



Jahrestagung 2017

---

Begrüßung / Auftakt

Stephan Nießner  
Präsident, Bund für Lebensmittelrecht und  
Lebensmittelkunde e. V.

---

28. April 2017  
Auditorium Friedrichstraße, Berlin

Sehr geehrter Herr Parlamentarischer Staatssekretär Bleser,  
sehr geehrter Herr Professor Hensel,  
sehr geehrte Damen und Herren Abgeordnete,  
sehr geehrte Vertreter der Bundes- und Landesbehörden, der Botschaften und Medien,  
liebe Mitglieder und Gäste des BLL,  
meine sehr geehrten Damen und Herren,

auch von mir noch einmal ein herzliches Willkommen auf der Jahrestagung des BLL 2017, die ganz im Zeichen des Wahlkampfes steht. Unter das Motto „Behalte die Wahl“ haben wir all unsere Aktivitäten bis zur Bundestagswahl gestellt. So auch unsere Jahrestagung.

Ich möchte behaupten, dass momentan kaum ein Faktum die Welt mehr bewegt als Wahlen und Wahlkämpfe. Durch Wahlen wissen wir, dass die USA – politisch gesehen – nicht nur aus zwei Küsten besteht, sondern auch einen Mittleren Westen besitzt, der mit seiner Entscheidung für Präsident Trump die Welt ganz schön in Atem hält. Auch der Wahlkampf um ein Referendum in der Türkei hat uns einiges abverlangt. Wir haben aufgeatmet, nachdem der Wahlkampf für die Rechtspopulisten in den Niederlanden und Frankreich nicht den gewünschten Ausgang brachte. Denn: Jede Stimme für Europa ist eine Stimme für die Zukunft der Deutschen Lebensmittelwirtschaft. Wir brauchen und wir wollen Europa! Können wir schon etwas über Deutschland sagen? Nun – zumindest sind die meisten von uns jetzt mit der Existenz der Gemeinde Würselen vertraut (und dass die Gemeinde Würselen ein Spaßbad besitzt).

Es steht mir nicht zu, an dieser Stelle eine Bewertung abzugeben. Jedenfalls ist der SPD mit der Nominierung von Martin Schulz als Kanzlerkandidat und neuem Parteivorsitzenden ein Coup gelungen. Er hat die Herzen der Menschen scheinbar wie im Flug erobert. Diese Entwicklung muss jeder nach seinen politischen Präferenzen nun selbst einordnen. Beruhigend ist jedenfalls, dass die Spitzenkandidaten beider großer Parteien überzeugte Europäer sind. Wenn ich aber einen Wunsch im Hinblick auf den – für die einen bevorstehenden, für die anderen bereits begonnenen – Bundestagswahlkampf äußern darf: Niemand sollte versuchen, sich einen Vorteil durch das Schüren von Ängsten zu verschaffen. Keine Verlustängste im Hinblick auf Veränderungen der Gesellschaft, keine Ängste vor Flüchtlingen und auch keine Ängste im Hinblick auf die eigene wirtschaftliche Situation.

Das Rezept, Ängste zu schüren, kennen wir. Es ist Teil der einseitigen Kost, die wir von manchen NGOs als Geschäftsmodell seit Jahren vorgesetzt bekommen: Das Rezept wie man Angst erzeugt und sie wie ein Produkt verkauft. Und: Das Produkt „Angst“ verkauft sich. Für viele Organisationen und Personen ist es weltweit ein Milliardengeschäft. Nicht nur NGOs leben davon, auch zahlreiche Buchautoren. Jüngstes Beispiel ist Jörg Blech, der für sein Buch „Schmeckt' s noch – die falschen Versprechen der Lebensmittelindustrie“ vom SPIEGEL eine Titelgeschichte bekam. Wir haben uns erlaubt, den Deutschen Presserat entscheiden zu lassen, ob dies gegen den Pressekodex verstößt, weil hier Werbung und redaktionelle Arbeit unrechtmäßig vermischt wird, und haben Beschwerde eingelegt.

Meine Damen und Herren, es scheint, dass die Angstindustrie einen nicht versiegenden Themenbrunnen besitzt. Trotzdem oder gerade deshalb: Es wird reformuliert, was das Zeug hält. Wie die Lebensmittelwirtschaft seit Jahren Produkte auf den Markt bringt, die Fett, Zucker, Salz und

kalorienreduziert sind, werden Nachrichten in ihrem Gehalt reduziert, bis sie schlecht und damit gut verkäuflich sind.

Bestes Beispiel ist Ökotest. Die Wirtschaft arbeitet seit Jahren an der Minimierung von Mineralöleinträgen in Lebensmittel. Und das sehr erfolgreich, wie auch die Tests der Zeitschrift Ökotest belegen. Allerdings muss man, um dies zu erkennen, das Kleingedruckte aufmerksam lesen, denn das Urteil lautet in einigen Fällen immer noch „mangelhaft“. Was ist hier passiert? Ganz einfach: Es wurde reformuliert: Die Rezeptur für schlechte Nachrichten wurde geändert. Deutlich haben die Lebensmitteltester die Kriterien, die zu den unterschiedlichen Bewertungen führen, minimiert. So bleibt das Bild nach außen unverändert und das Unbehagen der Menschen wird in seinem Wachstum nicht gehemmt.

Und das hat fatale Folgen: Wenn nur schlechte Nachrichten gute Nachrichten sind, wird nicht nur Unbehagen verbreitet, sondern es herrscht auch irgendwann Unbehagen. Für mich liegt hier der eigentliche Skandal. Wer Menschen in Angst und Schrecken versetzt, um seine Interessen durchzusetzen, handelt unmoralisch.

Aber: Immer mehr Menschen in Politik, Medien und Gesellschaft erkennen, dass das Produkt der „Angst“-Lobbyisten eine Mogelpackung ist. Bestes Beispiel dafür ist der eben schon erwähnte SPIEGEL. Ende Februar versuchte das Magazin bei seinen Lesern unter dem Titel „Gewissensbisse“ eben solche zum „Fleischkonsum“ heraufzubeschwören. Dieses Unterfangen war jedoch erfolglos: Das Heft blieb am Kiosk liegen und wurde zur Nr. 1 der Ladenhüter aus dem Hause SPIEGEL in diesem Jahr.

Die Menschen erkennen, dass es noch eine andere Wahrheit gibt: Es ging uns noch nie so gut wie heute.

Im Vorwort des Jahresberichts der Bundesvereinigung der Ernährungsindustrie heißt es: „In diesen Jammerchor des Pessimismus, der Verzagtheit und der Selbstzerknirschung wollen wir als Ernährungsindustrie nicht einstimmen! Jede Veränderung birgt Chancen, was sich bewegt, lebt...“ Damit bringen es Wolfgang Ingold und Christoph Minhoff auf den Punkt. Wir müssen in die Opposition gehen zum Jammerchor des Pessimismus und der Angstindustrie. Die deutsche Lebensmittelwirtschaft hat allen Grund, stolz zu sein auf das, was wir in den letzten Jahren geleistet haben. Wir haben einen großen Anteil daran, dass es den Menschen in unserem Lande so gut geht wie noch nie. Wir tragen dazu bei, dass die Menschen mit Lebensmittel in einer nie da gewesenen Vielfalt und Qualität versorgt werden. Und das zu einem bezahlbaren Preis. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag dafür, dass die Menschen immer älter werden. Und: Wir stehen für Genuss und intelligente Lösungen.

Mit unseren intelligenten Lösungen sichern wir die Zukunft der deutschen Lebensmittelwirtschaft. Vom Acker bis zum Teller richtet sich die Branche auf die Zukunft aus. Und öffnet sich für die Herausforderungen des digitalen Zeitalters. Mit unserem Wissen suchen und finden wir Lösungen: Durch den Einsatz von Drohnen schaffen wir es den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln in der Landwirtschaft zu reduzieren. Die moderne Tierhaltung hat sich auf den Weg gemacht, in ihren Haltungssystemen Tierwohl weiter voranzubringen. Im Bereich der Verarbeitung greifen wir das auf, was die Menschen zum Leben brauchen. Mehr noch, wir machen es möglich, dass Menschen sich

so ernähren können, wie es zu ihrem persönlichen Lebensstil passt. So ist in den letzten Jahren eine Vielzahl an Produkten für Singles, für Menschen mit Nahrungsunverträglichkeiten, für Veganer, für Sportler oder für beruflich stark Eingespannte auf den Markt gekommen. Den Lebensstil zu ermöglichen – dafür sorgen auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich der Gastronomie. Längst ist der Restaurantbesuch nicht mehr ein besonderer Anlass, sondern Außer-Haus-Verpflegung ist Teil des Alltags vieler Menschen. Große Veränderungen stehen auch im Handel an. Mit dem Ausbau des Onlinehandels schlagen wir ein völlig neues Kapitel auf, das das Einkaufen in der Zukunft tiefgreifend verändern wird. All das sind Beispiele dafür, dass wir den Blick in Richtung Zukunft richten und dabei die Bedürfnisse der Menschen nicht aus den Augen verlieren. Wir stehen ihnen als verlässlicher Partner zur Seite.

Intelligente Lösungen sind für uns auch die Fragen der Nachhaltigkeit. Die Balance zwischen ökonomischen, ökologischen und sozialen Aspekten herzustellen ist eine Aufgabe, die in den Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft fest verankert ist. Auch sektorenübergreifend schreiben wir Erfolgsgeschichten. Mit der Arbeit des Forums Nachhaltiger Kakao haben wir einen beispielhaften Schritt gemacht. Das Forum ist verdienter Maßen von der Bundesregierung als Leuchtturmprojekt der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie für das Jahr 2016 ausgezeichnet worden. Im Bereich Palmöl ist uns Ähnliches gelungen. Das sind nur einige Beispiele, viele weitere könnte und müsste ich hier eigentlich nennen. Bitte sehen Sie mir es nach, dass ich aus Zeitgründen darauf verzichte.

Meine Damen und Herren, der BLL steht seit über 60 Jahren der Politik als anerkannter und verlässlicher Gesprächspartner zu Seite. Der Grund dafür liegt auf der Hand: Unser Produkt ist nicht die Angst. Unser Produkt sind Lösungen. Ich bin überzeugt, dass wir uns mit diesem Produkt am Markt durchsetzen werden. Die Menschen interessieren sich für Lösungen. Lösungen in Fragen der Nachhaltigkeit, der Produktvielfalt, der Qualität und der Bezahlbarkeit. Wir bieten diese Lösungen. Ich verrate Ihnen kein Geheimnis, wenn ich Ihnen sage, dass die Ansprüche der Menschen an uns in den letzten Jahren gestiegen sind. Und das ist auch gut so. Allerdings ist auch klar, dass dieses Niveau nur von einer starken Lebensmittelwirtschaft gehalten werden kann. Starke Verbraucher brauchen daher eine starke Lebensmittelwirtschaft. Wer mit politischen Maßnahmen hier gegen arbeitet, der verletzt die Interessen der Konsumenten. Wer mit Reglementierungen die Wirtschaft schwächen will, der schützt nicht Konsumenten, sondern setzt sie dem Risiko aus, dass deutsche Standards vom Markt verschwinden. Aus diesem Grund ist die beste Verbraucherpolitik eine solide Wirtschaftspolitik. Wir brauchen ein Ende der Industriefeindlichkeit in unserem Land. Und: Wir brauchen wieder Vorfahrt für Fakten.

Meine Damen und Herren, „Behalte die Wahl“ ist das Motto des BLL für die Gespräche, die wir in diesem Jahr führen. Weil: Freiheit für Unternehmen und Konsumenten die Sicherheit und Vielfalt der Lebensmittel schützt. Und: Das ist das Beste für die Menschen in unserem Land!  
Herzlichen Dank!