



# Jahresbericht

2016 | 2017



## Inhalt

<u>03</u>	Vorwort
<u>04</u>	1 Verbraucher und Öffentlichkeit
<u>16</u>	2 Die Ernährungsindustrie
<u>22</u>	3 Märkte und Wettbewerb
<u>38</u>	4 Umwelt, Energie und Nachhaltigkeit
<u>45</u>	5 Rohstoffe
<u>51</u>	6 Die BVE
<u>53</u>	Die Mitglieder
<u>58</u>	Geschäftsführung und Arbeitsbereiche
<u>59</u>	Impressum

# Selbstbewusste und innovative Lebensmittelproduktion in Zeiten politischer Veränderung

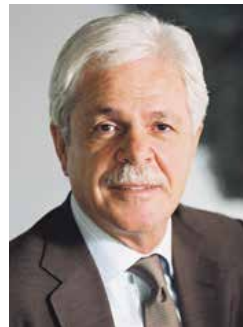
*Sehr geehrte Damen und Herren,*

allenthalben hört man in diesen Tagen, dass wir in überaus unsicheren Zeiten leben. Alles sei volatil geworden, alle lieb gewordenen Stereotypen kämen ins Wanken, bisher feste Pfeiler würden brüchig. In diesen Jammerchor des Pessimismus, der Verzagtheit und der Selbstzerknirschung wollen wir als Ernährungsindustrie nicht einstimmen! Jede Veränderung birgt Chancen, was sich bewegt lebt und dagegen steht: Wer sich treiben lässt, weiß nicht, wo er ankommt. All diejenigen politischen und gesellschaftlichen Beobachter, die schon ganz sicher zu wissen glauben, dass die Zukunft düster und wenig hoffnungsvoll ist, werden sich irren. Wir setzen auf Optimismus und Zukunftsglauben.

Dazu hat unsere Branche allen Grund: Kaum eine andere Industrie ist so innovativ, so flexibel, so breit aufgestellt, wie die unsrige. Dies hat sich auch im letzten Jahr wieder gezeigt: Erneut haben wir Arbeitsplätze, Umsatz und Export unserer Unternehmen steigern können. Wir stehen mit unseren Produkten weiter für das positive Image des „Made in Germany“. Wir stellen uns den Herausforderungen der Globalisierung, aber auch der regionalen Vielfalt und Buntheit dieser Republik und bieten die passenden Lösungen. Wenn andere noch über die gesellschaftliche Relevanz von Lebensstilen diskutieren, bringen wir die passenden Produkte in die Regale des Lebensmitteleinzelhandels.

Dass rückwärtsgewandte NGOs noch immer in altem Feindbilddenken verhaftet sind, dass diese meist in ihren Geschäftsmodellen – wenig kreativ – allein das Produkt „Angst“ vertreiben, ist nicht neu und auch nicht mehr sonderlich spannend. Wer immer nur auf Emotionen, Hetze und Feinddenken setzt, um den wird es bald einsam werden. Immer mehr in Politik, Medien und Gesellschaft erkennen: Hinter den aufgeblasenen Backen vieler Angst-Lobbyisten ist eben nur lauwarmer Luft und sonst nichts.

Wir haben jedenfalls die Defensivrolle verlassen und sind in die Offensive gegangen: Selbstbewusst und fakten-sicher stehen wir in der Öffentlichkeit für unsere Produkte und Politik ein, und das gerade in einer Zeit des sogenannten postfaktischen Verwirrungsspiels. Wir mischen mit im Meinungskampf der Sozialen Netzwerke und versorgen seriöse Journalisten mit umfassendem Informationsmaterial. Wir erreichen mit unseren Informationen noch nicht alle, aber immer mehr.



Dr. Wolfgang Ingold



Christoph Minhoff

Auch die Politik hat das erkannt und schätzt uns als seriösen, verlässlichen Gesprächspartner. Wir sind Trendsetter geworden, beispielsweise bei der Entwicklung des Leitfadens für Nachhaltigkeit in der Ernährungsindustrie oder beim Kampf für ein sinnvolles Verpackungsgesetz.

Dieser Jahresbericht ist ein Beleg für die kontinuierliche und erfolgreiche Arbeit der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie. Hieran haben vor allem unsere Mitglieder einen entscheidenden Anteil. Die Unterstützung und das Vertrauen für und in das Team der BVE sind herausragend. Dafür ein herzliches Dankeschön!

Wir werden mit voller Kraft in das politisch so wichtige Jahr 2017 gehen. Wir werden unser Ideal, den Kampf für unternehmerische Freiheit in gesellschaftlicher Verantwortung, deutlich machen. Wir werden unsere Stimme wahrnehmbar erheben. Wir wünschen Ihnen ein erfolgreiches, spannendes und gutes Jahr 2017.

Herzlichst

Dr. Wolfgang Ingold  
Vorsitzender

Christoph Minhoff  
Hauptgeschäftsführer

Berlin, März 2017

# 1 Verbraucher und Öffentlichkeit



## Ernährung ist Trend

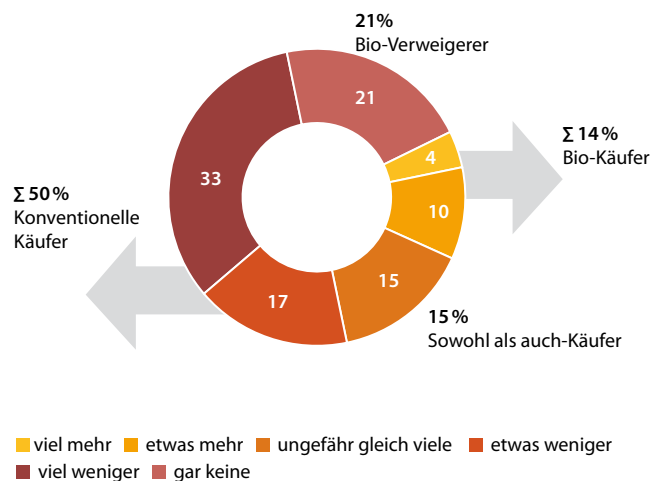
Der Verbraucher bestimmt das Lebensmittelangebot. Über 81 Millionen qualitäts- und preisbewusste Konsumenten entscheiden täglich an der Ladentheke über den Erfolg von Produkten und Herstellern. Mit mehr als 170.000 Produkten ist das Lebensmittelangebot in Deutschland heute so hochwertig, sicher, nachhaltig, vielfältig und preiswert wie noch nie. Gleichzeitig war der Wettbewerb um den Kunden noch nie so hart. Gut 40.000 neue Produkte erweitern deshalb jährlich das Angebot und es entstehen ständig neue Marktsegmente. Superfoods, vegetarische, vegane, gluten- und laktosefreie, Light- und Convenience-Produkte, aber auch Produkte mit besonderen Produktionsmerkmalen wie regional, nachhaltig, Fair Trade und Bio sind heute am Markt ständig verfügbar. Das Produktportfolio wird stetig weiter spezialisiert, differenziert und immer schneller neu erfunden. Diesen Ernährungswohlstand verdanken die Verbraucher einer fortschrittlichen und wettbewerbsfähigen, aber auch komplexen industriellen Lebensmittelproduktion, die Genuss und Gesundheit sowie globale Verantwortung miteinander vereint.

Gleichzeitig steigen die Ansprüche der Verbraucher an ihre Lebensmittel und Ernährung zusehends. Dabei entstehen nicht nur zahlreiche Ernährungstrends, die Ernährung selbst ist zum Trend geworden. Ernährung hat in der Gesellschaft deutlich an Aufmerksamkeit gewonnen, die Verbraucher konsumieren immer öfter bewusster. Kunden kaufen weniger und seltener, aber dafür hochwertige Lebensmittel. Immer häufiger sind Qualitätsaspekte bei Lebensmitteln für den Verbraucher kaufentscheidend. Dabei setzen die Kunden allerdings ganz individuelle Maßstäbe. Wichtig bleiben auch bei hochwertigen Qualitätslebensmitteln vor allem ein wettbewerbsfähiger Preis und genügend Auswahl. Eine Verbraucherumfrage von PricewaterhouseCoopers (PwC) im Januar 2017 hat belegt, dass bei der Hälfte der Deutschen überwiegend konventionell erzeugte Waren im Einkaufskorb landen.

Das Konsum- und Essverhalten wandelt sich mit den Wertvorstellungen, aber vor allem auch mit den Lebensumständen. Die Konsumenten sind zunehmend berufstätig, mobil, flexibel, international, vielseitig vernetzt und ständig unter Zeitdruck. Haushaltsformen, Essenzeiten und Ernährungsstil passen sich an. Bereits heute entfällt ein Viertel der Konsumausgaben für Lebensmittel auf Essen außer Haus. Einer großen Mehrheit der Deutschen fehlt schlicht die Zeit, das Können oder die Muße, das Essen selbst zuzubereiten. Hersteller müssen auf die veränderten Essenzeiten und -orte der Kunden mit Produkten reagieren, die in deren Alltag passen. Entsprechend wächst das Angebot an neuen Convenience-Produkten in unterschiedlichen Verarbeitungs- und Frischegraden sowie Qualitäten. Gleichzeitig gewinnt bei den konsumbewussten

## Anteil der Bio-Produkte am Lebensmitteleinkauf in %

Nur jeder Siebte kauft mehr Bio- als konventionelle Lebensmittel, jeder Fünfte kauft gar keine.



Frage: Was würden Sie sagen, wie hoch ist der durchschnittliche Anteil an Bio-Produkten bei Ihrem Lebensmitteleinkauf?  
Basis: Alle Befragten, N = 1.000 (Einfachnennung)

Quelle: PwC-Konsumentenbefragung: Bio oder konventionell?; Januar 2017

und nachhaltigkeitsorientierten Verbrauchern das „Selbstkochen“ zu Hause an Bedeutung. Kochen wandelt sich hier immer mehr zum Hobby, für das man sich Zeit nimmt und bei dem man sich kreativ ausleben kann.

Die Lebensmittelhersteller sind täglich herausgefordert, ihre Produkte den Ansprüchen der Konsumenten immer weiter anzupassen. Sie stehen dabei nicht nur in einem intensiven Qualitäts- und Preiswettbewerb, sondern zunehmend auch im Wettbewerb um das Vertrauen ihrer Kunden.





Die Informationsdichte zu Herkunft, Produktionsmethoden und Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Branche, aber auch das Informationsbedürfnis der Verbraucher nimmt dementsprechend zu. Die Unternehmen nehmen die Bedürfnisse ihrer Kunden ernst und treten verstärkt mit ihnen in einen direkten Austausch. Eine Umfrage der BVE und der AFC Risk & Crisis Consult GmbH in der Branche zeigt, dass 90 Prozent der Unternehmen eine Zunahme der Verbraucheranfragen feststellen. Eine wichtige Rolle im Kundendialog spielen bereits heute, vor allem aber auch in der Zukunft das Internet und die Social-Media-Kanäle. Pro Tag erhalten 51 Prozent der Unternehmen zwischen ein und zehn Anfragen, 14 Prozent sogar mehr als 50. Knapp 40 Prozent der Lebensmittelhersteller beantworten Kundenanfragen innerhalb von 24 Stunden, 56 Prozent innerhalb von drei Tagen. Die häufigsten Fragen erreichen Unternehmen zu Qualitätsunterschieden, Kennzeichnung und Verpackung. In Zukunft erwartet die Mehrzahl der Unternehmen vermehrt Fragen zum Thema „Nachhaltigkeit“.

### Positive Kauflaune und stabile Preise unterstützen höheres Konsumbewusstsein

Das Konsumklima stieg 2016 in Deutschland nur leicht an. Zurückzuführen ist dies auf zunehmende Konjunktursorgen, die mit gesellschaftlichen Entwicklungen, wie unter anderem der Flüchtlingsintegration, aber auch dem zunehmenden Populismus sowie der Abkehr von der wirtschaftlichen Integration seitens wichtiger Handelspartner einhergingen. Der Stimmungsindikator für die Kauflaune der Verbraucher blieb jedoch dank der stabilen

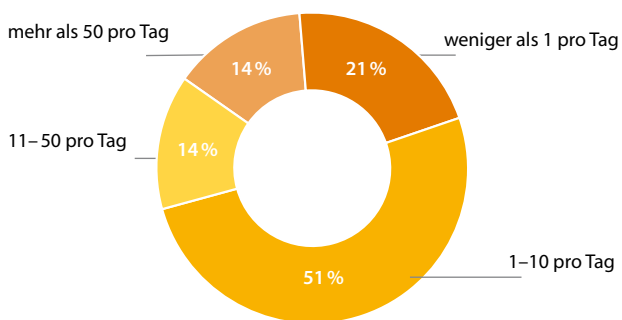
Arbeitsmarktlage, einer geringen Teuerung und Sparneigung auf einem hohen positiven Niveau.

2016 gaben die Konsumenten hierzulande 10,5 Prozent ihres verfügbaren Einkommens für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke aus. Damit liegen die Deutschen weit unter dem EU-Durchschnitt. Berücksichtigt werden muss hierbei jedoch das vergleichsweise hohe Einkommensniveau in Deutschland. Langfristig gesehen unterliegen Lebensmittel einer geringeren Teuerung als die allgemeinen Lebenshaltungskosten. So stiegen seit 1991 die Lebensmittelpreise um 42 Prozent, während sich die Verbraucherpreise insgesamt um 53 Prozent verteuerten.

Nicht vorhandene Einkommenssorgen und stabile Preise unterstützen das gestiegene Konsumbewusstsein. Die Verbraucher sind zunehmend bereit, mehr Geld für qualitativ hochwertige Lebensmittel auszugeben. Preisbereinigt nahmen die Ausgaben für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke 2016 im Vorjahresvergleich mit plus 1,6 Prozent ähnlich stark zu wie die allgemeinen Konsumausgaben (plus 1,9 Prozent). Im Durchschnitt werden jedem Bundesbürger 2017 rund 22.239 Euro für Konsum und Lebenshaltung zur Verfügung stehen. Das sind 360 Euro mehr als 2016. Dabei machen die 25 einwohnerstärksten der 402 deutschen Kreise bereits ein Viertel der gesamten Kaufkraftsumme Deutschlands aus. Pro Kopf und Jahr liegt die Kaufkraft in Deutschland deutlich über dem europäischen Durchschnitt. Da Experten einen Anzug der Inflation erwarten, wird der reale Kaufkraftzuwachs in diesem Jahr wohl geringer ausfallen als noch im Vorjahr.

#### Anzahl der Verbraucherkontakte mit Unternehmen

Wie viele Verbraucherkontakte haben Sie pro Tag?

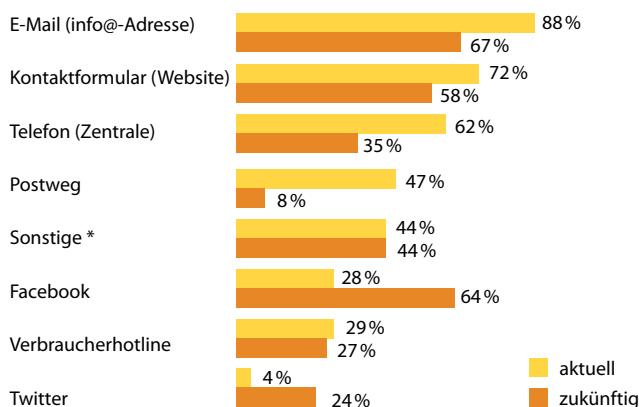


n=238

Quelle: BVE / AFC Consulting Group

#### Kanäle (Medien) zur Kontaktaufnahme

Welche Kanäle werden von Verbrauchern aktuell und zukünftig vornehmlich genutzt?



\* Aktuell: Kunden/Kundenservicecenter  
Zukünftig: Kunden/Kundenservicecenter, Neue Medien (Soziale Netzwerke, Chats)

### Eigenverantwortung der Verbraucher stärken

Verbraucher sorgen durch ihre individuellen Kaufentscheidungen für ein vielfältiges, die eigenen Bedürfnisse widerspiegelndes Lebensmittelangebot. Angesichts der Vielfältigkeit unserer Gesellschaft muss das Leitbild in der Verbraucherpolitik deshalb lauten: Verbraucher handeln selbstbestimmt. Maßnahmen, die eine Konsumlenkung zum Ziel haben, den Verbraucher bevormunden oder den Unternehmen neue und aufwändige Kennzeichnungs- und Informationspflichten ohne erkennbaren Mehrwert für die Verbraucher auferlegen, lehnt die Ernährungsindustrie ab. Jegliche Eingriffe des Staates in den Markt müssen aus Sicht der Branche verhältnismäßig und wissenschaftlich fundiert sein, insbesondere in Bezug auf das Risikomanagement.

### Verbraucherbildung und -information gemeinsam fördern

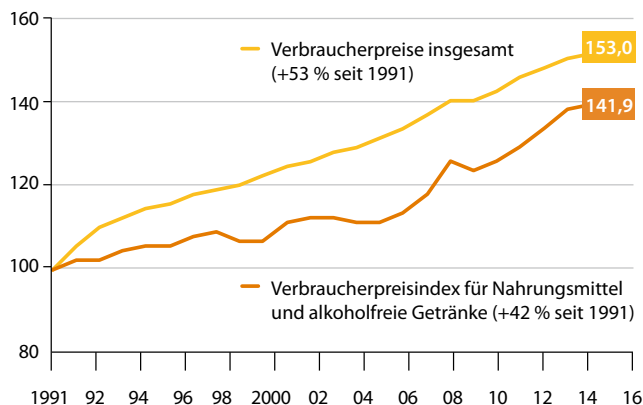
Die Eigenverantwortung der Verbraucher muss durch geeignete Verbraucherbildung und -information gestärkt werden. Dass sich die Bundesregierung mit dem vom Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt im Dezember 2016 veröffentlichten Grünbuch „Ernährung, Landwirtschaft, Ländliche Räume“ für eine bessere Ernährungsbildung und wissenschaftsbasierte Verbraucheraufklärung einsetzt und Forschung fördert, ist begrüßenswert. Als wesentlicher Wertschöpfungssträger in der Lebensmittelkette und wichtiger Akteur für mehr Transparenz und Information gegenüber dem Konsumenten muss die Ernährungsindustrie dabei jedoch stets Teil der Ernährungspolitik sein. Aufgeklärte Konsumenten und eine gesunde Lebensweise sind eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die alle Akteure gemeinsam fördern müssen.

### Bessere Informationen statt mehr Kennzeichnung

Die Verantwortung für Qualität, Sicherheit und Verkehrsfähigkeit des Produktes trägt an erster Stelle der Hersteller. Er kennt den Herstellungsprozess, die Zutaten und Produkteigenschaften, aber auch sein eigenes Engagement und seine Prinzipien am besten. Um dem gestiegenen Informationsbedürfnis der Verbraucher gerecht zu werden, klären die Hersteller über ihre Produkte auf – oftmals informieren sie über die weitreichenden gesetzlichen Vorschriften hinaus. Verbraucherinformationen sind damit heute auch ein wichtiger Wettbewerbsvorteil, sie müssen sich vor allem am Kunden orientieren, aussagekräftig und wahrheitsgemäß sein. Mehr Kennzeichnungspflichten greifen angesichts der vielfältig genutzten Kommunikationskanäle und der notwendigen Informationstiefe zu kurz und sind in der Praxis weder für Unternehmen noch Verbraucher handhabbar.

### Verbraucherpreisentwicklung 1991 – 2016

Indexwerte 1991=100



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

### Mehr Wertschätzung für Lebensmittel

Ernährungssicherung stellt in einer wachsenden Gesellschaft eine weltweite Herausforderung dar. Die Ernährungsindustrie leistet durch eine moderne und nachhaltige Lebensmittelproduktion einen unverzichtbaren Beitrag. Die Leistungen und Fortschritte der Branche müssen anerkannt werden. Dazu gehört auch, den Dialog um Lebensmittel und deren Herstellung auf Basis gesicherter Fakten zu führen. Unternehmen können ihre Produkte den steigenden Kundenanforderungen nur dann besser anpassen, wenn die Konsumenten mehr Qualität an der Ladentheke auch mit angemessenen Preisen honorieren.



Im Rahmen zahlreicher Initiativen setzt die Branche auf den öffentlichen Dialog, auf Transparenz und Aufklärung – mit dem erklärten Ziel, konstruktive Lösungen für mehr Wertschätzung von Lebensmitteln zu erreichen. Dazu gehört auch die Förderung eines verantwortungsvollen Umgangs mit Lebensmitteln. Staatliche Initiativen sollten das freiwillige Engagement der Wirtschaft dabei stets unterstützen und nicht konterkarieren.

### Verhältnismäßige Regulierung fördern, Unternehmerrechte wahren

Staatliche Regulierung schafft verlässliche Rahmenbedingungen sowie einen angemessenen Interessenausgleich am Markt und verhindert damit Marktversagen. Die Herstellung und Vermarktung von Lebensmitteln ist bereits streng reguliert. Weitere und sich verändernde gesetzliche Vorschriften für Hersteller und Produkte steigern jedoch deren Kosten, senken die Planungssicherheit und mindern die Ertragslage. Dies geht vor allem zulasten des Mittelstandes. Eine bessere Folgenabschätzung und Evaluierung der Zielerreichung in der Rechtssetzung, die Bestärkung der europaweiten Harmonisierung des Rechts sowie die Förderung des Bürokratieabbaus müssen erklärte Politikziele sein, um die Wettbewerbsfähigkeit der Ernährungsindustrie zu sichern.

Wo Verantwortlichkeiten auf Staat und Unternehmen verteilt sind, müssen auch beide Seiten die Kosten tragen. So finanzieren die Lebensmittelhersteller bereits intern wie extern umfassende Kontrollen von Produkten und Prozessen. Eine zusätzliche Kostenübernahme für amtliche Regelkontrollen ist daher unzumutbar und abzulehnen.

Darüber hinaus müssen die Rechte der Unternehmen auch im Vorwurfsfall gewahrt bleiben. Es darf keine öffentlichen Vorurteile aufgrund von Annahmen über Verstöße gegen bestehendes Recht geben. Gleichwohl muss bestehendes Recht umgesetzt, müssen Verstöße geahndet und Möglichkeiten zur Rehabilitierung gewahrt werden.

### Stiftung Warentest



Die Qualität von Lebensmitteln ist ein entscheidendes Kaufkriterium. Konsumenten informieren sich immer häufiger über Lebensmittel und sind zunehmend bereit, für mehr Qualität auch mehr zu bezahlen. Laut einer repräsentativen stern-Umfrage (2010) suchen drei von vier Deutschen vor ihrem Einkauf

regelmäßig Rat bei Institutionen wie der Stiftung Warentest oder bei Verbraucherzentralen. Dabei werden allein die Informationen der Stiftung Warentest als „gut“ bewertet, über

90 Prozent der Deutschen kennen das „test“-Siegel. Die objektive Bewertung von Qualität in Produkttests stellt jedoch eine komplexe Herausforderung dar. Zum einen umfasst das Verständnis von Qualität je nach Verbraucher und Produkt viele unterschiedliche Dimensionen. Zum anderen haben Lebensmittelsicherheit und -qualität in Deutschland ohnehin einen sehr hohen Standard erreicht, der oft über das europäische Niveau hinausgeht.

Die Stiftung Warentest wurde auf Beschluss des Deutschen Bundestages 1964 als unabhängige und objektive Prüfinstanz gegründet und genießt besonders hohes Verbrauchervertrauen und große Glaubwürdigkeit. Aus ihrer Marktbedeutung erwächst der Stiftung Warentest gegenüber Verbrauchern und Unternehmen eine erhebliche Verantwortung, da sie durch ihre Arbeit das Marktgeschehen empfindlich beeinflussen kann.

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

Die satzungsgemäße Mitwirkung der Anbieterseite in Kuratorien und Sachverständigengremien sichert die notwendige Expertise zur sachgerechten Ausgestaltung der durchgeführten Prüfverfahren und ermöglicht die stetige Verbesserung der Warentests.







FAKT: ist 4 – Lebensmittelqualität  
[www.bve-online.de/presse/fakt-ist/lebensmittelqualitaet](http://www.bve-online.de/presse/fakt-ist/lebensmittelqualitaet)

Die BVE fordert, dass die Grundsätze von Objektivität, Transparenz und Wissenschaftlichkeit der Produkttests sowie gesetzliche Vorgaben zu Produkteigenschaften anerkannt und eingehalten werden. Nur so können Qualitätsurteile sachlich nachvollziehbar bleiben.

Von Januar 2000 bis Januar 2016 hat die Stiftung Warentest in gut 226 Lebensmitteltests rund 5.932 Produkte nach eigenen Maßstäben geprüft, beim Qualitätsurteil genügten 87 Prozent der Lebensmittel den Qualitätskriterien. Die Stiftung Warentest betonte, dass die Qualität und Sicherheit der deutschen Lebensmittel zugenommen habe (test-Heft Februar 2011).

In ihrer vierten Ausgabe der Reihe „FAKT: ist“ hat sich die BVE umfassend mit dem Thema „Lebensmittelqualität“ befasst. Darin zeigt sie die unterschiedlichen Anforderungen an Lebensmittelqualität auf und erläutert anhand von zahlreichen Beispielen, wie Lebensmittelqualität entlang der Wertschöpfungskette gewährleistet werden kann.

### BVE-Arbeitskreis Stiftung Warentest

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

Im Rahmen des BVE-Arbeitskreises Stiftung Warentest unterstützt die BVE Lebensmittelhersteller im Dialog mit der Stiftung Warentest und leistet den Unternehmen sowie Experten aus der Wissenschaft konkrete Hilfestellungen im Umgang mit Testvorhaben, in der Werbung mit Testurteilen sowie in der Kommunikation. Zudem werden Fragen zu Testvorhaben an die Stiftung Warentest sowie deren Bewertungen erörtert. Dabei tauscht sich die Branche regelmäßig auch mit anderen die Stiftung Warentest beratenden Vertretern aus Wirtschaft, Handel, Wissenschaft und Gesellschaft aus. 2016 tagte der BVE-Arbeitskreis Stiftung Warentest am 21. Juni und 15. November in Berlin.

### Gründung des Fördervereins der Society of Nutrition and Food Science

Nach Gründung des Fördervereins der Society of Nutrition and Food Science e.V. (SNFS) durch Verbände der Ernährungswirtschaft, darunter auch die BVE, hat dieser im Juli 2016 offiziell seine Arbeit aufgenommen. Ziel der Gründung ist die Förderung von Wissenschaft und Forschung, insbesondere der wissenschaftlichen Fort- und Weiterbildung sowie die Förderung von Informationen im Bereich der Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaften durch finanzielle Unterstützung und Förderung der SNFS. Der Förderverein unterstützt die Fachgesellschaft und deren Ziele: die interdisziplinäre Vernetzung, die Forschung auf dem Gebiet der Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaften sowie die sachlich orientierte Kommunikation zu ernährungs- und lebensmittelwissenschaftlichen Themen.



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



## Dialog Lebensmittel



### Konstruktiver „Dialog Lebensmittel“ mit Politik und Öffentlichkeit auf der IGW 2017

Die Internationale Grüne Woche (IGW) vom 20. bis 29. Januar 2017 in Berlin hat mit gut 400.000 Messebesuchern einmal mehr ihre Stellung als weltweit größte Verbrauchermesse für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau untermauert. Mit 1.650 Ausstellern aus 66 Ländern, rund 80.000 Fachbesuchern und über 200 Spitzenpolitikern aus der ganzen Welt ist die Messe zudem ihrer Funktion als Netzwerkplattform für Vertreter aus Wirtschaft und Politik mehr als gerecht geworden. Alleine zum Global Forum for Food and Agriculture (GFFA), das im Rahmen der IGW stattfand, reisten 80 Landwirtschaftsminister aus allen Kontinenten nach Berlin.

Unter dem bewährten Motto „Dialog Lebensmittel“ waren auch die BVE und der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL) mit einem Gemeinschaftsstand auf der IGW 2017 vertreten. Neben zahlreichen politischen Gesprächen in der BVE-/BLL-Lounge stand die Aufklärung

der Messebesucher über die Themen „Lebensmittelverschwendung“ und „Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD)“ im Mittelpunkt des gemeinsamen Messeauftritts.

Zahlreiche Aktionen rund um das Motto „Dialog Lebensmittel“ verhalfen den beiden Spitzenverbänden zu einem konstruktiven Austausch mit den Besuchern am Messestand. Im Rahmen gemeinsamer Kochaktionen in der standeigenen AEG-Showküche vermittelten deutsche Spitzenköche Schülern und Erwachsenen bis zu viermal täglich „handgemachtes“ Ernährungswissen. Ziel des gemeinsamen Kochens und anschließenden Verköstigens war es, Ernährungs- und Lebensmittelwissen anschaulich und leicht verständlich zu vermitteln. So gab es beispielsweise Antworten darauf, wie schmackhafte Speisen aus frischen und verarbeiteten Produkten zubereitet werden können, was die Kennzeichnung auf Verpackungen bedeutet und wie der Lebensmittelverschwendung durch „Reste-Kochen“ aktiv entgegensteuert werden kann. Ergänzt wurde das Angebot durch ein Lebensmittel-Quiz sowie anschauliche Informationswände mit Grafiken und Bewegtbildern.

Bereit für einen konstruktiven Dialog zeigten sich auch zahlreiche Spitzenpolitiker, Wissenschaftler und Branchenvertreter. Darunter waren unter anderem der Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), Christian Schmidt, die Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), Barbara Hendricks, der Bundesminister für besondere Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramts, Peter Altmaier, die Parlamentarischen Staatssekretäre im BMEL, Dr. Maria Flachsbarth und Peter Bleser, der Vorsitzende der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Volker Kauder, der Fraktionsvorsitzende von Bündnis 90/Die Grünen, Dr. Anton Hofreiter, der Fraktionsvorsitzende von Die Linke, Dr. Dietmar Bartsch und viele mehr.

Erstmals hatten in diesem Jahr zudem Studenten die Möglichkeit, sich am BVE-/BLL-Messestand über Jobchancen in der Ernährungsindustrie zu informieren und ihre Chancen

auf eine Anstellung in einem Lebensmittelunternehmen aktiv unter die Lupe nehmen zu lassen. Hierzu fanden Vorträge in Kooperation mit der Jobplattform foodjobs.de sowie ein kostenfreier CV-Check statt.

Mit einer hohen Anziehungskraft auf Verbraucher, Fachbesucher, Politik und Medien hat sich der von BVE und BLL konzipierte Gemeinschaftsstand in Halle 22a zu einer festen Größe auf der weltgrößten Verbrauchermesse für Ernährung und Landwirtschaft etabliert. Die BVE ist zudem ideeller Träger der IGW.

Die nächste Internationale Grüne Woche findet vom **19. bis 28. Januar 2018** statt.

„Die IGW bietet uns als Verband eine optimale Gelegenheit, direkt mit den Menschen in Kontakt zu treten und unsere Themen mit ihnen zu diskutieren. Dass die Konsumenten interessiert und diskussionsfreudig sind, zeigt der rege Ansturm auf unseren Stand sowie die aktive Teilnahme an unseren Kochangeboten. Die Politik sollte den Verbraucher in dieser Selbstbestimmtheit ernst nehmen und sie fördern.“

Christoph Minhoff, BVE-/BLL-Hauptgeschäftsführer



BVE-Vorsitzender Dr. Wolfgang Ingold beim IGW-Eröffnungsabend; © Messe Berlin



BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff mit WDR-Moderatorin Yvonne Willicks



Politische Prominenz am BVE-/BLL-Messestand





## Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die BVE betreibt aktiv Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, um Gesellschaft und Medien über Lebensmittel, deren Herstellung sowie aktuelle Branchenthemen zu informieren. Neben ihrem Internetauftritt [www.bve-online.de](http://www.bve-online.de), regelmäßigen Stellungnahmen und Pressemitteilungen, einem wöchentlichen Newsletter sowie zahlreichen Print- und Online-Publikationen beantwortet die BVE-Pressestelle mehrmals in der Woche Anfragen von Journalisten. Außerdem ist der Verband in den Sozialen Netzwerken Twitter, Facebook und YouTube aktiv und betreibt den Blog [Filetspitzen.de](http://Filetspitzen.de). Darüber hinaus repräsentiert die BVE die Branche auf zahlreichen Veranstaltungen und Messen.

Als wirtschaftspolitischer Spitzenverband der Ernährungsindustrie versteht sich die BVE als DIE Stimme der Branche sowie als Ansprechpartner für Politik und Gesellschaft. Ziel ist es, die branchenübergreifenden Interessen der deutschen Lebensmittelhersteller in diesem Arbeitsumfeld zu kommunizieren sowie mediale Vorurteile gegenüber der Branche auszuräumen und zu einer faktenbasierten Aufklärung ihrer Inhalte beizutragen. Dabei setzt die BVE vor allem auf Transparenz und den aktiven Dialog mit dem Verbraucher. In Zeiten des „Postfaktischen“, medialer Superlative und Hysterie wird es zunehmend wichtiger, den sachlichen und objektiven Dialog mit den Konsumenten zu suchen. Nur so ist es möglich, dass der Branche auf Dauer die notwendige Anerkennung für ihre Leistung entgegengebracht wird.



Besondere Stärke der BVE ist es dabei, die teilweise heterogenen Mitgliederinteressen zu bündeln und schnell, aktuell und sachgerecht auf relevante politische Ereignisse sowie mediale oder öffentlich wirksame Krisen zu reagieren.

Als Dachverband der Branche fungiert die BVE darüber hinaus als Plattform für den Meinungsaustausch und die Meinungsbildung unter ihren Mitgliedern, die sie kontinuierlich und aktuell über alle wichtigen Themen der Ernährungsindustrie informiert. Die BVE unterstützt ihre Mitglieder im Bereich Öffentlichkeitsarbeit sowie im Umgang mit den Sozialen Medien – insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen fehlt häufig die Erfahrung in der professionellen Medienlandschaft. Zudem kooperiert die BVE in Fragen der Kommunikation mit ihrem Schwesternverband, dem BLL.



## Internetauftritt

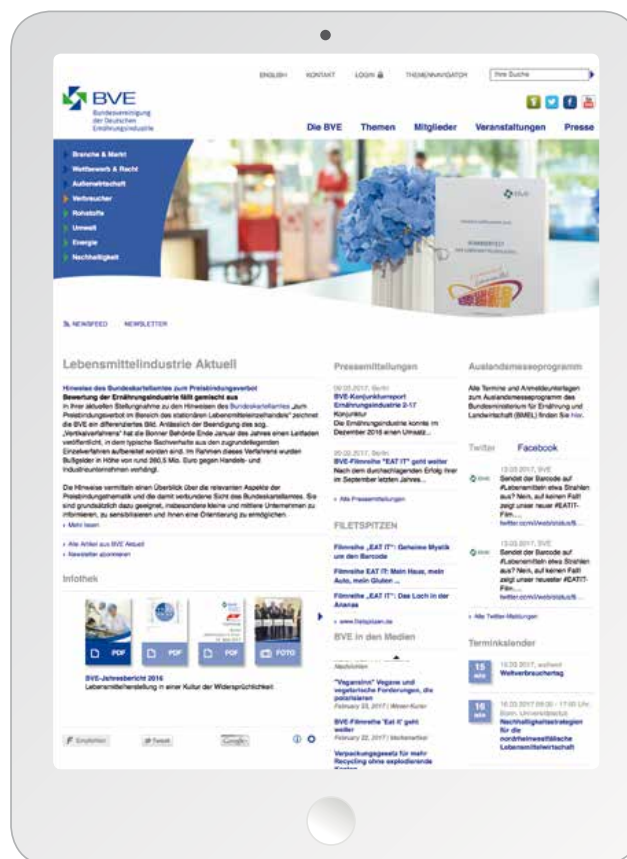
Das Internetangebot der BVE umfasst circa 2.500 Seiten. Neben einer Organisations- und Tätigkeitsbeschreibung des Verbandes finden Interessierte dort umfassende Informationen zu den Themen Rohstoffe, Steuern, Verbraucher, Umwelt, Außenhandelspolitik, Konjunktur, Statistik, Energie und Nachhaltigkeit sowie zum Marktumfeld, Klima, Export und Kartellrecht. Außerdem informiert die Website über Veranstaltungen und Messen und verfügt über einen eigenen Pressebereich. Ein aktueller Terminkalender mit wichtigen BVE- und Branchenevents, eine Infothek mit Fotos, Videos und Publikationen sowie eine Übersicht über persönliche Ansprechpartner zu allen Themen des Verbandes schaffen einen schnellen Überblick und vermitteln einen direkten Zugang zu den Experten. BVE-online.de ist mit einer klaren Themenstruktur und informativen Grafiken das zentrale Informationsportal für den Zugang zur Ernährungsindustrie in Deutschland. Durch die Einbettung von Twitter, Facebook und YouTube als integraler Bestandteil der Webseite werden die Leser über alle Social-Media-Aktivitäten der BVE informiert. Die Website wird täglich gepflegt und berichtet nahezu in Echtzeit von Veranstaltungen. Mitglieder der BVE können sich in einen separaten Bereich einloggen, bei dem sie unter anderem auch Zugang zu Diskussionsforen erhalten.

## BVE-aktuell

Der wöchentlich erscheinende Newsletter der BVE informiert über aktuelle Branchen- und Verbandsthemen. Die Abonnenten sind vielfältig: Neben Journalisten sowie BVE- und FDE-Mitgliedern erhalten den Newsletter auch Vertreter von Wirtschaftsfachverbänden, Ministerien und Verwaltung sowie Marktpartner und Verbraucher. Das Abonnement ist öffentlich zugänglich, die Abonnentenzahl liegt mittlerweile bei über 4.000.

## Pressestelle

In Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Interviews, Statements, Talkshow-Auftritten, Reden, Hintergrundgesprächen sowie eigenem Filmmaterial vertritt die BVE die Positionen der Ernährungsindustrie und erläutert Zusammenhänge rund um Lebensmittel. Im vergangenen Jahr veröffentlichte die BVE über 40 Pressemitteilungen, unter anderem zu Umwelt-, Konjunktur-, Außenhandels- und Nachhaltigkeitsthemen. Außerdem publizierte die BVE ihre Positionen zur Bundestagswahl 2017 und äußerte sich in Pressestatements regelmäßig zur Diskussion um ein Wertstoff- beziehungsweise Verpackungsgesetz sowie zur Forderung der Deutschen Umwelthilfe (DUH) nach einer Lenkungsabgabe für Einweg-Getränkeverpackungen. Über 120 Anfragen von Medienvertretern gingen im Laufe des letzten Jahres in der Pressestelle ein, sie wurden stets schnell und umfassend beantwortet. Die mediale Resonanz der gesamten Pressearbeit ist enorm: Die BVE wurde knapp 120 Mal (ohne Dublette) in deutschen Print- sowie über 2.000 Mal in Online-Portalen genannt.



Neben Zitationen von Medienredaktionen erreichten die BVE auch Fragen von Verbrauchern, Institutionen, Ministerien, Unternehmen, Verlagen, Agenturen, Schülern und Studenten. Diese wurden ebenfalls schnell und sachgerecht beantwortet.

## Social Media

Die BVE ist auf Facebook, Twitter und YouTube vertreten und betreibt den Blog Filetspitzen.de. Die Sozialen Netzwerke ermöglichen es, mit verschiedenen Interessengruppen der Branche in einen schnellen und zielgerichteten Austausch zu gelangen und unmittelbar auf Probleme oder eventuelle Krisensituationen zu reagieren.

Des Weiteren nutzt die BVE die sozialen Kanäle, um Verbraucher, Journalisten, Politiker, Unternehmen und Branchenverbände über die Arbeit der BVE aufzuklären. Inhalte ihrer Social-Media-Aktivitäten sind unter anderem das Verbreiten eigener Pressemitteilungen, Terminankündigungen, Verweise auf ihre zahlreichen Publikationen, Liveberichterstattungen von Veranstaltungen und Messen sowie die Unterstützung der Mitgliedsunternehmen und -verbände.

Seit drei Jahren ist die BVE mittlerweile in den Sozialen Medien vertreten. In dieser Zeit ist es ihr gelungen, sich klar zu positionieren und sich als „Stimme der Ernährungsindustrie“ zu etablieren. Auch im Jahr 2016 konnte die BVE ihre Social-Media-Aktivitäten weiter ausbauen.



### Twitter und Facebook

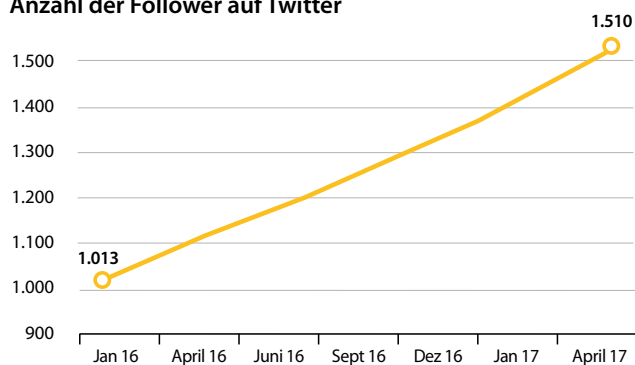
Das Facebook-Profil der BVE zählt mittlerweile 493 „Gefällt mir“-Angaben. Auf Twitter – dem Nachrichtenkanal der BVE – folgen dem Verband inzwischen 1.510 Interessierte, die sich täglich über wichtige Branchenthemen auf dem Laufenden halten. Über 2.980 Tweets zu den verschiedensten Themen wurden seit der Einrichtung des Accounts verschickt. Die Tweets der BVE werden täglich weiterverbreitet oder erhalten Zustimmung durch „Gefällt mir“-Angaben.

### Filetspitzen.de

Seit ebenfalls drei Jahren betreibt die BVE ihren Blog „Filetspitzen.de“, der mittlerweile rund 130 Beiträge umfasst. Ziel des Blogs ist es, meinungsstark – manchmal auch mit etwas Ironie – die Interessen der Branche zu vertreten. Informative und pointierte Artikel des renommierten Blog-Autors und Lebensmittelchemikers Prof. Ulrich Nöhle widmen sich dabei unter anderem dem Aufdecken diverser Lebensmittelirrtümer, berichten über Trends und klären über Verfahren und Prozesse der industriellen Lebensmittelproduktion auf.

Seit Sommer 2016 stellt die BVE auf ihrem Blog auch filmisches Material zur Verfügung. „EAT IT“ ist der Titel der mehrteiligen Reihe, in der sich Blog-Autor Nöhle alltäglichen Fragen rund um das Thema Lebensmittel widmet und auf anschauliche Weise beantwortet. Inhaltlich angelehnt sind die etwa ein- bis zweiminütigen Filmbeiträge an Prof. Nöhles

Anzahl der Follower auf Twitter

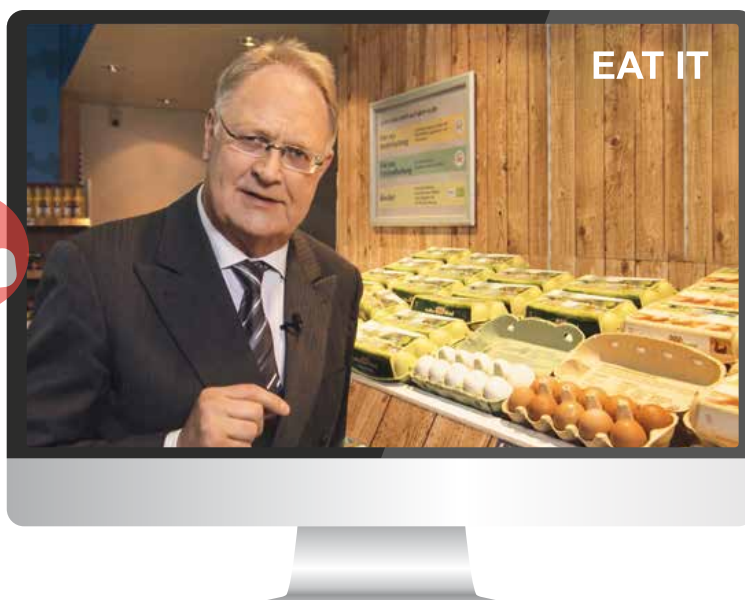


wöchentliche Kolumne. Die Themen sind vielfältig und behandeln unter anderem die Gefahr einseitiger Diäten, das Geheimnis um die unterschiedliche Farbgebung bei Hühnereiern, den Unterschied zwischen Marmelade, Konfitüre und Fruchtaufstrich sowie das Phänomen der vegetarischen beziehungsweise veganen Wurst. Die EAT IT-Reihe hat zu einer Vervielfachung der Zugriffszahlen auf Filetspitzen.de geführt. 2016 sind die Besucherzahlen von 10.000 auf 50.000 angestiegen. Dies entspricht einer Steigerung von 500 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Aufgrund dieses enormen Erfolges der ersten Staffel wurde die Reihe um weitere zehn Filme ergänzt. Die zweite Staffel wurde im ersten Quartal 2017 veröffentlicht.

„ Wir freuen uns sehr über den Erfolg unserer Filmreihe. Er bestätigt uns, dass es – insbesondere wenn es um Lebensmittel geht – eine Gegenstimme zur tendenziösen Meinungsmache durch NGOs und Medien braucht. Mit der ‚EAT IT‘-Reihe möchten wir auf Basis von Wissenschaft und Fakten zur Versachlichung der oftmals höchst emotional geführten Diskussion über das Thema beitragen und bestehende Vorurteile ausräumen.“

Christoph Minhoff, BVE-Hauptgeschäftsführer



www.filetspitzen.de/  
kategorie-eat-it-filmreihe

## BVE-Öffentlichkeitsarbeit im Zeichen der Bundestagswahl 2017

Am 24. September 2017 findet die 19. Bundestagswahl statt. Ihr Ausgang wird auch die Arbeit der BVE maßgeblich beeinflussen. Im Rahmen seiner Öffentlichkeitsarbeit hat sich der Verband deshalb umfassend mit diesem Großereignis beschäftigt. Bereits im November 2016 wurde in diesem Zusammenhang die BVE-Broschüre „Positionen der Ernährungsindustrie zur Bundestagswahl 2017“ veröffentlicht. Inhalt der Broschüre sind insgesamt zehn kompakt formulierte, für die deutsche Ernährungsindustrie relevante, wirtschaftspolitische Forderungen an die Politik.

Erstmals präsentiert wurden die BVE-Positionen auf dem Bundesparteitag der CSU am 4. und 5. November 2016 in München. Die BVE stellte sich dort im Rahmen eines Gemeinschaftsstandes mit dem BLL zahlreichen Diskussionen um branchengerechte und verlässliche wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen für die Ernährungsindustrie. Ebenfalls gemeinsam mit dem BLL vertreten zeigte sich der Verband auf den Bundesparteitagen der Grünen (11. bis 13. November 2016 in Münster), der CDU (6. und 7. Dezember 2016 in Essen) sowie zuletzt der FDP (28. bis 30. April 2017 in Berlin).

Wertvolle Gespräche über für die Ernährungsindustrie relevante Inhalte ergaben sich dabei unter anderem mit Bundesminister Christian Schmidt (CSU), dem CSU-Chef und bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer sowie mit CSU-Generalsekretär Andreas Scheuer, mit Johannes



V.l.n.r.: BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff, Angelika Schorer, MdL, und Bundesminister Christian Schmidt

Remmel, Minister für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen sowie mit dem Grünen-Bundesvorsitzenden Cem Özdemir, mit Gitta Connemann, stellvertretende Vorsitzende der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, mit Peter Bleser, Parlamentarischer Staatssekretär des BMEL, sowie mit Hermann Gröhe, Bundesminister für Gesundheit.

Die BVE verbreitet ihre Positionen zur anstehenden Bundestagswahl 2017 darüber hinaus über ihre Social-Media-Kanäle.



[www.bve-online.de/presse/infotehek/publikationen-jahresbericht/bve-positionen-bundestagswahl-2017](http://www.bve-online.de/presse/infotehek/publikationen-jahresbericht/bve-positionen-bundestagswahl-2017)



# 2 Die Ernährungsindustrie



Die deutsche Ernährungsindustrie ist mit 580.030 Beschäftigten in 5.940 Betrieben die drittgrößte Industrie in Deutschland und führend in Europa. Die Branche ist zu 90 Prozent durch kleine und mittlere Unternehmen geprägt. Sie ist in allen Landesregionen ein wichtiger Wirtschaftszweig und vor allem auch im ländlichen Raum ein bedeutender Arbeitgeber. Die deutsche Lebensmittelproduktion sichert ein vielfältiges Produktangebot von 170.000 Artikeln. Es gibt kaum ein Produktsegment, das nicht in Deutschland hergestellt wird. Besonders leistungsfähig ist die deutsche Produktion von Fleisch und Fleischwaren, Milch und Milchprodukten, Süßwaren, von alkoholischen Getränken sowie Obst- und Gemüseprodukten.

Die Lebensmittelhersteller sind nicht nur durch die Produktion, sondern auch durch den Einkauf, Vertrieb sowie Investitionen und Forschung eng mit dem Standort Deutschland verbunden. Um am Heimatmarkt wettbewerbsfähig zu bleiben, ist die deutsche Ernährungsindustrie aber auch zunehmend in die globalen Lebensmittelketten integriert. Höchste Qualität, Sicherheit, Zuverlässigkeit und Kundenorientierung zu bezahlbaren Preisen machen die Ernährungsindustrie heute international wettbewerbsfähig und stimmen Konsumenten weltweit zufrieden. Allein in Deutschland sorgt die Branche täglich für das Wohl von 81 Millionen Verbrauchern. Dadurch sichert die Ernährungsindustrie nicht nur Beschäftigung und Stabilität, sondern auch Wohlstand.

Für das Jahr 2016 zieht die deutsche Ernährungsindustrie positive Bilanz. Der Umsatz konnte im Vorjahresvergleich um 1,6 Prozent auf 171,3 Milliarden Euro gesteigert werden. Das Mengenwachstum fiel dabei mit plus 1,7 Prozent sogar etwas höher aus, da sich bei der Verkaufspreisentwicklung der negative Trend aus dem Vorjahr vor allem im Ausland fortsetzte. Der Wettbewerb und Preisdruck – insbesondere im stark konzentrierten Lebensmitteleinzelhandel – ließen die Verkaufspreise der Hersteller im Inland bei plus 0,2 Prozent stagnieren. Im Exportgeschäft führte eine hohe Angebotskonkurrenz zu einem Verkaufspreissrückgang um minus 0,6 Prozent.

Trotz des scharfen Preiswettbewerbs gelang es den Unternehmen jedoch, kaufkräftige neue Märkte – insbesondere in Asien – zu erschließen und damit auch die Einbußen aus dem weggefallenen Russlandexportgeschäft auszugleichen. Die Lebensmittelexporte erreichten 2016 ein neues Rekordhoch von 56,7 Milliarden Euro, das entspricht einem Zuwachs von 3,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr 2015. Die Exportquote konnte bei 33 Prozent stabil gehalten werden.

## Kennzahlen der Ernährungsindustrie

	2016	2015
Umsatz nominal	171,3 Mrd. € (+1,6%)	168,6 Mrd. € (-2,1%)
davon Inland	114,6 Mrd. € (+0,7%)	113,9 Mrd. € (-3,4%)
davon Ausland*	56,7 Mrd. € (+3,6%)	54,7 Mrd. € (+0,7%)
· EU	44,4 Mrd. € (+2,8%)	43,2 Mrd. € (±0%)
· nicht EU	12,3 Mrd. € (+6,9%)	11,5 Mrd. € (+3,7%)
Reale Umsatzentwicklung	+1,7%	-0,1%
Auslandsanteil am Umsatz	33%	32,5%
Betriebe	5.940 (+2,2%)	5.812 (-0,3%)
Beschäftigte	580.030 (+1,9%)	569.162 (+1,7%)
Verbraucherpreise gesamt	+0,5%	+0,3%
davon Nahrungsmittel und Getränke	+0,8%	+0,7%
Verkaufspreise Ernährungsindustrie		
Inland	+0,2%	-2,1%
Export	-0,6%	-2,0%

Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

Veränderung ggü. dem Vorjahreszeitraum in Klammern

\* vorläufig, geschätzt

Stand: 24.04.2017

Neue Wachstumschancen bot den Unternehmen auch mehr Wertschöpfung in höherwertigen Qualitätssegmenten. Dank des guten Konsumklimas konnte so in 2016 – nach zwei Jahren der Stagnation – erstmalig wieder ein Umsatzplus im Heimatmarkt Deutschland von 0,7 Prozent verbucht werden.



## Anteile der Branchen am Gesamtumsatz der Ernährungsindustrie 2016



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE

Die Konjunkturerholung in 2016 wirkte sich zudem positiv auf die Lebensmittelproduktion aus, der saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex stieg um 1,1 Prozent.

Die Wachstumschancen sind jedoch begrenzt. Hohe Ansprüche an Unternehmen und Produkte sowie ein harter Wettbewerb fordern die Wettbewerbsfähigkeit der Lebensmittelhersteller heraus. Die Produktionskosten steigen, so etwa bei hochwertigen und nachhaltigen Agrarrohstoffen, aber auch im Energiebereich. Die knappen Ressourcen für die Lebensmittelproduktion müssen verantwortungsvoll bewirtschaftet werden – auch das birgt Kosten. Durch den Beschäftigungsaufbau und geltende Tarifabschlüsse nehmen darüber hinaus die Lohnkosten deutlich zu. Dadurch bleibt die Ertragslage in der Branche angespannt. Das Auslandsgeschäft als wichtige Ertragsstütze muss gegen neue Marktzugangshürden und Konkurrenz abgesichert werden. Aber auch hier steht die Branche durch mehr Regulierung unter Druck.

Der intensive Wettbewerb stärkt die Verhandlungsmacht des Einzelhandels und erhöht den Preisdruck. Für die mittelständische Ernährungsindustrie steigt damit der Konsolidierungsdruck. Immer weniger Unternehmen müssen immer höhere Kosten und Standards ohne einen notwendigen Ertragszuwachs schultern. Aufgrund des steigenden Konkurrenzdrucks können sich die Hersteller nur durch Qualität, Produktinnovationen und eine effizientere Gestaltung von Produktionsprozessen gegenüber ihren Wettbewerbern

durchsetzen. Dazu braucht es auch die entsprechenden finanziellen Spielräume.

Die Ernährungsindustrie investiert trotz der schwierigen Ertragslage in Beschäftigung und bewies sich auch 2016 als verlässlicher und stabiler Arbeitgeber. So wurden in der Branche knapp 11.000 neue Stellen geschaffen. Durch die hohen Anforderungen an eine moderne, hochwertige, sichere und nachhaltige Produktion steigt zudem der Fachkräftebedarf in der Branche.

## Prognose 2017

In einer Konjunkturprognose für 2017 äußern sich Unternehmen der Ernährungsindustrie in einer aktuellen BVE-Umfrage verhalten optimistisch. Besser als im Vorjahr fallen für 2017 die Umsatzerwartungen aus: Sowohl im In- als auch im Auslandsgeschäft erwarten 60 Prozent der Befragten höhere Umsätze. Dieser Optimismus überträgt sich jedoch nicht in gleichem Maße auf die Gewinnprognose, hier erwarten nur 25 Prozent eine Verbesserung. Über die Hälfte der Umfrageteilnehmer erzielte in den vergangenen drei Jahren nur eine Renditequote von ein bis zwei Prozent oder weniger. Der Wettbewerb bleibt hart: 93 Prozent glauben daran, dass Kostensteigerungen nur bedingt an den Handel weitergereicht werden können. Die Mehrheit geht davon aus, dass die Verkaufspreise 2017 gleich bleiben. Dennoch wird die Zahl der Beschäftigten nach Meinung von drei Vierteln der Teilnehmer nicht sinken. Gut 41 Prozent plant sogar mehr Investitionen als im Vorjahr.



Die größten Herausforderungen in 2017 entstehen für die Lebensmittelhersteller im Zusammenhang mit einem nachhaltigen Wachstum, mehr Effizienz und Innovationen sowie attraktiven Perspektiven für Beschäftigte. Die Mehrheit der Lebensmittelhersteller erwartet einen zunehmenden Regulierungsdruck und eine stärkere Konsolidierung in der Branche. Der hohe Personal- und Fachkräftebedarf wird nach Ansicht der Unternehmen auch 2017 zu höheren Lohnkosten führen. Darüber hinaus wird erwartet, dass die Energiekosten steigen. Nach den wichtigsten Markttrends befragt, erwartet über die Hälfte der Unternehmen, dass die Verbraucher noch mehr Informationen, Nachhaltigkeit und Qualität bei gleichbleibender Preisorientierung wünschen. Auch die Digitalisierung und der E-Commerce werden laut Unternehmen für die zukünftigen Geschäftsmodelle immer wichtiger.

Die Rahmenbedingungen für mehr Wachstum und die Sicherung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit stellen ebenfalls große Herausforderungen für die mittelständische Ernährungsindustrie dar. Es müssen neue Absatzmärkte erschlossen, Regulierung und Bürokratie eingedämmt, faire Handelspraktiken gestärkt, Investitionen in mehr Nachhaltigkeit und Qualität gefördert, die Wertschätzung für Lebensmittel erhöht, die gesellschaftliche Aufklärung und Bildung verbessert, bezahlbare Produktionsmittel verfügbar gemacht, Handelshemmnisse abgebaut sowie bilaterale Handelsabkommen mit Wachstumsmärkten abgeschlossen werden. Ein weiteres Branchenwachstum hängt dabei von der Entwicklung des Exportgeschäfts, der Marktpreise, der Produktionskosten, des privaten Konsums und des wirtschaftspolitischen Rahmens ab.

### Industrie 4.0: Initiative „smartFoodTechnologyOwl“

Die Hochschule Ostwestfalen-Lippe (OWL) hat gemeinsam mit der BVE und anderen Partnern aus Industrie, Handwerk, Handel und Forschungseinrichtungen die Partnerschaft „smartFoodTechnologyOWL“ zur Nutzung von Industrie 4.0-Lösungen in der Lebensmittelindustrie gegründet. Ziele sind, die Qualität und Produktsicherheit von Lebensmitteln zu verbessern, die Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit der Produktionsprozesse zu stärken, die Transparenz für den Verbraucher zu erhöhen und die Wettbewerbsfähigkeit der Lebensmittelindustrie zu stärken. Seit Januar 2017 hat die Initiative „smartFoodTechnologyOWL“ eine eigene Geschäftsstelle auf dem Campus der Hochschule OWL in Lemgo. Am 7. Februar 2017 fand das erste koordinierende Treffen aller Partner in Lemgo statt.



## IT-Sicherheit in der Ernährungsindustrie

### BSI-Kritisverordnung in Kraft getreten

Das Gesetz zur Erhöhung der Sicherheit informationstechnischer Systeme (BSI-Gesetz) schützt Kritische Infrastrukturen in den Sektoren Energie, Informationstechnik und Telekommunikation, Transport und Verkehr, Gesundheit, Wasser, Ernährung sowie Finanz- und Versicherungswesen. Als Kritische Infrastrukturen gelten Anlagen, deren Ausfall nachhaltig wirkende Versorgungsengpässe mit sich bringen würden. Das Bundesministerium des Innern (BMI) hat eine Rechtsverordnung erstellt, die festlegt, welche Einrichtungen in den betroffenen Bereichen als Kritische Infrastruktur im Sinne des BSI-Gesetzes gelten. Am 2. Mai 2016 ist die BSI-Kritisverordnung (BSI-KritisV) in Kraft getreten.

Anlagenbetreiber des Sektors Ernährung sind damit verpflichtet, ihre Betroffenheit von der BSI-KritisV zu prüfen. Betreiber, deren Anlagen die in der BSI-KritisV festgelegten Schwellenwerte (Speisen 434.500 Tonnen/Jahr beziehungsweise nicht alkoholische Getränke 350 Millionen Liter/Jahr) übertreffen, müssen sich seit dem 2. November 2016 beim Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) melden und eine Kontaktstelle benennen.

Zudem müssen die betroffenen Anlagenbetreiber bis zum 2. Mai 2018 beim BSI die Einhaltung des aktuellen Standes der Technik in der IT-Sicherheit nachweisen. Dazu kann ein branchenspezifischer Standard (b3s) herangezogen werden. Darüber hinaus müssen die Anlagenbetreiber Meldepflichten zu bestimmten IT-Sicherheitsstörungen einhalten.



### **BVE ist Mitglied im UP KRITIS**

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

### **BVE initiiert „UP KRITIS Branchenarbeitskreis Ernährungsindustrie“**

Auf Initiative der BVE wurde am 13. Juli 2016 in Berlin der „UP KRITIS Branchenarbeitskreis Ernährungsindustrie“ (BAK Ernährungsindustrie) gegründet. Die Gründungsmit-



glieder setzen sich aus Verbänden und Unternehmen der Ernährungsindustrie zusammen, die Kritische Infrastrukturen vertreten. Aufgabe des BAK Ernährungsindustrie ist es, einen Branchenstandard für IT-Sicherheit gemäß den Anforderungen der BSI-KritisV zu erarbeiten. Darüber hinaus soll der Branche im Rahmen des BAK Ernährungsindustrie ein Forum zum Austausch über Fragen der IT-Sicherheit geboten werden. Die BVE übernimmt nach Abstimmung durch die Gründungsmitglieder die Leitung des BAK.

### **IFS Food, unangekündigte Audits**

Die Qualitätsansprüche der Verbraucher werden immer größer. Deshalb stellen auch die Einkäufer im Einzelhandel immer höhere Anforderungen an die Lieferanten von Fertigerzeugnissen und Rohstoffen. Mit dem IFS Food Standard steht ihnen ein Regelwerk zur Verfügung, das einen Standard zur Qualitätssicherung und Lebensmittelsicherheit von Eigenmarkenprodukten festlegt. Dieses ist durch



entsprechende bilaterale Vereinbarungen in weiten Teilen der Lebensmittellieferkette einsetzbar. Von den relevanten Gremien der IFS-Organisation wurde beschlossen, den IFS Food Version 6 zu ergänzen und ein Verfahren zur Durchführung unangekündigter Audits<sup>1</sup> einzuführen. Die entsprechenden Regularien sind im Oktober 2016 in Kraft getreten. Unangekündigte Audits bedeuten für die Hersteller in der Regel mehr Komplexität und Aufwand. Vor diesem Hintergrund wurde mit der IFS Management GmbH, Deutschland ein Verbändegespräch geführt, um auf eine ausgewogene Umsetzung dieser Auditform hinzuwirken. Dabei konnten zahlreiche Fragen geklärt werden, die unter anderem die Vorhaltung von Dokumenten, die gleichzeitige Durchführung von verschiedenen Audits, die Handhabung in Saisonbetrieben und die „18-Wochen-Zeitspanne“ des IFS Food betreffen. Ferner wurde eine regelmäßige Gesprächsrunde mit dem IFS vereinbart.

### REACH, Anfragen wegen „besonders besorgniserregender Stoffe“

Unternehmen werden zunehmend mit Auskunftsansprüchen aus der sogenannten REACH-Verordnung (REACH-VO) konfrontiert. Dabei soll Auskunft darüber erteilt werden, ob und inwieweit in den Produkten der Hersteller „besonders besorgniserregende Stoffe“ enthalten sind. Zwar gilt die zugrunde liegende Auskunftspflicht nicht für Lebensmittel, da diese von der REACH-VO weitgehend ausgenommen sind. Jedoch betrifft sie die Hersteller in ihrer Eigenschaft als „nachgeschaltete Anwender“ für den Bereich der Verpackungen. Die BVE hat für diese Fälle eine Argumentationshilfe konzipiert, auf deren Grundlage die Unternehmen auf entsprechende Anfragen reagieren können.

### BVE-Krisenmanagement

Lebensmittelhersteller sind dafür verantwortlich, dass ihre Produkte gesundheitlich unbedenklich sind und den gesetzlichen oder vertraglich vereinbarten Vorgaben entsprechen.

Lebensmittel müssen daher jederzeit kontrolliert werden, um Schäden für Verbraucher und Unternehmen auszuschließen oder um diese zumindest so gering wie möglich zu halten. Die damit verbundenen Herausforderungen, wie

zum Beispiel die Abstimmung mit Handelspartnern, Lieferanten und Behörden, sind häufig komplex. Unter dem damit oftmals einhergehenden Zeitdruck können sie die Managementkapazitäten überfordern.

Dies war 2006 der Anlass, das BVE-Krisenmanagement zu gründen und den Unternehmen der Ernährungsindustrie damit eine sofortige und bedarfsgerechte Unterstützung im Krisenfall zu ermöglichen. An sieben Tagen in der Woche, jeweils 24 Stunden, stehen über das BVE-Krisenmanagement erfahrene Krisenmanager und Experten aus den verschiedensten Disziplinen parat, auf die betroffene Unternehmen jederzeit zurückgreifen können, um im Krisenfall sachgerecht zu agieren beziehungsweise zu reagieren.

Das BVE-Krisenmanagement umfasst darüber hinaus modular aufgebaute Seminare, die den Teilnehmern ein flexibles Handwerkszeug zur Unterstützung des operativen und präventiven Krisenmanagements vermitteln.

In den vergangenen Jahren haben mehrere hundert Unternehmen die Leistungen des BVE-Krisenmanagements in Anspruch genommen. Es hat sich bewährt und ist in der Branche anerkannt.

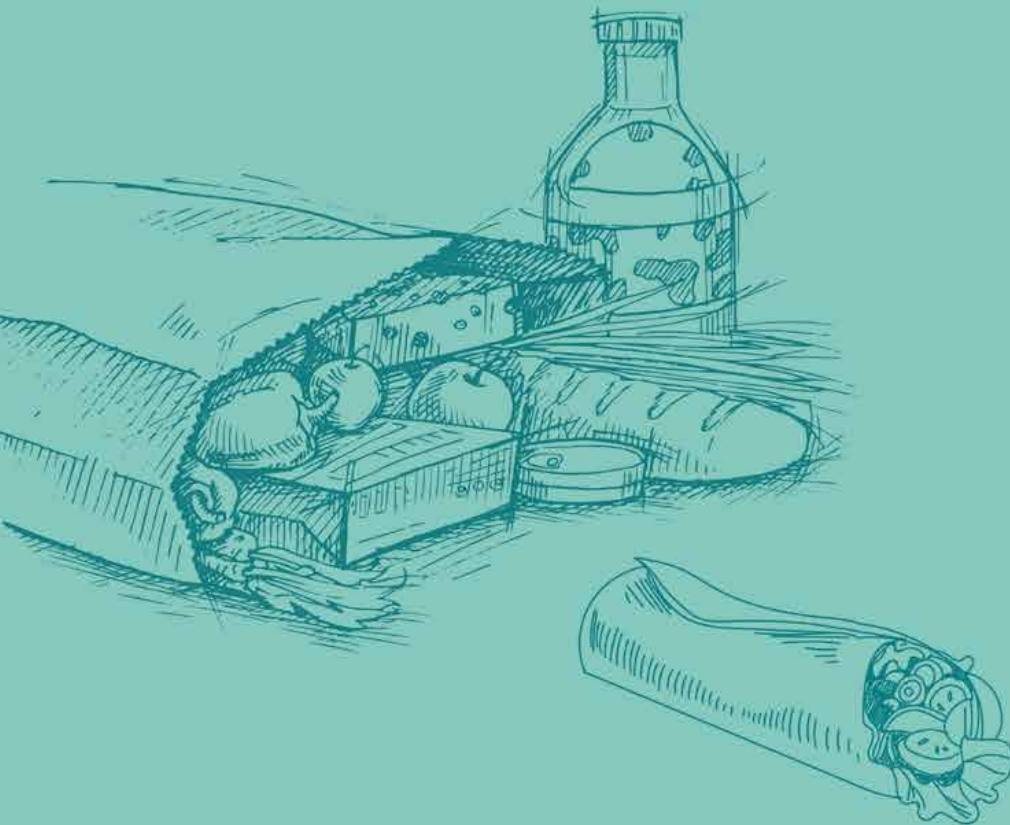
Unterstützt wird die BVE bei ihrem Dienstleistungsangebot seit der ersten Stunde von ihrem FDE-Mitglied, der AFC Risk & Crisis Consult GmbH.



<sup>1</sup> Ein Audit ist ein Untersuchungsverfahren, das prüft, ob Prozesse, Anforderungen und Richtlinien die geforderten Standards erfüllen.



# 3 Märkte und Wettbewerb



## Lebensmitteleinzelhandel

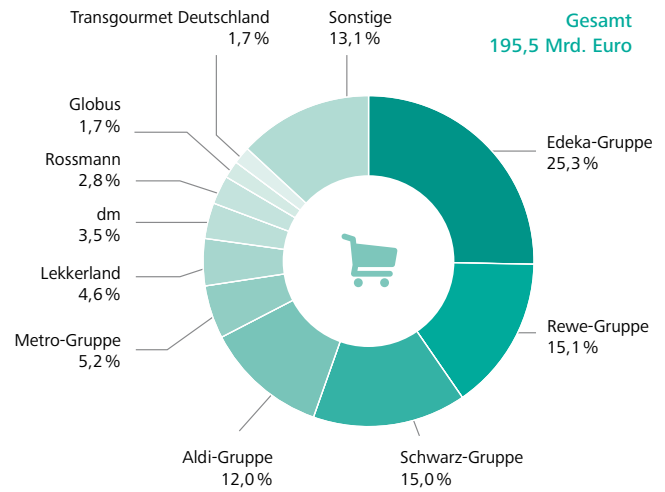
Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ist mit einem Jahresumsatz von insgesamt 195,5 Milliarden Euro in 2016 der größte Absatzkanal für die Ernährungsindustrie. Die große Mehrheit der Lebensmittel gelangt damit vom Hersteller über den Handel zum Verbraucher. Die Konzentration im deutschen LEH ist sehr hoch, rund drei Viertel des Marktes haben fünf Großunternehmen inne. Dies führt zu einem intensiven Preiswettbewerb und hohen Anforderungen an die Lieferanten. Den fünf großen Abnehmern stehen am deutschen Markt rund 6.000 kleine und mittelständische Lebensmittelhersteller gegenüber. Dieses Kräfteungleichgewicht stärkt die Verhandlungsposition der großen Handelskonzerne und erhöht empfindlich den Wettbewerbsdruck auf die Ernährungsindustrie. Häufig akzeptieren Unternehmen die geforderten Konditionen des stärker positionierten Handels, um bestehende Listungen nicht zu gefährden. Durch höhere Produktionskosten bedingte, notwendige Preisanpassungen können die Lebensmittelhersteller auch oft nur im begrenzten Maße durchsetzen. Angesichts der ohnehin schwierigen Ertragslage der Unternehmen der Ernährungsindustrie bedeutet dies eine zusätzliche Belastung.

Die mit dem gesellschaftlichen Wandel einhergehenden Veränderungen im Konsumverhalten der Verbraucher stellen auch den LEH vor neue Herausforderungen. Die Anforderungen der Konsumenten an ihre Ernährung und an Lebensmittel steigen. Die Einkaufsmenge wird bewusster gewählt, die Sensibilität gegenüber Preis, Qualität und Service steigt. Auch an der Verkaufsstelle verlangen die Kunden umfassendere Informationen. Gleichzeitig ist der Verbraucher aber immer häufiger unter Zeitdruck, die Zahl der Einkaufstrips sinkt und der Bedarf an hochwertigen, aber schnell zubereiteten Mahlzeiten steigt. Ein breites und hochwertiges Produktangebot, mehr Service (beispielsweise durch individuelle Bestell- und Lieferdienste), aber auch eine verbesserte Standortwahl sowie ein Ausbau des Premiumhandelsmarkensegments sind Strategien des LEHs, um den Kundenwünschen nachzukommen und eine höhere Wertschöpfung zu generieren. Vor allem die Vollsortimenter konnten 2016 dadurch ihre Marktanteile auf rund 28 Prozent weiter ausbauen, während die stärker am Preiswettbewerb orientierten Discounter ihren Marktanteil von gut 42 Prozent stabil hielten. Die sich wandelnden Verbraucherbedürfnisse bieten für Handel und Industrie zahlreiche Chancen, die gemeinsam genutzt werden können.

## Recht und Wettbewerb

Die schwierigen Marktbedingungen, denen die Ernährungsindustrie ausgesetzt ist, sind insbesondere auf die Konzentration im LEH und die damit einhergehende Verhandlungsstärke der Händler zurückzuführen. Mit der Übernahme der Kaiser's Tengelmann-Märkte durch EDEKA und Rewe hat sich

## Anteile am Lebensmittelumsatz im Einzelhandel 2016



Quelle: TradeDimensions

die Konzentration im LEH weiter verstärkt. Die BVE hatte sich im Vorfeld des Zusammenschlusses, der letztlich durch eine Ministererlaubnis des damaligen Wirtschaftsministers Sigmar Gabriel ermöglicht wurde, sowohl gegenüber dem Bundeskartellamt als auch gegenüber der Monopolkommission ablehnend geäußert.

Diese Entwicklung macht deutlich, dass die Ernährungsindustrie einen wirksamen rechtlichen und praktikablen Regelungsrahmen benötigt, um sich vor missbräuchlich ausgeübter Marktmacht auf der Absatzseite zu schützen. In diesem Sinne hat sich die BVE in 2016 aktiv in die laufende Novellierung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen eingebracht.

Dabei sieht sich die Branche mit zwei Herausforderungen konfrontiert, die für die rechtliche Situation der Nahrungsmittelhersteller entscheidend sind:

- Kartellrechtliche Verfahren wegen missbräuchlicher Ausnutzung von Marktmacht setzen voraus, dass das beanstandete Verhalten sowie die Beteiligten benannt werden, man spricht hier von der Benennung von „Ross und Reiter“. Dazu sind Lieferanten in aller Regel nicht bereit, da sie eine Gefährdung für bestehende Listungen befürchten.
- Da das Problem einer missbräuchlichen Ausnutzung von Marktmacht auch in anderen EU-Ländern zunehmend von Bedeutung ist, ist das Thema ins Visier der Europäischen Kommission geraten. Von einer Rechtsetzungsinitiative des europäischen Gesetzgebers erwarten wesentliche Akteure der Lebensmittellieferkette in Deutschland jedoch eher Nach- als Vorteile.





Dialogplattform Lebensmittellieferkette: (v. l.) Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer Handelsverband Deutschland; Bernhard Krüsken, Generalsekretär Deutscher Bauernverband; Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer Markenverband und Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer BVE; © Lebensmittel Zeitung

Vor diesem Hintergrund hat die BVE gemeinsam mit dem Handelsverband Deutschland, dem Deutschen Bauernverband und dem Markenverband bereits in 2013 eine nationale Dialogplattform, die „Dialogplattform Lebensmittellieferkette“, gegründet. Die Initiative hat sich mit der Frage befasst, wie der faire Wettbewerb in der Lebensmittellieferkette gefördert werden kann. Hierzu wurde ein Streitbeilegungsinstrumentarium entwickelt, das die Mediation, die Einrichtung einer Schlichtungsstelle sowie die Erstellung von Gutachten zur Lösung anonymisierter und genereller Fragestellungen beinhaltet. Nähere Informationen können auf [www.lebensmittellieferkette.de](http://www.lebensmittellieferkette.de) eingesehen werden. Abzuwarten bleibt nun, ob und inwieweit dieses Instrumentarium von den Marktbeteiligten akzeptiert und in Anspruch genommen wird.

## Der deutsche Außer-Haus-Markt 2016

Nach dem LEH ist der Außer-Haus-Markt der zweitwichtigste Absatzkanal für die Ernährungsindustrie in Deutschland. Im Vergleich zu den moderaten Umsatzentwicklungen im LEH konnte der Absatz von Lebensmitteln und Getränken über den Außer-Haus-Markt in 2016 weiter an Bedeutung gewinnen.

Laut dem CRESTonline Verbraucherpanel der npdgroup Deutschland gaben deutsche Verbraucher in 2016 insgesamt 75,8 Milliarden Euro für gastronomische Leistungen aus. Dies entspricht einem Zuwachs der privaten Nachfrage um 3,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Von dieser positiven Tendenz profitierten alle vier Marktsegmente. Am

stärksten fiel das Plus mit 3,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erneut in der Kategorie Arbeits- und Ausbildungsplatzverpflegung aus, gefolgt von der Schnellgastronomie mit einem Wachstum von 3,6 Prozent sowie der klassischen Bediengastronomie und der Erlebnisgastronomie mit je 2,7 beziehungsweise 2,6 Prozent Umsatzzuwachs.

Treibende Kräfte für diesen Umsatzzuwachs im deutschen Außer-Haus-Markt sind erneut höhere Ausgaben pro Besuch, wachsende Besucherzahlen in Restaurants, Kantinen und Imbissen sowie ein ausgewogeneres Preis-Leistungs-Verhältnis, welches auch die Qualität der angebotenen Speisen berücksichtigt. In 2016 stiegen die Ausgaben pro Besuch um rund 2,4 Prozent auf 6,54 Euro an. Die Anzahl der Besuche erhöhte sich um knapp 0,7 Prozent auf gut 11,6 Milliarden im Vergleich zum Vorjahr. Bei geschätzt knapp 81 Millionen Einwohnern in Deutschland ging jeder im vergangenen Jahr durchschnittlich mehr als 140 Mal außer Haus Essen und gab dabei insgesamt mehr als 930 Euro aus.

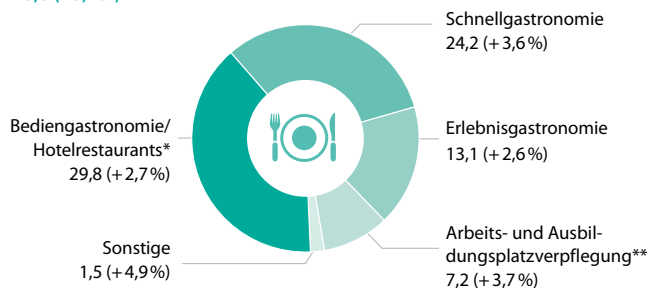
Im Segment der Arbeits- und Ausbildungsplatzverpflegung sind die Umsatzzuwächse durch mehr Frequenz und höhere Ausgaben zudem auf die gute Wirtschaftskonjunktur und die damit verbundene hohe Zahl an Erwerbstätigen, auf die hohen Studentenzahlen sowie auf die zunehmende Einführung von Ganztagschulen in Deutschland zurückzuführen.

Auch im europäischen Vergleich ist Deutschland damit weiterhin führend. Die fünf größten europäischen Märkte konnten in der privaten Außer-Haus-Nachfrage zusammen einen

## Außer-Haus-Markt Konsumausgaben 2016

Ausgaben in Mrd. Euro (Veränderungen zu 2015 in Klammern)

**Gesamtmarkt**  
75,8 (+3,1%)



\* Hotellerie inkl. Frühstück bei Übernachtung

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

Quelle: CRESTonline Verbraucherpanel der npdgroup Deutschland

Umsatzzuwachs um 1,9 Prozent verzeichnen. Mit 3,1 Prozent Wachstum führt Deutschland die Liste an, gefolgt von Großbritannien mit einem Umsatzzuwachs von 2,9 Prozent, Spanien mit 1,9 Prozent, Frankreich mit 0,7 Prozent und Italien mit 0,6 Prozent.

Auch für das kommende Jahr stehen die Vorzeichen gut. So erwartet die npdgroup Deutschland weiter steigende Besucherzahlen bei einem gleichzeitig anhaltenden Wachstum der Ausgaben pro Besuch. Für das Gesamtjahr 2017 geht daher auch die BVE von einem Umsatzzuwachs um mindestens 3 Prozent für den deutschen Außer-Haus-Markt aus.

In Zukunft werden vor allem die steigende Bereitschaft der Konsumenten, mehr Geld in der Gastronomie auszugeben, der Bedarf, fehlendes Kochwissen durch einen Restaurantbesuch zu kompensieren, sowie der Wunsch nach Transparenz und Nachhaltigkeit – auch in Form einer verstärkten Nachfrage nach saisonalen und regionalen, vegan und vegetarischen Produkten – einen zunehmenden Einfluss auf die Entwicklungen im deutschen Außer-Haus-Markt haben. Größere Flexibilität und Mobilität im Alltag führen außerdem dazu, dass die Produkte im Außer-Haus-Markt verstärkt zum Mitnehmen („To Go“) verfügbar sind.



Auch die Digitalisierung wird den Außer-Haus-Markt zunehmend beeinflussen. Entwicklungen, wie das Bestellen oder Bezahlen per App, das Bewerten von Gerichten, Restaurants und Dienstleistungen sowie die Möglichkeit, andere Gäste zeitnah darüber zu informieren, bergen nicht nur Chancen, sondern stellen den Außer-Haus-Markt gleichermaßen vor Herausforderungen.

## INTERNORGA 2017

Die INTERNORGA ist seit 1921 die europäische Leitmesse für Hotellerie, Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Bäckereien und Konditoreien. Jedes Jahr im März präsentieren Aussteller aus dem In- und Ausland ihre Neuheiten, Trends und Komplettlösungen für den gesamten Außer-Haus-Markt. Ein vielseitiges Rahmenprogramm sowie international besetzte Kongresse und Award-Verleihungen ergänzen das Messeportfolio.

Auch zur 91. INTERNORGA vom 17. bis 21. März 2017 war das gesamte Hamburger Messegelände ausgebucht. Gut 1.300 Aussteller aus 25 Nationen präsentierten, welche Trends der Außer-Haus-Markt heute und in Zukunft zu bieten hat. Neben den traditionellen Messe-Highlights, wie der Newcomer's Area, der Craft Beer Arena, dem Food Truck Village oder dem New Chef Award, gab es erstmalig einen Grill- und BBQ-Court.

Mit der siebten Verleihung des INTERNORGA Zukunftspreises wurden auch in diesem Jahr Dienstleistungen und Unternehmensstrategien ausgezeichnet, die sich für Zukunftsverträglichkeit und Nachhaltigkeit einsetzen.



Das von der Zeitschrift food-service und der Hamburg Messe- und Kongress GmbH organisierte Internationale Foodservice-Forum am Vortag der Messe zählt mit rund 2.000 Gästen zu den weltweit größten Fachkonferenzen für den professionellen Außer-Haus-Markt.

Einen für die gesamte Branche durchaus positiven Ausblick auf das Jahr 2017 gab das im Vorfeld der INTERNORGA veröffentlichte GV-Barometer. Eine weiterhin hohe, wenn auch im Vergleich zum Vorjahr leicht abgeschwächte Investitionsbereitschaft in der deutschen Gemeinschaftsgastronomie sowie eine positive Bereitschaft der Verbraucher, mehr für qualitativ hochwertige Lebensmittel auszugeben, geben Hoffnung auf weiterhin steigende Umsätze in diesem Absatzkanal. Als weiteres Ergebnis konnte eine Bedeutungszunahme bei den Themen Gesundheit, Regionalität, Saisonalität, aber auch bei vegetarischen und veganen Speiseangeboten festgestellt werden.

Die BVE ist ideeller Träger der INTERNORGA. Die nächste INTERNORGA findet vom **17. bis 21. März 2018** statt.



### Die Ernährungsindustrie am Weltmarkt

Die Ernährungsindustrie exportierte 2016 Lebensmittel im Wert von 56,7 Milliarden Euro. Damit konnten die Ausfuhren im Vorjahresvergleich um 3,6 Prozent ausgebaut werden. Die Exportquote blieb bei 33 Prozent stabil. Durch die Erschließung neuer Absatzmärkte gewann das Exportgeschäft an Dynamik, Verluste aus anderen Märkten wie dem Russlandgeschäft konnten dadurch besser ausgeglichen werden. Insbesondere außerhalb der EU nahm das Exportgeschäft an Fahrt auf. Erheblich beeinflusst wurde das Exportwachstum gleichzeitig durch das hohe Weltmarktangebot in einigen Teilbranchen, woraus ein erheblicher Preisdruck resultierte. Die Ausfuhrpreise sanken um 0,6 Prozent. Mengenmäßig stiegen die Lebensmittelexporte damit sogar um 4,3 Prozent.

Die stagnierende Mengennachfrage im Inland steigert die Bedeutung des Exportgeschäfts als wichtiger Wachstumsmotor und Ertragsstütze für die Ernährungsindustrie. Die Erschließung verschiedener neuer Absatzmärkte im Export sichert den Lebensmittelherstellern und ihren Beschäftigten nachhaltige Perspektiven. Immer mehr Verbraucher weltweit schätzen Qualität, Sicherheit und Produktionsbedingungen deutscher Lebensmittel.

Der harte Wettbewerb und die steigenden Ansprüche der Kunden an Lebensmittel haben die Branche sowohl in Bezug auf die Qualität als auch den Preis zudem international wettbewerbsfähig gemacht. Heute ist Deutschland der drittgrößte Exporteur und Importeur von Lebensmitteln und Agrarerzeugnissen am Weltmarkt sowie Nettoexporteur von

verarbeiteten Lebensmitteln. 2016 stiegen die Agrarimporte im Wert auf schätzungsweise 84,5 Milliarden Euro.

### EU-Binnenmarkt

78 Prozent der deutschen Lebensmittelexporte werden in der EU abgesetzt. Der Ernährungsindustrie erleichtern hier die Vorteile des Binnenmarktes, kurze Transportwege und vergleichbare Konsumpräferenzen den Export. Die wichtigsten Handelspartner sind die Niederlande, Frankreich, Italien, Großbritannien und Österreich. 2016 wuchs das EU-Exportgeschäft um 2,8 Prozent. Damit konnten nach einem Jahr der Stagnation erstmalig wieder Zugewinne im EU-Export erzielt werden. Die Konsumstimmung im Binnenmarkt bleibt jedoch durch konjunkturelle und politische Unsicherheiten gedämpft, der Markt insgesamt gesättigt. Damit bleiben die Wachstumschancen in der EU bei dem hohen Konkurrenzdruck begrenzt.

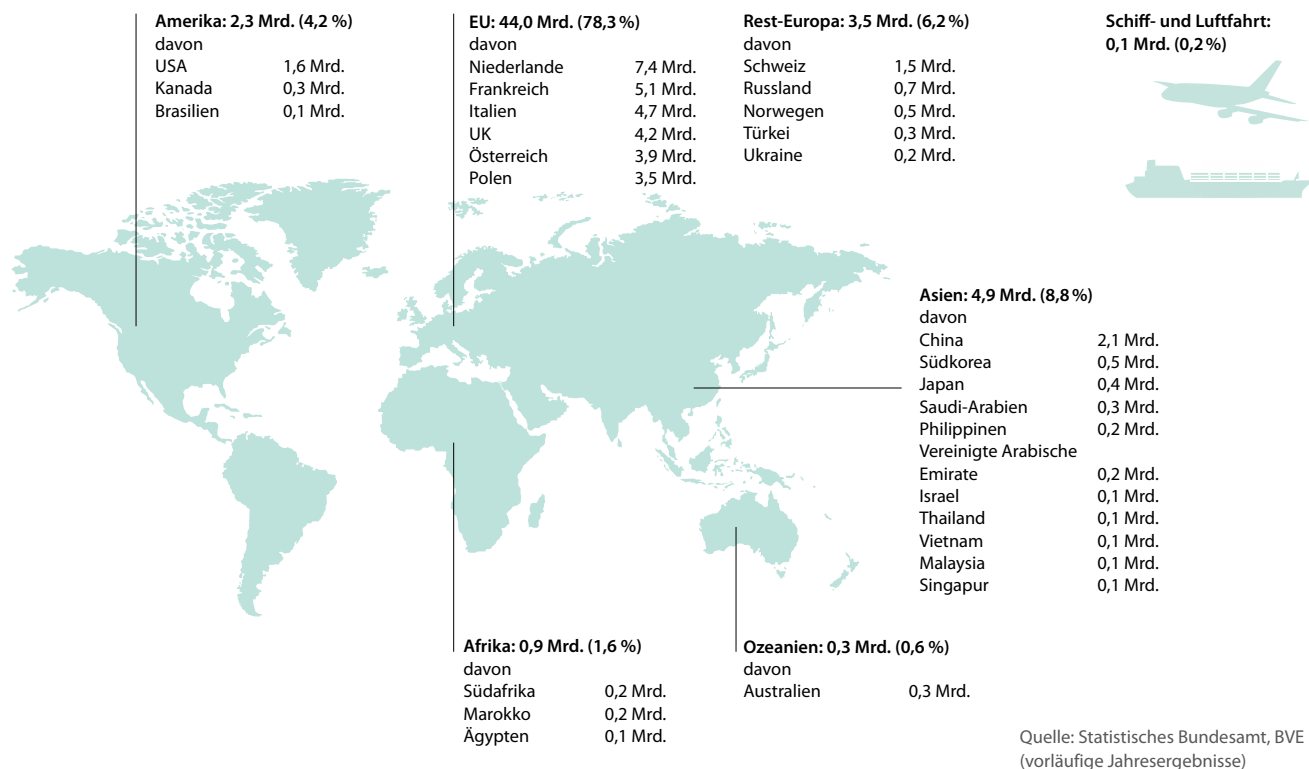
### Wachstumschancen in Drittländern

Wachstumschancen liegen für die deutschen Lebensmittelhersteller in kaufkräftigen und konsumfreudigen Absatzmärkten zunehmend auch außerhalb der EU, so etwa in Asien und Amerika. Über 80 Prozent der Lebensmittelexporteure setzen ihre Produkte bereits in Drittländern ab. Die wichtigsten Absatzmärkte abseits des EU-Binnenmarktes sind China, die USA, die Schweiz und – zwar weiter abgeschlagen – nach wie vor Russland. 2016 wurden Lebensmittel im Wert von 12,3 Milliarden Euro außerhalb



## Ausfuhr der deutschen Ernährungsindustrie 2016

in Euro, vorläufig, Anteil an Gesamtausfuhr in Klammern



der EU abgesetzt. Damit konnte das Drittlandsexportgeschäft im Vorjahresvergleich um 6,9 Prozent ausgebaut werden. Der unzureichende Marktzugang, mehr Konkurrenz, immer höhere Handelshemmnisse und Bürokratie in chancenreichen Märkten, wirtschaftliche und politische Krisen, die mangelnde Rechtssicherheit, aber auch Unsicherheiten bei Wechselkursen und Handelspartnern hemmten weiteres Wachstum. Insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen fehlen oft Zeit und Mittel, um die zum Teil aufwendige Exportabwicklung außerhalb der EU umzusetzen.

Zunehmend offene Agrarmärkte und ein steigender Welthandel haben die Wertschöpfungsketten und Absatzmärkte der Lebensmittelproduktion internationalisiert. Eine bessere Arbeitsteilung und Ausgleich von Angebot und Nachfrage sowie eine größere Auswahl und günstigere Preise sind Chancen. Herausforderungen bestehen jedoch in einem deutlich gestiegenen Wettbewerbsdruck im Agrarhandel sowie der Transparenz und Sicherheit entlang der Lieferketten. Ein freier und gleichberechtigter Welthandel braucht klare Regeln, alle Akteure entlang der globalen Lebensmittelketten müssen profitieren. Dabei gilt es auch, die Marktanteile der deutschen Lebensmittelhersteller im weltweiten Wettbewerb zu sichern. Dazu braucht es neue Absatzmärkte, eine stärkere Diversifizierung der Abnehmerländer, verlässliche Rahmenbedingungen der Politik, eine klare Förderung der

Exportorientierung insbesondere kleiner und mittelständischer Unternehmen sowie einen Abbau von Handelshemmnissen. Die Politik ist aufgefordert, der exportorientierten Ernährungsindustrie weitere strategisch wichtige Märkte im Ausland zu öffnen und ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten.

### PwC-BVE-Exportbarometer

Das Exportklima der Ernährungsindustrie gab 2016 etwas nach. Vor allem im Sommer blieben saisonale Wachstumsanreize aus, im Winter herrschte im Vorjahresvergleich Stagnation. Die Stimmungslage in den einzelnen Branchen blieb jedoch heterogen. Überdurchschnittlich positiv zeigt sich das Exportklima zuletzt bei den Herstellern von Fleisch, Fleischwaren und Bier.

Die wichtigsten Exportmärkte waren laut Einschätzung der Unternehmen in der letzten Exportbarometer-Winterbefragung Frankreich, Österreich, die Niederlande, Italien, die Schweiz, die USA und China. Der Anteil der Unternehmen, der auch in Länder außerhalb der EU exportiert, stieg auf 82 Prozent. Dabei organisieren die Exporteure den Vertrieb im Ausland in allen Märkten zunehmend und vorrangig in Eigenregie; Importeure und Zwischenhändler werden am zweithäufigsten in den Vertrieb eingebunden. Ein deutliches Absatzwachstum wird für die erste Jahreshälfte 2017 nicht

erwartet. Die steigenden Absatzerwartungen nahmen lediglich für Japan, China, Polen, Italien, Frankreich und Spanien zu. Durch die politischen Entwicklungen bedingt, nahmen vor allem die Erwartungen an einen steigenden Absatz in den USA sowie in Großbritannien und Russland spürbar ab. Ebenfalls gedämpft fielen die Erwartungen für Australien, Österreich und die Schweiz aus.

Laut der Exportbarometer-Sommerbefragung liegen die Stärken deutscher Lebensmittel in den Auslandsmärkten ebenfalls in Qualität und Herkunft, weniger allerdings in einem wettbewerbsfähigen Preis. Insbesondere in den EU-Märkten ist der gute Geschmack, in den Nicht-EU-Ländern hingegen die Herkunft der größte Wettbewerbsvorteil. Trotz eines immer schwierigeren Geschäftsumfeldes im Export ist für die Lebensmittelexporteure die Erschließung neuer Absatzmärkte die beste Strategie für weiteres und stabileres Wachstum. So planen 49 Prozent der Unternehmen, weitere Märkte in Nicht-EU-Ländern, dabei vor allem in China und den USA, zu erschließen. 42 Prozent wollen sich neue Märkte in der EU, dabei vor allem in Polen und Spanien, öffnen und nur 39 Prozent planen keine weiteren Markterschließungen. Nach den Wachstumschancen in Afrika gefragt, zeigten sich lediglich 46 Prozent der befragten Unternehmen zuversichtlich.

In der Winterbefragung stellten 39 Prozent der Unternehmen fest, dass der Zeitaufwand für die Markterschließung im letzten Jahr gestiegen ist, 31 Prozent teilen diese Einschätzung auch für 2017. 45 Prozent der Unternehmen geben an, dass sich vor allem die Kosten der Markterschließung im vergangenen Jahr erhöht haben, immerhin noch 40 Prozent

erwarten auch 2017 einen Kostenanstieg. 50 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass sie in bestimmte Märkte im vergangenen Jahr nicht exportieren konnten. Zwei Drittel der Befragten nannten als Hauptgrund für den blockierten Marktzugang politische oder wirtschaftliche Krisen, 51 Prozent gaben bürokratische Hürden an, die nicht erfüllt werden konnten. 31 Prozent der befragten Unternehmen konnten aufgrund knapper Ressourcen aus reinem Zeitmangel nicht in bestimmte Märkte exportieren.

Das Exportbarometer der Ernährungsindustrie wurde im Sommer und Winter 2016 zum 13. beziehungsweise 14. Mal gemeinsam von der BVE und PwC erhoben. Es hat sich als erfolgreiches Instrument der Exportkonjunkturbericht-erstellung etabliert. Für das Exportbarometer werden über 400 Geschäftsführer und Exportleiter der Ernährungsindustrie nach ihrer Einschätzung der aktuellen Geschäftslage sowie nach den zukünftigen Erwartungen im Export befragt. Aus den Befragungsergebnissen wird ein Exportklimaindex berechnet, der Auskunft über die heutige Positionierung der Ernährungsindustrie im internationalen Wettbewerb und über zukünftige Absatzmärkte gibt. Über das Online-Tool [www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/exportbarometer-tool.html](http://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/exportbarometer-tool.html) können Unternehmen ihre eigene Lage und Entwicklung der Branche gegenüberstellen. Das BVE-PwC-Exportbarometer wird zu Zwecken der strategischen Exportkonjunkturbeobachtung halbjährlich erstellt und vom BMEL gefördert.

## Nationale und europäische Exportförderung für die Ernährungsindustrie

Für viele Unternehmen der Ernährungsindustrie bildet das Exportgeschäft die tragende Säule ihrer Unternehmensleistungen. Der Zugang zu vielen Exportmärkten sowie der Aufbau internationaler Handelsbeziehungen ist allerdings oft nur in einem engen Zusammenspiel zwischen Wirtschaft und Politik möglich. Seit bereits sechs Jahren unterstützt das BMEL vor allem kleine und mittelständische Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie gezielt durch Exportfördermaßnahmen im In- und Ausland. Hierzu zählen unter anderem die Bereitstellung kostenfreier Marktstudien, die Organisation von Markterkundungs- und Geschäftsreisen sowie die offizielle Beteiligung an relevanten Fachmessen im außer-europäischen Ausland.

Im Rahmen seines Auslandsmesseprogramms beteiligt sich das BMEL in 2017 mit deutschen Firmengemeinschaftsbeteiligungen an insgesamt 36 relevanten Auslandsmessen. Darüber hinaus organisiert das BMEL auf der Weltleitmesse für Lebensmittel, der Anuga in Köln, einen Informationsstand und eine Lounge. Das BMEL-Auslandsmesseprogramm soll Unter-

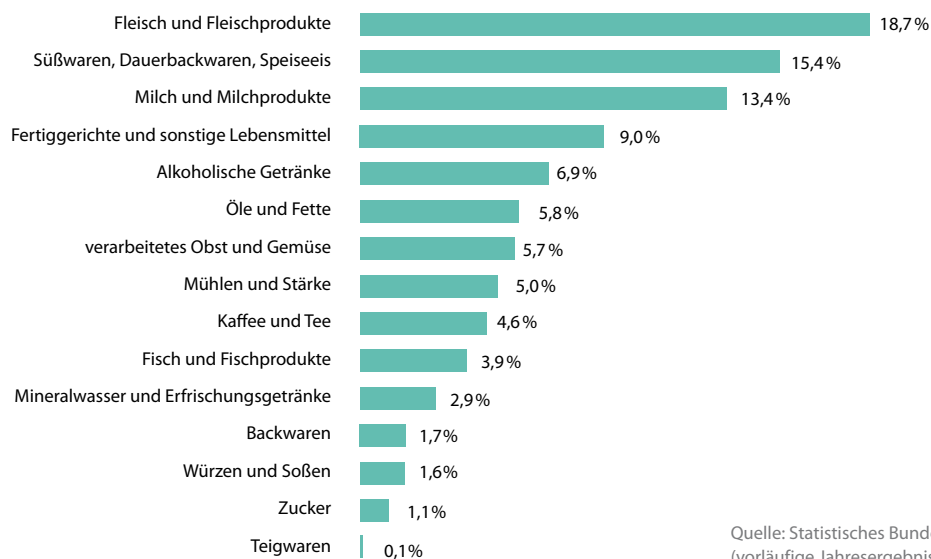


Online-Tool:  
<http://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/exportbarometer-tool.html>



## Exporte nach Warengruppen 2016

Anteil an Gesamtausfuhr in %



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE  
(vorläufige Jahresergebnisse)

nehmen eine einfache, kostengünstige und imagewirksame Möglichkeit bieten, sich unter dem Emblem der Bundesregierung „Made in Germany“ auf wichtigen Auslandsmärkten zu präsentieren. Neben der Ausstellungsfläche bietet das BMEL den teilnehmenden Unternehmen umfangreiche Serviceleistungen an. Dazu gehören zum Beispiel Kontaktveranstaltungen mit Importeuren, die Besichtigung branchenspezifischer Vertriebsstrukturen vor Ort oder Empfänge unter Beteiligung der Deutschen Botschaften und Generalkonsulate. Die BVE schlägt dem BMEL relevante Auslandsmärkte und Auslandsmessen vor und unterstützt das Ministerium bei der finalen Auswahl der Auslandsmessebeteiligungen.

Für 2017 sind insgesamt 19 Markterkundungs-, Geschäftsreisen und Informationsveranstaltungen im Rahmen der BMEL-Exportfördermaßnahmen geplant. Die Reiseziele sowie die inhaltliche Ausrichtung der Reisen werden zwischen dem BMEL, den Vertretern der Agrar- und Ernährungswirtschaft (darunter die BVE) und den beauftragten Dienstleistern in enger Kooperation abgestimmt.

Vorbereitend für einen Markteintritt stehen interessierten Unternehmen auf [www.agrarexportfoerderung.de](http://www.agrarexportfoerderung.de) vom BMEL finanzierte Marktstudien und Berichte zu 55 Ländern kostenfrei zur Verfügung.

Zusätzlich zur nationalen Exportförderung unterstützt die Europäische Kommission Unternehmen aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft aus ganz Europa mit einem Absatzförderprogramm. Für 2017 hat die Europäische Kommission ihr

Förderbudget auf 133 Millionen Euro angehoben. Mit dem in 2016 eingeführten neuen EU-Fördersystem können Projekte für Einzelländer- und Mehrländerprogramme sowie Projekte innerhalb der Europäischen Union und in Drittlandsmärkten finanziell unterstützt werden. Hierfür stehen Förderquoten zwischen 70 und 85 Prozent in Aussicht.

Aus Deutschland wurden 2016 aufgrund von Bedenken zur Kofinanzierung, zur Komplexität der Antragsstellung sowie zu Haftungsfragen im Falle von Fehlern lediglich zwei Anträge auf Exportförderung bei der Europäischen Kommission eingereicht. Nur einer dieser zwei Anträge wurde bewilligt. Bei der Verteilung europäischer Fördergelder spielt Deutschland somit lediglich eine untergeordnete Rolle. Im Rahmen einer Veranstaltung mit einem Vertreter der Europäischen Kommission unter Beteiligung der BVE im vergangenen Jahr konnten Unsicherheiten der deutschen Ernährungswirtschaft aber größtenteils ausgeräumt werden. Für 2017 wird daher mit mehr Anträgen auf EU-Exportförderung aus Deutschland gerechnet.

Hochrangige nationale oder europäische Delegationsreisen in ausgewählte Zielmärkte, an denen regelmäßig auch Wirtschaftsvertreter teilnehmen können, bieten deutschen Unternehmen über die hier aufgezählten Maßnahmen hinaus Unterstützung bei der Etablierung relevanter Handelskontakte. Über die BVE werden mögliche Teilnahmen von Wirtschaftsvertretern aktiv an Mitgliedsunternehmen kommuniziert.

# AUSSEN WIRTSCHAFTS TAG

der Agrar- und  
Ernährungswirtschaft



Frank-Walter Steinmeier (l.), ehemal. Bundesminister des Auswärtigen, und Bundesminister Christian Schmidt (r.) eröffnen den 7. Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungsindustrie



## 7. Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungsindustrie

Am 16. Juni 2016 fand zum siebten Mal der Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft im Auswärtigen Amt in Berlin statt. An der gemeinsamen Veranstaltung der BVE, des BMEL und des Auswärtigen Amtes nahmen rund 400 Teilnehmer aus Wirtschaft, Politik, Verbänden und dem Dienstleistungssektor teil.

Der im zweijährigen Rhythmus organisierte Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft bietet Unternehmen eine wichtige Netzwerkplattform, um sich mit Experten aus dem In- und Ausland über Strategien zur Auslandsmarkterschließung auszutauschen und neue Geschäftsmöglichkeiten im internationalen Lebensmittelhandel zu diskutieren.

Die Anwesenheit hochkarätiger Politikprominenz unterstrich auch in diesem Jahr die besondere Bedeutung des Außenwirtschaftstages. So eröffneten der Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft Christian Schmidt und der damalige Bundesminister des Auswärtigen Frank-Walter Steinmeier gemeinsam die Veranstaltung. In der Abschlussrunde diskutierten der Parlamentarische Staatssekretär des BMEL Peter Bleser mit dem damaligen stellvertretenden BVE-Vorsitzenden Sebastian Schaeffer sowie dem CFO der Metro Cash & Carry Deutschland Frank Hammerle zum Thema Ordnungspolitik und Außenhandel. Die Keynote zum Thema „Agri-Food Handel und Afrika“ hielt in diesem Jahr Prof. Gabriel Felbermayr, Leiter des ifo Instituts für Außenwirtschaft.



V.l.n.r.: Frank-Walter Steinmeier, Christian Schmidt, Sebastian Schaeffer, damaliger stellvertretender BVE-Vorsitzender und Friedrich Wacker, BMEL

Weitere 30 Referenten sorgten in sechs Fachforen für rege Diskussionen über die Zielmärkte Japan, Großbritannien, Vietnam und die Vereinigten Arabischen Emirate. Diskutiert wurde auch über die Themen Außenwirtschaftsförderung und „Deutsche Qualitätsstandards als Exportschlager“.

## Außenwirtschaftsseminar der Agrar- und Ernährungswirtschaft

Seit 2015 ergänzt das Außenwirtschaftsseminar der Agrar- und Ernährungswirtschaft den politisch orientierten Außenwirtschaftstag um eine interaktive und praxisorientierte Fachtagung. Das zweite gemeinsame Außenwirtschaftsseminar von BVE und BMEL findet am 8. Juni 2017 in Berlin statt.

## BMEL-Export-Gipfel am 19. Oktober 2016

Am 19. Oktober 2016 trafen sich der Parlamentarische Staatssekretär Peter Bleser und Vertreter der Agrar- und Ernährungswirtschaft im BMEL, um über aktuelle Entwicklungen im Export und der Handelspolitik zu diskutieren.

Die BVE betonte in der Runde, dass es wichtig sei, bestehende Märkte offen zu halten und forderte, insbesondere China als wichtigen und bislang stabilen Wachstumsmarkt für die Branche zu erhalten. Für die Exportabwicklung benötigen die Unternehmen auch hier die politische Unterstützung durch entsprechende Kapazitäten in den zuständigen Behörden. Darüber hinaus machte die BVE deutlich, dass auch weiterhin neue Märkte geöffnet werden müssen, um der Branche eine Diversifizierung der Exporte zu ermöglichen.

Der hochrangige Austausch zwischen dem BMEL und der Wirtschaft findet jährlich statt und fördert die Zusammenarbeit von Wirtschaft und Politik in Exportfragen sowie die strategische Ausrichtung der Handelspolitik.

## Arbeitskreis Außenwirtschaft

Zur Stärkung der Branchenposition im internationalen Handel tagte am 15. Juni 2016 in Berlin der BVE-Arbeitskreis Außenwirtschaft. Im Mitgliederkreis diskutierten Fachexperten aus Unternehmen und Verbänden der Ernährungsindustrie aktuelle Themen der internationalen Handelspolitik sowie die Marktzugangsbedingungen im globalen Lebensmittelhandel. Am Dialog nahmen ebenfalls Vertreter des BMEL sowie des Bundesministeriums Wirtschaft und Energie teil. Der gegenseitige Informationsaustausch ermöglicht es, die spezifischen Anliegen der Branche frühzeitig in die politischen Entscheidungsprozesse einfließen zu lassen.

Im Fokus des Interesses lag vor allem die Entwicklung der Außenwirtschaftsbeziehungen in den wichtigen Exportzielmärkten außerhalb der EU. Hier standen insbesondere die Verhandlungen um Freihandelsabkommen mit konsumfreundigen und kaufkräftigen Märkten wie USA und Japan, aber auch Wachstumsmärkten wie dem MERCOSUR-Raum auf der Tagesordnung. Durch den Abbau von Handelshemmnissen für die exportorientierte Ernährungsindustrie ist hier großes Wachstumspotenzial geboten. Hier braucht es die Unterstützung der Politik. Darüber hinaus wurden die aktuellen Entwicklungen im amerikanischen Lebensmittelrecht sowie die Ergebnisse des BVE-PwC-Exportbarometers diskutiert.



## Anuga 2017

Alle zwei Jahre findet auf dem Kölner Messegelände die internationale Leitmesse der Lebensmittel- und Getränkewirtschaft Anuga statt. Die Anuga ist die größte und wichtigste Fachmesse für die internationale Ernährungswirtschaft. Insgesamt werden dieses Jahr über 7.000 Aussteller aus rund 100 Ländern erwartet. Zielgruppe der Anuga sind sowohl Einkäufer aus dem Handel als auch aus dem Außer-Haus-Markt. Der Veranstalter der Messe, die Koelnmesse GmbH, rechnet 2017 mit rund 160.000 Einkäufern aus der ganzen Welt. Die diesjährige Anuga findet vom 7. bis 11. Oktober statt.

Als ideeller Träger der Anuga präsentiert sich die BVE auch dieses Jahr zum wiederholten Male gemeinsam mit dem BMEL unter dem Signet „Made in Germany“. Der Gemeinschaftsstand soll Fachbesuchern aus dem In- und Ausland erneut als zentrale Anlaufstelle dienen, um mit der Branche in den Dialog zu treten und sich über deutsche Lebensmittel zu informieren.

Das gemeinsam von der BVE, dem Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels und der Koelnmesse GmbH organisierte Anuga Executive Summit am Vorabend der Messe bietet hochrangig geladenen Gästen eine weitere Möglichkeit, sich mit Entscheidern aus Wirtschaft und Politik auszutauschen.







## Handelspolitik

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

Globale Handelsregeln werden von der Welthandelsorganisation (WTO) gesetzt. Die BVE begrüßt die Fortschritte zur multilateralen Handelsliberalisierung, die hier erreicht wurden, und setzt sich für die Fortsetzung der Gespräche insbesondere auch im Rahmen der Doha-Entwicklungsrunde ein. Gleichzeitig müssen die Mitgliedstaaten die bereits durch die WTO vorgegebenen handelspolitischen Maßnahmen noch konsequenter anwenden. Die nächste WTO-Ministerkonferenz wird vom 11. bis 14. Dezember 2017 in Buenos Aires, Argentinien, stattfinden. Die BVE hofft auf ambitionierte Gespräche. Zur weiteren Liberalisierung des Handels auf WTO-Ebene streben derzeit jedoch zahlreiche Länder zusätzlich den Abschluss von bi- und plurilateralen Freihandelsabkommen an.

Allein die EU hat mehr als 770 internationale Abkommen zum Agrarhandel geschlossen. Darunter fallen umfassende Freihandelsabkommen, aber auch spezifische Abkommen wie beispielsweise Veterinärabkommen.

Im Sinne der Strategie der EU-Kommission „Handel für alle: Hin zu einer verantwortungsbewussteren Handels- und Investitionspolitik“ hat das EU-Parlament am 5. Juli 2016 mit

Mehrheit für zwei Entschlüsse zur künftigen Ausrichtung der EU-Außenhandelspolitik gestimmt: „einer auf die Zukunft ausgerichteten innovativen Strategie für Handel und Investitionen“ (2015/2105(INI)) und „Umsetzung der Empfehlungen des Parlaments von 2010 zu Sozial- und Umweltnormen, Menschenrechten und zur sozialen Verantwortung der Unternehmen“ (2015/2038(INI)). Die Entschlüsse des EU-Parlaments verdeutlichen, dass Handel kein Selbstzweck ist, sondern ein Mittel, um Wohlstand und Gleichheit zu erreichen, Chancen für Unternehmen zu eröffnen, eine nachhaltige Entwicklung, sozialen Fortschritt und kulturelles Verständnis zu fördern, die Beschäftigung zu steigern sowie den Lebensstandard zu verbessern – und dies insbesondere in Drittländern. Das EU-Parlament sprach damit eine deutliche Empfehlung an die EU-Kommission hinsichtlich der Ausgestaltung zukünftiger Handelsabkommen aus.

Die BVE begrüßt, dass den Interessen der Agrar- und Ernährungswirtschaft in Handelsabkommen besondere Aufmerksamkeit zukommen soll. Eine Überfrachtung der Handelspolitik durch andere Politikbereiche sollte jedoch vermieden werden, da es dadurch immer schwerer wird, einen Abbau von Handelsbarrieren in überschaubarem Zeitraum zu erreichen. Werden Nachhaltigkeitsaspekte in Handelsabkommen verstärkt thematisiert, müssen praxistaugliche und auf Freiwilligkeit basierende Lösungen angestrebt werden.

Am 15. November 2016 veröffentlichte die EU-Kommission eine Studie zu den Auswirkungen künftiger Handelsabkommen auf die Land- und Ernährungswirtschaft. Die Studie zeigt, welches Potenzial europäische Agrarerzeugnisse auf dem Weltmarkt haben, verdeutlicht gleichzeitig aber, dass sensible landwirtschaftliche Sektoren vor weitergehenden Handelsliberalisierungen geschützt werden müssen.

Die seit 2013 laufenden Verhandlungen zwischen der EU und den USA über eine Transatlantische Handels- und Investitionspartnerschaft (TTIP) finden in Politik und Öffentlichkeit nach wie vor große Aufmerksamkeit. Die BVE hat sich für die Verhandlungen ausgesprochen, da ein Abkommen mit den USA die Chance bietet, den Zugang zum amerikanischen Markt für die deutschen Lebensmittelhersteller zu verbessern. Bislang behindern Zölle, bürokratische Auflagen und fehlende Zulassungen den Export zahlreicher deutscher Lebensmittelprodukte in die USA. Ein wichtiges Anliegen der BVE ist, dass die hohen europäischen und deutschen Lebensmittelstandards im Zuge der Verhandlungen nicht abgeschwächt oder von US-amerikanischen Herstellern umgangen werden können. Zudem sollten in der EU geschützte geografische Herkunftsbezeichnungen wie „Schwarzwälder Schinken“ oder „Bayerisches Bier“ künftig auch auf dem

US-Markt geschützt sein. Vom 3. bis 7. Oktober 2016 fand die 15. und vorerst letzte TTIP-Verhandlungsrunde in New York statt. Eine Fortführung der Verhandlungen unter der neuen US-Regierung mit Präsident Donald Trump gilt als unwahrscheinlich.

Das 2014 abgeschlossene Abkommen zwischen der EU und Kanada (CETA) wurde am 30. Oktober 2016 vom kanadischen Premierminister Justin Trudeau und EU-Ratspräsident Donald Tusk im Rahmen des EU-Kanada-Gipfels in Brüssel unterzeichnet. Am 15. Februar 2017 hat das Europäische Parlament CETA zugestimmt. Nun muss es von den Parlamenten aller 28 EU-Mitgliedstaaten ratifiziert werden, bis es vollständig in Kraft treten kann. Die Bereiche des Abkommens, die im ausschließlichen Zuständigkeitsbereich der EU liegen, können vorläufig angewendet werden. CETA sieht für 93 Prozent der Zölle bei Lebensmitteln und Agrarprodukten eine vollständige Liberalisierung vor. Zudem wurden von Kanada 145 in der EU geschützte geografische Herkunftsbezeichnungen anerkannt.

Mit großem Interesse verfolgt die Ernährungsindustrie die Verhandlungen der EU über ein Freihandelsabkommen mit Japan. Japan ist für die deutschen Lebensmittelhersteller ein interessanter Absatzmarkt, der jedoch durch hohe Zölle

und Marktzugangsbarrieren nur schwer zugänglich ist. Die Verhandlungen verlaufen bislang eher schleppend, bisher fanden 17 Verhandlungsrunden statt. 2016 veröffentlichte die EU-Kommission ihre Folgenabschätzung zur Nachhaltigkeit des möglichen Abkommens mit Japan.

Die EU und Indonesien haben am 18. Juli 2016, nachdem der Rat der Europäischen Union der EU-Kommission das Mandat für ein ehrgeiziges Abkommen erteilt hatte, Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen aufgenommen. Ziel des Abkommens ist es, die wirtschaftlichen Beziehungen beider Partner zu vertiefen und die Handelsbeziehungen durch Absenken von Zöllen und anderen Handelsbarrieren zu erleichtern. Dem Umweltschutz und sozialen Entwicklungen soll dabei ein gesondertes Kapitel gewidmet werden. Im Oktober 2016 wurden die Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen zwischen der EU und der MERCOSUR-Region fortgeführt. Im Agrarbereich hat die EU sensible Sektoren aus ihrem Marktzugangsangebot ausgenommen. Im Mai 2016 wurde die Modernisierung des Freihandelsabkommens zwischen der EU und Mexiko beschlossen, erste Verhandlungsgespräche fanden im November statt. Auch mit den Philippinen verhandelt die EU weiterhin über ein Freihandelsabkommen. Darüber hinaus prüft die EU die Aufnahme von Verhandlungen mit Australien und Neuseeland.





Nach wie vor belastet sind die Handelsbeziehungen zwischen der EU und Russland durch das von der Russischen Föderation im August 2014 verhängte Einfuhrverbot für europäische Agrar- und Lebensmittelprodukte. Davon betroffen sind Lieferungen von Fleischprodukten, Milcherzeugnissen, Obst und Gemüse sowie verschiedenen Lebensmittelzubereitungen und Getränkekonzentrat aus Deutschland. Die BVE sprach sich deshalb gegenüber Regierungsvertretern dafür aus, nach Wegen aus der andauernden Sanktionsspirale, die vor allem zulasten der Ernährungswirtschaft sowie der russischen Verbraucher geht, zu suchen.

Das Vereinigte Königreich (VK) hat den Europäischen Rat am 29. März 2017 über den Austrittswunsch aus der EU nach Artikel 50 des EU-Vertrages informiert. Für die Verhandlungen des Abkommens sieht Artikel 50 EUV eine Übergangsphase von bis zu zwei Jahren vor. Die 27 EU-Mitgliedstaaten werden die Leitlinien für die Austrittsverhandlungen im Frühjahr 2017 beschließen, daran ausgerichtet wird die EU-Kommission dann ein erheblich detaillierteres Verhandlungsmandat formulieren. Das Europäische Parlament (EP) verabschiedete am 5. April 2017 bereits eine Entschließung zu den Austrittsverhandlungen mit den Bedingungen für seine Zustimmung zum Austrittsabkommen. Darin warnt das EP davor, Zugeständnisse im Bereich der Sicherheit mit Zugeständnissen in Hinblick auf die künftigen Wirtschaftsbeziehungen zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich zu verknüpfen. Das EP betonte, dass ein Abkommen über die künftige Beziehung zwischen der EU und dem VK als einem Drittland erst geschlossen werden kann, wenn das VK aus der EU ausgetreten ist. Während der Austrittsverhandlungen bleibt das VK reguläres Mitglied der EU. Die europäische Ernährungsindustrie hat auf Ebene von FoodDrinkEurope eine Brexit Task Force eingerichtet, um sich in den Austrittsverhandlungen zu positionieren. Die BVE begleitet sowohl die Task Force als auch die Austrittsverhandlungen.

Großbritannien ist mit einem Absatzvolumen von 4,3 Milliarde Euro pro Jahr einer der wichtigsten Absatzmärkte der

deutschen Ernährungsindustrie. Die Branche hat daher ein großes Interesse, auch nach einem möglichen Ausscheiden Großbritanniens aus der EU, den Zugang zum britischen Markt zu erhalten und nicht durch neue Handelshemmnisse zu erschweren. Bereits jetzt haben die deutschen Unternehmen durch die Abwertung des britischen Pfunds an Wettbewerbsfähigkeit auf der Insel eingebüßt. Bei einer Wiedereinführung von Zöllen würden deutsche Produkte zusätzlich zum Wechselkursproblem im Vereinigten Königreich weiter verteuert werden. Das Thünen-Institut geht im Worst-Case-Szenario (kein Sonderabkommen zwischen EU und UK, also WTO-Bedingungen) von einem Rückgang deutscher Lebensmittelexporte nach UK um bis zu 30 Prozent aus.

Die Öffnung aber auch das Offenhalten wichtiger Exportmärkte ist für die Branche zwingend erforderlich. Die BVE begrüßt daher die Aktivitäten des BMEL zur weiteren Exportförderung und Marktöffnung in Drittländern sowie Maßnahmen zur Prävention neuer Handelsbarrieren.

### G20-Präsidentschaft Deutschlands 2017

Am 1. Dezember 2016 hat Deutschland die G20-Präsidentschaft von China übernommen. Unter dem Motto „Eine vernetzte Welt gestalten“ setzt die deutsche G20-Präsidentschaft drei Schwerpunkte: „Stabilität sichern“, „Zukunftsfähigkeit verbessern“ und „Verantwortung übernehmen“. Ziele dabei sind die Schaffung stabiler Rahmenbedingungen für das Weltwirtschaftswachstum und ein widerstandsfähiges Finanzsystem, eine bessere internationale Zusammenarbeit und Erleichterungen für Handel und Investitionen, die Umsetzung der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung und des Pariser Klimaabkommens, die Digitalisierung der Wirtschaft sowie die Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung Afrikas. Das zwölfte Gipfeltreffen der G20 wird am 7. und 8. Juli 2017 in Hamburg stattfinden.

Bereits am 22. Januar 2017 tagten in Berlin die G20-Agrarminister. Vor dem Hintergrund einer wachsenden Weltbevölkerung bezeichneten die Minister den Klimawandel, die Urbanisierung, politische wie wirtschaftliche Konflikte sowie die begrenzte Verfügbarkeit von Energie und natürlichen Ressourcen, wie Land und Wasser, und deren fortschreitende Qualitätsminderung in ihrer Abschlusserklärung als wesentliche Herausforderungen für die Sicherung der Ernährung. Der G20-Agrarminister Aktionsplan 2017 umfasst daher vorrangig Maßnahmen zur Umsetzung der Agenda 2030 – zur nachhaltigeren Wassernutzung, zur Förderung des Einsatzes von Informations- und Kommunikationstechnologien in der Landwirtschaft, zur Verbesserung des Agrarmarkt-Monitorings, zur Stärkung der Forschungszusammenarbeit und des Wissensaustausches sowie zur Reduktion des unnötigen Einsatzes von Antibiotika.



## Internationales Wirtschaftspodium in Berlin und Abendempfang der Agrar- und Ernährungswirtschaft 2017



### Global Forum for Food and Agriculture Berlin

Im Fokus des diesjährigen Global Forum for Food and Agriculture (GFFA) stand das Thema „Landwirtschaft und Wasser – Schlüssel zur Welternährung“. Vom 19. bis 21. Januar 2017 kamen insgesamt über 1.200 Teilnehmer aus aller Welt, darunter rund 80 Landwirtschaftsminister, zusammen. Unter dem Titel „Wasser: Eine zentrale Herausforderung für die Welternährung“ diskutierten auf dem Internationalen Wirtschaftspodium in enger Kooperation mit dem Berliner Agrarministertag Vertreter aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft Lösungsansätze und Herausforderungen in der Praxis. Der anschließende Abendempfang der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft gab den Teilnehmern bei der Veranstaltung Gelegenheit zum Austausch und zur Vertiefung ihrer internationalen Kontakte.

Ohne Wasser können die Menschen nicht mit Nahrung versorgt werden. Weltweit betrachtet ist die Ressource Wasser jedoch knapp und zuweilen ungleich verteilt, in einigen Regionen herrschen regelrecht Wassermangel und Dürre.

Vor diesem Hintergrund diskutierten Agrarökonominnen und -politiker, Vertreter von Wirtschaft, Gesellschaft und Vereinten Nationen im Rahmen des Internationalen Wirtschaftspodiums, wie der Spagat zwischen einem steigenden Bedarf an Lebensmitteln im Zuge einer wachsenden Weltbevölkerung und sich verknappender Wasserressourcen gelöst werden kann. Das hochkarätig besetzte Podium ist der zentrale inhaltliche Beitrag des GFFA Berlin e.V. zum Global Forum for Food and Agriculture 2017.

Im GFFA Berlin e.V. haben sich die 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.

„ Die Ernährung der Weltbevölkerung mit sicheren Lebensmitteln wird nur im Rahmen einer effizienten und nachhaltigen Erzeugung und Verarbeitung gelingen. Dazu gehört auch ein verantwortungsvoller Umgang mit der Ressource Wasser als Basis allen Lebens. Die deutsche Ernährungsindustrie geht hier mit gutem Beispiel voran. Ihre Produkte und ihr Wissen können einen wichtigen Beitrag leisten.

BVE-Vorsitzender Dr. Wolfgang Ingold



Volles Haus beim Internationalen Wirtschaftspodium des GFFA Berlin in der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom; © GFFA Berlin e.V.



Die Podiumsteilnehmer des Internationalen Wirtschaftspodiums (v.l.n.r.): Rodger Voorhies, Managing Director der Bill-Gates-Stiftung, Dr. Ashok Gulati, indischer Agrarökonom und politischer Berater, Ertharin Cousin, Direktorin des UN-Welternährungsprogramms, Han Changfu, Landwirtschaftsminister China, und Thomas Böck, Mitglied der Konzernleitung der CLAAS-Gruppe; © GFFA Berlin e.V.



BVE-Ehrenvorsitzender Jürgen Abraham (2. v.l.) mit EU-Kommissar Günther Oettinger (Mitte) auf der 6. Brüsseler Mittwochsgesellschaft; © METRO GROUP

### Brüsseler Mittwochsgesellschaft

Am 19. Oktober 2016 fand die 6. Brüsseler Mittwochsgesellschaft in der Bibliothek Solvay in Brüssel statt. EU-Kommissar Günther Oettinger stellte vor rund 200 Gästen seine Agenda zur Digitalisierung vor: Europa müsse im globalen Wettbewerb bestehen, ein Ausbau der digitalen Infrastruktur, digitale Bildung und digitale Innovationen seien dringend erforderlich. Jürgen Abraham, BVE-Ehrenvorsitzender, führte in seiner Ansprache aus, dass die Ernährungsbranche alle Chancen der Digitalisierung nutzen werde. Metro-Vorstand Christian Baier betonte die verbindende Wirkung, die der Handel und die Lebensmittelbranche für Europa haben.

Die Brüsseler Mittwochsgesellschaft ist eine Dialogplattform für Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft, um aktuelle europäische Herausforderungen für die Branche zu erörtern und zu diskutieren.

### Agricultural Market Task Force

Am 14. November 2016 hat die Anfang 2016 eingesetzte EU Task Force zur Untersuchung der Agrarmärkte ihren Abschlussbericht vorgelegt. Dieser beinhaltet Empfehlungen dazu, wie die Situation der Landwirte innerhalb der Lebensmittelversorgungskette verbessert werden kann. Die zwölf unabhängigen Experten der Task Force unter dem Vorsitz des ehemaligen niederländischen Landwirtschaftsministers Cees Veerman schlugen der EU-Kommission in ihrem Bericht unter anderem vor, die Markttransparenz zu verbessern, Rahmenvorschriften gegen unfaire Handelspraktiken zu erlassen sowie Instrumente im Bereich des Risikomanagements zu verbessern. Die BVE begrüßt in diesem Zusammenhang Vorschläge zur Verbesserung des Marktgeschehens. Gesetzgeberische Maßnahmen, die die Vertragsfreiheit der Wirtschaftsbeteiligten unangemessen beeinträchtigen, sind hingegen abzulehnen.

### Mittelstand in Europa stärken

Am 24. November 2016 fand im Rahmen der „Europäischen Woche für kleine und mittelständische Unternehmen“ die von FoodDrinkEurope organisierte Veranstaltung „Small Scale, Big Impact“ statt. EU-Agrarkommissar Phil Hogan betonte bei seiner Ansprache die Bedeutung kleiner und mittelständischer Unternehmen für die europäische Wirtschaft. Insbesondere der europäische Binnenmarkt mit rund 500 Millionen Konsumenten sei für die hiesigen Unternehmen eine große Chance. Nationale und protektionistische Maßnahmen lehnte er strikt ab. Dank der europäischen Agrarpolitik und Lebensmittelgesetzgebung verfüge Europa über die hochwertigsten und zugleich wettbewerbsfähige Agrar- und Lebensmittelprodukte. Weiteres Potenzial sieht Hogan vor allem in der Internationalisierung sowie bei Qualitätsprodukten und Produktinnovationen. Die BVE begrüßt das Bekenntnis der Europäischen Kommission zum Mittelstand und fordert die europäischen Institutionen auf, in ihrer Politik die Belange kleiner und mittelständischer Unternehmen konsequent zu berücksichtigen.

### Hochrangiges Forum für die Lebensmittelkette

Am 15. Dezember 2016 tagte erstmals das Mitte 2015 erneut einberufene „hochrangige Forum für die Verbesserung der Funktionsweise der Lebensmittelversorgungskette“. Es handelt sich dabei um das 2010 eingerichtete hochrangige Forum (vormals „hochrangige Gruppe“). Das Forum dient dem Austausch zwischen den Wirtschaftsbeteiligten in der Lebensmittelkette und der Politik, um sich über aktuelle Herausforderungen in der Branche auszutauschen, Lösungsvorschläge zu erarbeiten und politische Maßnahmen zu entwickeln. Dies betrifft unter anderem Fragen der Wettbewerbsfähigkeit des Sektors, faire Geschäftspraktiken, Außenwirtschaft, Nachhaltigkeit und Innovationstätigkeit.

Die BVE begrüßt, dass die EU-Kommission sich für die Anliegen der Branche durch die Fortführung des hochrangigen Forums offen zeigt und bereit ist, den kontinuierlichen Dialog mit allen Akteuren in der Lebensmittelkette fortzuführen.

### 3. Jahresbericht „Supply Chain Initiative für faire Geschäftspraktiken“

Die im September 2013 gegründete europäische „Supply Chain Initiative für faire Geschäftspraktiken in der Lebensmittelkette (SCI)“ hat ihren dritten Jahresbericht vorgelegt. Laut Bericht waren zum 31. Dezember 2016 1.160 operative Unternehmen registriert. 58,2 Prozent der Unternehmen stammen aus der Industrie, 12,6 Prozent aus dem Einzelhandel. 43 Unternehmen berichteten von vermeintlichen Brüchen mit mindestens einer der Prinzipien der guten Geschäftspraxis seit dem 1. September 2015. Neun Unternehmen berichteten, insgesamt 44 Beschwerden seit dem 1. September 2015 erhalten zu haben. Die Zufriedenheit mit der SCI ist im Vorjahresvergleich unter den Teilnehmern insgesamt leicht

gestiegen. Eingehend auf die Empfehlungen der EU-Kommission von Januar 2016 plant die SCI für 2017 Maßnahmen zum stärkeren Einbezug von kleinen und mittelständischen Unternehmen, zur Stärkung der Vertraulichkeit von Beschwerden und Unbefangenheit in den Steuerungsstrukturen.

## Zollpraxis

Zölle und zollrechtliche Regelungen bilden einen wichtigen Rahmen für den internationalen Warenverkehr und haben oft unmittelbare finanzielle Auswirkungen auf die Unternehmen. Die BVE setzt sich deshalb für eine praxisgerechte Ausgestaltung der Zollregeln ein.

Am 1. Mai 2016 trat der neue Unionszollkodex – und damit eine umfassende Reform des europäischen Zollrechts – in Kraft. Die neuen Zollvorschriften gelten für alle Unternehmen, die grenzüberschreitenden Warenhandel betreiben. Die ersten praktischen Erfahrungen mit den neuen Vorschriften zeigen, dass das über viele Jahre ausgearbeitete Zollregelwerk noch fehlerbehaftet ist und an einigen Stellen einer dringenden Überarbeitung und Anpassung bedarf. So führte beispielsweise der nicht beabsichtigte Wegfall der „Umwandlung“ als zulässiges Zollverfahren bei einigen Unternehmen zu erheblichen Mehrkosten. Der europäische Gesetzgeber ist aufgerufen, diese Lücke im Regelwerk umgehend rückwirkend zum 1. Mai 2016 zu schließen.

Am 7. Dezember 2013 einigten sich die WTO-Mitglieder im Rahmen der 9. WTO-Ministerkonferenz in Bali auf ein Übereinkommen über Handelserleichterungen (Trade Facilitation Agreement – TFA). Das Übereinkommen sieht eine schnellere, effizientere und transparentere Abwicklung der Ein- und Ausfuhr- beziehungsweise Zollvorgänge vor. Das WTO-Übereinkommen befindet sich derzeit im Ratifizierungsprozess und beinhaltet folgende Maßnahmen:

- Alle WTO-Mitglieder sollen sämtliche für den Handel relevanten Gesetze, Vorschriften, Entscheidungen, Formulare und Dokumente (online) veröffentlichen (Art. 1).
- Vor Veröffentlichung von Gesetzentwürfen sollen Interessengruppen konsultiert und informiert werden; zudem soll eine Übergangszeit zwischen Veröffentlichung und Anwendung eingeräumt werden (Art. 2).
- Verbindliche Zolltarif- und Ursprungsauskünfte sollen in allen WTO-Staaten gegeben werden (Art. 3).
- WTO-Mitglieder sollen Widerspruchs- und Berufungsmöglichkeiten für Wirtschaftsbeteiligte bei Entscheidungen von Zoll-/Grenzbehörden zulassen (Art. 4).
- Ein- und Ausfuhrgebühren/-abgaben sollen sich an den tatsächlichen Verwaltungskosten und nicht am Zollwert orientieren (Art. 6).
- Die Zollabfertigung soll durch (elektronische) Zollanmeldung vor Ankunft der Ware beschleunigt werden (Art. 7.1).

- Zölle, Steuern, Gebühren und Abgaben sollen künftig auch elektronisch bezahlt werden können (Art. 7.2).
- Alle WTO-Mitglieder sollen die Überlassung der Ware vor endgültiger Festsetzung der Zölle, Steuern, Gebühren und Abgaben ermöglichen (Art. 7.3).
- Soweit möglich sollen alle WTO-Mitglieder risikobasierte Kontrollen durchführen, um den Kontrollaufwand zu reduzieren (Art. 7.4).
- Ermächtigte Wirtschaftsbeteiligte sollen zusätzliche Handelserleichterungen bekommen (Art. 7.7).
- Zudem sollten sich WTO-Mitglieder bei der Ein- und Ausfuhrabwicklung auf internationale Standards beziehen und wenn möglich, den Wirtschaftsbeteiligten die Abwicklung durch ein „single window“ erleichtern (Art. 10.3, 10.4).
- Ziel ist es außerdem, Vorversandkontrollen zu reduzieren; im Bereich von sanitären und phytosanitären Fragen wird es jedoch nicht zu einer Abschaffung von Vorversandkontrollen kommen (Art. 10.4).
- Sogenannte Zollmakler sind weiter zugelassen (Art. 10.6).

Die BVE begrüßt den Bali-Beschluss. Das WTO-Übereinkommen kann allerdings nur dann Wirkung entfalten, wenn neben der praxistauglichen Umsetzung nicht gleichzeitig an anderer Stelle neue Regelungen und Vorschriften geschaffen werden, die den internationalen Warenverkehr für die Ernährungsindustrie erschweren.

Zur Unterstützung der Umsetzung des Übereinkommens in Entwicklungsländern haben Regierungen aus Deutschland, den USA, Kanada, Australien und Großbritannien mit Unternehmen unabhängig von der Ratifizierung des Übereinkommens eine Initiative zu einer „Globalen Allianz für Handelserleichterungen“ ins Leben gerufen. Die Bundesregierung unterstützt die globale Allianz mittels einer nationalen Allianz. Diese soll die Interessen der deutschen Wirtschaft in die globale Allianz einbringen und gemeinsame Maßnahmen identifizieren.

Auf europäischer Ebene werden derzeit die Regelungen zur Einfuhrkontingentverwaltung sowie das Lizenzrecht bei der Ein- und Ausfuhr von Waren neu geregelt. Die BVE stand hierzu in einem engen Dialog mit den Mitgliedern sowie den Behörden, um praxistaugliche Lösungen zu finden und die betroffenen Wirtschaftsbeteiligten rechtzeitig über die Neuerungen zu informieren.

Weitere Zollfragen behandelt die BVE im halbjährlich tagenden Arbeitskreis Zoll.



# 4 Umwelt, Energie und Nachhaltigkeit



### Betrieblicher Umweltschutz

Für die Herstellung ihrer Erzeugnisse ist die Ernährungsindustrie auf die Verfügbarkeit hochwertiger Agrarprodukte angewiesen. Die Umweltmedien Boden, Luft und Wasser müssen deshalb besonders geschont werden.

Die umweltrechtlichen Anforderungen an die Industrie sind facettenreich und kostenintensiv. Die BVE setzt sich deshalb für eine ausgewogene Gestaltung des Umweltrechts ein. Dies gilt insbesondere in Bezug auf das Anlagenrecht für den Betrieb sowie die Zulassung von Produktionsanlagen; weiteren Regulierungsmaßnahmen auf EU-rechtlicher Ebene muss entgegengewirkt werden.

Die BVE hat sich vor diesem Hintergrund 2016 in die Rechtsetzungsvorhaben zur Festlegung der „besten verfügbaren Techniken“ und der damit verbundenen Überarbeitung der branchenspezifischen BVT-Merkblätter, die Anpassung der TA-Luft sowie die Novelle zur Verordnung über Verdunstungskühlanlagen und Nassabscheider eingebracht.

### Verpackungsgesetz – Ringen um eine dauerhafte privatwirtschaftliche Verpackungsentsorgung

Seit dem Inkrafttreten der Verpackungsverordnung im Jahre 1991 sind die Konsumgüterhersteller für die Rücknahme und Verwertung der von ihnen in Verkehr gebrachten Verpackungen selbst verantwortlich.

Im Wege einer Arbeitsteilung nehmen die Hersteller diese Verantwortung über duale Systemträger wahr, die in ihrem Auftrag die Sammlung, Sortierung und Verwertung der gebrauchten Verkaufsverpackungen organisieren.

Die Ernährungsindustrie hat ein Interesse am dauerhaften Fortbestand der bestehenden Verpackungsentsorgung. Sie ermöglicht, ökonomische, ökologische und technologische Errungenschaften sicherzustellen und weiterzuentwickeln.

Die BVE engagiert sich deshalb aktiv für die Verabschiedung eines Verpackungsgesetzes. Dies ist erforderlich, um Unstimmigkeiten der Verpackungsverordnung zu beseitigen und zu gewährleisten, dass alle Beteiligten ihren darin geregelten gesetzlichen Verpflichtungen nachkommen. Wenn dies – wie momentan vonseiten einzelner Akteure zum Teil der Fall – nicht gewährleistet ist, werden untragbare finanzielle Verwerfungen und Wettbewerbsverzerrungen eintreten, die den Bestand der bestehenden privatwirtschaftlichen Verpackungsentsorgung gefährden.

Im Rahmen des zukünftigen Verpackungsgesetzes muss deshalb festgestellt werden können, ob und inwieweit die

Beteiligten ihren gesetzlichen Pflichten nachkommen. Des Weiteren braucht es eine organisatorische Einheit, durch die entsprechende Feststellungen getroffen werden können; der Gesetzentwurf sieht dafür die Errichtung einer „Zentralen Stelle“ durch Industrie und Handel vor. Auf der Grundlage einer Beleihung soll sie die erforderlichen Kompetenzen erhalten, um eine rechtskonforme Umsetzung dieses Gesetzes durch die Beteiligten zu bewirken.

Durch intensive Lobbyarbeit ist es der BVE gemeinsam mit anderen Wirtschaftsverbänden sowie den kommunalen Spitzenverbänden im Jahresverlauf 2016 gelungen, sich im Wege eines Kompromisses über Eckpunkte eines Verpackungsgesetzes zu verständigen. Dies hat dazu beigetragen, dass das Bundeskabinett im Dezember 2016 einen entsprechenden Gesetzentwurf verabschiedet hat, der Anfang Januar 2017 dem Bundesrat zugeleitet worden ist. Im Hinblick auf die vielfältigen und widerstreitenden Interessen, die mit diesem Gesetzgebungsvorhaben seit jeher verbunden sind, bedarf es weiterhin eines konzentrierten Engagements der Wirtschaft auf Bundes- und Länderebene, damit dieses Gesetz noch in der laufenden Legislaturperiode verabschiedet werden kann.

Für den Aufbau der „Zentralen Stelle“ hat die BVE gemeinsam mit anderen Wirtschaftsverbänden die „BHIM Zentrale Wertstoffstelle Projektgesellschaft mbH“ gegründet. Sowohl Vertreter aus dem Mitgliederkreis als auch des Hauptamtes der BVE wirken in den Leitungsgremien dieser Gesellschaft mit. Die Finanzierung der Projektgesellschaft erfolgt über Darlehen der Wirtschaft.







V.l.n.r.: Holger Eichele, Hauptgeschäftsführer Deutscher Brauer-Bund, Astrid Williams, Vorstandsmitglied der Arbeitsgemeinschaft konsumenten- und ökologieorientierte Getränkeverpackungen (AKÖG), Jonny Natelberg, Executive Advisor Corporate Affairs Lekkerland AG & Co KG und Vorsitzender BGVZ, Bundesumweltministerin Barbara Hendricks, Patrick Kammerer, wafg-Präsident und Director Public Affairs & Communications Coca-Cola GmbH, BVE-Geschäftsführer Peter Feller und Hauptgeschäftsführer Handelsverband Deutschland, Stefan Genth; © Christian Lietzmann

### Getränkeverpackungen – freiwillige Zusatzkennzeichnung von bepfandeten Einweg-Getränkeverpackungen; Lenkungsabgabe

Die ökologische Werthaltigkeit von Mehrweg und bepfandeten Einweg-Getränkeverpackungen ist nach wie vor Gegenstand kontroverser Diskussionen. Die von der Bundesregierung verfolgte Zielsetzung, über das Pfandpfand eine Mehrwegpräferenz der Konsumenten zu bewirken, hat sich zumindest für den Bereich der alkoholfreien Getränke nicht realisieren lassen.

In diesem Zusammenhang sind in der Vergangenheit zunehmend Stimmen laut geworden, die eine über das „DPG-Logo“ – das Pfandlogo der Deutschen Pfandsystem-Gesellschaft (DPG) – hinausgehende Kennzeichnung für bepfandete Einweg-Getränkeverpackungen gefordert haben, um Verbrauchern eine bessere Unterscheidung zwischen den Produkten zu ermöglichen.

Im Rahmen einer freiwilligen Initiative hat sich die BVE mit anderen Wirtschaftsverbänden für eine erweiterte Kennzeichnung eingesetzt, die die Etiketten der bepfandeten Einweg-Getränkeverpackungen um die drei zusätzlichen Informationen „Einweg“, „Pfand“ sowie die Angabe der Pfandhöhe (0,25 Euro) ergänzen. Bereits zu ihrem Start im Juni 2016 hat die Initiative eine hohe Marktrelevanz in Höhe von 84 Prozent des Marktvolumens aufweisen können.

Darüber hinaus hat die BVE im August 2016 Forderungen nach einer Lenkungsabgabe für bepfandete Einweg-Getränkeverpackungen durch die Deutsche Umwelthilfe (DU), den

ehemaligen Bundesumweltminister Jürgen Trittin und die Stiftung Initiative Mehrweg (SIM) entschieden zurückgewiesen, da diese eine weitere Diskriminierung solcher Produkte darstellen und zudem auf eine Verbraucherbevormundung hinaus laufen würden.

### Energie

Zur Herstellung und Logistik ihrer Produkte ist die Ernährungsindustrie auf eine sichere Energieversorgung angewiesen. Neben einer gesicherten Verfügbarkeit muss Energie für die Unternehmen darüber hinaus zu wirtschaftlich akzeptablen Preisen bezogen werden können. Dies stellt eine hohe Hürde dar, da die Energiepreise in Deutschland aufgrund vielfältiger Abgaben und Umlagen über dem EU-Durchschnitt liegen.

Vor diesem Hintergrund begleitet die BVE verschiedene Verfahren auf dem Gebiet der Energiegesetzgebung, um auf eine positive Gestaltung der Rahmenbedingungen für die Unternehmen hinzuwirken.

### Verordnung zur Berechnung der durchschnittlichen Strompreise für die Besondere Ausgleichsregelung nach dem Erneuerbare-Energien-Gesetz (DSPV, Novelle des EEG 2016)

Die DSPV ist auf die Umsetzung europarechtlicher Vorgaben zurückzuführen. Der damit verbundene Wechsel der Bemessungsgrundlage von tatsächlich gezahlten auf durchschnittliche Strompreise kann dazu führen, dass Unternehmen aus dem Anwendungsbereich der Besonderen Ausgleichsregelung für energieintensive Unternehmen fallen, womit Kostenbelastungen und Wettbewerbsnachteile verbunden sind. Diesen Aspekt hat die BVE im Rahmen der EEG-Novelle 2016 aufgegriffen. Insbesondere hat sie sich für die Implementierung eines neuen Stromkostenintensitätskorridors (14 bis 17 Prozent) eingesetzt, um für Unternehmen der Branchenliste 1, die den Schwellenwert von 17 Prozent Stromkostenintensität nicht erreichen sowie für Unternehmen, die diesen Schwellenwert aufgrund von Energieeffizienzmaßnahmen unterschreiten, eine Auffangregelung zu gewährleisten. Gegenstand ihrer Forderung war ferner eine praktikable Ausgestaltung der Regelungen über die Erzeugung und Nutzung von Eigenstrom.

### Energie- und Stromsteuergesetz

Im Rahmen der Überarbeitung dieser Gesetze hat sich die BVE dafür eingesetzt, dass das Verhältnis zwischen energiesteuer- und stromsteuerrechtlichen und anderen Entlastungsregelungen klar festgelegt werden muss. Dabei ist es vor allem wichtig, dass die Entlastungstatbestände nicht miteinander kollidieren oder sich ausschließen, da dies mit erheblichen finanziellen Nachteilen für die Unternehmen verbunden sein kann.



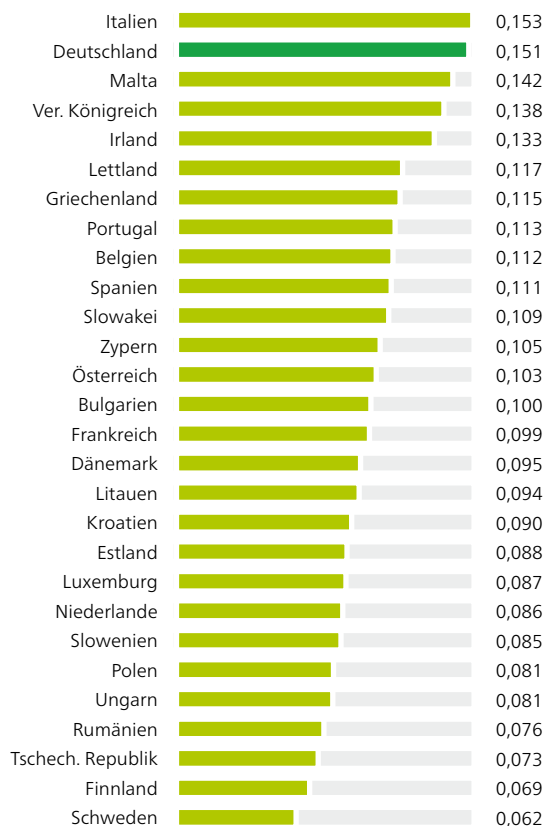


### Energieeffizienz in der Ernährungsindustrie

Ebenso wichtig wie das Vorhandensein von wirtschaftlich vertretbaren energiegesetzlichen Rahmenbedingungen ist die Optimierung des Energieverbrauchs in den Unternehmen, um sowohl ökonomischen als auch ökologischen Zielsetzungen zu entsprechen. Aus diesem Grund führt die BVE bereits seit 2008 mit ihrem Kooperationspartner, der Siemens AG, die Workshop-Reihe „Energieeffizienz in der Ernährungsindustrie“ durch. Im Rahmen der 9. Fachtagung zum Thema „Abwärmenutzung und Abwärmespeicherung“ im Oktober 2016 in Düsseldorf wurden erneut konkrete Anregungen vermittelt, den produktspezifischen Energieeinsatz und damit Kosten zu reduzieren, gleichzeitig aber auch den bestehenden nationalen und internationalen Klimazielen Rechnung zu tragen.

### Internationaler Strompreisvergleich für die Industrie 2016 (1. Halbjahr)

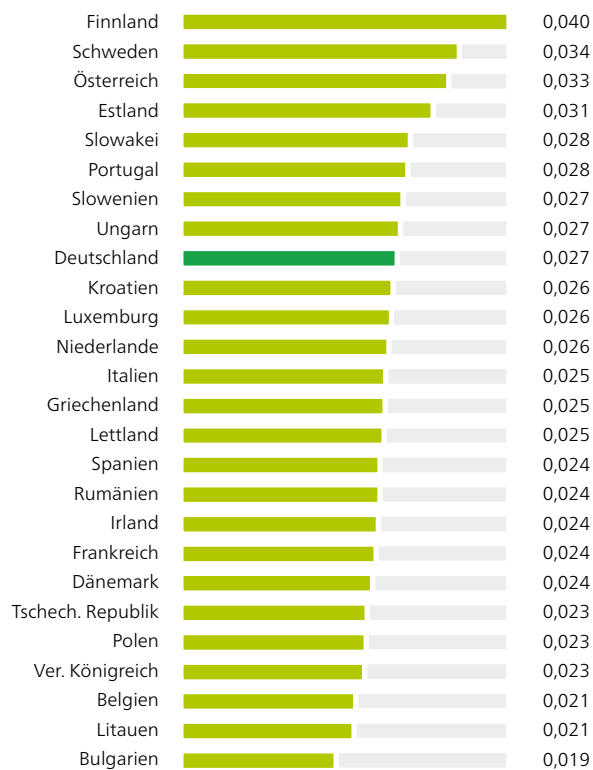
Euro-Cent/kWh – ohne Mehrwertsteuer



Verbrauch: 500 MWh < 2.000 MWh

### Internationaler Erdgaspreisvergleich für die Industrie 2016 (1. Halbjahr)

Euro-Cent/kWh – ohne Mehrwertsteuer



Verbrauch: 100.000 GJ < 1.000.000 GJ

Quelle: Eurostat



## Nachhaltigkeit

Verantwortung für Nachhaltigkeit zu übernehmen, ist eine Aufgabe für alle Unternehmen und Institutionen in Deutschland. Nachhaltigkeit bedeutet für die deutschen Lebensmittelhersteller die Sicherung der Grundlagen für die Nahrungsmittelproduktion nachfolgender Generationen und hat damit weltweite Bedeutung. Für viele Lebensmittelhersteller ist nachhaltiges Wirtschaften ökonomisch unabdingbar. Die deutsche Ernährungsindustrie treibt die ökonomisch, ökologisch und sozial verantwortungsvolle Lebensmittelproduktion voran und schafft sich damit nicht nur am nationalen Markt, sondern auch international Wettbewerbsvorteile. Nachhaltiges Handeln fängt im eigenen Unternehmen an und geht über das eigene Hoftor hinaus, indem es zum Beispiel beim Lieferketten- und Rohstoffmanagement, bei der Energieeffizienz und Abfallvermeidung, aber auch der Qualität von Arbeit sowie dem sozialen Engagement der Unternehmen ansetzt.

Die Bedürfnisse der Verbraucher wirken sich dabei maßgeblich auf die Lebensmittelproduktion und das Innovationspotenzial aus. Lebensmittel und Nachhaltigkeit stehen in der öffentlichen Debatte oft in engem Zusammenhang, der Konsum von Lebensmitteln gilt als wichtiger Einflussfaktor für eine nachhaltige Lebensweise. Um eine sachliche Diskussion über das Thema führen zu können, bedarf es weiterer Aufklärung darüber, welche Facetten nachhaltige Lebensmittelproduktion umfasst. Nahrungsmittelproduktion „vom Acker bis zum Teller“ schließt nicht nur eine nachhaltige Produktionsweise der Lebensmittel, sondern auch eine Vielzahl von Akteuren und Faktoren mit ein. Die zunehmende Internationalisierung der Wertschöpfungsketten bietet hier große Chancen und Herausforderungen. Auf der internationalen Ebene kann Nachhaltigkeit nur auf der Basis von Kooperation, Vertrauen und Transparenz zwischen allen Marktpartnern erreicht werden.

In der Ernährungsindustrie gibt es zahlreiche Aktivitäten und Initiativen für nachhaltiges Wirtschaften. Die Ansatzpunkte sind vielfältig und oft branchen- und produktspezifisch. Vielzahlige Erfolge gibt es über alle Unternehmensgrößen hinweg, aber nur die wenigsten sind sichtbar. Die BVE hat es sich zur Aufgabe gemacht, das zu ändern und die Unternehmen gleichzeitig bei der Entwicklung wirksamer Nachhaltigkeitsstrategien zu unterstützen. Die BVE fördert den Dialog zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft in Hinblick auf ein gemeinsames Nachhaltigkeitsverständnis und unterstützt die Kommunikation über die Nachhaltigkeitsleistungen der Branche.

Auch die Diskussionen um die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals der Agenda 2030 (SDGs)) in der Nachhaltigkeitspolitik sind für die Branche von Bedeutung. Die BVE hat in diesem Zusammenhang einen Gedankenaustausch zur Bedeutung und den Herausforderungen der SDGs für die Ernährungsindustrie organisiert, der über weitere mögliche Aktivitäten – auch im Rahmen der deutschen G20-Präsidentschaft in 2017 – berät.

## CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz ab 1. Januar 2017 wirksam

Der Deutsche Bundestag hat am 10. März 2017 das Gesetz zur Stärkung der nicht finanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz) verabschiedet. Am 31. März stimmte auch der Bundesrat zu. Das Gesetz gilt rückwirkend ab dem 1. Januar 2017 für alle kapitalmarktorientierten Unternehmen sowie Kreditinstitute und Versicherungsunternehmen und wird bereits für das Geschäftsjahr 2017 wirksam.

Ab dem Geschäftsjahr 2017 müssen kapitalmarktorientierte Unternehmen, die im Schnitt eines Geschäftsjahres mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen und deren Bilanzsumme entweder mehr als 20 Millionen Euro beträgt oder deren Umsatzerlöse sich auf mehr als 40 Millionen Euro belaufen, demnach



einen Bericht zu nicht finanziellen Informationen veröffentlichen – parallel oder zeitlich nachgeordnet zu ihrem Geschäftsbericht. Berichtet werden muss zu den Auswirkungen der Unternehmensgeschäfte auf Umwelt und Gesellschaft. Unternehmen ist dabei freigestellt, ob und nach welchem Standard oder Rahmenwerk sie berichten. Unternehmen müssen jedoch begründen, wenn sie keinen der bestehenden Standards oder Rahmenwerke nutzen. Eine Prüfpflicht besteht weiterhin nicht, Konzerntöchter bleiben von der Berichtspflicht befreit, sofern die Konzernmutter einen CSR-Bericht vorlegt, die den EU-Vorschriften entspricht.

### Start der „BVE-Regionalinitiative Nachhaltigkeitsförderung“

Unter dem Motto „Die Wettbewerbsfähigkeit und die Welt verbessern? – Nachhaltigkeitsstrategien für die nordrhein-westfälische Lebensmittelwirtschaft“ hat die BVE gemeinsam mit dem Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) des Landes Nordrhein-Westfalen (NRW) am 31. August 2016 in Düsseldorf erfolgreich ihre „Regionalinitiative Nachhaltigkeitsförderung“ gestartet.

Die Veranstaltung ist insgesamt auf sehr positive Resonanz gestoßen. Besonders erfreulich war, dass vom Landwirt über das Ernährungshandwerk bis zu Global Playern der Ernährungsindustrie alle Unternehmensgrößen und Branchen vertreten waren. Jeder sechste Betrieb der Ernährungsindustrie sitzt in Nordrhein-Westfalen. Damit ist der erfolgreiche Auftakt der regionalen Nachhaltigkeitsinitiative als erfreuliches Signal für die gesamte Branche zu werten.

Erste Anwenderworkshops führte die BVE am 2. November 2016 in Münster sowie am 9. Februar 2017 in Düsseldorf durch. Unter dem Titel „Nachhaltigkeitsstrategien für die nordrhein-westfälische Lebensmittelwirtschaft – Schulungen zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)“ vermittelte die BVE interessierten Unternehmen gemeinsam mit dem Rat für Nachhaltige Entwicklung und ihren Schulungspartnern wichtiges Hintergrundwissen und Handwerkszeug für eine individuelle und wettbewerbsfähige Nachhaltigkeitsberichterstattung. Das Feedback der Teilnehmer war durchweg positiv. Für Unternehmen jeder Größe bot der DNK einen hilfreichen Rahmen dafür, das eigene Nachhaltigkeitsengagement transparent zu machen und neue Kunden anzusprechen.

Die BVE sieht sich vor dem Hintergrund dieses Erfolgs darin bestärkt, insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen der Ernährungsindustrie im Rahmen ihrer Workshops weiterhin bei der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung zu unterstützen. Auch in anderen Bundesländern finden daher Workshops und Veranstaltungen im Rahmen der BVE-Initiative statt oder sind in Planung.



### „Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie – Neuauflage 2017“ der Bundesregierung

Nach Abschluss des Kommentierungsprozesses in 2016 hat das Bundeskabinett am 11. Januar 2017 die „Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie – Neuauflage 2016“ veröffentlicht. Sie stellt eine Weiterentwicklung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie seit ihrem erstmaligen Beschluss im Jahre 2002 dar. Die BVE hat den Kommentierungsprozess mit einer öffentlichen Stellungnahme im Juli 2016 begleitet. Darin begrüßt die BVE insbesondere die starke Orientierung der Neuauflage an den bereits verabschiedeten globalen Entwicklungszielen der „Agenda 2030“ sowie die stärkere Abstimmung und Koordinierung der nationalen Politik auch hinsichtlich internationaler Ziele. Die Indikatoren zur Evaluierung der Zielerreichung wurden entsprechend den Anforderungen der SDGs der Agenda 2030 erweitert. Weiter begrüßt die BVE, dass die geplanten Maßnahmen der Nachhaltigkeitsstrategie 2016 ihren Fokus auf die Unterstützung von freiwilligem unternehmerischem Engagement und einer verhältnismäßigen staatlichen Regulierung legen. Darüber hinaus hat sich die BVE dafür ausgesprochen, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft in die Nachhaltigkeitspolitik kontinuierlich, umfassend und verhältnismäßig einzubeziehen und dabei in den Entscheidungsprozessen alle Akteurs- und Anspruchsgruppen aktiv zu beteiligen.

### Nationaler Aktionsplan zur Umsetzung der VN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte verabschiedet

Das Bundeskabinett hat am 21. Dezember 2016 den Nationalen Aktionsplan zur Umsetzung der VN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) verabschiedet. Der NAP soll die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte für alle Akteure praktisch anwendbar machen, Pflichten und Verantwortlichkeiten für Staat und Wirtschaft





BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff (r.) und Bundesminister Schmidt (l.) mit den Förderpreisträgern DÖRRWERK und ShoutOutLoud (2017); © BMEL

aufzeigen, Politikkohärenz gewährleisten sowie sicherstellen, dass die deutsche Wirtschaft zukunfts- und wettbewerbsfähig bleibt. Die Bundesregierung erwartet von allen Unternehmen, den im NAP beschriebenen Prozess der unternehmerischen Sorgfalt mit Bezug auf die Achtung der Menschenrechte in einer ihrer Größe, Branche und Position in der Liefer- und Wertschöpfungskette angemessenen Weise einzuführen. Dies gilt insbesondere dann, wenn sie in Ländern tätig sind, in denen rechtsstaatliche Grundsätze nicht oder nur unzureichend durchgesetzt werden. Unberührt davon bleibt laut NAP die originäre Pflicht eines Staates, in seinem Hoheitsgebiet den Schutz der Menschenrechte zu gewährleisten. Ziel der Bundesregierung ist es, dass mindestens 50 Prozent aller in Deutschland ansässigen Unternehmen mit über 500 Beschäftigten bis 2020 die in Kapitel III des NAP beschriebenen Elemente menschenrechtlicher Sorgfalt in ihre Unternehmensprozesse integriert haben. Andernfalls sollen weitergehende Schritte bis hin zu gesetzlichen Maßnahmen geprüft werden.

Die BVE hat den Anhörungsprozess um die Erstellung des NAP aktiv und konstruktiv begleitet. Der Dachverband unterstützt die Umsetzung in der Branche und fordert die notwendigen Hilfestellungen seitens der Bundesregierung – insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen – ein.

### Lebensmittelverschwendung

Jahr für Jahr landen zahlreiche Lebensmittel auf dem Müll. Alleine in Deutschland werden jährlich elf Millionen Tonnen Lebensmittel weggeworfen. Lebensmittelabfälle entstehen auf allen Stufen der Wertschöpfungskette. Laut einer Studie der Universität Stuttgart konzentriert sich das Problem in Deutschland aber überwiegend auf den Endverbraucher.

Rund 61 Prozent der Lebensmittelverluste stammen demnach aus Privathaushalten. Entscheidend für den Kampf gegen Lebensmittelverschwendung ist deshalb, ein stärkeres Bewusstsein für die Problematik auf allen Wertschöpfungsstufen, insbesondere aber beim Verbraucher zu schaffen.

Die BVE engagiert sich im Rahmen zahlreicher Initiativen gegen die Verschwendung von Lebensmitteln und ist in unterschiedliche politische Gremien eingebunden. Der Problematik „Lebensmittelverschwendung im deutschen Außer-Haus-Markt“ nimmt sich die BVE an, indem sie sich in die Abfallvermeidungsdialoge im BMUB einbringt. In diesem Themenbereich kann vor allem der durch die BVE mit ins Leben gerufene Verein „United Against Waste“, der sich gegen Lebensmittelverschwendung im Außer-Haus-Markt wendet, erste konkrete Ergebnisse bei der Verringerung von Lebensmittelabfällen in Großküchen vorweisen. In 2016 hat sich United Against Waste erstmals auch an einem Forschungsprojekt zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen in Schulen beteiligt. Erste Ergebnisse verdeutlichen, dass in deutschen Ganztagschulen rund ein Viertel des produzierten Schulessens weggeschmissen wird. Dies gilt es nun mit geeigneten, nachhaltig angelegten, praxisorientierten Maßnahmen zu reduzieren.

Darüber hinaus ist die BVE Unterstützer der BMEL-Initiative „Zu gut für die Tonne!“. Im Rahmen des Bundespreises für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung engagiert sich BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff als Jurymitglied und Laudator.

### BVE kooperiert mit BMZ im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit

Nachhaltiges unternehmerisches Engagement erfordert auch in der Ernährungsindustrie immer öfter Investitionen in Entwicklungs- und Schwellenländern. Im Rahmen des EZ-Scout-Programms des Bundesministeriums für wirtschaftliche Entwicklung (BMZ) steht die BVE der Bundesregierung als Kooperationspartner für Themen der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) zur Seite. Die Kooperation ist verbunden mit der Entsendung eines EZ-Scouts in die BVE-Geschäftsstelle. Der EZ-Scout arbeitet im Auftrag des BMZ. Er berät die Mitglieder der BVE zu den zahlreichen Förder-, Finanzierungs- und Kooperationsangeboten der deutschen Entwicklungszusammenarbeit und unterstützt die Unternehmen dabei, das richtige Angebot für sich zu finden. Er vermittelt den Kontakt zu internationalen sowie lokalen Netzwerken und unterstützt bei der Entwicklung und Umsetzung konkreter Projektideen. Der EZ-Scout steht den Mitgliedern der BVE zunächst bis Dezember 2018 für alle Fragen rund um das Thema zur Verfügung.



# 5 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.

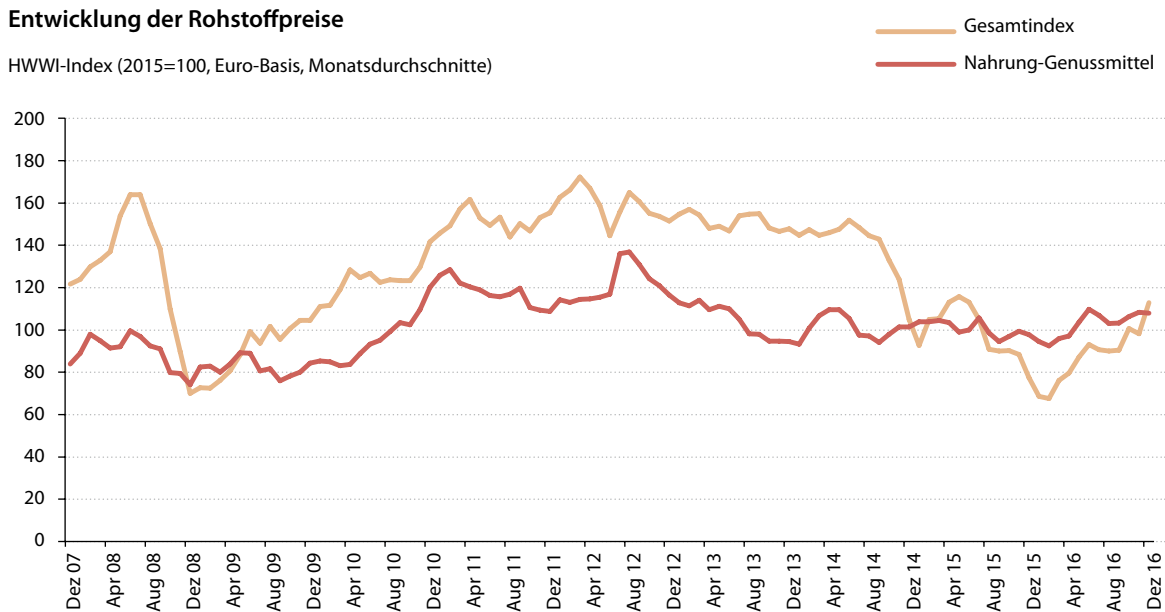
Rund drei Viertel der verarbeiteten Rohstoffe stammen aus Deutschland. Ein Viertel der Rohstoffe wird im europäischen und außereuropäischen Ausland eingekauft, da sie in Deutschland nicht in ausreichenden Mengen vorhanden sind oder nicht angebaut werden können.

Eine wachsende Weltbevölkerung und höhere Kaufkraft insbesondere in Schwellenländern führen zu einer steigenden Nachfrage nach Lebens- und Futtermitteln und damit zu langfristig höheren Preisen. Kurzfristig beeinflussen Ernteschwankungen das Angebot an Agrarrohstoffen.



## Entwicklung der Rohstoffpreise

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



Quelle: HWWI – Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut





Unternehmen. Durch Konkretisierungen trägt er gezielt der spezifischen Verantwortung von Unternehmen in Lieferketten für landwirtschaftliche Produkte Rechnung. Die Empfehlungen des Leitfadens sollen einen Beitrag dazu leisten, dass Unternehmen ihre Verantwortung in der Lieferkette wahrnehmen, bereits existierende Standards zu Menschenrechten, Arbeitnehmerrechten, Landrechten, Gesundheit, Tierwohl, Umwelt und Nachhaltigkeit beachten und negativen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit vorbeugen. In die Erarbeitung des Leitfadens war der europäische Ernährungsindustrieverband FoodDrinkEurope einbezogen.

Bei Agrarrohstoffen aus Entwicklungs- und Schwellenländern kann die Lieferkette mitunter sehr komplex und vielstufig sein. Sie kann vom deutschen Großhändler, über den deutschen Importeur, den ausländischen Exporteur, die erste Verarbeitungsstufe und mehrere Zwischenhändler im Ursprungsland, bis zu tausenden kleinstbäuerlichen Erzeugern, die ihre verschiedenen Ernteprodukte vor Ort der ersten Handelsstufe anbieten, reichen. Diese Lieferkette vollständig und hinsichtlich der Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien jederzeit zu überwachen, ist für einen kleinen oder mittelständischen Betrieb kaum zu leisten. Die BVE steht daher Vorschlägen, die für Unternehmen eine stärkere Haftung und gesetzliche Sorgfaltspflichten für Vorgänge in der Lieferkette fordern, kritisch gegenüber.

### Verantwortung in der Lieferkette

Die Anforderungen an die Lebensmittelhersteller in Bezug auf die Nachhaltigkeit ihrer Zulieferketten und Rohwaren steigen. Die Ernährungsindustrie ist sich ihrer Verantwortung für eine nachhaltige Lebensmittelproduktion und Rohstoffbeschaffung bewusst und engagiert sich bereits umfangreich für mehr Nachhaltigkeit in der Lebensmittellieferkette. Durch Lieferantenverpflichtungen (Code of Conduct), Lieferkettensertifizierungen, Vertragsanbau sowie nationale und internationale Brancheninitiativen werden Nachhaltigkeitsstandards in der Lieferkette umgesetzt und die Lieferanten für die unterschiedlichen Aspekte der Nachhaltigkeit sensibilisiert.

Anfang 2016 stellten die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sowie die Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) einen Leitfaden für verantwortliche landwirtschaftliche Lieferketten vor. Der neue Leitfaden mit dem Titel „OECD-FAO Guidance for Responsible Agricultural Supply Chains“ konkretisiert die bereits bestehenden OECD-Leitsätze für multinationale







### Palmöl – nachhaltig verfügbar

Palmöl ist weltweit das bedeutendste Pflanzenöl. Rund ein Drittel des weltweiten Pflanzenölbedarfs wird durch Palmöl gedeckt. Für die Ernährungsindustrie ist Palmöl deshalb so bedeutend, da es über Eigenschaften verfügt, die insbesondere für die Herstellung von Lebensmitteln eine wichtige Rolle spielen. Palmöl ist geruchsneutral sowie oxidations- und hitzestabil. Hinzu kommt, dass Ölpalmen besonders ertragreich sind. Dies führt zu weniger Anbaufläche je erzeugter Menge Öl und geringeren Kosten.

Neben der Herstellung von Lebensmitteln wird Palmöl für die Herstellung von Körperpflege- und Reinigungsmitteln, in der chemischen, pharmazeutischen und der Futtermittelindustrie eingesetzt sowie energetisch genutzt. In Deutschland ist Palmöl nach Raps das am stärksten genutzte Pflanzenöl.

Die Nachfrage nach Palmöl hat sich in den letzten zehn Jahren verdoppelt. Aufgrund der wachsenden Weltbevölkerung und mehr Wohlstand in Schwellenländern wird die Nachfrage nach Ölen und Fetten und damit auch nach Palmöl in den kommenden Jahrzehnten weiter deutlich wachsen. Die weltweite Palmölproduktion wird in den nächsten zehn Jahren voraussichtlich von derzeit 62,5 Millionen Tonnen auf rund 86 Millionen Tonnen ansteigen.

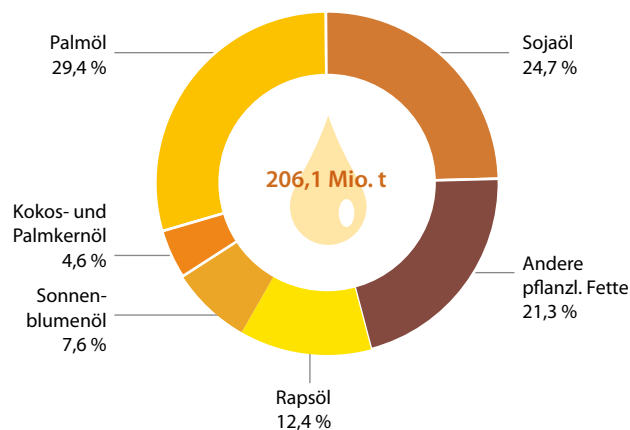
Mit dem steigenden Palmölbedarf und der damit verbundenen Ausweitung der Anbauflächen gehen auch ökologische und soziale Herausforderungen – beispielsweise die Verringerung von Regenwaldbeständen sowie die Entstehung von Monokulturen – in den Anbauländern einher, vor allem in den Hauptanbauländern Malaysia und Indonesien. Aufgrund dieser Entwicklung hat sich insbesondere in den westlichen Verbraucherländern eine kritische Öffentlichkeit gebildet, die wie auch hiesige Unternehmen nachhaltigere Anbau- und Produktionsbedingungen für Palmöl fordern. Ein Verzicht auf Palmöl, wie von einzelnen Nichtregierungsorganisationen vorgeschlagen, ist ökologisch jedoch nicht sinnvoll, da Palmöl deutlich ertragreicher und damit flächeneffizienter ist als andere Pflanzenöle. Die Ölerträge liegen bei Palmöl bei drei bis vier Tonnen pro Hektar, auf sehr gut bewirtschafteten Plantagen sogar bei bis zu acht Tonnen pro Hektar.

Würde das in Deutschland verbrauchte Palmöl durch andere Pflanzenöle wie Soja, Kokos, Raps und Sonnenblume ersetzt werden, wäre die vier- bis fünffache Anbaufläche erforderlich, um dieselbe Menge Öl zu erhalten. Dies bestätigte auch eine vom WWF veröffentlichte Studie aus dem Jahr 2016.

Der Ernährungsindustrie ist es ein Anliegen, dass die von ihr eingesetzten Rohstoffe hohen ökologischen und ethischen Anforderungen genügen. Unternehmen haben daher gemeinsam mit Nichtregierungsorganisationen bereits im Jahr 2004 den Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (RSPO – Roundtable on Sustainable Palm Oil) ins

### Produktion von Pflanzenölen und -fetten weltweit 2015/16

in Prozent



Quelle: ISTA Mielke – Oil World



FAKT: ist 5 – Nachhaltiges Palmöl  
<http://www.bve-online.de/themen/verbraucher/fakt-ist-lebensmittelqualitaet>



Leben gerufen. In Deutschland wurde unter Beteiligung der Wirtschaft, des WWF und der Bundesregierung 2013 das Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) gegründet, um die Nachhaltigkeit in der Palmöllieferkette weiter zu fördern. 2015 waren in Deutschland bereits 79 Prozent des in Lebensmitteln eingesetzten Palmöls nachhaltig zertifiziert – mit steigender Tendenz. Viele Unternehmen haben sich zudem konkrete Selbstverpflichtungen zum

Einsatz von nachhaltigem Palmöl auferlegt und berichten darüber öffentlich.

Die BVE hat sich im fünften Teil ihrer Reihe „FAKT: ist“ mit dem Thema „Nachhaltiges Palmöl“ befasst. Sie informiert darin über die Herstellung und Verwendung von Palmöl und zeigt auf, welchen Beitrag die deutsche Ernährungsindustrie für mehr Nachhaltigkeit in der Palmöllieferkette leistet.

## Ölerträge pro Hektar

in Tonnen



Ölpalme  
3,7



Raps  
0,7



Sonnenblume  
0,6



Soja  
0,4

Quelle: Meo Carbon Solutions; FONAP - Forum Nachhaltiges Palmöl



### Finanzmärkte und Warentermingeschäfte

Warentermingeschäfte sind für die Ernährungsindustrie ein wichtiges Instrument zur Preisfindung auf volatilen Agrarmärkten sowie zur Absicherung von Preisschwankungen bei Agrarrohstoffen. Damit Warenterminmärkte funktionieren, sind Transparenz sowie eine ausreichende Anzahl an Marktteilnehmern und Liquidität erforderlich.

Die BVE hat sich im Rahmen der europäischen Finanzmarktregulierung bei Agrarwarentermingeschäften 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.

Im April 2014 einigte sich die Politik auf die neue EU-Finanzmarktregulierung (MiFID II), die auch den Bereich der Agrarwarentermingeschäfte umfasst. Die Position, die die BVE in das Gesetzgebungsverfahren eingebracht hat, wurde dabei berücksichtigt.

Ende 2016 wurden vom europäischen Gesetzgeber die noch fehlenden sogenannten „regulatorischen technischen Standards“ zur Umsetzung der MiFID II vorgelegt. Dies betrifft insbesondere Regelungen zu den Positionslimits bei Agrartermingeschäften sowie das Berichtswesen und Markttransparenz. Die Anwendung der neuen Vorschriften ist ab 2018 vorgesehen.

Die Umsetzung der EU-Vorgaben erfolgt national durch das sogenannte Zweite Finanzmarktnovellierungsgesetz. Die

BVE hat im Oktober 2016 gemeinsam mit dem Deutschen Bauernverband (DBV) sowie dem Deutschen Raiffeisenverband (DRV) zum Referentenentwurf des Bundesministeriums der Finanzen Stellung genommen. Insbesondere haben die Verbände auf die Herausforderungen bei der praktischen Umsetzung der EU-Vorgaben hingewiesen. Die BVE bringt sich hinsichtlich der Umsetzungsfragen auch in die Arbeitsgruppen der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht ein.

Verglichen mit den US-Marktplätzen und Börsen in Asien sind die europäischen Agrarterminkontraktmärkte noch klein und relativ wenig liquide; der Anteil der in Europa gehandelten Agrartermingeschäfte (Futures und Optionen) beträgt circa zwei Prozent des globalen, börslichen Agrarterminkontrahandels (2015; Basis: Anzahl gehandelter Kontrakte).

An den großen europäischen Agrarhandelsplätzen werden folgende bedeutende Agrarterminkontrakte gehandelt:

- Euronext Paris (Matif): Mahlweizen, Raps, Rapsöl, Rapschrot, Mais, Braugerste
- ICE London (LIFFE): Kakao, Kaffee, Zucker, Futterweizen
- CME Europe London: Kakao
- EEX Leipzig: Kartoffeln, Schweine, Ferkel, Magermilchpulver 5 Tonnen, Molkenpulver 5 Tonnen, Butter 5 Tonnen (cash abgewickelt)

Einige EU-Mitgliedstaaten befürworten die Einführung einer Finanztransaktionssteuer. Die BVE lehnt diese Steuer grundsätzlich ab, da sie Rohstoff-, Währungs- und Zinsabsicherungsgeschäfte verteuern und die Pensions- und Versorgungskassen der Unternehmen erheblich belasten würde. Von der Branche gingen keine Gefährdungen für die weltweite Finanzmarktstabilität aus; die Branche sollte daher auch nicht – wie durch eine Finanztransaktionssteuer beabsichtigt – zur steuerlichen Refinanzierung der weltweiten Finanzkrise 2009 herangezogen werden. Die BVE erwartet, dass die Bundesregierung sich an ihre im Koalitionsvertrag festgehaltene Aussage, die Realwirtschaft durch eine Finanztransaktionssteuer nicht zu belasten, hält.

### BVE-Arbeitskreis Rohstoffe

Die BVE stimmt ihre rohstoffpolitische Ausrichtung im Arbeitskreis Rohstoffe ab. 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 mitzuwirken. Der Arbeitskreis tagt halbjährlich im Rahmen einer Sitzung und steht Mitgliedern der BVE offen.



# 6 Die BVE



## Mit uns hat eine starke Wirtschaft einen starken Partner

Die BVE ist der wirtschaftspolitische Spitzenverband der deutschen Ernährungsindustrie. Seit mehr als 60 Jahren vertreten wir die branchenübergreifenden Interessen der Lebensmittelhersteller gegenüber Politik, Verwaltung, Medien, Gesellschaft und Marktpartnern – weltweit. Wir sind Ansprechpartnerin der nationalen Politik, auf EU-Ebene setzen wir uns mit einem eigenen Büro in Brüssel für die Interessen der deutschen Ernährungsindustrie ein. Für internationale Partner und Institutionen aus Politik und Wirtschaft ist unsere Arbeit von Bedeutung, da die Strukturen und Netzwerke in Deutschland für ausländische Märkte schwer zu durchdringen sind und häufig ein zentraler Ansprechpartner, zum Beispiel für bilaterale Gespräche, nachgefragt wird.

## Deutsche Lebensmittel sind sicher, qualitativ hochwertig, jederzeit verfügbar, günstig und schmackhaft – eine Leistung „Made in Germany“

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

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

## Unser Ziel: eine wettbewerbsfähige Ernährungsindustrie

Zentrale Aufgabe der BVE ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie zu sichern und zu verbessern. Fairer Leistungswettbewerb, weniger Bürokratie, weniger Regulierung, mehr Freiraum für Unternehmen und Eigenverantwortung der Bürger – mit dieser Grundhaltung arbeitet und wirbt die BVE in der politischen Diskussion für ihre Anliegen. Um diese Ziele zu erreichen, 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.



Fakten schaffen, Vorurteile ausräumen und das öffentliche Vertrauen in die Lebensmittelbranche stärken – dass uns dies durch etablierte Lobby- und umfassende Kommunikationsarbeit auch im letzten Jahr erfolgreich gelungen ist, zeigt nicht zuletzt das Ergebnis einer Studie der Kommunikationsagentur Edelman.ergo, laut der die Lebensmittelwirtschaft in der Gunst der Verbraucher nach der Technologiebranche auf den zweiten Platz vorrücken konnte. Diesen Weg gilt es weiter fortzusetzen.“

Christoph Minhoff, BVE-Hauptgeschäftsführer

# Die Mitglieder

## Verbände



Arbeitsgemeinschaft Fleisch  
und Fleischwaren



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



Bundesverband der deutschen  
Fischindustrie und des  
Fischgroßhandels e.V.



Bundesverband der Deutschen  
Süßwarenindustrie e.V.



Bundesverband der  
Geflügelschlachtereien e.V.



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

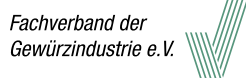
Die deutschen Brauer  
Deutscher Brauer-Bund e.V.



Deutscher Brauer-Bund e.V.



Deutscher Verband der  
Aromenindustrie e.V.



Fachverband der  
Gewürzindustrie e.V.



Förderverein der Deutschen  
Ernährungsindustrie e.V. (FDE)



Kulinaria Deutschland e.V.  
Verband der Hersteller  
kulinarischer Lebensmittel



OVID Verband der  
ölsaatenverarbeitenden Industrie in  
Deutschland e.V.



Private Mills Germany e.V.



Verband der deutschen  
Getreideverarbeiter und  
Stärkehersteller e.V.



Verband Deutscher Mühlen e.V.



Verein der Zuckerindustrie e.V.



Vereinigung Alkoholfreie  
Getränke-Industrie e.V. (AFG-V)



VKS – Verband der Kali- und  
Salzindustrie e.V.



# Unternehmen



Alpro GmbH



apetito AG

ARYZTA Bakeries  
Deutschland GmbHBad Heilbrunner Naturheilmittel  
GmbH & Co. KG

Bell Deutschland GmbH &amp; Co. KG

CARL VON MICHALKOWSKI  
NATURDÄRME | NATURAL CASINGSCarl von Michalkowski  
GmbH & Co. KG

Coca-Cola GmbH



Conditorei Copenrath &amp; Wiese KG



Danone GmbH

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

Ferrero Deutschland GmbH



GELITA AG



General Mills GmbH

GoodMills  
Deutschland GmbHGriesson - de Beukelaer  
GmbH & Co. KG

HANSA-HEEMANN AG



Harry-Brot GmbH

Hela Gewürzwerk  
Hermann Laue GmbHHengstenberg  
GmbH & Co. KG

Kellogg (Deutschland) GmbH



Peter Kölln GmbH &amp; Co. KGaA



Carl Kühne KG (GmbH &amp; Co.)



Lutz Convenience Food GmbH



Mars GmbH



Mestemacher GmbH

Miasa GmbH  
Safran Spezialisten  
Produktion & Distribution

Molkerei Alois Müller GmbH &amp; Co. KG

Mondelēz Deutschland  
Services GmbH & Co. KG



Nestlé Deutschland AG



Nordzucker AG

Dr. August Oetker  
Nahrungsmittel KG

PepsiCo Deutschland GmbH



Pfeifer &amp; Langen

Pfeifer &amp; Langen GmbH &amp; Co. KG



Polat Dönerproduktion GmbH



RAPS GmbH &amp; Co. KG

Rügenwalder Mühle  
Carl Müller GmbH & Co. KG

RÜMA Feinkost GmbH &amp; Co. KG

Schwartauer Werke  
GmbH & Co. KGaASemper idem  
Underberg GmbHSINNACK Backspezialitäten  
GmbH & Co. KG

Steinhaus GmbH



Südzucker AG

Tönnies Lebensmittel  
GmbH & Co. KG

Unilever Deutschland GmbH

riha WeserGold  
Getränke GmbH & Co. KG

Westfleisch SCE



ADM WILD Europe GmbH &amp; Co. KG



Franz Wiltmann GmbH &amp; Co. KG

Zentis GmbH & Co. KG –  
Konfitüren, Süßwaren,  
Fruchtzubereitungen

zur Mühlen Gruppe

zur Mühlen ApS &amp; Co. KG

## FDE - Mitglieder

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



AFC Consulting Group AG



Aon Versicherungsmakler  
Deutschland GmbH



BDJ Versicherungsmakler  
GmbH & Co. KG



Bund Getränkeverpackungen  
der Zukunft GbR



Camfil KG



COMDOK GmbH



CompAir Drucklufttechnik Gardner  
Denver Deutschland GmbH



CSB-System AG



cyclos GmbH



Der Grüne Punkt – Duales System  
Deutschland GmbH



Deutsche Bank AG



DLG e.V.



Deutsches Institut für  
Lebensmitteltechnik



dfv Mediengruppe



Ebner Stolz Management  
Consultants GmbH



Edelman.ergo GmbH



E.ON Connecting Energies GmbH



NSF Erdmann Analytics GmbH



Eurofins Analytik GmbH



GfK SE



GNT Europa GmbH



Hamburg Messe und  
Congress GmbH



Hilge GmbH & Co. KG



Innova Market Insights



Koelnmesse GmbH



KWG Rechtsanwälte



Messe Berlin GmbH



Modus Consult AG





Nagel-Group  
Kraftverkehr Nagel GmbH & Co. KG



PETCYCLE GmbH



PricewaterhouseCoopers AG



Rabobank Frankfurt



rheingold salon GmbH & Co. KG  
Marktforschungsagentur



SAM Sensory and Marketing  
International



Schmidmeier NaturEnergie GmbH  
Prozessenergieanlagen und  
Brennstoffe aus Biomasse



SGS INSTITUT  
FRESENIUS GmbH



Siemens AG  
Building Technologies  
Sustainability & Energy Management



StockFood –  
Die Food-Bildagentur



SÜDVERS GmbH  
Assekuranzmakler



Wake up Communications  
Agentur für PR & Social Media



ZENK Rechtsanwälte  
Partnerschaft mbB

# Geschäftsführung und Arbeitsbereiche



**Hauptgeschäftsführer**

**Christoph Minhoff**

Telefon +49 (0)30 200786-135

Telefax +49 (0)30 200786-235

cminhoff@bve-online.de



**Stellvertretender Hauptgeschäftsführer**

**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



**Geschäftsführerin**

**Leiterin Büro Brüssel**

**Stefanie Sabet**

Telefon +49 (0)30 200786-143

Telefax +49 (0)30 200786-243

ssabet@bve-online.de

Wirtschaftspolitik · Außenwirtschaft · Zoll

Nachhaltigkeit · Verbraucherpolitik



**Referentin**

**Laura Busch**

Telefon +49 (0)30 200786-152

Telefax +49 (0)30 200786-252

lbusch@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 · Rohstoffe

Entwicklungszusammenarbeit/GFFA



## 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:

Wenn nicht anders gekennzeichnet BVE  
S. 4 © Eric Audras/Onoky/Corbis  
S. 5 © Monkey Business Images/Shutterstock  
S. 7 © Fandrade/Gettyimages  
S. 8, 17, 20, 21, 42 (u.), 43 © Monty Rakusen/  
cultura/Corbis  
S. 8 © Monty Rakusen/cultura/Mediabakery  
S. 10, 11, 30, 51 © BVE/Tobias Rucker  
S. 11 (o.l.) © Messe Berlin GmbH/Volkmar Otto  
S. 12 © ARD  
S. 16 © Westend 61/Gettyimages  
S. 19 © Ian Lishman/Juice Images/Corbis  
S. 22 © Mikolette/iStock  
S. 24 © Lebensmittel Zeitung/Santiago Engelhardt  
S. 25 © Wavebreak Media Ltd./Corbis  
S. 26 © instamatics/iStock  
S. 31 © Koelnmesse GmbH/Harald Fleissner  
S. 32 © Fuse/Thinkstock  
S. 33 © Fabian Wentzel/iStock  
S. 34 © Photographee.eu/Shutterstock  
S. 35 © GFFA Berlin e.V./Nils Krüger  
S. 39 © Juice Images/Alamy Stock Photo  
S. 38 © Dave and Les Jacobs/Blend Images/Corbis  
S. 40 © Christian Lietzmann  
S. 41 © Sigal Suhler Moran/iStock  
S. 42 (o.) © Milton Brown/Westend61/Corbis  
S. 44 © BMEL/Michael Gottschalk  
S. 45 © aboikis/Shutterstock  
S. 47 © Production Perig/Shutterstock  
S. 46/47 (o.) © Air Images/Corbis  
S. 48 © KYTan/Shutterstock  
S. 49 © dolphyn/shutterstock  
S. 50 © Foodcollection/the food passionates/Corbis  
S. 4, 16, 51 Illustrationen Jaqueline Urban

Layout: Ariane Skibbe

Druck: Brandenburgische Universitätsdruckerei  
und Verlagsgesellschaft Potsdam mbh

Unsere Farbe ist mineralölfrei und auf  
Basis nachwachsender Rohstoffe rezeptiert.







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



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



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



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



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



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