

Gemeinsam mehr erreichen

Bundesernährungsministerin Julia Klöckner hat jüngst noch einmal öffentlich bekräftigt, bis zum Ende des Jahres ihr Konzept für eine Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie zur Umsetzung des Koalitionsvertrages vorlegen zu wollen. Anlass bot der zweite Runde Tisch im Ministerium für Ernährung und Landwirtschaft Anfang Juli in Berlin. Als Branchenverband begrüßen wir, dass die Ministerin die Strategie unter die Überschrift „Reduktion und Innovation“ gestellt hat. Denn nur die Reduktion einzelner Inhaltsstoffe – Zucker, Fett oder Salz – wird keine tragfähigen Lösungen schaffen. Es braucht auch ganz neue Ansätze. Wie die Ministerin sind wir überzeugt, dass nur ein ganzheitlicher Ansatz die Voraussetzung für eine möglichst breite Unterstützung und nachhaltige, messbare Erfolge bietet.

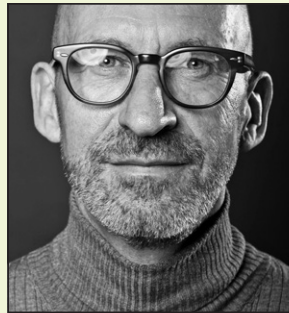
In den vergangenen Wochen haben wir – mit Blick auf das Arbeitspaket „Zuckergesüßte Erfrischungsgetränke“ – gemeinsam im Verband die Eckpunkte unseres möglichen Beitrags erarbeitet. Diese Eckpunkte haben wir beim zweiten Runden Tisch in Berlin vorgestellt. Dabei wollen wir ähnlich wie der EU-Dachverband UNESDA vier sich ergänzende Ansätze nutzen:

1. Innovation und Reformulierung. 2. Verstärkte Werbung für Getränke ohne oder mit weniger Kalorien. 3. Erweiterung des Angebots kleinerer Packungsgrößen. 4. Weiterer Ausbau der Produktvielfalt. Auf dieser Grundlage haben wir eine Toolbox entwickelt. Mit ihrer Hilfe wollen wir den durchschnittlichen Kaloriengehalt unserer Getränkesortimente bis zum Jahr 2025 signifikant, dauerhaft und nachprüfbar senken. Basis hierfür soll 2015 sein, also das Jahr, in dem der Deutsche Bundestag der Bundesregierung den Auftrag zur Erarbeitung der Strategie erteilt hat. Noch in dieser Legislaturperiode wollen wir in der Lage sein, eine erste Zwischenbilanz über unsere Fortschritte vorzulegen.

Der Ministerin ist ebenso wie uns der Schutz von Kindern und Jugendlichen wichtig. Dem trägt unser Vorschlag in der Toolbox besondere Rechnung, wonach Unternehmen auf zielgerichtet an Kinder unter zwölf Jahre ausgelegte Werbung verzichten und weitreichende Einschränkungen für den Verkauf an Schulen vornehmen.

Viele Hersteller von Getränken, auch in unserer Mitgliedschaft, sind mittelständische Unternehmen. Gerade für diese bringen Änderungen in ihrem Sortiment besondere Herausforderungen mit sich. Wir erreichen mehr, wenn es uns gelingt, möglichst alle auf unserem Weg der Reduktion und Innovation mitzunehmen. Dagegen lehnen wir übergreifende Geschmacks- oder Rezepturvorgaben als massiven Eingriff in den Wettbewerb strikt ab. Vor diesem Hintergrund hat die Mitgliederversammlung der wafg dem Vorstand das Mandat erteilt, den von der Ministerin eingeschlagenen Weg weiter mitzugehen. Wie geht es weiter? Entlang der festgelegten Eckpunkte arbeiten die Unternehmen nun ihre jeweiligen konkreten Beiträge zur Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie aus. Die wafg wird diese individuellen Beiträge dann zu einem gemeinsamen Ziel der Branche zusammenführen. Gleichzeitig werden wir auf eine zügige Klärung der kartellrechtlichen Fragen hinwirken.

Eine afrikanische Weisheit besagt: „Wenn du schnell vorankommen willst, geh allein. Wenn du weit vorankommen willst, geh mit anderen!“ In diesem Sinne sind wir zuversichtlich, dass der ganzheitliche Ansatz der Ministerin und unsere Strategie der breiten Beteiligung der Branche dazu beitragen, der Lösung einer der großen gesellschaftlichen Herausforderungen dieser Zeit am Ende ein gutes Stück näherzukommen.



Patrick Kammerer
Präsident Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg)

wafg-Jahrestagung: Branche bereit für Beitrag zur Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie

Am wafg-Branchendialog „Erfrischungsgetränke in Deutschland – eine Branche auf Innovationskurs“ in Berlin am 28. Juni 2018 nahmen über 40 Vertreterinnen und Vertreter aus (Mitglieds-)Unternehmen und befreundeten Verbänden teil. Im Fokus des wafg-Branchendialogs standen jeweils ein Impulsstatement von Dr. Klaus Heider (Abteilungsleiter für Ernährungspolitik, Produktsicherheit und Innovation im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft) zum Thema „Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie“ sowie von Sophie Herr, Leiterin Team Lebensmittel beim Verbraucherzentrale Bundesverband, zum Thema „Ernährungspolitik – Erwartungen und Positionen aus Verbrauchersicht“.

Dr. Klaus Heider und Sophie Herr diskutierten im Anschluss an die Statements mit der wafg-Geschäftsführung und dem Publikum ausführlich auf einem Podium zum Thema „Welchen Beitrag kann die Branche zur Reduktions- und Innovationsstrategie leisten“. Dabei wurden gleichermaßen verbindende Schnittstellen und unterschiedliche Perspektiven deutlich.

Bereits in seiner Einführung für den wafg-Branchendialog hatte Patrick Kammerer als zentrales Ziel der Veranstaltung den Austausch darüber angeführt, welche konkreten und zielführenden Beiträge die wafg bzw. die Branche für die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie von Bundesministerin Julia Klöckner leisten kann. Er stellte diese Aufgabe dabei in den breiteren Kontext: „Wir können als wafg stolz darauf sein, dass unser Versprechen aus einer Situation der Stärke kommt. Wir wachsen als Branchenverband und haben es in den vergangenen Jahren geschafft, unsere Vereinigung strukturell und finanziell zu stärken. Die wafg ist 135 Jahre alt. Wenn man eine Generation mit 25 Jahren ansetzt, haben mehr als fünf Generationen vor uns bewiesen, dass Offenheit und kontinuierliche Erneuerung und Veränderung die Grundlage für erfolgreiches Wachstum bildet. Dem ist auch das aktuelle Präsidium verpflichtet. Wir gehören in der aktuellen ernährungspolitischen Debatte deshalb weder zu den lautesten, noch reden wir vor allem darüber, was alles nicht geht. Wir arbeiten an sachlichen und umsetzbaren Lösungen.“



Intensive Diskussion (von links nach rechts): Manuela Windhausen (wafg), Dr. Klaus Heider (BMEL), Sophie Herr (vzbv) und Dr. Detlef Groß (wafg) (Bild: wafg)

Dr. Klaus Heider stellte die anstehenden Herausforderungen im Kontext der Reduktions- und Innovationsstrategie vor: „Was hat sich getan? International hat das Thema an Fahrt gewonnen. National hat die politische Bedeutung ebenfalls zugenommen. Auch Konsumtrends haben sich verändert, so gibt es in den Regalen mehr Produkte, die mit zuckerreduziert werben.“ Er verdeutlichte die Ziele und Erwartungen aus Sicht des Ministeriums und stellte klar, dass für Deutschland ein ganzheitlicher Ansatz im Mittelpunkt stehe: „Andere Länder setzen auf die Einführung einer Zuckersteuer oder die Ampelkennzeichnung. Wir wollen demgegenüber ein überzeugendes Maßnahmenbündel aufstellen, das nachhaltig zu dem Ziel führt, eine gesündere Ernährungsweise zu erreichen.“ In der Diskussion wies er zudem auf den strikten Zeitrahmen hin: „Wir haben uns vorgenommen, die Diskussion über die Vorschläge mit der Wirtschaft und die Konkretisierung der Maßnahmenbündel bis zum Ende des Sommers abzuschließen. Auch mit den Bundesressorts wollen wir bis Ende des Jahres die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie abstimmen.“

Aus Sicht des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv) sollten bei der Entwicklung verschiedene Faktoren berücksichtigt werden, um eine zielführende Nationale Reduktionsstrategie aufzustellen. Sophie Herr betonte: „Wir glauben, die Erfolgsfaktoren einer Nationalen Reduktionsstrategie sind folgende: Sie ist zunächst in eine ressortübergreifende Gesamtstrategie einzubetten. Die Ziel- und Zeitmarken sollten verbindlich aufgestellt werden. Dabei

geht es uns nicht um einen Schnellschuss, sondern um eine Reformulierung mit Sinn und Verstand.“ Sie wies insgesamt in ihrer Einordnung darauf hin: „Für uns steht immer noch die Reduktion im Vordergrund. Für die Verbraucher ist es wichtig, dass das bestehende Sortiment gesünder wird.“ Zudem ergänzte Frau Herr in der Diskussion: „Wir werden den Prozess konstruktiv und kritisch begleiten. Dabei sind Transparenz und Monitoring aus unserer Sicht für die Verbraucherakzeptanz entscheidend. Mogelpackungen dagegen gefährden den Erfolg.“

Präsident Patrick Kammerer führte das Ergebnis der Jahrestagung und des Branchendialogs auf den Punkt: „Wir sind als Branche bereit, einen nachhaltigen Beitrag zur Ausgestaltung einer nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie zu leisten und konstruktiv an Lösungen mitzuwirken.“

wafg-Präsidium neu gewählt

Die Mitgliederversammlung der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke (wafg) hat im Anschluss an den wafg-Branchendialog am 28. Juni 2018 das Präsidium des Verbandes gewählt.

Dieses steht für personelle Kontinuität und repräsentiert die Vielfalt der Unternehmen, die in Deutschland die Branche prägen.

Als Präsident bestätigt wurde Patrick Kammerer (Coca-Cola GmbH), als Vize-Präsidenten wurden Astrid Williams (PepsiCo Europe) und Henning Rodekohl (VILSA-BRUNNEN Otto Rodekohl

GmbH) wieder gewählt. Präsidiumsmitglieder sind Axel Dahm (Bitburger Brauergroup GmbH), Oliver Kiefer (Red Bull Deutschland GmbH), Markus Lotsch (ADM WILD Europe GmbH & Co. KG), Robert Mähler (Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG) und Fabian Neumann (Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke GmbH & Co. KG).

AVMD-Richtlinie: Einigung auf EU-Ebene

Aktuell haben sich Vertreter des EU-Parlaments und des Ministerrats zur Novelle der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie) verständigt. Erfreulicherweise konnte dabei in weiten Bereichen die Bedeutung der Selbstregulierung in der Werbung gestärkt werden. Die finale Abstimmung zum neuen Regelwerk im Plenum des EU-Parlaments sowie die Verabschiedung im Rat werden im Herbst 2018 erwartet. Nach Inkrafttreten der Richtlinie haben die Mitgliedstaaten anschließend 21 Monate Zeit für die Umsetzung in nationales Recht.

Neufassung der EU-Öko-Verordnung im EU-Amtsblatt veröffentlicht

Die Verordnung (EU) 2018/848 vom 30. Mai 2018 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen sowie zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 des Rates wurde nunmehr im EU-Amtsblatt veröffentlicht (siehe EU-ABI. Nr. L 150 vom 14. Juni 2018, S. 1 ff.). Die neuen Vorgaben sollen durch einheitliche Regelungen die nachhaltige Entwicklung der Bio-Produktion fördern. Darüber hinaus sollen sie einen fairen Wettbewerb gewährleisten sowie das Vertrauen der Verbraucher in ökologische Produkte stärken.

Kontakt:

Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e.V.
Telefon: +49 (0) 30/25 92 58-0
E-Mail: mail@wafg.de
Internet: www.wafg.de