

Unternehmertag Lebensmittel
Rede zur Eröffnung von Dr. Bernhard J. Simon

Meine sehr verehrten Damen und Herren,
sehr geehrte Frau Staatssekretärin Bender,
sehr geehrter Herr Ehrenvorsitzender Abraham,
sehr geehrter Herr Präsident des Lebensmittelverbands Püchner,
lieber Herr Minhoff, liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der BVE,
liebe Unternehmerinnen und Unternehmer,

ich freue mich sehr, Sie heute endlich wieder alle persönlich in der Kölner Flora zum Unternehmertag Lebensmittel unter dem Motto „**Klimaschutz gestalten, Wirtschaft erhalten**“ begrüßen zu dürfen!

3 Jahre lang konnten wir infolge der Corona-Pandemie nicht zusammenkommen. Und in diesen drei Jahren hat sich die Welt gewandelt. Wir haben die Corona-Pandemie und den Beginn des Ukrainekriegs erlebt, Unternehmen sind mit extremen Kostensteigerungen in den Bereichen Rohstoffen und Energie konfrontiert, auch Verbraucher ächzen unter hohen Preisen für Lebensmittel und Energie und die aktuellen wirtschaftlichen Aussichten sind insgesamt keineswegs berauschend.

Der Unternehmertag 2023 findet im Rahmen der **BVE-Klimaschutzkampagne „PlusPlus-Prinzip“** statt. Es ist wahrscheinlich, einer der politischsten Unternehmertage, die wir bisher durchgeführt haben. Ein paar Gedanken von mir vorab:

Der Klimaschutz ist unstrittig eines der wichtigsten Themen unserer Zeit. Vor gut einem Jahr hätte ich noch gesagt, es sei das wichtigste Thema unserer Zeit. Zwischenzeitlich musste ich lernen, dass der **Erhalt von Frieden** in Europa bzw. zwischen den großen Mächten der Welt noch wichtiger ist. Ohne Frieden nützen nämlich alle Anstrengungen beim Klimaschutz nichts. Der Ukraine-Krieg wirft uns beim Klimaschutz um Jahre zurück. Durch Zerstörung und dem Wiederaufbau der Ukraine werden Unmengen Co2 freigesetzt, riesige Umweltschäden verursacht. Verstehen Sie meine Ausführungen nicht falsch, ich folge keineswegs den Ansätzen von Sarah Wagenknecht und plädiere für ein „Kleinbegeben“ gegenüber Russland. Ich sehe vielmehr sehr deutlich, dass die sorglose Abrüstungspolitik der vergangenen Jahrzehnte krachend gescheitert ist. Der Gedanke der Abschreckung durch eine schlagkräftige Truppe ist keineswegs so absurd, wie man uns sog. „Friedenspolitiker“ glauben machen wollte. Wir sind nun gezwungen, so schnell wie möglich ein Maß an Verteidigungsbereitschaft und Sicherheit herzustellen, dass der viertgrößten Wirtschaftsation der Welt angemessen ist. Auf letzteres hat unsere Bevölkerung aus meiner Sicht im Übrigen einen Anspruch.

Ich hoffe sehr, dass sich dieser Krieg in der Ukraine nicht ausweitet und irgendwann zu einem Ende kommt und auch keine weiteren größeren Konflikte, insbesondere nicht zwischen den USA und der Volksrepublik China, entstehen. Spätestens dann hat der **Klimaschutz** wieder höchste Priorität.

„Klimaschutz gestalten, Wirtschaft erhalten“. Wir werden in verschiedenen Vorträgen und Diskussionen heute hören, worin die Herausforderungen beim Klimaschutz bestehen und wie die Lösungen aussehen könnten, um Klimaschutz und Nachhaltigkeit einerseits und Wirtschaftlichkeit und Wohlstand der Bevölkerung andererseits zu erreichen. Und diese Vereinbarkeit ist aus den folgenden Erwägungen aus meiner Sicht zwingend erforderlich:

Deutschland alleine kann beim Thema Klimaschutz wenig ausrichten. Unser Land stößt rund 700 Mio. Tonnen Kohlendioxidemissionen aus und hat damit einen Anteil von knapp 2% der weltweiten Kohlendioxidemissionen. China beispielsweise emittiert 10 Milliarden Tonnen und steht für ca. 30 % der Gesamtbelastung. Die USA stoßen 5,2 Milliarden Tonnen aus, dies entspricht rund 15 % der weltweiten Co2 Emissionen. Und selbst das wirtschaftsschwache Russland stößt noch 1,6 Milliarden Tonnen CO2-Emissionen pro Jahr aus und hat damit einen Anteil von ca. 4,5 %. Dies bedeutet: Wir müssen so viele Länder wie möglich „mitnehmen“, um unsere Erde zu erhalten so wie wir sie kennen.

Dieses „Mitnehmen“ ist nicht immer einfach. Ansichten und Konzepte auf dem Weg zur Klimaneutralität variieren. Oft verschwimmen die Grenzen von wissenschaftlichen Erkenntnissen und Ideologie. International folgen längst nicht alle Staaten den deutschen Ideen und Konzepten. Während wir in wenigen Tagen das letzte Atomkraftwerk stilllegen und viele dies wahrscheinlich feiern werden als das Ende des „Teufelszeugs“, so planen große Nachbarländer wie Frankreich, England und Polen neue moderne Atomreaktoren und sehen dies als elementaren grünen Baustein auf ihrem Weg zur Klimaneutralität. Ähnlich sieht es Japan - trotz Fukushima. Und auch bei dem Thema Elektromobilität sehen wir Differenzen, während unsere deutschen Fahrzeughersteller - gezwungenermaßen – fast ausschließlich auf das Elektrofahrzeug setzen, so entwickelt der japanische Hersteller seine Antriebstechnik in alle Richtungen weiter, von Hybrid über die Batterie bis zur wasserstoffbefeuelten Brennstoffzelle.

Man muss akzeptieren, dass in einer freien Welt andere führende Länder eben andere Konzepte beim Klimaschutz verfolgen als Deutschland. Aber eines ist aus meiner Sicht sicher: Wir können beim Thema Klimaschutz nur dann weiter eine Vorreiterrolle einnehmen und andere Länder „mitnehmen“, wenn wir zum einen weiterhin technologisch führend bleiben und zum anderen, dies ist noch wichtiger, weiterhin insgesamt über eine starke Wirtschaft verfügen. Der Respekt in der Welt vor Deutschland beruht - neben kulturellen Errungenschaften - vorrangig auf dem wirtschaftlichen Erfolg des Landes und dem damit verbundenen Wohlstandsniveau der Bevölkerung. Käme es zu einer Art De-Industrialisierung im Zuge unserer Klimaschutzanstrengungen, so werden große Co2 Emittenten wie China, USA und Indien unserem Beispiel sicher nicht folgen. Und letzteres ist entscheidend, wenn China seinen Kohlendioxidausstoß nur um 10 % verringert, so wäre der Effekt für das weltweite Klima

statistisch rund eineinhalbmals so groß, als wenn ganz Deutschland „abgeschaltet“ würde. Insoweit gilt: Klimaschutz in Deutschland geht grundsätzlich nur mit einer starken Wirtschaft.

Lassen Sie mich nun zu unserer Branche, zur **Lebensmittelindustrie**, kommen. Unsere Branche hat während der Corona Pandemie eindrucksvoll bewiesen, wie leistungsstark sie ist und dass sie auch in Krisenzeiten verlässlich die Bevölkerung mit sicheren und zugleich bezahlbaren Lebensmitteln versorgen kann. Dafür gebührt den Unternehmen, insbesondere den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Dank und Respekt.

Aktuell bläst uns der Wind aus Berlin teilweise ins Gesicht. Selbstverständlich müssen auch unsere Unternehmen sich den aktuellen Herausforderungen im Rahmen des Umwelt- und Klimaschutzes stellen. Wir müssen und wollen nachhaltiger und klimafreundlicher produzieren. Aber die dirigistischen Eingriffe, manche nennen es Verbots-Politik, die nun unter dem Deck-Mantel des Umweltschutzes und des Schutzes der Kinder geplant sind, verunsichern zunehmend Unternehmen und Verbraucher in Deutschland.

Ich möchte zwei Themen kurz aufgreifen:

An dieser Stelle komme ich nicht umhin das geplante Werbeverbot für Lebensmittel anzusprechen. Der Referentenentwurf des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) sieht ein weitreichendes Werbeverbot für Süßigkeiten, Aufstriche, Desserts, Kuchen, süße Backwaren, Eiskrem, aber auch Energydrinks und bestimmte Fleischwaren bis hin zu Fertiggerichten in nahezu allen Formaten vor. Also die Werbung auf Plakaten, Zeitungen, Hörfunk, Fernsehen und in Internetangeboten soll überall dort, wo Kinder zwischen 6 und 23 Uhr zufällig auf Werbung stoßen könnten, prophylaktisch verboten werden. In der Konsequenz würde das Gesetz also faktisch nicht nur an Kinder gerichtete Werbung einschränken.

Das Gesetz bedeutet nicht nur eine erhebliche Einschränkung der Marktwirtschaft verbunden mit massiven Einnahmeverlusten für die Medien, es verträgt sich nach meinem Verständnis nicht mehr mit unserem freiheitlichen Gesellschaftsbild. Ich bin ein Verfechter der ausgewogenen Ernährung, die dem persönlichen Lebensstil angepasst wird. Die Grenze zwischen Lebens- und Genussmittel ist manchmal fließend und es gilt oft „Die Dosis macht das Gift“. Ich mache fast täglich Sport, aber zugleich genieße ich zum Kaffee gerne ein Stück Schokolade und trinke am Abend ein Glas Wein. Sie werden mir wahrscheinlich abnehmen, dass ich es bei beidem nicht übertreibe.

Lassen Sie es mich auf den Punkt bringen: **Freiheit und Verantwortung sind zwei Seiten einer Medaille**. Wer Freiheit will, muss bereit sein, Verantwortung für sich und für andere zu übernehmen. Wir müssen unsere Kinder zu mündigen Bürgern erziehen, sie müssen lernen Verantwortung zu übernehmen. Dies gelingt sicher aber nicht dadurch, wenn wir die Werbung für Nutella oder Kinderriegel verbieten. Und was wäre der nächste Schritt? Vorgaben der Anordnung der Produkte im Supermarkt? Ein Beispiel dazu: Ich bin Vater von drei kleinen Kindern. Samstags gehe ich meistens mit

zwei davon einkaufen in einen schönen Supermarkt. Vor der Kasse stehen auf Augen- und Griffhöhe der Kleinen u.a. Überraschungseier und Kinderriegel. Es ist meine Aufgabe als Vater meinen Kindern beizubringen, dass man nicht allen Verlockungen nachgeben darf und nur ein maßvoller Konsum von diesen Leckereien gut ist. Und dieser Lernprozess ist für Kinder zwingend notwendig. Später können wir unsere Kinder nämlich nicht mehr mit einem Werbeverbot „beschützen“. Schon Jugendliche kommen mit einer Vielzahl von gefährlichen Verlockungen in Berührung, von Zigaretten über Alkohol bis hin zu harten“ Drogen. Spätestens dann sollten Sie verstanden haben, dass man eben nicht allen Verlockungen des Lebens nachgeben darf.

Erlauben Sie mir noch einige kurze Anmerkungen zum Thema Bio und Tierwohl. Das BMEL hat einmal nach dem Regierungswechsel das Ziel formuliert, bei Lebensmitteln einen Bio-Anteil von 30 % zu erreichen. Die vergangenen Jahre waren von wirtschaftlichem Aufschwung und Wohlstand geprägt. In dieser Zeit erlebte auch der Bio-Sektor einen wunderbaren Aufschwung und tatsächlich schien ein Bio-Anteil von 30 % nicht völlig außer Reichweite. Zugleich rückte auch das Thema Tierwohl in den Fokus von breiten Teilen der Bevölkerung und viele Menschen erklärten sich bereit, für mehr Tierwohl auch deutlich höhere Preise beim Endprodukt zu akzeptieren. Auch wir als Unternehmen haben von dieser Entwicklung profitiert, es wurden Bio-Rinder und Bio-Schweine geschlachtet und die Margen waren deutlich attraktiver als im Bereich der konventionellen Produkte. Dieses Bild hat sich aber spätestens seit dem Ausbruch des Kriegs in der Ukraine gedreht. Die Wirtschaft schwächelt, wir sehen Inflationsraten in zumindest für meine Generation unbekannter Höhe, Unternehmen und Verbrauchern laufen gleichsam die Kosten davon und es ist für weite Teile der Gesellschaft wieder Sparen angesagt. Auf Urlaub und Restaurantbesuche wollen aktuell viele noch nicht verzichten, daher bleibt nur die Einschränkung beim Lebensmittelkauf. Bio-Produkte bleiben liegen. Selbst Produkte, die die ITW-Stufe 2 erfüllen und bei denen der Preisaufschlag noch sehr moderat ist, tun sich zur Zeit oft schwer im Markt. Diese Realität müssen wir anerkennen. **Politik, die die Realität der Bevölkerung ignoriert, wird niemals nachhaltig sein.** Gerade als Unternehmer müssen wir aufpassen, dass wir uns nicht nur von Wunschträumen leiten lassen, sondern von der gesellschaftlichen Realität. Und die Wahrheit, das wissen Sie alle, die Wahrheit ist die Kasse im Supermarkt oder anders formuliert „Die Wahrheit ist aufm Platz“. Politik darf die Gesellschaft nicht überfordern. Agrar-, Energie- und Verkehrswende und damit der Klimaschutz insgesamt werden nur vorankommen, wenn weite Teile der Gesellschaft weiterhin dahinterstehen. Auch diese müssen mitgenommen werden.

Und damit bin auch fast am Ende meiner Begrüßungsrede. Es bleibt mir noch, unseren Sponsoren zu danken.

Wir danken dem Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz für die Förderung dieser Veranstaltung im Rahmen der Klimaschutzkampagne.

Außerdem danken wir unseren Sponsoren und Partnern:

- AFC Consulting Group

- CSB-System
- Infor
- Koelnmesse
- Lebensmittel Zeitung
- Nespresso
- Schmidmeier NaturEnergie
- Siemens

Nun wünsche ich Ihnen interessante Vorträge und Diskussionen sowie anregende Unterhaltungen in den Pausen und übergebe an die Moderatorin des heutigen Tages, Johanna Bayer.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Vortrag Staatssekretärin Silvia Bender

Gespräch zwischen Dr. Simon und Staatssekretärin Silvia Bender

Vielen Dank für Ihren Vortrag!

Sie haben sich bereit erklärt, mit mir noch über ein, zwei Punkte Ihres Vortrags zu sprechen.

Frage zu Ernährungsstrategie

Das BMEL hat ursprünglich in seinem Eckpunktepapier zur Ernährungsstrategie dargelegt, dass die Themen Ernährung und Bewegung zusammengedacht werden müssen. In den Workshops, die jetzt durchgeführt wurde, spielte das Thema Bewegung eigentlich keine Rolle mehr, weil es vom Bundesgesundheitsministerium bearbeitet werden soll. An welcher Stelle wollen Sie denn die beiden Themen wieder zusammenführen und wie kann es überhaupt gelingen, denn beim BMG sind ja offenbar ganz andere Akteure eingebunden – die Wirtschaft nämlich zumindest nicht?

Frage zum Thema Werbung

Der Gesetzesvorschlag für mehr Kinderschutz in der Werbung ist sehr weitreichend – so weitreichend, dass zwischen 6 und 23 Uhr, also im Prinzip den ganzen Tag, für über 70 Prozent aller Produkte nicht mehr geworben werden dürfte. Und wir sprechen hier von Lebensmitteln wie Käse, Wurst und auch vegetarischen Ersatzprodukten. Bitte erklären Sie mir als Unternehmer, der Wurstwaren herstellt: wie soll ich in Zukunft Kunden, und ich spreche von Erwachsenen, auf meine neuen Produkte aufmerksam machen? Wie sollen Innovationen vermarktet werden können?

Frage zum Tierwohl

Biofleisch verkauft sich in letzter Zeit noch schlechter als ohnehin schon. Ich musste meine eigene Biofleischproduktion einstellen, weil ich keinen Absatz dafür gefunden habe. Warum wird jetzt ein funktionierendes freiwilliges Tierwohl-Siegel aufgegeben zugunsten eines staatlichen, das im Markt keine Relevanz hat?

Noch einmal herzlichen Dank Frau Bender, dass Sie uns mit Ihrem Besuch beehrt haben.