

## Bundestagswahl ante portas: Wo steht die Branche?

Die letzten Monate haben uns eindringlich vor Augen geführt, wie wegweisend Wahlen und Abstimmungen sein können. Das Brexit-Referendum sowie die Präsidentschaftswahlen in den Vereinigten Staaten und in Frankreich zeigen dies nur zu deutlich. Daher haben wir die im Herbst anstehende Bundestagswahl in den Mittelpunkt unseres diesjährigen Frühjahrsmeetings gestellt. Uns beschäftigt dabei die Frage: Was kommt nach dieser wichtigen Wahl auf die Branche zu?

Kurz nach den Wahlen in Schleswig-Holstein und in Nordrhein-Westfalen wird diese Frage für alle Unternehmen immer präsenter. Die von Woche zu Woche neu aufgelegten „Farbenspiele“ zeigen, dass weiterhin sehr unterschiedliche Perspektiven für die nächste Wahl des Deutschen Bundestages vorstellbar sind.

Das gilt für die großen politischen Linien – aber auch für die branchenbezogenen konkreten Fragestellungen. Wir freuen uns daher, mit Sven Afhüppe (Chefredakteur Handelsblatt) einen profunden Kenner der (Wirtschafts-)Politik für den Impulsvortrag zum Auftakt des diesjährigen Frühjahrsmeetings gewonnen zu haben.

Im Rahmen des politischen Podiums werden Vertreterinnen und Vertreter der im Deutschen Bundestag repräsentierten oder auf Länderebene in Regierungsverantwortung stehenden Parteien eine Standortbestimmung ihrer Positionen vornehmen. Wir danken allen Abgeordneten, die sich auf unserer Dialog-Veranstaltung engagieren und der Diskussion stellen.

Dabei stehen für unsere Branche und ihre Unternehmen drei zentrale Erwartungen in der nächsten Legislaturperiode weiterhin besonders im Fokus:

- Wir lehnen diskriminierende (Lenkungs-)Eingriffe durch Steuern oder Abgaben ab. Dies gilt gleichermaßen für produkt- wie verpackungsbezogene Interventionen.
- Wir halten unverhältnismäßige regulatorische Beschränkungen der Kommunikation für einen Irrweg. Werbung und Verpackungsgestaltung sind wichtige Elemente unserer Wirtschaftsordnung.
- Wir bedauern den Trend zu (tatsächlichen) „Fake News“ und Debatten, die sich – auch zunehmend branchenbezogen etwa bei Themen wie Ernährung oder Verpackung – immer mehr von Fakten und den tatsächlichen wissenschaftlichen Grundlagen lösen. Ein sachlicher und argumentativer Diskurs ist prägend für unsere freiheitlich verfasste Gesellschaft.

Unsere Branche und ihre Unternehmen stehen in besonderer Weise für Vielfalt und Innovation. Es liegt im originären Interesse unserer Mitglieder, die Wünsche und Erwartungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern umzusetzen. Das dauerhafte und belastbare Vertrauen in Produkte und Unternehmen ist in unserem Markt ein ganz entscheidender Faktor. Dieser Verantwortung wollen unsere Mitgliedsunternehmen jeden Tag gerecht werden. Dazu erwarten sie aber auch von der Politik – vor und nach der Wahl – verlässliche Rahmenbedingungen statt regulativer Restriktionen.



Dr. Detlef Groß  
Hauptgeschäftsführer  
der Wirtschaftsvereinigung  
Alkoholfreie Getränke e.V.  
(wafg)

### Bundestag beschließt Verpackungsgesetz

Der Deutsche Bundestag hat am 30. März 2017 das Verpackungsgesetz verabschiedet. Die Zustimmung des Bundesrates stand zur Zeit des Redaktionsschlusses noch aus.

Kurzfristig wurde in das Gesetz eine „deklaratorische“ Zielquote für Mehrweg bei Getränken ergänzt. Zwar ist keine unmittelbare Sanktion vorgesehen, falls diese Quote im Markt verfehlt wird. Jedoch soll drei Jahre nach Inkrafttreten des neuen Verpackungsgesetzes geprüft werden, wie sich die Marktsituation entwickelt hat. Dies wurde in einem gesonderten Entschließungsantrag der Regierungsfractionen hinterlegt. Aus Sicht der wafg wäre es konsequent gewesen, wie im Vorschlag der Bundesregierung noch vorgesehen, auf eine Quote zu verzichten.

Zudem wird im Verpackungsgesetz bei Einweg-Getränken das gesetzliche Pfandpfand auf kohlenensäurehaltige Nektare und molkebasierte Getränke ausgeweitet.

Eine neue Kennzeichnungspflicht EINWEG bzw. MEHRWEG wird zudem auf Handelsebene verankert. Gemeinsam mit den anderen Trägerverbänden der Initiative für die freiwillig erweiterte Kennzeichnung von Einweg hatte sich die wafg nachdrücklich gegen eine gesetzliche Verpflichtung zur Kennzeichnung unmittelbar auf den Verpackungen ausgesprochen.

### BGH: Begrenzt Health Claims bei Wässern

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat eine wichtige Grundsatzentscheidung zur Verwendung von gesundheitsbezogenen Angaben für Mineralwasser getroffen (Aktenzeichen ZR 257/15 vom 30. Januar 2017).

Der BGH kommt zum Ergebnis, dass bei gesundheitsbezogenen Angaben auch Mineralwässer die Vorgaben der Health-

#### Kontakt:

Wirtschaftsvereinigung  
Alkoholfreie Getränke e.V.

Telefon: +49 (0) 30/25 92 58-0

E-Mail: mail@wafg.de

Internet: www.wafg.de

Claims-Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 (HCVO) einhalten müssen. Nach Art. 10 Abs. 1 HCVO sind bei Getränken in der Regel 7,5 Prozent der Nährstoffbezugswerte je 100 ml zu berücksichtigen, bevor gesundheitsbezogene Aussagen zu Vitaminen oder Mineralstoffen zulässig sind. Im vorliegenden Streitfall wurden diese Werte unterschritten.

### **EU und Werbung: Verbände mahnen Augenmaß an**

Gemeinsam mit dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW) und weiteren Verbänden hat sich die wafg anlässlich der Novellierung der EU-Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) für Augenmaß ausgesprochen und nachdrücklich vor faktischen Werbeverboten gewarnt.

Im Rahmen der derzeitigen Beratungen im EU-Parlament werden von einzelnen Akteuren massive und unverhältnismäßige Werberestriktionen gefordert. Die Verbände weisen vor diesem Hintergrund noch einmal auf das funktionierende und anerkannte Instrument der Selbstregulierung in Deutschland hin. Zugleich betonen sie die Aktivitäten des Deutschen Werberates gegen unangemessene Werbung.

### **Nationales Kompetenzzentrum für nachhaltigen Konsum**

Am 23. März 2017 wurde das „Kompetenzzentrum nachhaltiger Konsum der Bundesregierung beim Umweltbundesamt“ eröffnet. Unter Einbeziehung der betroffenen Bundesressorts soll das Kompetenzzentrum zukünftig die Umsetzung des Nationalen Programms für nachhaltigen Konsum koordinieren. Darüber hinaus soll es den fachlichen Austausch mit den relevanten gesellschaftlichen Akteuren unterstützen.

Zum Aufgabengebiet des neuen Kompetenzzentrums gehört die Bereitstellung von Informationen für die zukünftige Ausgestaltung eines „nachhaltigen Konsums“. Dabei wird die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) federführend für die Themenfelder Ernährung und nachhaltige Erzeugung von Lebensmitteln zuständig sein. Aus Sicht des Bundesernährungsministeriums kommt den damit verbundenen Fragen beim Thema Nachhaltigkeit eine Schlüsselrolle zu. Die BLE wird hierzu auch das ebenfalls neu gegründete Bundeszentrum für Ernährung (BZfE) einbeziehen.

### **wafg-Frühjahrsmeeting setzt in diesem Jahr die Bundestagswahl in den Fokus**

Das wafg-Frühjahrsmeeting als Branchentreffpunkt mit zahlreichen Gästen aus Politik, Wirtschaft und Medien steht in diesem Jahr bereits ganz im Zeichen der anstehenden Bundestagswahl. Zu der auf den Dialog in der Branche und darüber hinaus ausgerichteten Veranstaltung lädt die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke am 31. Mai 2017 nach Berlin-Mitte ein.



Zum Auftakt hält Sven Afhüppe, Chefredakteur Handelsblatt, die Key Note „Zeitenwende? Ein Ausblick auf die Bundestagswahl“.

Danach diskutiert ein hochrangig besetztes parlamentarisches Podium branchenrelevante politische Positionen insbesondere zu den Themen Wirtschaft, Verbraucherpolitik, Ernährung und Umwelt.

Aktuelle Fragestellungen im Kontext „Reformulierung“ und damit angesprochene politische Entwicklungen bilden den inhaltlichen Schwerpunkt der an das Frühjahrsmeeting anschließenden Mitgliederversammlung.

Interessierte Vertreterinnen bzw. Vertreter von Unternehmen der Branche und ihr vorgelagerter Stufen der Zulieferung können sich bei Interesse an einer Teilnahme mit der wafg-Geschäftsstelle (vorzugsweise unter [mail@wafg.de](mailto:mail@wafg.de)) in Verbindung setzen.

### **Nicolas Haustedt ist neuer wafg-Referent Öffentlichkeitsarbeit**



Nicolas Haustedt (38) verstärkt als Referent Öffentlichkeitsarbeit seit 1. April 2017 das Team der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg). Haustedt übernimmt auf der neu geschaffenen Position die interne und externe Kommunikation des Traditionsverbandes.

Zuvor war Nicolas Haustedt als Pressereferent für den Zentralverband Gartenbau e.V. (ZVG) tätig und verantwortete dort die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die politische Kommunikation. Aus seiner Zeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter im Deutschen Bundestag verfügt der Diplom-Politologe über vielfältige Kenntnisse in der Kommunikation und Bearbeitung verbraucher- und umweltpolitischer Themen.

wafg-Hauptgeschäftsführer Dr. Detlef Groß freut sich über die Verstärkung der Geschäftsstelle: „Wir freuen uns, mit Nicolas Haustedt einen neuen Kollegen zu gewinnen, der zukünftig die Positionen und Leistungen der Unternehmen unserer Branche noch besser sichtbar machen kann.“