterne Abstimmungsprozesse und ein Austausch zu den aktuellen Verhandlungszwischenständen statt.

In einem gemeinsamen Verbände-Workshop der BVE mit dem Deutschen Bauernverband und dem Deutschen Raiffeisenverband im Juli 2013 konnten sich Branchenvertreter der Agrar- und Ernährungswirtschaft aus erster Hand über Ziele, Auswirkungen und Ablauf der TTIP-Verhandlungen informieren.

Die TTIP-Verhandlungen stehen im öffentlichen Fokus wie kein anderes bilaterales Abkommen. Mit großer Euphorie wurden auf beiden Seiten des Atlantiks die Verhandlungen aufgenommen. Von einzelnen Nichtregierungsorganisationen und Politikvertretern (insbesondere aus Deutschland) werden erhebliche Vorbehalte und Bedenken gegenüber einem Freihandels- und Investitionsschutzabkommen zwischen der EU und den USA geäußert. Wirtschaft und Politik sind deshalb aufgerufen, die Kritik aufzunehmen und eine sachbezogene Diskussion über Chancen und Risiken dieses Abkommens zu führen.

Seit dem Frühjahr 2013 verhandelt die EU über ein Freihandelsabkommen mit Japan, das bislang durch hohe Zölle und Marktzugangsbarrieren für den Export nur schwer zugänglich ist.

## PwC-BVE-Exportbarometer

Das Exportklima in der Ernährungsindustrie stieg im Dezember 2013 weiter an. Dabei erreichten die Beurteilungen der Lage und der Erwartungen im Exportgeschäft langfristige Spitzenwerte. In fast allen Branchen blieb das Exportklima auf hohem positivem Niveau, leicht eingetrübt hatte sich die Stimmung allein im Export mit Fleischwaren und alkoholfreien Getränken.

Das Exportgeschäft im EU-Binnenmarkt bleibt stabil aber ohne deutliche Wachstumsdynamik. Die wichtigsten EU-Absatzmärkte sind nach Einschätzung der Unternehmen aktuell die Niederlande, Frankreich, Italien und Österreich. Steigenden Absatz versprechen zunehmend Märkte außerhalb der EU, fast 80 Prozent der Lebensmittelhersteller exportieren ihre Produkte bereits in Drittländer. Die bedeutendsten Absatzmärkte für die Unternehmen sind aktuell die Schweiz, USA und China, das Russland aus dem Top-3-Ranking verdrängt hat.

Die Lebensmittelhersteller vertreiben ihre Produkte in immer mehr Auslandsmärkte. 74 Prozent der befragten Unternehmen haben mehr als fünf verschiedene Absatzmärkte im Ausland, 17 Prozent sogar mehr als 25. Die Zahl der Auslandsmärkte ist damit laut den befragten Herstellern in den vergangenen fünf Jahren deutlich gestiegen. Der Exporterfolg der Ernährungsindustrie basiert nicht nur auf der hohen Qualität, Sicherheit und Wettbewerbsfähigkeit deutscher Lebensmittel, sondern auch auf ihrer außerordentlichen Kundenorientierung. 78 Prozent der befragten Lebensmittelexporteure passen ihre Produkte an die Konsumpräferenzen ihrer ausländischen Kunden an oder entwickeln gar Neuheiten ausschließlich für den Export.

Die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie hat im Winter 2013 zum achten Mal gemeinsam mit PricewaterhouseCoopers (PwC) das Exportbarometer der Ernährungsindustrie erhoben, es hat sich als erfolgreiches Instrument der Exportkonjunkturberichterstattung etabliert. Für das Exportbarometer werden über 400 Geschäftsführer und Exportleiter der Ernährungsindustrie nach ihrer Einschätzung der aktuellen Geschäftslage und den zukünftigen Erwartungen im Export befragt. Aus den Befragungsergebnissen wird ein Exportklimaindex berechnet, der Auskunft über die aktuelle Positionierung der Ernährungsindustrie im internationalen Wettbewerb und über zukünftige Absatzmärkte gibt. Als Instrument der strategischen Exportkonjunkturbeobachtung wird das PwC-BVE-Exportbarometer halbjährlich erhoben und vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft gefördert.

Für die Produkte der deutschen Ernährungsindustrie bietet das asiatische Land ein erhebliches Absatzpotenzial, weshalb das Freihandelsabkommen der Branche Wachstum im Export verschaffen würde.

Seit Januar 2014 gilt das neue „Allgemeine Präferenzsystem (APS)“ der EU. Die Neufassung sieht vor, dass die Anzahl der Entwicklungs- und Schwellenländer, die im Rahmen des APS Zollvergünstigungen für Lieferungen in die EU erhalten, auf 89 von zuvor 176 reduziert wird. So fallen beispielsweise Argentinien, Brasilien, Russland und Weißrussland nicht mehr unter das APS.

 **BVE@BVE\_online** 17. Dez. 2013  
**#BVE-Arbeitskreis Zoll:** Zollregeln für kleine und mittelständische Unternehmen praxistauglicher ausgestalten! [bit.ly/1dK3nQX](http://bit.ly/1dK3nQX)

### Exporte 2013 nach Warengruppen

Anteil an Gesamtausfuhr in %



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE (vorläufige Jahresergebnisse)



Besucher des Außenwirtschaftstages der Agrar- und Ernährungswirtschaft 2013



Dr. Guido Westerwelle, damaliger Bundesminister des Auswärtigen

## Compete: Wettbewerbsfähigkeit europäischer Lebensmittelketten

Die Europäische Kommission beauftragte im Oktober 2012 ein Konsortium aus 16 europäischen Partnern mit dem Forschungsverbundprojekt „International comparisons of product supply chains in the agri-food sectors: determinants of their competitiveness and performance on EU and international markets“ (COMPETE). Das Ziel des dreijährigen COMPETE-Projekts ist eine umfassende Evaluierung von verschiedenen Faktoren, die die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Lebensmittelketten bestimmen. Daraus folgen gezielte Politikempfehlungen zur nachhaltigen Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit auf internationaler Ebene.

Mit aktuellen Publikationen und Newslettern informiert das Konsortium fortlaufend über neue Forschungsergebnisse ([www.compete-project.eu](http://www.compete-project.eu)). Im Juni 2013 wurde der erste Policy Brief unter Federführung der BVE veröffentlicht. Darin wurde deutlich, dass die Wettbewerbsvorteile der europäischen Lebensmittelketten gegenüber aufstrebenden Schwellenländern abnehmen.



This project is funded by the European Union



## Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft

Für die deutsche Ernährungsindustrie bietet die Internationalisierung nachhaltige Wachstumspotenziale. Zuverlässige Informationen, starke Netzwerke, Praxistipps aus erster Hand und internationale Geschäftsbeziehungen sind für den Erfolg unerlässlich.

Der jährlich stattfindende Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft bietet den Unternehmen der Ernährungsindustrie eine wichtige Netzwerkplattform, um sich mit Experten für das Auslandsgeschäft über Strategien und Perspektiven im internationalen Food-Business auszutauschen. Entscheider aus der Branche treffen zusammen, um über Chancen und Potenziale im Exportgeschäft zu diskutieren, Erfahrungen zu sammeln und Förderinstrumente kennenzulernen.

Am 4. Juni 2013 zog die fünfte gemeinsame Veranstaltung der Bundesvereinigung der Deutschen

## AUSSEN WIRTSCHAFTS TAG der Agrar- und Ernährungswirtschaft

Ernährungsindustrie und des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft in Kooperation mit dem Auswärtigen Amt erneut mehr als 400 Teilnehmer nach Berlin. In sieben Foren präsentierten 35 Experten aus Industrie, internationalem Handel, Botschaften und Außenhandelskammern im Auswärtigen Amt Hintergründe und aktuelle Marktinformationen. Erstmals nahmen auch die beiden damaligen Bundesminister Ilse Aigner und Dr. Guido Westerwelle an der Veranstaltung teil. Eine begleitende Ausstellung der Partner der Exportförderung bot zusätzliche Möglichkeiten, sich über Förderinstrumente und die Leistungsfähigkeit der deutschen Lebensmittel im Ausland zu informieren.

An diesen Erfolg knüpft der sechste Außenwirtschaftstag am 25. Juni 2014 an. Die Veranstaltung wird unterstützt von zahlreichen Akteuren der Branche und findet abermals im Auswärtigen Amt in Berlin statt.



Wettbewerbs- und funktionsfähige Lebensmittel- und Agrarrohstoffmärkte sowie eine Anpassung der regulatorischen Strukturen auf EU-Ebene werden, ebenso wie eine verbesserte Koordination entlang der Wertschöpfungskette notwendig.

Am 15. November 2013 wurde das Projekt auf Einladung der EU-Kommission in der „Sherpa group of the High Level Forum for a Better Functioning Food Supply Chain“ vorgestellt. Ein beidseitiger enger Austausch im weiteren Projektverlauf wurde begrüßt.

Zur besseren Bewertung politischer Rahmenbedingungen erfolgte im Januar und Februar 2014 eine EU-weite Befragung von Branchenexperten und Unternehmen. Die Ergebnisse sind Inhalt des zweiten Policy Brief Mai vom 2014.

Das COMPETE-Konsortium wird vom IAMO – Leibniz-Institut für Agrarentwicklung in Mittel- und Osteuropa koordiniert und bringt die Expertise von Wissenschaftlern, Fachverbänden, Nichtregierungsorganisationen, landwirtschaftlichen Genossenschaften, Vertretern der Industrie sowie Beratungsdienstleistern zusammen. Die BVE trägt als wirtschaftspolitischer Spitzenverband wesentlich zur praxisnahen Schärfung der Forschungsfragen und umfassenden Bekanntmachung der Projektergebnisse bei.

## Anuga – Die wichtigste Plattform für das internationale Foodbusiness

Die Anuga in Köln ist die internationale Leitmesse der Lebensmittel- und Getränkewirtschaft. Am 9. Oktober 2013 endete die 32. Anuga mit einem sehr guten Ergebnis: Rund 155.000 Fachbesucher aus 187 Ländern sorgten für rege Betriebsamkeit an den Ständen der knapp 6.800 Aussteller.

Auch die BVE, ideeller Träger der Anuga, zog eine positive Bilanz ihres Messeauftritts. Bereits zum dritten Mal präsentierte sich der Spitzenverband der Ernährungsindustrie gemeinsam mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), zehn deutschen Bundesländern sowie insgesamt 70 Unternehmen an einem deutschen Gemeinschaftsstand unter dem Emblem der Bundesregierung „made in Germany“. Der BVE-Stand war zentraler Treffpunkt für Fachbesucher aus dem In- und Ausland sowie hochrangige Vertreter aus Politik und Gesellschaft, darunter Günther Oettinger (EU-Kommissar für Energie), Jürgen Roters (Oberbürgermeister der Stadt Köln), Dr. Werner Wolf (BLL-Präsident) und Dr. Wolfgang Ingold (BVE-Vorsitzender).

Täglich diskutierten auf dem „Roten Sofa“ Interviewpartner zu wechselnden Themen. Mehrmals am Tag bewiesen zudem Sterneköche mit der Kochshow „Spezialitäten aus Deutschland“, dass deutsche Lebensmittel abwechslungsreich und schmackhaft sind.

Als Treffpunkt der deutschen Industrie mit internationalen Gästen fand auf der Anuga die erste von BVE und BMEL organisierte „German Trader’s Happy Hour“ statt. Sie bot deutschen Ausstellern die Chance, Einkäufer und Händler aus der ganzen Welt in einem informellen Rahmen zu treffen.

Die nächste Anuga findet vom 10. bis 14. Oktober 2015 statt.



BVE@BVE\_online 11. Okt. 2013

Nach fünf Tagen Anuga ziehen wir positive Bilanz. „made in Germany“ gefragt wie nie zuvor.

[ow.ly/pICLR#anuga](http://ow.ly/pICLR#anuga)



**«Durch den aktiven Dialog haben wir unser Ziel erreicht, über Qualität und Vielfalt deutscher Lebensmittel aufzuklären und die existenzielle Bedeutung des Exports für unsere Branche herauszustellen.»**

BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff

### Sonderveranstaltung Nachhaltigkeit in der Ernährungsindustrie

Der Verbraucher isst bewusster und gibt dafür mehr Geld aus. Zu diesem Ergebnis kam die neue Verbraucherstudie „Consumers‘ Choice ‘13“ der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie und der Gesellschaft für Konsumforschung. Zur öffentlichen Präsentation der Studienergebnisse und zum Austausch über branchenrelevante Nachhaltigkeitsaspekte und Markttrends lud die BVE am 7. Oktober 2013 auf das „Rote Sofa“ auf der Anuga.

Unter dem Titel „Nachhaltige Trends in der Ernährungsindustrie“ stellten sich Christoph Minhoff (Hauptgeschäftsführer BVE), Dr. Robert Kecskes (Manager Strategic Customer Development GfK) und Dietmar Eiden (Geschäftsbereichsleiter Koelnmesse) der offenen Diskussion. Fazit: Die Ernährungsindustrie beginnt nicht bei null. Der Trend zu Nachhaltigkeit ist bereits gelebte Praxis für die Unternehmen und die Produkte sind bereits am Markt erhältlich.

Demnach ist es wichtig, noch weiter über die Leistungen der Branche aufzuklären.

*Bild oben: BVE Messestand auf der Anuga 2013*

*Bild unten: (von links) Dr. Werner Wolf (BLL-Präsident) und Dr. Wolfgang Ingold (BVE-Vorsitzender) im Gespräch mit TV-Journalist Werner Prill auf dem „Roten Sofa“ der BVE*



## BVE-Büro Brüssel

70 Prozent der für die Ernährungsindustrie relevanten Gesetzgebung werden auf europäischer Ebene vorbereitet. Die BVE ist daher seit Oktober 2011 mit einem eigenen Büro in Brüssel vor Ort. Sie vertritt die Interessen der Branche im Bereich der Außenhandels-, Wettbewerbs-, Umwelt-, Energie-, Agrar- sowie Verbraucherpolitik und ist Verbindungsstelle zu EU-Institutionen, Ständigen Vertretungen und deutschen und europäischen Verbänden. Über aktuelle Entwicklungen und politische Initiativen auf europäischer Ebene informiert die BVE ihre Mitglieder regelmäßig im „BVE-Bericht aus Brüssel“.

Vor dem Hintergrund der politischen und wirtschaftlichen Herausforderungen in der EU gewinnt die Europawahl im Mai 2014 an Bedeutung. Die Ernährungsindustrie als größter Industriezweig in Europa steht zu einer starken Union. Um die Akzeptanz und Handlungsfähigkeit der EU zu stärken, ist es allerdings notwendig, dass sich die europäischen Institutionen auf ihre Kernaufgaben konzentrieren und auf diejenigen Bereiche beschränken, die tatsächlich einer Regelung auf EU-Ebene bedürfen. Entscheidungen, die besser vor Ort getroffen werden können, müssen auch diesen Ebenen überlassen werden.

Mit der „Brüsseler Mittwochsgesellschaft“ haben BVE und Metro ein neues Format zum politischen Meinungsaustausch auf EU-Ebene geschaffen. Ziel der Veranstaltung ist es, Entscheidungsträger aus den EU-Institutionen, der Zivilgesellschaft und der Wirtschaft zusammenzubringen, um aktuelle Branchenthemen zu diskutieren und zu erörtern. An den beiden Mittwochsgesellschaften mit Ex-Außenminister Joschka Fischer und EU-Verbraucherschutzkommissar Neven Mimica nahmen insgesamt über 500 Gäste aus dem politischen Umfeld teil.



Die Brüsseler Mittwochsgesellschaft findet in der Bibliothek Solvay statt.



Bundesminister a.D. Joschka Fischer spricht auf der Brüsseler Mittwochsgesellschaft zum Thema: „Richtig handeln: Europa wählen“.

## Funktionsweise der Lebensmittelkette stärken

Im September 2013 trat in Brüssel die seit zwei Jahren vorbereitete Branchenselbstverpflichtung für faire Geschäftspraktiken in der Lebensmittelkette in Kraft. Die Initiative sieht vor, dass sich europaweit Unternehmen zur Einhaltung und Durchsetzung fairer Geschäftsprinzipien verpflichten. Bis Anfang 2014 haben sich 92 Lebensmittelhersteller und -händler (einschließlich ihrer Tochtergesellschaften) dieser Initiative angeschlossen. Die BVE begrüßt die freiwillige Verpflichtung, da damit erstmals eine umfassende Vereinbarung zwischen Industrie und Handel getroffen wurde, die das seit langer Zeit im Lebensmittelmarkt bestehende Problem unfairer Praktiken thematisiert.

Auf nationaler Ebene hat die BVE deshalb im Juni 2013 gemeinsam mit dem Deutschen Bauernverband, dem Handelsverband Deutschland und dem Markenverband eine Dialog-Plattform gegründet, die den Informations- und Meinungsaustausch zu diesem europäischen Prozess sowie den Austausch über mögliche Handlungsoptionen befördert. Ergänzend zur freiwilligen Initiative hat die EU-Kommission angekündigt, eigene Politikmaßnahmen zur Bekämpfung unfairer Geschäftspraktiken in der Lebensmittelkette vorzuschlagen. Die BVE hat sich in Form von Stellungnahmen an den hierzu erfolgten Konsultationen der EU-Kommission beteiligt. Die europäische Diskussion um faire Geschäftspraktiken entstand im Rahmen eines 2008 eingerichteten „Hochrangigen EU-Forums“, das sich intensiv mit der Funktionsweise und Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Lebensmittelkette befasst. Sowohl die EU-Kommission als auch das Parlament und die europäischen Staats- und Regierungschefs haben sich für eine Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und eine Stärkung der Industrie in Europa ausgesprochen. Diesem Ziel soll auch das von der EU vorgeschlagene Programm zur Vereinfachung und Verschärfung des europäischen Rechts (REFIT) dienen.



## Global Forum for Food and Agriculture Berlin

### Internationales Wirtschaftspodium 2014 in Berlin und Abendempfang der Agrar- und Ernährungswirtschaft 2014

Das Global Forum for Food and Agriculture (GFFA) Berlin 2014 stand mit über 1.500 Teilnehmern aus aller Welt, darunter 65 Landwirtschaftsminister, unter dem Thema „Landwirtschaft stärken: Krisen meistern – Ernährung sichern“. In enger Kooperation mit dem Berliner Agrarministertag diskutierten Vertreter aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft auf dem Internationalen Wirtschaftspodium. Unter dem Titel „Food Security: Identify Challenges – Increase Resilience“ beleuchteten die Experten wesentliche Herausforderungen der Ernährungssicherung wie politische Konflikte, wirtschaftlichen Krisen, Ressourcenknappheit und Klimawandel. Der anschließende Abendempfang der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft gab den Teilnehmern bei der Veranstaltung Gelegenheit zum Austausch und zur Vertiefung ihrer internationalen Kontakte.

Das Ergebnis der Veranstaltung: Widerstands-, Anpassungs- sowie Leistungsfähigkeit der Landwirtschaft und Lebensmittelketten in Entwicklungsländern fehlen häufig. Die Diskussionsführer des Internationalen Wirtschaftspodiums formulierten als gemeinsames Ziel, Lösungsansätze für diese Hindernisse zu finden. Der Zugang zu Bildung und Kapital stärkt die landwirtschaftliche Produktion auf nachhaltige Weise. Der Produktivitätszuwachs in der Lebensmittelherstellung sei in vielen Bereichen groß und könne noch weiter gesteigert werden. Die Nutzung und Förderung von Vielfalt helfe, die Ernährungsbedürfnisse zu decken und trage zu einer angemessenen Versorgung bei. Eine Verbesserung der Lage kann nur durch ganzheitliches Umdenken auf allen Ebenen von Regierung, Zivilgesellschaft, Privatsektor und Wissenschaft erfolgen.

Im GFFA Berlin e.V. haben sich die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), der Deutsche Bauernverband (DBV), die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG), die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und der Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft (OA) zusammengeschlossen. Die Organisationen der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft koordinieren in diesem Verein ihr Engagement für die Sicherung der Welternährung. Das hochkarätig besetzte Podium ist der zentrale inhaltliche Beitrag des GFFA Berlin e.V. zum Global Forum for Food and Agriculture 2014.

**«Neben den negativen Folgen des Klimawandels als wesentliche Herausforderung im Kampf gegen Hunger und Mangelernährung ist fehlendes Know-how oder ein unzureichender Wissenstransfer ein weiteres Hindernis.»**

Merlin Koene, Kommunikationsdirektor von Unilever



Internationales Wirtschaftspodium 2014 in der Hauptstadt-repräsentanz der Deutschen Telekom



Von links: Dr. Amrita Cheema (Moderatorin), Merlin Koene (Unilever), Lex Kloosterman (Rabobank International), Dr. Lambert Muhr (Munich Re), Dr. Hermann Lotze-Campen (Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung) und Rachel Kyte (World Bank Group) während der Podiumsdiskussion



# Umwelt, Energie und Rohstoffe

Einen wesentlichen Faktor für die industrielle Herstellung von Nahrungsmitteln und deren Kosten stellen die umwelt-, klima- und energiepolitischen Rahmenbedingungen vor Ort dar. Es handelt sich dabei um eine komplexe wirtschaftspolitische Materie. Die BVE setzt sich dafür ein, dass diese Bedingungen eine zielführende Ausgestaltung erfahren und über das gebotene Maß hinausgehende Regulierungen vermieden werden.

## Wettbewerbsfähige Energiepreise sicherstellen

Um die Ertragsziele zu erreichen, ist ein striktes Kostenmanagement für die Ernährungsindustrie unabdingbar. Dies betrifft auch die Energiekosten, die im Durchschnitt an dritter Stelle der betrieblichen Kostenstruktur rangieren.

Im Fokus stehen insbesondere die Preise für elektrische Energie. Im internationalen Vergleich nehmen die Strompreise eine Spitzenstellung ein und sind damit wettbewerbsrelevant. Sowohl Wettbewerber aus der Europäischen Union als auch aus Drittstaaten, wie zum Beispiel den USA, verfügen an ihren Standorten über günstigere Industriestrompreise.

Eine der Hauptursachen für das hiesige Niveau der Strompreise stellt die EEG-Umlage dar. Diese ist alleine im Zeitraum 2012 bis 2014 von 3,59 auf 6,24 Cent pro Kilowattstunde gestiegen. Es ist deshalb im Rahmen der anstehenden Novelle des Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG) eine der zentralen Forderungen der BVE, dass die erneuerbaren Energien stärker in den Markt integriert werden und deren Förderung zurückgefahren wird.

## Ausgleich für stromintensive Unternehmen beibehalten

Die BVE setzt sich gegenüber der EU-Kommission und der Bundesregierung dafür ein, dass die Besondere Ausgleichsregelung des EEG für stromintensive Unternehmen des Produzierenden Gewerbes auch für die Ernährungsindustrie erhalten bleibt. Dieser Ausgleich, der eine Ermäßigung der EEG-Umlage zum Gegenstand hat, ist darauf ausgerichtet, vergleichbare Wettbewerbs-

bedingungen gegenüber internationalen Konkurrenten herbeizuführen, die nicht mit hohen Stromkosten belastet sind. Bei der Ausgestaltung dieser Regelung muss entscheidend sein, ob ein Unternehmen stromintensiv ist und ob es sich im internationalen Wettbewerb befindet. Sofern dies zutrifft, sind Unternehmen gleich zu behandeln, unabhängig davon, welcher Branche sie angehören.

## Belastung von Eigenstromerzeugung und -verbrauch vermeiden

Aufgrund von hohen Stromkosten haben zahlreiche Unternehmen in ihren Betrieben Kraft-Wärme-Kopplungs-Anlagen (KWK) installiert, um in eigener Regie Energie zu erzeugen. Die BVE tritt dem Vorhaben der Politik entgegen, diese KWK-Eigenstromerzeugung mit der EEG-Umlage zu belasten. Diese Maßnahmen würden die Wirtschaftlichkeit bestehender KWK-Anlagen belasten, sich zulasten zukünftiger Investitionsentscheidungen auswirken und der Zielsetzung einer dezentralen Energieerzeugung entgegenwirken.

### Internationaler Strompreisvergleich für die Industrie 2012

Euro-Cent/kWh – ohne Mehrwertsteuer



Quelle: Eurostat

2 000 000 kWh; maximale Abnahme: 500 kW;  
jährliche Inanspruchnahme: 4 000 Stunden  
ab 2008 Verbrauch: 500 MWh < 2.000 MWh

## Energieeffizienz und Eigenstromerzeugung – Reaktionen der Branche auf hohe Energiekosten

Der Anstieg der Energiekosten erhöht den Kostendruck für die Unternehmen der Ernährungsindustrie. Energieeffiziente Maßnahmen und die eigene Erzeugung von Energie durch Kraft-Wärme-Kälte-Kopplungsanlagen stellen Möglichkeiten dar, um dieser Kostenbelastung gegenzusteuern.

Bereits seit 2008 führt die BVE gemeinsam mit ihrem Kooperationspartner SIEMENS jährlich die Branchenveranstaltung „Energieeffizienz in der Ernährungsindustrie“ durch. Diese ist darauf ausgerichtet, den Teilnehmern einen Überblick über energiepolitische Rahmenbedingungen und Anwendungsmöglichkeiten zur Ermittlung sowie Umsetzung von Einsparpotenzialen zu vermitteln.

Im Fokus der 7. Fachtagung, die am 25. September 2014 in Frankfurt stattfindet, stehen unter anderem konkrete Maßnahmen von erfolgreich umgesetzten Energieeinsparungen von Unternehmen der Ernährungsindustrie.

## Produktverantwortung, Verpackungsverordnung

Rücknahme, Sortierung und Verwertung von Verpackungen stellen wesentliche Aspekte der Produktverantwortung dar, die durch die Verpackungsverordnung ausgestaltet werden. Mit der Gründung des Dualen Systems haben Handel und Industrie 1990 die Grundlage für deren Umsetzung getroffen. Dessen wettbewerbliche Ausrichtung hat zu vielfältigen wirtschaftlichen, technologischen und ökologischen Vorteilen geführt, die erhaltenswert sind.

Jedoch zeichnet sich dieses System seit jeher auch dadurch aus, dass sich einzelne Akteure einer adäquaten Beteiligung an den Systemkosten entziehen. Die Hochrechnungen für das Jahr 2014 lassen einen dramatischen Rückgang der Lizenzmenge für Leichtverpackungen unter die Grenze von einer Million Tonnen erkennen, durch die der dauerhafte Bestand des Dualen Systems in Frage gestellt wird.

Die BVE setzt sich deshalb für eine kurzfristige Verabschiedung der 7. Novelle der Verpackungsverordnung ein, um durch die Streichung der Eigenrücknahme und eine Beschränkung der Branchenlösung wesentliche Schlupflöcher zu stopfen und das System zu stabilisieren. Mit der gleichen Zielsetzung hat sie gemeinsam mit anderen Verbänden eine Initiative ergriffen, um unter den Unternehmen der relevanten Wirtschaftskreise ein gemeinsames Verständnis über die rechtskonforme Anwendung der Verpackungsverordnung herbeizuführen.

## Studie zu Umlaufzahlen und Transportentfernungen von Getränkeverpackungen

Das Verhältnis von Getränke-Einweg- und Mehrwegverpackungen ist Gegenstand einer langjährigen und kontrovers geführten Diskussion. Dabei geht es vor allem um den ökologischen Status dieser Gebinde.

Wichtige Parameter für Öko-Bilanzen von Getränkeverpackungen sind die Umlaufzahlen von Mehrweggebinden und die Transportentfernungen von Ein- und Mehrweggebinden. Bislang standen bezüglich dieser beiden Kriterien kaum empirisch ermittelte Werte zugrunde.

Um einen Beitrag zur Versachlichung dieser Diskussion zu leisten, haben die BVE und der Handelsverband Deutschland (HDE) gemeinsam die Unternehmensberatung Weihenstephan GmbH, eine 100-prozentige Tochter von



Deloitte Consulting mit der Erstellung einer entsprechenden Studie beauftragt, die im Dezember 2013 veröffentlicht worden ist. Beide Verbände zeichnen sich durch eine gebundene neutrale Position aus.

Ein wesentliches Ergebnis der Studie besteht darin, dass sich bei den Umlaufzahlen für unterschiedliche Verpackungen bei Bier, Wasser und Erfrischungsgetränken ein heterogenes Bild abzeichnet. Dieses steht der Zugrundelegung einer einheitlichen Umlaufzahl entgegen und erfordert deshalb eine differenzierte Betrachtungsweise.

## Verordnung über Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen (AwSV)

Der vom Bundeskabinett im Februar 2014 verabschiedete Verordnungsentwurf zielt darauf ab, erstmals bundeseinheitlich technische und organisatorische Anforderungen an Anlagen zum Umgang mit wassergefährdenden Stoffen festzulegen.

Die BVE hat dieses Rechtsetzungsvorhaben seit 2010 aktiv begleitet. Dabei konnte der Zielsetzung Rechnung getragen werden, dass Stoffe und Gemische, die dazu bestimmt sind als Lebensmittel aufgenommen zu werden, als nicht wassergefährdend gelten. Dies stellt sicher, dass die Ernährungsindustrie nicht mit zusätzlichen Untersuchungspflichten und Baumaßnahmen zum Zweck des Gewässerschutzes konfrontiert wird.

## Nachhaltigkeit

Für die Ernährungsindustrie ist Nachhaltigkeit gelebte Praxis, denn die wirtschaftlichen Erfolge der Branche stehen in direktem Zusammenhang mit einer vitalen Umwelt und Konsumgesellschaft. In dem harten Wettbewerb am Lebensmittelmarkt müssen Unternehmen ihre ökonomischen, ökologischen und sozialen Ressourcen auf Dauer verantwortungsvoll und effizient nutzen. Die Bedürfnisse der Verbraucher leiten dabei maßgeblich die Lebensmittelproduktion und das Innovationspotenzial.

Vom Acker bis zum Teller schließt eine nachhaltige Lebensmittelproduktion und eine Vielzahl von Akteuren



und Faktoren mit ein. Die zunehmende Internationalisierung der Wertschöpfungsketten bietet große Chancen und Herausforderungen. Nachhaltigkeit kann nur auf der Basis von Kooperation, Vertrauen und Transparenz zwischen allen Marktpartnern erreicht werden.

Es gibt in der Ernährungsindustrie zahlreiche Aktivitäten und Initiativen, die diesen Aspekten Rechnung tragen. Dies gilt sowohl für die Unternehmen als auch deren Verbände.

Die hohe Resonanz auf Nachhaltigkeitsthemen in Veranstaltungen und Publikationen bestätigt die BVE darin, diese grundlegende Thematik in allen Arbeitsbereichen mit ihren Mitgliedern zu begleiten und zu gestalten. Das Ziel: den aktiven Dialog zwischen der Branche, dem Handel, den Erzeugern, der Politik und den Verbrauchern zu fördern sowie über die vielseitig erbrachten Nachhaltigkeitsleistungen der Ernährungsindustrie aufzuklären.

## Rohstoffe

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

Rund drei Viertel der verarbeiteten Rohstoffe stammen aus Deutschland. Ein Viertel der Rohstoffe wird im europäischen und außereuropäischen Ausland eingekauft, da sie in Deutschland nicht in ausreichenden Mengen vorhanden sind oder nicht angebaut werden können.



BVE@BVE\_online 2. April 2014

Insgesamt würden über 300 Betriebe mit rund 65.000 Beschäftigten aus der derzeitigen EEG-Umlagebefreiung fallen. [bve-online.de/presse/pressemitteilungen/pm-20140402](http://bve-online.de/presse/pressemitteilungen/pm-20140402)

## Entwicklung der Rohstoffpreise

HWWI-Index (2010=100, Euro-Basis, Monatsdurchschnitte)



Quelle: HWWI - Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut

Eine wachsende Weltbevölkerung und höhere Kaufkraft insbesondere in Schwellenländern führen zu einer steigenden Nachfrage nach Lebens- und Futtermitteln und damit zu tendenziell höheren Preisen. Ernteschwankungen beeinflussen darüber hinaus kurzfristig das Angebot an Agrarrohstoffen. Hinzu kommen die Monopolisierungstendenzen der Rohstoffanbieter, Nutzungskonkurrenzen um landwirtschaftliche Flächen sowie gestiegene Anforderungen an die Lebensmittelhersteller in Bezug auf die Nachhaltigkeit ihrer Zulieferkette und Rohwaren.

Die BVE hält es daher für notwendig, dass sich Wirtschaft und Politik unter strategischen Gesichtspunkten mit der Beschaffung von (Import-)Rohstoffen befassen. Diese Position hat die BVE auch im Rahmen einer Stellungnahme gegenüber dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft erläutert.

Das Thema Nachhaltigkeit spielt bei der Rohstoffbeschaffung eine zentrale Rolle. Im Rahmen eines „Fahrplans für ein ressourcenschonendes Europa“ beabsichtigt die EU einen schonenderen Umgang mit Rohstoffen im Produktionsprozess. Unter dem Motto „Mehr mit weniger produzieren“ sollen Ansätze zum effizienteren Ressourceneinsatz gefunden und umgesetzt werden. In diesem Zusammenhang sieht die EU-Kommission noch Verbesserungsmöglichkeiten bei der Reduzierung von Lebensmittelabfällen. In einer Stellungnahme gegenüber der Kommission hat die BVE den Beitrag der Branche sowie bereits bestehende Aktivitäten deutlich gemacht.

Ein Drittel des weltweiten Pflanzenölbedarfs wird durch Palmöl gedeckt, das in der Ernährungsindustrie unter anderem zur Herstellung von Bratenfetten, Fertiggerichten, Saucen, kulinarischen Produkten, Margarine sowie Back- und Süßwaren genutzt wird. Auch wenn der Palmölverbrauch Deutschlands weniger als zwei Prozent des Weltverbrauchs ausmacht, setzen sich viele deutsche Lebensmittelhersteller für eine nachhaltigere Erzeugung in den Anbau- und Verbrauchsländern ein und unterstützen den Dialog zwischen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft für eine nachhaltige Palmölerzeugung. Vor dem Hintergrund der politischen und öffentlichen Diskussion um nachhaltiges Palmöl hat die BVE ein Positionspapier formuliert

und begleitet das im September 2013 gegründete Forum für nachhaltiges Palmöl.

## BVE-Arbeitskreis Rohstoffe und Beschaffung

Aktuelle Rohstoffthemen diskutiert die BVE mit ihren Mitgliedern im Arbeitskreis Rohstoffe. Der Arbeitskreis bietet den Teilnehmern die Möglichkeit, sich in der Diskussion mit Branchenexperten über Marktentwicklungen zu informieren, den rohstoffpolitischen Austausch zu pflegen und an Positionierungen des Verbandes zu Rohstoffthemen



mitzuwirken. Der Arbeitskreis tagt halbjährlich im Rahmen einer Sitzung und steht Mitgliedern der BVE offen.

## Waretermingeschäfte

Waretermingeschäfte sind für die Ernährungsindustrie ein wichtiges Instrument zur Preisfindung auf volatilen Agrarmärkten und zur Absicherung von Preisschwankungen bei Agrarrohstoffen. Zu diesem Ergebnis kommt eine vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft in Auftrag gegebene Studie zur Bedeutung der Agrarterminmärkte, die die BVE begleitet hat. Damit Waretermärkte funktionieren und ihre Absicherungsfunktion erfüllen, raten die Forscher des Thünen-Instituts zu mehr Transparenz an den Börsen und physischen Agrarmärkten. Nur so könne verhindert werden, dass Fehlsignale für die Preisbildung entstehen.

Die BVE hat sich im Rahmen der europäischen Finanzmarktregulierung bei Agrarwaretermingeschäften für eine Regulierung „mit Augenmaß“ eingesetzt. Agrartermingeschäfte müssen in ihrer Funktionsweise gestärkt werden und als Absicherungsinstrument für die Ernährungsbranche erhalten bleiben; gleichzeitig gilt es Marktmissbrauch (zum Beispiel durch sogenanntes „Cornern“) vorzubeugen. Der europäische Gesetzgeber hat diesen Anforderungen in seiner Reform der Finanzmarktregulierung weitgehend entsprochen und Regeln für mehr Transparenz und eine Beschränkung der Positionsgrößen von Finanzakteuren vereinbart.

## Gemeinsame Agrarpolitik (GAP)

Die Ernährungsindustrie verarbeitet rund 70 bis 80 Prozent dessen, was die Landwirtschaft produziert, zu Lebensmitteln. Die Politikmaßnahmen für die Landwirtschaft und den ländlichen Raum haben deshalb auch Auswirkungen auf die Ernährungsindustrie und werden entsprechend von der BVE begleitet.

2013 einigten sich die EU-Kommission, das Europäische Parlament sowie die Mitgliedstaaten nach einem über dreijährigen Verhandlungsmarathon auf eine Reform der EU-Agrarpolitik. Das Reformpaket gilt bis 2020 und sieht eine Fortsetzung der Marktorientierung der Agrarpolitik vor, zum Beispiel durch das Auslaufen der Milch- und Zuckerquote sowie das Aussetzen von Ausfuhrerstattungen. Marktsteuerungsinstrumente sollen nur noch in Krisensituationen angewendet werden. Neu ist, dass ein Teil der für die Landwirte vorgesehenen Direktzahlungen an Umweltmaßnahmen gekoppelt ist. Die BVE hat sich in dieser Debatte dafür eingesetzt, dass es bei den „Greening“-Maßnahmen nicht zu Flächenstilllegungen und damit Produktionsrückgängen kommt.



Die BVE spricht sich gegen eine Überregulierung der Finanzmärkte durch eine Finanztransaktionssteuer aus. Diese Steuer würde, so wie derzeit vorgesehen, auch die Waren- und Finanzabsicherungsgeschäfte der Ernährungsindustrie verteuern. Dies ist aus Sicht der Lebensmittelhersteller ungerechtfertigt, da von der Lebensmittelbranche keine gefährdende oder destabilisierende Wirkung auf die Finanzmärkte ausgeht.

In Teilen der Gesellschaft und der Politik bestehen Vorbehalte gegenüber der Spekulation mit Agrarrohstoffen. Der BVE ist es deshalb ein Anliegen, zur Aufklärung und Versachlichung der öffentlichen und politischen Diskussion beizutragen. Die derzeit von Nichtregierungsorganisationen betriebene Kampagne gegen Agrarrohstoffspekulation trägt aus Sicht der BVE nicht zu einer sachlichen Auseinandersetzung mit dem Thema bei.

# Die BVE

## Die starke Stimme der Ernährungsindustrie

Die BVE ist der wirtschaftspolitische Spitzenverband der deutschen Ernährungsindustrie. Seit ihrer Gründung 1949 vertritt sie erfolgreich die branchenübergreifenden Interessen der Lebensmittelhersteller gegenüber Politik, Verwaltung, Medien, Öffentlichkeit und Marktpartnern.

In der BVE haben sich über Fachverbände und Unternehmen alle wichtigen Branchen der Ernährungsindustrie – von den alkoholfreien Getränken über Fleisch und Süßwaren bis hin zum Zucker – zusammengeschlossen.

Der Förderverein der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. (FDE) unterstützt die Interessenvertretung der deutschen Ernährungsindustrie aktiv und wirkt beim Know-how-Transfer und der Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette Lebensmittel aktiv mit. Er ist ein Forum für die strategischen Partner der Ernährungsindustrie.

## Unser Ziel: eine wettbewerbsfähige Ernährungsindustrie

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

## «Ob Lebensmittel oder Europaparlament – selbst wählen, damit es schmeckt.»

Christoph Minhoff,  
BVE-Hauptgeschäftsführer



*BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff in engem Dialog mit Mitgliedern, Marktpartnern, Politik und Medien, hier auf dem Forum Wirtschaft und Verbraucher in Berlin.*

## Mitgliederversammlung wählt Dr. Wolfgang Ingold zum neuen BVE-Vorsitzenden – Jürgen Abraham wird zum Ehrenvorsitzenden ernannt

Am 28. Mai 2013 hat die Mitgliederversammlung der BVE Dr. Wolfgang Ingold, Geschäftsführender Gesellschafter der Franz Wiltmann GmbH & Co. KG Westfälische Fleischwarenfabrik, zu ihrem neuen Vorsitzenden gewählt. Jürgen Abraham, der dieses Amt über acht Jahre bekleidete, hatte von einer erneuten Kandidatur Abstand genommen. Im Hinblick auf seine herausragenden Verdienste für die Ernährungsindustrie ernannte ihn die Mitgliederversammlung zum Ehrenvorsitzenden.

Dr. Ingold erklärte nach seiner Wahl, dass er den vom Vorstand in der Vergangenheit eingeschlagenen Weg konsequent fortsetzen werde. Neben der Wahrnehmung der branchenübergreifenden wirtschaftspolitischen Belange auf nationaler und EU-Ebene stehe insbesondere die Verbesserung der medialen Darstellung der Ernährungsindustrie im Fokus.

## BVE gewinnt prominenten Berater

Gert Lindemann, bis 2013 Landwirtschaftsminister von Niedersachsen und zuvor Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, steht dem Spitzenverband seit Januar 2014 bei der politischen Kommunikation beratend zur Seite. Der Branchenkenner stellt der BVE seine langjährige Expertise sowie sein breites Netzwerk in der Lebensmittelkette zur Verfügung.

# Die Mitglieder

## Verbände

 	Vereinigung Alkoholfreie Getränke-Industrie e.V. (AFG-V)
	Deutscher Verband der Aromenindustrie (DVAI)
 	Deutscher Brauer-Bund e.V.
	Förderverein der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. (FDE)
	Bundesverband der deutschen Fischindustrie und des Fischgroßhandels e.V.
 	Arbeitsgemeinschaft Fleisch und Fleischwaren
	Bundesverband der Geflügelschlachtereien e.V.
	Verband der deutschen Getreideverarbeiter und Stärkehersteller (VDGS)
	Fachverband der Gewürzindustrie e.V.
	VKS – Verband der Kali- und Salzindustrie e.V.
	Arbeitsgemeinschaft konsumenten- und ökologieorientierte Getränkeverpackungen e.V. (AKÖG)
	Verband der Hersteller kulinarischer Lebensmittel e.V.
	Verband Deutscher Mühlen e.V.
	Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie e.V.
	OVID Verband der ölsaatenverarbeitenden Industrie in Deutschland e.V.
	Private Mills Germany e.V.
	Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.
	Verein der Zuckerindustrie e.V.

## Unternehmen

	apetito AG
	Bad Heilbrunner Naturheilmittel GmbH & Co. KG
	Bell Deutschland GmbH & Co. KG
	Carl Kühne KG (GmbH & Co.)
	Coca-Cola GmbH
	Conditorei Coppenrath & Wiese GmbH & Co. KG
	Danone GmbH Deutschland
	Deutsche Frühstücksei GmbH
	Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG
	Gebr. Engelke Große Mühle Hasede-Hildesheim GmbH & Co. KG
	GELITA AG
	General Mills GmbH
	Griesson - de Beukelaer GmbH & Co. KG
	Harry-Brot GmbH
	Hela Gewürzwerk Hermann Laue GmbH
	Hengstenberg GmbH & Co. KG
	J.J. Darboven GmbH & Co. KG
	Käserei Altenburger Land GmbH & Co. KG

	KATHI Rainer Thiele GmbH
	Kellogg (Deutschland) GmbH
	Klemme AG Frozen Bakery Products
	Mars Deutschland GmbH
	MOLDA AG
	Mondelez Deutschland Services GmbH & Co. KG
	Nestlé Deutschland AG
	Nordzucker AG
	PepsiCo Deutschland GmbH
	Pfeifer & Langen GmbH & Co. KG
	Polat Fleisch GmbH
	RAPS GmbH & Co. KG
	riha WeserGold Getränke GmbH & Co. KG
	Rudolf Wild GmbH & Co. KG
	RÜMA Feinkost GmbH & Co. KG
	Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA
	Semper idem Uunderberg GmbH
	SINNACK Backspezialitäten GmbH & Co. KG
	Steinhaus GmbH
	Südzucker AG Mannheim/Ochsenfurt
	Tönnies Lebensmittel GmbH & Co. KG
	Unilever Deutschland GmbH

	VK Mühlen AG
	Westfleisch eG
	Zentis GmbH & Co. KG – Konfitüren, Süßwaren, Fruchtzubereitungen
	zur Mühlen ApS & Co. KG
	Franz Wiltmann GmbH & Co. KG

## FDE-Mitglieder

Der FDE – Förderverein der Deutschen Ernährungsindustrie unterstützt die Interessen der deutschen Ernährungsindustrie aktiv. Der FDE ist ein Forum für ausgewählte Partner der Ernährungsindustrie.

	AFC Consulting Group	AFC Consulting Group AG
	Aon Versicherungsmakler Deutschland GmbH	Aon Versicherungsmakler Deutschland GmbH
	Ball Packaging Europe GmbH	Ball Packaging Europe GmbH
	BDJ Versicherungsmakler GmbH & Co. KG	BDJ Versicherungsmakler GmbH & Co. KG
	Bund Getränkeverpackungen der Zukunft GbR	Bund Getränkeverpackungen der Zukunft GbR
	Camfil KG	Camfil KG
	CompAir Drucklufttechnik GmbH	CompAir Drucklufttechnik GmbH
	CSB-System AG	CSB-System AG
	cyclos GmbH	cyclos GmbH
	Deloitte Consulting GmbH Unternehmensberatung Weihenstephan	Deloitte Consulting GmbH Unternehmensberatung Weihenstephan
	Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH	Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH
	Deutsche Bank AG	Deutsche Bank AG
	Deutsche Landwirtschafts- Gesellschaft e. V. (DLG)	Deutsche Landwirtschafts- Gesellschaft e. V. (DLG)

	Deutscher Fachverlag GmbH
	Dienstleistungen COMDOK GmbH
	Ebner Stolz Mönning Bachem Unternehmensberatung GmbH
	Edelman GmbH
	E.ON SE
	Institut Dr. Erdmann GmbH <small>Lebensmittel   Futtermittel   Umwelt</small>
	Eurofins Analytik GmbH
	GfK Consumer Panels
	Gissel-Institut Laboratorium für Bakteriologie und Hygiene
	GNT Europa GmbH
	Grundfos GmbH
	Innova Market Insights
	Hamburg Messe und Congress GmbH
	Internationale Grüne Woche Messe Berlin GmbH
	Koelnmesse GmbH
	Krell Weyland Grube Rechtsanwälte
	Modus Consult AG
	Molthan Advisors GmbH
	Nagel-Group I Kraftverkehr Nagel GmbH & Co. KG
	NAWARO Bio Energie AG
	Neo Advertising GmbH
	PETCYCLE GmbH

	PricewaterhouseCoopers AG
	PTV Planung Transport Verkehr AG <small>the mind of movement</small>
	Rabobank International Frankfurt Branch
	rheingold – Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen GmbH + Co. KG <small>Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen</small>
	Roland Berger Strategy Consultants
	SAM Sensory and Marketing International SAM Sensory and Marketing International
	Schmidmeier NaturEnergie GmbH Dampfanlagen + Industriepellets <small>Projektteam für nachhaltigen Prozessdampf</small>
	SGS INSTITUT FRESENIUS GmbH
	Siemens AG – Siemens Deutschland Industry Sector
	StockFood – Die Food-Bildagentur
	Südvers GmbH
	vermicon AG <small>solutions for microbiology</small>
	Wake up Communications Agentur für PR & Social Media
	ZENK Partnerschaft von Rechtsanwälten

# Geschäftsführung und Arbeitsbereiche



## Hauptgeschäftsführer

### Christoph Minhoff

Telefon +49 (0)30 200786-135

Telefax +49 (0)30 200786-235

cminhoff@bve-online.de



## Geschäftsführer

### RA Peter Feller

Telefon +49 (0)30 200786-160

Telefax +49 (0)30 200786-260

pfeller@bve-online.de

Umwelt · Energie · Recht & Wettbewerb

Nachhaltigkeit · Krisenmanagement



## Leiter Büro Brüssel

### Tobias Andres

Telefon +49 (0)30 200786-154

Telefax +49 (0)30 200786-254

tandres@bve-online.de

Europa · Rohstoffe

Zoll



## Referentin

### Anne Vollmer

Telefon +49 (0)30 200786-152

Telefax +49 (0)30 200786-252

avollmer@bve-online.de

Presse · Öffentlichkeitsarbeit



## Referent

### Olivier Kölsch

Telefon +49 (0)30 200786-157

Telefax +49 (0)30 200786-257

okoelsch@bve-online.de

Außer-Haus-Markt · Messen

Exportförderung



## Referentin

### Isabel Kasprowiak

Telefon +49 (0)30 200786-182

Telefax +49 (0)30 200786-282

ikasprowiak@bve-online.de

Eventmanagement · Öffentlichkeitsarbeit



## Referentin

### Stefanie Lehmann

Telefon +49 (0)30 200786-143

Telefax +49 (0)30 200786-243

slehmann@bve-online.de

Konjunktur & Statistik · Außenwirtschaft

Stiftung Warentest



## Referentin

### Uta von Frankenberg

Telefon +49 (0)30 200786-145

Telefax +49 (0)30 200786-245

uvonfrankenberg@bve-online.de

Social Media · Öffentlichkeitsarbeit



## Impressum

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

Verantwortlich für den Inhalt:  
Christoph Minhoff

Fotos:  
Titel: mishoo – 123rf

Fotolia: S. 10 asayenka

iStock: S. 28 gemenacom, S. 29 small\_frog,  
S. 5 Don Bayley

Mediabakery: S. 13 Monty Rakusen

Shutterstock: S. 2 Minerva Studio,  
S. 12 Maurizio Milanese

Thinkstock: S. 7 Jupiterimages,  
S. 16 Nick White/Digital Vision,  
S. 18 Michael Jung/iStock, S. 21 brebca/iStock,  
S. 31 karandaev/iStock

Veer: S. 6 Alloy Photography



S. 4 oben, S. 14 und S. 26 gesponsert von:  
StockFood – Die Food-Bildagentur  
www.stockfood.com

S. 6 unten und 32 Bundesverband der  
Deutschen Industrie e.V. (BDI)

S. 1, 8, 20, 24, 25 eigene Fotos

Druck:  
Brandenburgische Universitätsdruckerei  
und Verlagsgesellschaft Potsdam mbh



Claire-Waldoff-Straße 7  
10117 Berlin

Telefon +49 (0)30 200786-0  
Telefax +49 (0)30 200786-299  
bve@bve-online.de  
www.bve-online.de

