

Begrüßung

Dr. Werner Wolf
Präsident Bund für Lebensmittelrecht und
Lebensmittelkunde e. V.

11. April 2013
Haus der Deutschen Wirtschaft
Berlin

Sehr verehrter Herr Staatssekretär Dr. Müller,
 meine sehr geehrten Damen und Herren Abgeordnete des Deutschen Bundestages,
 verehrte Gäste aus der Bundesregierung,
 verehrte Gäste aus den Bundesländern,
 sehr geehrter Herr Professor Hensel,
 sehr geehrter Herr Professor Krämer,
 liebe Mitglieder unserer Wissenschaftlichen Beiräte,
 liebe Mitglieder des BLL,
 meine sehr geehrten Damen und Herren,
 ich begrüße Sie alle sehr herzlich zu unserer Jahrestagung hier in Berlin und danke Ihnen für Ihr
 zahlreiches Erscheinen.

Meine Damen und Herren, das Jahr 2013 ist erst 15 Wochen alt. Und schon – könnte man sagen:
 „Hurra – wir leben noch!“. Dies ist nicht nur ein alter Milva-Song, sondern möglicherweise auch das
 Motto des Jahres 2013.

Offenbar zu schnell haben wir alle hier vergessen, dass ja eigentlich laut Maja-Kalender 2012
 Schluss sein sollte mit der menschlichen Zivilisation. Doch der Weltuntergang fiel aus, mal wieder.
 Also gilt: „Hurra – wir leben noch!“

Das sagen sich sicher auch verwundert viele Mitbürger, die die Berichterstattung über die Produkte
 und das Wirken unsere Branche in 2013 verfolgt haben.

Wer nicht vergiftet, getäuscht, betrogen oder ausgetrickst wurde, der würde gemästet oder süchtig
 gemacht. Meine Anerkennung an die Journalisten und NGO-Aktivisten für die unglaubliche
 Kreativität in Sachen Weltuntergangsszenarien.

Als jüngstes Beispiel habe ich in der FAZ vom 5. April eine unglaubliche Geschichte gelesen. Es gibt
 tatsächlich eine Gemeinschaft von esoterisch angehauchten Menschen, die glaubt, dass die
 Barcodes auf Produktverpackungen beim Scannen an der Supermarktkasse eine negative Energie
 auf das Lebensmittel ausstrahlen. Diese negative Energie könne nur verhindert werden, in dem man
 einen hauchdünnen Strich durch die Barcodes zieht.

Gibt es in unserer Gesellschaft eigentlich noch jemanden, der Unsinn auch mal klar und deutlich als
 Unsinn bezeichnet? Es kann doch nicht sein, dass sich mit solchen hanebüchenen Behauptungen
 auch noch eine seriöse Einrichtung wie das Bundesinstitut für Risikobewertung beschäftigen muss.

Langsam frage nicht nur ich mich, sondern auch immer mehr Medienvertreter „Was kann man
 eigentlich noch essen?“

Bitte verzeihen sie diesen Anflug von Sarkasmus, aber dieser wird zunehmend zu einem Akt der
 Selbstachtung. Was also kann man eigentlich noch essen? Die unmissverständliche, glasklare
 Antwort auf diese rhetorische Frage ist: Alles, was Ihnen die deutsche Lebensmittelwirtschaft auf
 den Tisch bringt! An Qualität und Sicherheit sind wir weltweit die Nummer 1 und wir werden es
 auch bleiben!

„Hurra, wir leben noch!“, und trotzdem mussten wir uns bereits mit diversen Lebensmittelskandalen auseinandersetzen. Was neu ist: die drei Vorkommnisse, das Pferdefleisch, die vermeintlichen Bio-Eier und die Aflatoxine in Futtermitteln erreichten uns innerhalb von wenigen Tagen. Da blieb uns kaum Zeit zum Durchatmen. Aus einer Regelverletzung wurde ein Skandal, aus einem Skandal eine Hysterie, aus der Hysterie politischer Aktionismus.

Die Faktenlagen, soweit wir sie kennen, lässt nach wie vor nur einen Schluss zu: Kriminelles Handeln, meist Einzelner, führte zur Zerstörung von Vertrauen in die Branche. Das können wir nicht zulassen! Weder dürfen wir der Medienhysterie freien Lauf lassen, noch dem Treiben derjenigen, die Eigenwohl vor Gemeinwohl stellen. Das hat unsere stolze Branche nicht verdient.

Der erneute Imageverlust ist jedenfalls nachhaltig, mit noch nicht absehbaren Folgen weiterer staatlicher Regulierungen.

Ursache der Skandale ist dabei die Regelverletzungen,

Ursache des Image- und Vertrauensverlustes die Medienhysterie.

Wir müssen – im eigenen Interesse – gegen beides vorgehen. Wir selbst haben deshalb das größte Interesse an einer lückenlosen Aufklärung, damit die Verantwortlichen ermittelt und zur Rechenschaft gezogen werden und nicht unsere gesamte Branche weiterhin unter Generalverdacht steht. Darauf hat der BLL in Sachen Pferdefleisch frühzeitig hingewiesen.

Wieder einmal haben einige die Vorlage dafür geliefert, dass Essen, ja insgesamt Lebensmittel, nicht sachlich diskutiert werden, sondern rein emotional. Die Empörungsmaschinerie funktioniert dann reibungslos. Noch bevor alle Fakten auf dem Tisch liegen, werden den Regeln politischen Krisenbewältigungsmantren folgend Forderungen erhoben, ohne an eine Folgenabschätzung oder die Machbarkeit in der Praxis zu denken.

Anstatt alle Energien darauf zu konzentrieren, herauszufinden, an welcher Stelle im System Pferdefleisch bewusst falsch als Rindfleisch deklariert wurde und welche umfangreichen Auswirkungen diese kriminellen Machenschaften haben, diskutieren wir plötzlich über eine Ausweitung der verpflichtenden Herkunftskennzeichnung trotz einer laufenden umfangreichen Folgenabschätzung der Kommission. Diese soll für eine solche Diskussion überhaupt erst die sachliche Grundlage liefern. Klar ist, darüber müssen wir diskutieren und darüber wird auch ernsthaft diskutiert, aber was hätte eine Herkunftskennzeichnung, die übrigens für den Rohstoff Rindfleisch ja heute schon gilt, in diesem Fall gebracht? NICHTS! Denn die bittere Wahrheit ist: Betrüger gibt es und wird es in allen Lebensbereichen immer geben – egal, wie umfangreich unsere Gesetze sind.

Und auch die Verbraucherminister von Bund und Ländern gestehen in ihrem Nationalen Aktionsplan zu Pferdefleisch selbst ein, dass durch eine Erweiterung der bestehenden Herkunftskennzeichnung „ein mit krimineller Energie durchgeführter Betrug nicht verhindert werden kann“.

Wir können nur immer wieder betonen, dass es im eigenen Interesse der Lebensmittelwirtschaft liegt, kriminelle Elemente aus unserer Gemeinschaft und vom Markt auszuschließen. Die Verbraucher müssen uns vertrauen können und wir müssen alles dafür tun, damit sie uns wieder vertrauen – das sind wir ihnen und unseren guten Produkten schuldig.

Doch wie sollen wir dieses Vertrauen wieder herstellen?

Wir zeigen Verantwortung: Die betroffenen Handelsunternehmen haben beim Pferdefleisch-Skandal Verantwortung bewiesen, in dem sie sofort reagiert haben und schon auf der Grundlage von Verdachtsfällen ihre Produkte vorsorglich vom Markt genommen haben.

Wir stehen für Qualität: Wir haben ein gut funktionierendes und engmaschiges Eigenkontrollsystem. Ein perfektes gibt es nicht, weil Sie die Kontrolle, einer Kontrolle eines Kontrolleurs durch einen Kontrolleur ins Unermessliche ausweiten können und am Ende Betrug aufwendiger, aber nicht unmöglich wird. Die Qualität und Sicherheit unserer Produkte zu erhalten und weiter zu optimieren ist aber unser höchstes Ziel. Es ist ferner eine ständige Herausforderung, und nicht nur nach Krisen, die eigenen Systeme und Verfahren zur Sicherstellung von Qualität und Sicherheit zu überprüfen und gegebenenfalls an neue Erkenntnisse anzupassen. Aber am Ende müssen sie für alle praktikabel und finanzierbar sein.

Wir sind glaubwürdig: Vertrauen schafft man durch Glaubwürdigkeit und Integrität. Wir müssen erklären, warum wir was tun. Und wir müssen tun, was wir sagen. Wir müssen offen sein, denn Offenheit ist ein Schlüssel, der viele Türen öffnen kann. Deshalb war und ist eine unserer wichtigen Aufgaben die Kommunikation mit den Verbrauchern.

Wir klären auf: Aufklärung ist einer der zentralen Punkt unserer Arbeit. So stand z. B. im Januar auf der weltgrößten Verbrauchermesse, der Internationalen Grünen Woche, das Gespräch mit Politik und Verbrauchern über zahlreiche Diskussionsthemen rund um Lebensmittel im Mittelpunkt und wurde von allen Seiten sehr positiv wahrgenommen. Wir setzen auf sachlich fundierte Informationen und nicht auf publikumsheischende Skandalisierungen, die mehr verwirren als aufklären.

Wir stehen für Zukunft: Wir lernen aus Krisen und Debatten und ziehen daraus wenn nötig Rückschlüsse auf unser Handeln. Wir stehen in einem Prozess, in dem wir immer wieder kritisch reflektieren, ob das, was rechtlich legal und für uns als Experten nachvollziehbar ist, auch für den Verbraucher verständlich ist. Wir fragen uns, an welcher Stelle Dinge geändert oder besser kommuniziert werden müssen, um ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit zu erzielen und Vertrauen wiederherstellen zu können.

Wir verwehren uns der pauschalen Verurteilung: Die deutsche Lebensmittelwirtschaft wird bei Diskussionen auch zukünftig stets auf einen sach- und lösungsorientierten Ausgang hinwirken. Wir setzen an den wirklichen Problemen an und wehren uns daher auch weiterhin gegen Konzepte, wie sie etwa in Gestalt propagierter Werbeverbote oder angedrohter Steuern auf unliebsame Produkte daher kommen – aber hierzu später mehr. Auch wenn die Schritte zu nachhaltigen Lösungen sich medial und vielleicht auch politisch weniger gut „vermarkten“ lassen, weil sie die gesamte Gesellschaft zum Mitwirken und Mitdenken aufrufen anstatt die Verantwortung einseitig einem Wirtschaftszweig zuzuschieben, sollten sie nicht blindem Aktionismus zum Opfer fallen. Lassen Sie mich an dieser Stelle Konfuzius zitieren „Ist man in kleinen Dingen nicht geduldig, bringt man die großen Vorhaben zum Scheitern“.

Eines dieser großen Vorhaben ist der Kampf gegen die Verunsicherung der Verbraucher. Ich möchte Ihnen nicht vorgreifen, Herr Professor Krämer. Wenn ich aber Schlagzeilen lese wie „Falsche Zutaten, falsche Herkunft: So belügt uns die Lebensmittelindustrie“, frage ich mich ernsthaft, ob ein solcher Bericht überhaupt ein anderes Ziel verfolgt als die ohnehin schon bestehende Unsicherheit

der Verbraucher noch weiter zu befeuern. Generell sind die Beiträge in den öffentlichen Diskussionen geprägt von dem einfachen Schema „Täter und Opfer“.

Wir sind die Täter, die Verbraucher die Opfer und nicht zu vergessen die Retter in Form der NGOs. Reißerische Schlagzeilen, negative Berichte, die auf unvollständiger Recherche oder sogar falscher Tatsachengrundlage beruhen, einseitig inszenierte Fernsehdebatten – das ist schon längst mediale Wirklichkeit. Ich möchte hier auch keineswegs die Medien zum Buhmann erklären ich muss es in Teilen aber! Mancher Skandal entspringt den Ideen notleidender Zeitungs- oder Magazintiteln. Wir verkaufen und produzieren Lebensmittel, die Medien produzieren und verkaufen Geschichten – soweit so gut. Aber die Forderung nach Qualität und Transparenz kann nicht nur für unsere Branche gelten. Es muss die Frage erlaubt sein, ob einfache journalistische Grundregeln, z. B. dass man zu jeder Stimme eine Gegenstimme braucht, tatsächlich immer eingehalten werden? Oder warum Pressemitteilungen von bestimmten NGOs nahezu eins zu eins übernommen werden ohne die dort enthaltenen Aussagen in Frage zu stellen?

Diesen Trend der einseitigen Darstellung zu brechen, das ist unsere Aufgabe. Die Einstellung gegenüber industriell hergestellten Lebensmitteln muss von Vorurteilen befreit werden. Es kann nicht sein, dass „verarbeitete Lebensmittel“ heutzutage schon negativ konnotiert sind. Muss das alleinerziehende Elternteil von zwei Kindern mit Vollzeitberuf ein schlechtes Gewissen haben, wenn sie oder er abends mal die Tiefkühlpizza in den Backofen schiebt anstatt eine Stunde lang Teig zu kneten, Gemüse zu schneiden und Tomatensauce anzurühren? Nein, muss er nicht. Da wird sogar Eltern suggeriert, dass sie ihre Kinder mit Fertignahrung vergiften.

Soweit sind wir schon, dass Zucker, ein lebensnotwendiger Nährstoff, als Gift angesehen wird und auf eine Stufe mit Drogen gestellt wird. Auf der Buchpräsentation seines neuesten Werkes hat ein für seine polemischen Aussagen bekannter Journalist vor drei Wochen in Berlin tatsächlich behauptet, Zucker sei gefährlicher als Drogen, weil er überall drin und überall erhältlich sei. Und das Publikum nickte zustimmend. Das ist die Realität, mit der wir uns auseinandersetzen müssen.

Es gab eine Zeit, da wurde die Industrialisierung der Nahrungsmittel als Beitrag zur Entwicklung der Gesellschaft gefeiert. Da waren es Innovationen der Landwirtschaft und der Lebensmittelherstellung, die die Voraussetzung bildeten für den Fortschritt. Und importierte Produkte wie Gewürze oder Schokolade wurden als Luxusgüter angesehen, die jeder gerne gehabt hätte, die sich aber nur die Reichen leisten konnten. Heute kann jeder fast alles zu erschwinglichen Preisen kaufen. Über 160.000 Produkte findet man im deutschen Supermarkt. Aber wird das überhaupt noch wertgeschätzt? Oder befinden wir uns in einer Rückwärtsspirale?

Nehmen wir das Beispiel der Regionalität. Immer mehr Bürger wollen regionale Anbieter unterstützen bzw. deren Produkte kaufen, weil sie glauben, ihnen mehr vertrauen zu können. Region – das ist Nähe und Heimat und vor allem überschaubar.

Das Ausland ist weit weg, unübersichtlich, nicht überprüfbar.

Nachvollziehbar, aber nicht die Lösung für alles. Kaffee aus Karlsruhe, die Mango aus Mettmann und die Banane aus Bamberg, es fallen einem schnell die Grenzen der Regionalität ein. Regional ist gut, genauso wie International. Denn das Angebot muss immer qualitativ hochwertig und sicher sein.

Neulich habe ich einen interessanten Beitrag in einem Wirtschaftsmagazin gelesen. Da stand: „Vor dem ersten Barbecue muss es einen Menschen gegeben haben, der, nachdem ein Blitz mit lautem Getöse in seiner Nähe einschlug, nicht wie alle anderen aus der Gruppe ängstlich Reißaus genommen hat. Einer muss geblieben sein, überrascht, staunend, neugierig. Wahrscheinlich brannte ein Baumstamm, und vielleicht brutzelte daneben ein Wildschwein, das vom Blitz getroffen worden war. Unsicher muss sich unser Held dem Braten genähert, ihn probiert - und für gut befunden haben.“

Genau das ist es, Aufgeschlossenheit, Neugier und Offenheit lohnen sich. Hüten wir uns vor denen, die uns diese Attribute der Freiheit nehmen wollen.

„Hurra – wir leben noch“, das gilt auch für die Lebensmittelwirtschaft insgesamt. Meine Damen und Herren, wir als Branche müssen eine gemeinsame Identität entwickeln, Geschlossenheit zeigen, aufklären und Themen selbstbewusst kommunizieren. Wir können uns dieses Selbstbewusstsein erlauben, denn mit rund 4,8 Millionen Beschäftigten in 755.100 Betrieben und einer gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung von 150 Milliarden Euro stellt die Lebensmittelwirtschaft einen der bedeutendsten Wirtschaftszweige in Deutschland dar. Zwölf Prozent aller in Deutschland Erwerbstätigen werden von uns beschäftigt. Mit derzeit ca. 305.000 Auszubildenden investiert die Branche aktiv in ihre Zukunft und in den gesamten deutschen Arbeitsmarkt.

Wir haben gelernt, mit Anfeindungen auch gelassen umzugehen und sich überzogenen Forderungen in den Weg zu stellen. Aber leider hat die negative öffentliche Darstellung der Lebensmittelwirtschaft nicht nur einen erheblichen Einfluss auf die Konsumenten, sondern auch auf die Politik.

Dies führt zunehmend zu sachlich nicht gerechtfertigten Verschärfungen gesetzlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen für die Branche. Überwiegend mittelständisch geprägt benötigt die Lebensmittelwirtschaft zur Erhaltung und Stärkung ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit aber Rahmenbedingungen, die Investitionsanreize bieten, Überreglementierung und bürokratische Hemmnisse vermeiden und auf lenkende Eingriffe in das Marktgeschehen verzichten. Nur durch eine angemessene Berücksichtigung der Wirtschaftsinteressen im Rahmen der Verbraucherpolitik können die notwendigen Handlungsspielräume für die Unternehmen erhalten werden. So kann die Lebensmittelwirtschaft ihrer Rolle als ein Motor des Wirtschaftsstandorts Deutschland weiter gerecht werden. Vor diesem Hintergrund haben wir mit Blick auf die Bundestagswahl im September dieses Jahres, zehn Forderungen und Erwartungen an die Politik aufgestellt. Im Nachfolgenden möchte ich Ihnen einige Punkte der sogenannten Wahlprüfsteine, die Sie größtenteils ja schon kennen und die wir gerade eben noch den Vertretern der Presse vorgestellt haben, kurz skizzieren.

- Die europäische Harmonisierung muss vor dem Hintergrund globaler Warenströme vorangetrieben werden. Verbraucherschutz und insbesondere Lebensmittelsicherheit können heute nur durch harmonisierte Regelungen auf EU-Ebene gewährleistet werden: nationale Alleingänge sind kontraproduktiv für das Rechtssystem.
- Das Krisenmanagement muss sich am tatsächlichen Risiko und nicht an der politischen Wirkung ausrichten. Die Maßnahmen müssen notwendig, geeignet und wirkungsvoll sein, auf einer sachbezogenen Analyse beruhen und nicht von politischem Aktionismus getrieben sein.
- Eine hoch qualifizierte, effizient arbeitende und gut ausgestattete amtliche Lebensmittelüberwachung ist essentiell für Wirtschaft und Verbraucher.

Bei den amtlichen Regelkontrollen handelt es sich aber nicht um eine „Dienstleistung“ des Staates für die Wirtschaftsbeteiligten, sondern um eine originäre Aufgabe der staatlichen Daseinskontrolle, weshalb die Forderung nach einer finanziellen Beteiligung durch die Wirtschaft deutlich von der Hand zu weisen ist.

- Staatliche Verbraucherinformation muss sachlich, objektiv und neutral sein, sie darf nicht zu einer Diskriminierung legal vermarkteter Produkte führen.
- Die Veröffentlichung von Überwachungsergebnissen im Internet – das sogenannte Kontrollbarometer – beinhaltet eine fortdauernde prangerähnliche Wirkung, insbesondere wenn Mängel unverzüglich beseitigt worden sind. Ein angemessenes Veröffentlichungskonzept setzt aufgrund der Wettbewerbsauswirkungen deshalb eine erhebliche Aufstockung der personellen und finanziellen Mittel der Überwachung in den Bundesländern zwingend voraus, um nicht zuletzt zeitnahe Nachkontrollen zu gewährleisten. Ansonsten wird Betrieben ohne Rehabilitationsmöglichkeit die wirtschaftliche Grundlage entzogen.
- Der Lebensmittelmarkt darf nicht staatlich gelenkt werden. Dies betrifft sowohl das Produktangebot als auch die Vermarktung und insbesondere die Werbung. Mit dem Lebensmittelrecht werden – gerade auf EU-Ebene – zunehmend gesundheitspolitisch motivierte Ziele verfolgt. Aber statt einer Konsumlenkung durch den Staat in Form von Verboten und Produktsteuern benötigen wir eine Stärkung der Verbraucherbildung.

Und damit, meine Damen und Herren, bin ich bei einer Thematik angelangt, die uns nun schon seit mehreren Jahren begleitet und die immer besorgniserregendere Ausmaße annimmt. Selbsternannte Verbrauchererzieher möchten am liebsten alles vorgeben was man essen soll und was nicht. Der Konsument scheint völlig überfordert zu sein und soll durch staatliche Vorgaben möglichst rundum betreut werden, da er selbst nicht mehr dazu in der Lage ist, die für sich richtige und vernünftige Kaufentscheidung zu treffen. Und alles was mit Lesen eines Etiketts zu tun hat, wird in Abrede gestellt. Aber muss man denn nicht von jemandem der auf sein Gewicht achten oder bestimmte Zutaten vermeiden möchte erwarten können, sich zu informieren und ein Etikett zu lesen? Es steht doch alles drauf, was drin ist – wobei uns das Pferdefleisch gezeigt hat, dass Ausnahmen die Regel bestätigen.

In Europa gilt das Leitbild des mündigen und aufgeklärten Verbrauchers. Noch! Und wir sollten alles daran setzen, dass es so bleibt. Der Lebensstil des einzelnen Individuums sowie seine Konsumententscheidungen können und dürfen nicht vom Staat vorgegeben werden. Der Verbraucher steht im Mittelpunkt des Interesses und er kann und soll über den Erfolg oder Nicht-Erfolg von Produkten entscheiden. Diese „Macht“ setzt eigenverantwortliches Handeln voraus. Eine Konsumlenkung führt zu einer durch nichts gerechtfertigten politischen Diskriminierung bestimmter Lebensmittel! Notwendig ist vielmehr eine Stärkung der Verbraucherbildung zu Ernährung und Lebensmitteln, die den Verbraucher in die Lage versetzt, eigenverantwortlich zu entscheiden. Hierzu wird die Lebensmittelwirtschaft gerne einen Beitrag leisten.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, wir müssen an einem Strang ziehen, denn wir tragen alle Verantwortung für die Gesellschaft. Damit meine ich nicht nur uns als Lebensmittelwirtschaft, sondern auch die Politik. Unser gemeinsames gesellschaftliches Ziel sollte es sein, die Bürger so zu unterstützen, dass sie aufgeklärt und informiert eigenständige und freie Entscheidungen treffen können.

HURRA!!! Wir leben noch!" singt Milva:
„Nach jeder Ebbe, kommt doch eine Flut.
Gibt uns denn dies Gefühl nicht neuen Mut und Zuversicht.
So selbstverständlich ist das nicht“.

Sehr geehrter Herr Staatssekretär Dr. Müller, geben Sie den Verbrauchern, aber auch unser
Lebensmittelwirtschaft Mut und Zuversicht. Ich bin gespannt! Deshalb möchte ich jetzt für Sie die
Bühne frei machen und wünsche uns allen noch eine lehrreiche und unterhaltsame Veranstaltung.