



**Gute Arbeit. Gutes Essen.  
Für eine nachhaltige  
Lebensmittelproduktion.**

Lebensmittelpolitische Konferenz der Gewerkschaft NGG – Ergebnisse



## Gute Arbeit. Gutes Essen. Für eine nachhaltige Lebensmittelproduktion. 4

Mit ihrer ersten lebensmittelpolitischen Konferenz betonte die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) ihren Anspruch, die Arbeits- und Produktionsbedingungen in der Ernährungsindustrie mitzugestalten. Es geht ihr – gemeinsam mit Betriebsräten und Beschäftigten – darum, die Lebensmittelindustrie und -politik sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltig weiterzuentwickeln.

### Michaela Rosenberger:

»Wir brauchen eine neue Verantwortungspartnerschaft«

### Hanni Rützler:

»Eine neue Liebe zu Werten und zu mehr Verantwortung«

### Béatrice Guillaume-Grabisch

»Die Konsumenten wollen keinen Verzicht«

### Merlin Koene

Brennpunkt Ernährung



## Foren: Offensiver werden

Die Politik, der Betrieb und internationale Abkommen sind für die NGG wichtige Handlungsfelder, um ihre Vorstellungen von Guter Arbeit und Guter Ernährung einzubringen. Mit welchen Hilfen und Hindernissen sie dabei rechnen kann, war Thema in den drei Tagungsforen.

### Forum 1: Regulierung von Nahrungsmitteln – Helfen Salzabgabe und Zuckersteuer weiter?

### Forum 2: Welche Gestaltungsfelder haben wir bei der Arbeit der Zukunft?

### Forum 3: Brauchen wir eine internationale Lebensmittelpolitik?



## Podiumsdiskussion: Wie gelingt uns eine Verantwortungspartnerschaft? 17

Gute Lebensmittel und Gute Arbeit sind die Voraussetzungen für eine starke Lebensmittelindustrie, die ihren Beitrag dazu leisten will, die Welternährung zu sichern und die Gesundheit der Menschen zu schützen. Politik, Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Beschäftigte eint das Interesse, die Ernährungswirtschaft neu zu orientieren, damit sie diese Aufgaben erfüllen kann.

## Impressum

Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) |  
Referat Grundsatzpolitik  
Haubachstr. 76 | 22765 Hamburg  
hv.grundsatz@ngg.net  
Verantwortlich: Michaela Rosenberger  
Redaktion: Dr. Melanie Frerichs  
Text und Gestaltung: Agentur WAHLE COM,  
56479 Elsoff  
Fotos: Fotolia, FutureFood 2050,  
Uwe Völkner | Fotoagentur FOX, www.ngg.net  
09-2017



## Gute Arbeit. Gutes Essen.

**I**m Mai 2017 lud die Gewerkschaft NGG Vertreterinnen und Vertreter der Wirtschaft, Politik, Verbände und Wissenschaft zu ihrer ersten Lebensmittelpolitischen Konferenz nach Berlin ein. Zusammen mit unserem Kooperationspartner, dem Bildungszentrum Oberjosbach (BZO), war unser Ziel zunächst, eine Kommunikationsplattform zu schaffen, um miteinander ins Gespräch zu kommen. Wir wollten Perspektiven, Schnittmengen und Grundlagen einer gelingenden Lebensmittelpolitik „über den Tellerrand“ der einzelnen Wahrnehmungen und Interessen hinaus diskutieren.

Als Interessenvertretung der Beschäftigten haben wir einen anderen Fokus zur Beurteilung guter Lebensmittelproduktion als die Industrie, die Verbände und die Politik als Gesetzgeber. Gute Arbeit, hohe Produktqualität, Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette, Verbrauchervertrauen und ökonomischer Gewinn stehen für uns nicht unvereinbar nebeneinander. Unser Konzept der Verantwortungspartnerschaft soll dazu beitragen, Synergien und Schnittmengen zu erkennen und sie zum Wohle aller zu nutzen.

Im Namen der Gewerkschaft NGG bedanke ich mich bei allen Teilnehmenden für die interessanten und belebenden Diskussionen. Die vorliegende Dokumentation dient als Nachbetrachtung. Lassen Sie uns im Gespräch bleiben!

**Michaela Rosenberger**

Vorsitzende Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten



# Gute Arbeit. Gutes Essen. Für eine nachhaltige Lebensmittelproduktion.

Mit ihrer ersten lebensmittelpolitischen Konferenz betonte die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) ihren Anspruch, die Arbeits- und Produktionsbedingungen in der Ernährungsindustrie mitzugestalten. Es geht ihr – gemeinsam mit Betriebsräten und Beschäftigten – darum, die Lebensmittelindustrie und -politik sozial,

ökologisch und ökonomisch nachhaltig weiterzuentwickeln. In diesem Sinne regte ihre Vorsitzende, Michaela Rosenberger, einen intensiven Dialog und eine „Verantwortungspartnerschaft“ mit den Arbeitgebern sowie mit Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Wissenschaft, Industrie- und Verbraucherverbänden an.

## » Wir brauchen eine neue Verantwortungspartnerschaft«

In ihrem Grußwort an die Konferenzteilnehmerinnen und -teilnehmer wies die Vorsitzende der Gewerkschaft NGG, Michaela Rosenberger, auf den Zusammenhang von Guter Arbeit und guten Lebensmittelprodukten hin. Die Lebensmittelindustrie steht vor großen Herausforderungen – nicht allein aufgrund der fortschreitenden Globalisierung und Digitalisierung, sondern ebenfalls bedingt durch veränderte Konsumbedürfnisse der Verbraucherinnen und Verbraucher. Diese können nur bewältigt werden, wenn unterschiedliche Interessengruppen gemeinsam daran arbeiten.



Die zentrale Frage, die sich der Lebensmittelindustrie stellt, lautet: Wie schafft sie es weltweit – angesichts des Klimawandels und begrenzter ökologischer Ressourcen –, die rund neun Milliarden Menschen in Zukunft zu ernähren und ihnen qualitativ hochwertige und die Umwelt schonende Lebensmittel zur Verfügung zu stellen?

Nicht nur Lebensmittelskandale, sondern auch Konsumbewegungen und vor allem der Hunger in der Welt haben dazu geführt, dass die Ernährung in den letzten Jahren verstärkt in das Blickfeld der Politik und von Inter-

senverbänden geraten ist. Es geht ihnen einerseits darum, Maßnahmen zu ergreifen, um den Hunger weltweit zu besiegen – etwa mit Hilfe internationaler Abkommen und des Welternährungsprogramms. Andererseits haben sie sich vorgenommen, ihre Interessen und vor allem ihren Wunsch nach kostengünstigen, reichhaltigen und gesunden Lebensmitteln offensiver in die Öffentlichkeit zu tragen. Insbesondere Verbraucherverbände rufen nach neuen Regeln, um die Industrie und den Handel zu mehr Transparenz bei der Produktion von Lebensmitteln und zu einem schonenden Einsatz von Rohstoffen zu verpflichten.

„Die Frage nach dem richtigen Ansatz für eine gesunde Ernährung bestimmt die Diskussion und steckt das Spannungsfeld zwischen Industrie, Politik und Verbrauchern ab“, sagte Michaela Rosenberger. Was tun in dieser Situation? Die Politik stecke in einem Dilemma, so die NGG-Vorsitzende. Auf der einen Seite sehe sie sich gefordert, dem Wunsch der Verbraucher nachzukommen, in die Konflikte um gesunde Ernährung unter anderem mit Strafabgaben auf Salz, Zucker oder Fett regulativ einzugreifen. Auf der anderen Seite fühle sie sich durch die Lebensmittelindustrie gedrängt, möglichst wenig einzugreifen und

eher durch gesundheitliche Leitlinien und Nährstofflisten den „mündigen“ und „aufgeklärten“ Bürger zu stärken. Auch über ein Schulfach „Ernährung“ werde derzeit diskutiert.

Die Gewerkschaft NGG befindet sich inmitten dieses Spannungsfeldes, da sie insbesondere die Interessen ihrer Mitglieder und der Beschäftigten in der Ernährungswirtschaft zu vertreten habe. „Das bedeutet für uns oft genug eine Gratwanderung“, betonte Michaela Rosenberger. „Selbstverständlich sind wir Bestandteil der Lebensmittelbranche, aber in vielen Fragen haben wir durchaus eine kritische Haltung,

**»Soziale Arbeitsbedingungen sind ein notwendiger und unabdingbarer Bestandteil für die Produktion guter Lebensmittel. Umgekehrt sichert eine nachhaltige Nahrungsmittelindustrie Arbeitsplätze.«**

**Michaela Rosenberger**

insbesondere dann, wenn schlechte Produktionsbedingungen und schlechte Lebensmittelqualität Arbeitsplätze perspektivisch gefährden“.

Schon seit Jahren beteilige sich die NGG an der Diskussion um lebensmittelpolitische Fragen – ob im Falle des „Fußmehlskandals“ 1892 in Berlin, als sich Beschäftigte und Konditor-Gehilfen dagegen auflehnten, Sand („Fußmehl“) und weitere Fremdbestandteile in Pfefferkuchen einzuarbeiten; oder ob bei Whistleblower-Auseinandersetzungen in der heutigen Zeit, die unter anderem die „Gammelfleischskandale“ ans Licht brachten. „Schon in unseren Vorläuferverbänden ist das Interesse an guter Lebensmittelproduk-

tion als Voraussetzung für den Erhalt guter Arbeitsplätze groß gewesen.“ Auch mit ihren bekannten Kampagnen „Gesunde Lebensmittel in einer gesunden Umwelt“ in den 1980er Jahren und „Nahrung-Gesund-Genießen“ um die Jahrhundertwende habe sich die NGG mit Fragen der Ernährung und der Lebensmittelproduktion beschäftigt. Unter anderem auch mit ihren Forderungen nach einem Schulfach „Ernährung“, gesunder Kita- und Schulverpflegung sowie nach einem Schutz für Whistleblower vor der Disziplinierung durch den Arbeitgeber habe sich die Gewerkschaft in die politische Diskussion eingemischt, berichtete deren Vorsitzende.

Für sie steht fest: Gute Lebensmittel und Gute Arbeit gehören zusammen. „Soziale Arbeitsbedingungen sind ein notwendiger und unabdingbarer Bestandteil für die Produktion guter Lebensmittel. Umgekehrt sichert eine nachhaltige Nahrungsmittelindustrie Arbeitsplätze.“

An der aktuellen Diskussion um die Industrie 4.0 kritisierte die NGG-Vorsitzende die starke Technikzentrierung. Aus Sicht der NGG darf die Zukunft der Arbeit jedoch nicht allein an Effizienzkriterien ausgerichtet

werden, sondern muss sich vor allem an Vorstellungen von einem guten Leben und gesunder Ernährung für alle orientieren. Deshalb fordert sie eine Lebensmittelproduktion, die sich an Kriterien der Nachhaltigkeit ausrichtet: ökonomisch, ökologisch und sozial. Angesichts der globalen Herausforderungen und Entwicklungen bleibe eine funktionierende Welt-ernährung auf industrielle Produktion angewiesen.

Um jedoch eine solche nachhaltig orientierte Industrie auf den Weg zu bringen, sei es notwendig, die unterschiedlichen Akteure in dieser Diskussion – von der Landwirtschaft über die Lebensmittelproduktion, den Lebensmittelhandel bis hin zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern – zusammenzubringen. Michaela Rosenberger plädierte eindringlich für eine neue Verantwortungspartnerschaft. „In dieser behält jede beteiligte Institution ihren Fokus auf ihre Interessenzusammenhänge. Aber wir gehen gemeinsam in den Dialog, ins Gespräch. Wir reden miteinander, statt vorrangig über die Medien übereinander.“ In diesem Sinne lud die NGG-Vorsitzende alle Konferenzteilnehmerinnen und -teilnehmer zu einer spannenden und konstruktiven Debatte ein.



## »Eine neue Liebe zu Werten und zu mehr Verantwortung«



Der Lebensmittelindustrie steht nach Ansicht der Food-Trendforscherin Hanni Rützler ein gravierender Wandel bevor. Auslöser hierfür sind nicht nur veränderte (internationale) Wertschöpfungsketten und Formen digitaler Produktion, sondern auch neue gesellschaftliche Entwicklungen und Trends im Ernährungsverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher.

**F**ür die Food-Trendforscherin Hanni Rützler ist es wichtig, die Kräfte des Wandels, die die Lebensmittelindustrie vorantreiben, rechtzeitig zu erkennen. Insbesondere sieht sie ein Ende der in den vergangenen Jahren vor allem auf Effizienz ausgerichteten Lebensmittelproduktion bevorstehen. Mehr denn je seien daher Innovationen in der Branche gefragt.

„Die Effizienz hat uns satt gemacht, hat aber eine Schattenseite“, betonte Hanni Rützler. Am Beispiel der Schweineaufzucht und -produktion erläuterte sie die Gefahren einer auf „immer schneller, billiger und mehr“ getrimmten Unternehmensstrategie. „Die Zeit ist reif für weitere Veränderungen und neue Lösungen“. Den Weg dorthin zeigten aktuelle Food-Trends, die es zu beobachten gelte.

Food-Trends seien keine schnelllebigen Moden, sondern böten Hinweise auf tief greifende Wandlungsprozesse innerhalb der Esskultur und seien damit für die Lebensmittelbranche als Frühwarnsysteme nutzbar. Hanni Rützler verwies auf rund dreißig aktu-

elle Food-Trends im deutschsprachigen Raum, die gravierende Auswirkungen auf die Lebensmittelindustrie haben könnten.

So lasse sich seit Jahren ein veränderter Essalltag beobachten, der unter anderem durch zunehmend kleinere Haushalte, ein – trotz Koch-Shows und Orientierungshilfen im Überfluss – deutlich zurückgehendes Kochwissen in der Bevölkerung, eine starke Individualisierung beim Essverhalten sowie eine Entwicklung zu eher spontanen als regelmäßigen Mahlzeiten geprägt sei. Daraus erwüchsen bei vielen Menschen neue Bedürfnisse nach schnellem Essen („fast-good“), sozialen Begegnungen (gemeinsam kochen mit anderen Menschen) und neuen Lebensmittelproduktlinien („curated food“) in Restaurants und im Handel. Auch die Globalisierung trage zu einem veränderten Essverhalten und einem breitgefächerten Lebensmittelangebot bei.

Hinzu komme der Trend zu „gesundem Essen“ in breiten Teilen der Bevölkerung. „Das Wissen über Ernährung hat sich erheblich verändert“, sagte Hanni

Rützler. „Man weiß heute mehr darüber, wie Tiere aufwachsen. Das Qualitätsbewusstsein insbesondere bei der Auswahl von Fleisch ist vielfach gestiegen. Auch Gemüse, Obst und Kräuter werden gegenwärtig stärker wertgeschätzt.“ Verlangt werde „Charaktergemüse“, das zu kulinarischen Geschmackserlebnissen ver helfe. „Dahinter steckt eine neue Liebe zu Werten wie Nachhaltigkeit, zu mehr Verantwortung und zu einem schonenden Umgang mit Ressourcen“, berichtete die Trendforscherin.

**»Die Effizienz hat uns satt gemacht, hat aber eine Schattenseite. Die Zeit ist reif für weitere Veränderungen und neue Lösungen.«**

**Hanni Rützler**

Neben einer Ausrichtung des Lebensmittelkonsums an kulinarischen, ökologischen und gesundheitlichen Kriterien sei auch eine starke Entwicklung zu moralisch beziehungsweise religiös aufgeladenem Verbrauch („spiritual

food“) festzustellen: vegane Geschmackswelten und vegetarische Ernährung stünden vor allem bei jungen Leuten hoch im Kurs. Der Wunsch nach Lebensmitteln, die nach bestimmten Regeln, moralisch definierten Normen und Grundsätzen – halal, kosher – erstellt würden, werde stärker.

Auch auf die Herkunft der Lebensmittel – ob Fleisch, Obst oder Gemüse – werde mehr Wert gelegt. Regionale Angebote („Hausmannskost“, Konsum „hier und jetzt“) würden vielfach bevorzugt. Völlig neue Vertriebswege und Handelsketten entstünden auf dem Markt: Netzwerke und regionale Kreisläufe. Auch die Herstellung von Ausgangsprodukten ändere sich: „urban gardening“ und „urban farming“, Honig- und Gemüseproduktion auf dem Hausdach in der City, Aquaponing im Hochhaus, städtische Aquakulturen, Anbau im eigenen oder kollektiv bewirtschafteten Garten.

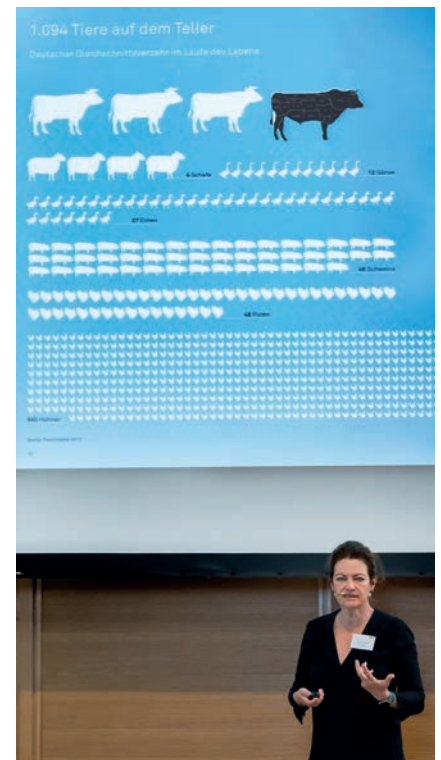
Vorangetrieben würden diese Entwicklungen bislang vor allem von kleineren gesellschaftlichen Gruppen („Eliten“), die vor allem aus ökologischen, gesundheitlichen oder moralischen Gründen lebensmittelpolitische Veränderungen einforderten.



Allerdings dürfe nicht übersehen werden, so die Foodtrend-Expertin, welche Breitenwirkung diese auf Dauer entfalten könnten. In der „Generation Y“ sei eine vegane Lebensorientierung bereits weit verbreitet, so dass mittlerweile große Handelsketten wie Aldi und Lidl darauf reagierten und entsprechende Produktlinien führten.

Auch wenn die von Hanni Rützler beschriebenen Food-Trends noch nicht die breite Masse der Bevölkerung und noch weniger die einkommensschwachen Schichten erreicht haben: Für die Trendforscherin steht fest, dass die Lebensmittelindustrie in den kommenden Jahren stark gefordert ist, sich durch Innovationen bei der Produktion sowie durch neue Produkte und Vermarktungsstrategien den veränderten Lebensbedingungen und Bedürfnissen der Konsumenten zu stellen.

In der anschließenden Diskussion wurde darauf hingewiesen, dass die Arbeitsbedingungen in der Debatte bisher kaum eine Rolle spielten. Der Tierschutz – kritisierte eine Teilnehmerin – nehme in dieser Diskussion weitaus mehr Raum ein als der Schutz der Beschäftigten vor Ausbeutung und inhumaner Arbeit etwa in Schlacht-



höfen, Großbäckereien oder beim Lebensmitteltransport. Hier könne der NGG eine wichtige Funktion zuwachsen, indem sie im Dialog mit anderen gesellschaftlichen Gruppen den Zusammenhang von Guter Arbeit und einer qualitativ hochwertigen Lebensmittelproduktion immer wieder betone und entsprechende Argumente beziehungsweise Beweisketten liefere.

## »Die Konsumenten wollen keinen Verzicht«

Fünf grundlegende Faktoren („game changers“) werden aus der Sicht des Nestlé-Konzerns die Lebensmittelindustrie in den nächsten Jahren herausfordern. Das Unternehmen will sich diesen mit dem Ziel stellen, zu einer verbesserten Lebensqualität und einer gesünderen Zukunft beizutragen und wird einen Werte- und Rollenwandel vollziehen, berichtete die Nestlé-Vorstandsvorsitzende Béatrice Guillaume-Grabisch.



**F**ür die Vorstandsvorsitzende der Nestlé Deutschland AG ist Ernährung ein Spiegel der Gesellschaft. Ob in der Nachkriegszeit, während des deutschen Wirtschaftswunders, in den 1970er Jahren, als die Deutschen das europäische Ausland verstärkt bereiteten, oder nach der BSE-Krise in den 1990er Jahren: Zu jeder Zeit gab es je typische Speisen oder bevorzugte Nahrungsmittel. Der Weg führte von der kalorienreichen Sättigung in den Nachkriegsjahren zur gezielten Gesundheitsoptimierung in der heutigen Zeit.

Aus ihrer Sicht gibt es gegenwärtig fünf Treiber, die neue Regeln bei der Ernährung setzen und die Ernährungswirtschaft herausfordern:

- der steigende Druck auf die Lebensmittelindustrie durch die Finanzgeber und durch Berichte in den Medien,
- neue Konsumtrends und hier insbesondere das wachsende Bedürfnis nach natürlichen Lebensmitteln („free from“) und die Erwartungen neuer Konsumentengruppen (Veganer, Flexitarier),
- neue Geschäftsmodelle, die vor allem vom Handel neu definiert werden,
- die sich beschleunigende digitale Transformation von Unternehmen sowie
- die Dynamik in der Bevölkerungsstruktur – Stichworte: Urbanisierung, Millenials, Single-Haushalte, Überalterung.

Offenkundig für die Nestlé-Vorstandsvorsitzende ist, dass das Vertrauen in industriell verarbeitete Lebensmittel allgemein abnimmt. Während die Deutschen etwa dem Handwerk zu 85 Prozent trauten, verließen sie sich auf Lebensmittelhersteller nur zu 56 Prozent. Auch die neuen Konsumtrends

krempelten den Markt gründlich um. So habe der Umsatz mit Bio-Produkten 2015 bereits 8,6 Milliarden Euro erreicht und sei allein zwischen 2014 und 2015 um 13 Prozent gestiegen.

Einen Boom erleben nach Ansicht der Unternehmerin heute überdies solche Lebensmittel, die vor allem aus gesundheitlichen Gründen nachgefragt würden, insbesondere laktose- und glutenfreie Lebensmittel. Gleichwohl seien die Nachwirkungen dieser aktuell „gehipten“ Lebensmittel noch nicht übersehbar. Es gebe jedoch Anhaltspunkte, dass diese Produkte einen deutlich geringeren Ernährungswert besäßen.

Überdies verändere sich der Fleischkonsum. Zwar seien in Deutschland 2016 mehr Tiere geschlachtet worden als im Jahr zuvor (5,6 Millionen Tonnen Schwein, 1,5 Millionen Tonnen Geflügel und 1,1 Millionen Tonnen Rindfleisch – Geflügel und Rindfleisch mit wachsender Tendenz), aber vegetarische und vegane Ernährung seien eindeutig auf dem Vormarsch.

Nicht nur die großen Handelsketten wie Aldi und Lidl machten den Lebensmittelherstellern zunehmend Druck, weil sie immer mehr Markenartikel listeten und dadurch den Wettbewerb



anheizten. Auch der Online-Vertrieb mache ihnen verstärkt zu schaffen, so Béatrice Guillaume-Grabisch. Der Handel insgesamt gebe den Unternehmen neue Geschwindigkeiten, Frische- und Gütekriterien vor, um online oder auch in ansprechendem Ambiente (Convenience, „Erlebniseinkauf“) Lebensmittelprodukte anbieten zu können. Diese wachsende Abhängigkeit von den Einkäufern führe auch dazu, dass die Lebensmittelindustrie einen steigenden Kommunikationsaufwand betreiben müsse, um Produkte auf den Markt zu bringen. Und dieser wiederum drücke auf die Herstellungskosten.

**»Das Vertrauen in industriell verarbeitete Genussmittel nimmt allgemein ab. Die neuen Konsumtrends krempeln den Markt gründlich um.«**

**Béatrice Guillaume-Grabisch**

Europaweit steige der Online-Handel für Lebensmittel – allein 2016 gab es 32 Prozent mehr Onlineshops mit dem Hauptsegment Lebensmittel als im Vorjahr. In Deutschland liege der Onlinehandel am gesamten Handelsvolumen jedoch mit einem Anteil von 1,2 Prozent (bezogen auf den Handel mit Lebensmitteln 0,6 Prozent) hinter dem in Frankreich (4,3 Prozent) und Großbritannien (6 Prozent) noch weit zurück.

Ferner stelle die sich verstärkt wandelnde Bevölkerungsstruktur eine Herausforderung für die Ernährungswirtschaft dar. Der demografische Wandel begünstige neue Vertriebsysteme, stelle aber auch neue Anforderungen an die Kommunikation, Verpackungen usw. Auch der steigende Anteil von Migranten an der Bevölkerung werde

das Essverhalten und den Nahrungskonsum künftig stark verändern, betonte die Nestlé-Vorsitzende.

Der Weg der Ernährungswirtschaft in den vergangenen Jahrzehnten in Deutschland habe von der Bewältigung des Hungers über die Sättigung der Bevölkerung, der Vielfältigkeit des Nahrungsangebots bis hin zur Optimierung der Gesundheit geführt. Doch welche Ziele stellen sich für die Zukunft?, fragte Béatrice Guillaume-Grabisch im zweiten Teil ihres Referats. Nestlé habe für sich fünf Zukunftsszenarien auf der Basis von wissenschaftlichen Befragungen entworfen.

**»Wir gehen davon aus, dass die Ernährung künftig funktionaler, wissenschaftlicher und personalisierter wird.«**

**Béatrice Guillaume-Grabisch**

Die meisten Menschen in Deutschland erwarteten bis 2030 eine stärker ressourcenschonende Ernährung in einer wertorientierten Gesellschaft auf dem Weg zu einer besseren Welt. Aber auch mehr gemeinschaftliches Essen in einer entstrukturierten Gesellschaft und ein reflektierter Genuss in einer auf Eigenverantwortung set-

zenden Gesellschaft würden von vielen Menschen bevorzugt. „Wir gehen davon aus, dass die Ernährung künftig funktionaler, wissenschaftlicher und personalisierter wird. Dabei bilden sich neue Bedürfnisse und der Wunsch nach neuen Strukturen heraus. Die Konsumenten wollen keinen Verzicht“, so die Nestlé-Vorsitzende, „sondern eine Ernährung, die Genuss, Gesundheit und ein gutes Gewissen vereint.“ Handel und Industrie sollten sich „vom Versorger zum Dienstleister“ hin entwickeln und ihren Ruf sowie ihre Wertschöpfung verbessern. Die Unternehmen würden sich künftig stärker profilieren müssen, um starke und glaubwürdige Marken auf den Markt bringen zu können, die ihr Image stärken.

Für die Nestlé AG bedeute dies, so Béatrice Guillaume-Grabisch, sich einem Werte- und Rollenwandel zu unterziehen. Das Unternehmen müsse seine Lebensmittelproduktion verstärkt auf gesundheitsorientierte Aspekte abstellen, sich als Marke des Vertrauens und wertorientierter Dienstleister positionieren und sein Selbstverständnis vertiefen, zu einer besseren Lebensqualität und einer gesünderen Zukunft beizutragen. Nestlé wolle daher vermehrt Anstrengungen unternehmen, um relevanten Mehr-

wert zu erwirtschaften, eine hohe Qualität zu sichern sowie die Glaubwürdigkeit und den Ruf als „Partner“ des Verbrauchers zu stärken. Dazu bedürfe es mehr Investitionen in Produkte und Technologien, neuer Berufsbilder und Qualifikationen sowie einer stärkeren Konzentration auf die Digitalisierung und Industrie 4.0.

In der anschließenden Diskussion wurden Antworten darauf vermisst, wie Nestlé dazu beitragen kann, die Weltbevölkerung besser mit Nahrungsmitteln zu versorgen. Auch wurde die Frage aufgeworfen, wie der Lebensmittelkonzern mit der fortschreitenden Digitalisierung umgeht, insbesondere um Arbeitsplätze zu sichern.

Béatrice Guillaume-Grabisch betonte die besondere Wettbewerbssituation in Deutschland, die es schwer mache, eine ausgewogene Balance zwischen Preisen und Herstellungskosten auch künftig und insbesondere angesichts der neuen Trends zu halten. Die Tatsache, dass hierzulande nur 13 Prozent der Privatausgaben für Lebensmittel ausgegeben würden, in anderen europäischen Ländern aber 23 Prozent, zeige, dass die Deutschen nicht so sehr an einer hohen Qualität, sondern vor allem an billigen Lebensmitteln interessiert seien. Hier gelte es, mehr Qualitätsbewusstsein zu schaffen.

Bezüglich der Problematik „Industrie 4.0“ sehe sie zwar erhebliche Veränderungen bei den Arbeitsplätzen auf das Unternehmen zukommen. Dies müsse aber nicht notwendig Stellenabbau zur Folge haben. „Die Arbeitsplätze werden anders. Und unsere große Herausforderung besteht darin, den neuen Anforderungen nachzukommen und insbesondere qualitativ hochwertige Produkte rechtzeitig herzustellen und zu liefern.“



## Brennpunkt Ernährung



Der Unilever-Konzern hat sich dazu verpflichtet, seine Geschäftspolitik auf nachhaltiges Wirtschaften auszurichten und in diesem Sinne ökonomisch, ökologisch und sozial verantwortlich zu handeln. Dabei will er Nachhaltigkeit alltäglich machen, so der zum Zeitpunkt der Konferenz amtierende Unilever-Kommunikationsdirektor Merlin Koene. Diesen Gedanken will das Unternehmen in sämtliche Produkte und Prozesse einbringen.

**F**ür die kommenden 13 Jahre hat sich der Unilever-Konzern vorgenommen, den Gedanken der Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette wirksam zu machen. Es geht ihm darum, sich auf die neuen Herausforderungen der Lebensmittelindustrie einzustellen und sein Engagement für Nachhaltigkeit glaubhaft zu vermitteln, um damit identifiziert zu werden.

Dementsprechend will das Unternehmen seine Positionen gezielt öffentlich bekannt machen und positiv sozialen Einfluss nehmen. So hat es erste Schritte unternommen, um mehr Transparenz entlang der Wertschöpfungskette zu schaffen, indem es die Kleinbauern in den Dialog einbezieht und nach Zertifizierungen strebt, wie dies bereits beim Einsatz von Palm-Öl der Fall ist. Darüber hinaus will Unilever sein Unternehmenswachstum an dieses Leitbild anpassen und den ökologischen Fußabdruck des Konzerns deutlich reduzieren.

Insbesondere bekennt sich der Konzern zu den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (keine Armut, kein Hunger, Gesundheit und Wohlergehen, hochwertige Bildung, Geschlechtergleichheit, sauberes Was-

ser und Sanitäreinrichtungen, bezahlbare und saubere Energie, menschwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, weniger Ungleichheiten, nachhaltige Städte und Gemeinden, nachhaltige/r Konsum und Produktion, Maßnahmen zum Klimaschutz, Leben unter Wasser, Leben an Land, Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen, Partnerschaften zur Erreichung der Ziele). Er will diese bis 2030 durch mehr ökonomische, ökologische und soziale Verantwortung erreichen.

Dazu hat Unilever einen Strategieplan erarbeitet, berichtete Merlin Koene, Kommunikationsdirektor Unilever DACH. Dieser umfasst drei Hauptaufgaben:

- „motivate“ – Mitarbeiter motivieren
- „advocate“ – externe Stakeholder als Botschafter gewinnen und
- „protect“ – das Unternehmen und die Branche schützen.

Seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter will der Lebensmittelhersteller dadurch motivieren, dass er sie stärker informiert und an unternehmerischen Prozessen beteiligt. Das setzt aus der Sicht des Kommunikationsdirektors mehr Transparenz über Entscheidungen und Prozesse innerhalb des Konzerns voraus. Die Beschäftigten würden als die

glaubwürdigsten Botschafter der eigenen Unternehmensphilosophie anerkannt, so Koene. Deshalb sollten ihre Arbeit und ihr Engagement nicht nur stärker wertgeschätzt werden. Es gehe dem Unternehmen auch darum, ihnen den Sinn der Arbeit deutlich zu machen und sinnstiftende Arbeit zu initiieren.

„Advocate“ bedeutet für den Unternehmensvertreter, in der Öffentlichkeit deutlich Position zu beziehen und diese selbstbewusst zu kommunizieren. Das Unternehmen strebe einen offenen und transparenten Dialog auch mit den Kritikern des Konzerns an. Und es möchte externe Fürsprecher für seine Nachhaltigkeitsstrategie gewinnen.

Um die Branche und das Unternehmen zu schützen – „protect“ –, geht es Unilever um eine Kommunikation, die auf Fakten basiert und die nicht erst auf Skandale und auflagerträchtige Schlagzeilen in den Medien reagiert, berichtete Koene. Sie zielen zudem auf Informationen und Dialog, nicht aber auf Propaganda und Panikmache. Auch sei Unilever an Partnerschaften mit Initiativen und Institutionen interessiert, die sich ebenfalls dem Nachhaltigkeitsgedanken verpflichtet hätten.



## Foren: Offensiver werden!

Die Politik, der Betrieb und internationale Abkommen sind für die NGG wichtige Handlungsfelder, um ihre Vorstellungen von Guter Arbeit und Guter Ernährung einzubringen. Mit welchen Hilfen und Hindernissen sie dabei rechnen kann, war Thema in den drei Tagungsforen.

### Forum I

#### Regulierung von Nahrungsmitteln – Helfen Salzabgabe und Zuckersteuer weiter?

Die Leitfrage des Forums 1 beantworteten die eingeladenen Impulsgeberinnen und -geber sowie die diskutierenden Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus unterschiedlichen Blickwinkeln eindeutig: Eine Strafsteuer auf bestimmte Lebensmittel lehnten sie ab.

**Karin Binder**, Mitglied des Bundestags und ernährungspolitische Sprecherin für die Fraktion DIE LINKE, verwies vor allem darauf, dass mit einer derartigen Verbrauchsteuer kleine und mittlere Einkommenshaushalte überproportional belastet würden. Übergewicht und

ernährungsbedingten Krankheiten sollte eher mit einer guten Informationspolitik und Bildungsarbeit, beginnend in den Kitas, entgegen gewirkt werden.

Auch **Micha Heilmann**, Leiter der Rechtsabteilung und des Hauptstadt-

büros der NGG, hält die staatliche Regulierung über eine Steuer für wenig zielführend. Eine Fett- oder Zuckersteuer, die einzelne Nährstoffe unter Strafe stelle, werde nicht zu einer gesünderen Lebensweise führen. Das Thema müsse ganzheitlich betrachtet werden, um so einen echten Bewusstseinswandel zu verankern. Das Thema „ausgewogene und gesunde Ernährung“ sei viel zu komplex, als dass es sich auf einzelne Bestandteile und Nährstoffe reduzieren ließe.

Dass **Günter Tissen**, Hauptgeschäftsführer der Wirtschaftlichen Vereinigung Zucker e. V. kein Interesse an

einer Zuckersteuer hat, war zu erwarten. Auch ihm geht es stattdessen um Verbraucherbildung. Diese solle einerseits den Fokus auf Bewegung und Ernährung legen, also eher die Energie- und Kalorienbilanz im Blick haben. Sie solle andererseits aber auch über das richtige Maß des Zuckerkonsums informieren. Die Gefahren, die zuckerreduzierte Produkte und Zuckersüßstoffe mit sich brächten, müssten ebenfalls thematisiert werden, statt Zucker in Gänze zu dämonisieren.

**Hermann Soggeberg**, Vorsitzender des Konzernbetriebsrats Unilever Deutschland GmbH, schloss sich den Ausführungen seiner Vorredner an. Viele Marken und Produkte im Portfolio des Lebensmittelkonzerns würden sich bei einer Salz-, Fett- und Zuckersteuer verteuern. Dies könnte erhebliche Folgen auch für die Beschäftigten haben. Der Arbeitnehmervertreter warb vor diesem Hintergrund für eine nachhaltige Beschäftigungspolitik. Diese könne durch „ehrliche Produkte“ gestärkt werden. Kritisch äußerte er sich zur Medienberichterstattung: „Manchmal hat man den Eindruck, die Lebensmittelindustrie steht in der öffentlichen Meinung kurz hinter der Waffenindustrie.“ Die richtige Antwort auf derartiges Lebensmittelindustrie-„bashing“ sei eine Unternehmenspolitik, die die Verunglimpfungen, die oft zu unrecht geschähen, zurückweise, aber gleichzeitig keine Angriffsflächen biete, die durch halb wahre Marketingkonzepte geschaffen würden.

In der sich anschließenden Diskussion griff **Micha Heilmann** diesen Ball auf und riet den Unternehmen ebenfalls, dem schlechten Image der Lebensmittelindustrie pro-aktiv zu begegnen. Dem Vertrauensverlust könne nur durch eine „vernünftige Verbrau-



cherinformation“ begegnet werden. Die sogenannte Lebensmittelampel, die auf Verpackungen den Gehalt an gesundheitsrelevanten Nährstoffen wie Fette, gesättigte Fettsäuren, Salz, Kohlenhydrate und Zucker anzeigen soll, greife allerdings zu kurz. Die NGG habe Bedenken, dass die mit diesem System unausweichlichen Vereinfachungen – rot, gelb, grün als schnelle Orientierung über den Nährwertgehalt eines Lebensmittels – dem komplexen Sachverhalt einer ausgewogenen Ernährung und guten Lebensweise gerecht werde.

Auch der Unilever-Konzernbetriebsratsvorsitzende **Hermann Soggeberg** sieht den Vorstoß seines Unternehmens, nach jahrelanger Kritik diese Kennzeichnung jetzt auf die Produkte zu drucken, mit Skepsis. Die Ampelkennzeichnung für Portionen sei nur begrenzt glaubwürdig.

**Günter Tissen** berief sich auf die fehlende wissenschaftliche Basis der Ampelkennzeichnung. Auch die anwesende Betriebsrätin von Ferrero, **Michaela Vermeij**, sieht „rot“ für die Beschäftigten, wenn bestimmte Produkte bald womöglich mit einem roten Punkt als gesundheitsschädlich gekennzeichnet würden. Damit wären die Arbeitsplätze der Beschäftigten bedroht, betonte sie.

**Karin Binder** von DIE LINKE hält die Ampel allerdings für ein gutes Instrument, um der Verbrauchertäuschung der Unternehmen endlich Einhalt zu gebieten. Die Ampel sei eine einfache und transparente Möglichkeit der Verbraucherinformation. „Denn fett- oder zuckerreiche Kalorienbomben müssen beim Einkauf auf den ersten Blick zu erkennen sein“, betonte sie. Binder setzt sich zudem für eine flächendeckende und kostenfreie Kita- und Schulverpflegung ein, die von einer umfassenden und früh einsetzenden Ernährungsbildung flankiert werden müsse.

**»Manchmal hat man den Eindruck, die Lebensmittelindustrie steht in der öffentlichen Meinung kurz hinter der Waffenindustrie.«**

**Hermann Soggeberg**

Es braucht einen guten Umgang mit Genussmitteln, mehr Wertschätzung für Lebensmittel und eine gute Esskultur, um Übergewicht und Diabetes vorzubeugen: Darüber waren sich alle Diskutierenden des von **Christoph Hahn**, Referatsleiter für Verbraucherpolitik beim DGB-Bundesvorstand, moderierten Forums wieder einig.

## Forum 2

### Welche Gestaltungsfelder haben wir bei der Arbeit der Zukunft?

Die Arbeit 4.0 in einer digitalisierten Arbeitswelt zu gestalten und nachhaltig zu wirtschaften: Darin sahen die Diskussionsteilnehmerinnen und -teilnehmer des Forums 2 die größten Aufgaben, mit denen sich die Lebensmittelunternehmen gegenwärtig befassen müssten.

**Benjamin Mikfeld**, Abteilungsleiter im Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) hob vier Fragen hervor, auf die angesichts der Herausforderungen durch eine globalisierte und zunehmend digitalisierte Lebensmittelindustrie dringend Antworten in den Betrieben gefunden werden müssten:

- Haben wir in Zukunft noch genug Arbeit für alle?
- Wo liegen die Grenzen der fortschreitenden Flexibilität im Produktionsprozess?
- Wie lassen sich neue Geschäftsmodelle, die vor allem durch Leiharbeit, Werkverträge und Solo-selbstständigkeit gekennzeichnet sind, regeln?
- Wie kann die Technik im Zusammenspiel von Mensch und Maschine künftig dazu beitragen, die Arbeit gesünder und weniger belastend zu machen?

Das „Weißbuch Arbeiten 4.0“ der Bundesregierung gebe hierzu Anregungen, so Mikfeld. Es sei aber keine Blaupause. Insbesondere betone es eine starke Sozialpartnerschaft, um zu institutionalisierten Regelungen für Gute Arbeit zu gelangen. Dabei müsse es verstärkt gelingen, auch die Interessen der jüngeren Generation einzubinden.

**Manuela Maschke**, Referatsleiterin Arbeit und Mitbestimmung bei der Hans-Böckler-Stiftung (HBS), machte deutlich, dass „klassische“ Themen, wie die Gestaltung der Arbeitszeit sowie des Arbeits- und Gesundheitsschutzes in den Betrieben immer noch eine große Rolle spielten. Jedoch rückten zunehmend Fragen des Datenschutzes, IT-Rahmenvereinbarungen sowie Zukunftsvereinbarungen zur Beschäftigungssicherung in den Fokus von Betriebsräten. Hierfür

stelle die HBS ihnen eine Vielzahl von Gestaltungshilfen („Praxiswissen Betriebsvereinbarungen“) zur Verfügung. Neue Konflikte zeichneten sich insbesondere bei der Mitbestimmung ab: Die Beschäftigten wollten an betrieblichen Entscheidungen stärker selbst teilhaben, während die Arbeitgeber angesichts der starken Veränderungsdynamik in den Betrieben zunehmend auf schnelles und effektives Handeln pochten.

**Thomas Gierhard**, Betriebsratsvorsitzender der Warsteiner Brauerei, berichtete über seine Erfahrungen mit dem Projekt „Arbeit 2020 in NRW“. Es habe mit dazu beigetragen, betriebliche Innovationen anzustoßen und unterschiedliche Interessen der Projekt-Beteiligten unter einen Hut zu bekommen. Im Mittelpunkt habe eine Bestandsaufnahme („Betriebslandkarte“) gestanden, um herauszufinden, wie stark die digitale Vernetzung im Unternehmen bereits vorangekommen ist. Anhand von Szenarien sei ermittelt worden, wie sich die Digitalisierung in der Zukunft auf die Arbeit in einzelnen Bereichen auswirken könnte. Das Projekt habe insbesondere mitgeholfen, Schwachstellen beim Datenschutz zu identifizieren und dazu geführt, dass eine Rahmen-IT-Vereinbarung mit dem Arbeitgeber abgeschlossen werden konnte. Es habe aber auch weitere Maßnahmen angeregt. Für ihn stehe fest, dass die weitere Digitalisierung nicht ohne den Menschen auskomme. Die Kolleginnen und Kollegen müssten jedoch in die veränderten Prozesse einbezogen und entsprechend qualifiziert werden.

**Isabell Mura**, NGG-Geschäftsführerin Region Südwestfalen und Koordinatorin des Projekts „Arbeit 2020 in NRW“, forderte die Betriebsräte auf, nicht nur auf Arbeitgeberanforderungen zu reagieren, sondern verstärkt pro-aktiv



und anhand eines eigenen Konzepts im Betrieb zu handeln. Das Projekt habe den Beteiligten hierfür wichtige Instrumente an die Hand gegeben. Jetzt komme es darauf an, diese im betrieblichen Alltag umzusetzen und insbesondere auch die Verwaltungsbereiche stärker in den Blick zu nehmen.

In der nachfolgenden Diskussion wurden weitere Gestaltungsfelder angesprochen. Einige Stimmen aus dem Plenum betonten, dass es vor allem gelte, den demografischen Wandel mit Guter Arbeit, Qualifizierungen für alle Beschäftigten und dem Abbau psychischer Belastungen zu bewältigen. Auch

die internationale Vernetzung der Arbeit wurde als große Herausforderung für Betriebsräte betrachtet. Verlangt wurden bessere Regelungen bezüglich der Arbeitsnormen, Mitbestimmung und des Datenschutzes auf europäischer Ebene, um Verstöße der Arbeitgeber auch tatsächlich sanktionieren zu können.



### Forum 3

#### Brauchen wir eine internationale Lebensmittelpolitik?

Die Beschäftigten in der Lebensmittelindustrie („Food Workers“) gehören weltweit zu den am schlechtesten behandelten Berufsgruppen. Die Frage, ob Freihandelsabkommen daran etwas ändern könnten, stand im Zentrum der Diskussion im Forum 3. Die Diskutierenden forderten eine offensivere EU-Strategie für gute Lebensmittel und den Ausbau statt Abbau von Arbeitnehmerrechten.

In seinem Eingangsreferat stellte **Peter Rossman**, International Officer Campaigns and Communications IUF-UITA-IUL, seine Organisation vor (<http://www.iuf.org/>) und beschrieb deren Aufgaben und Ziele. Die Leitfrage des Forum 3 beantwortete er mit einem klaren „Ja“. Die aktuelle internationale Lebensmittelpolitik ist aus seiner Sicht gescheitert. Wäre sie

erfolgreich, gebe es nicht Millionen von Menschen, die Hunger leiden müssten.

Für den internationalen Gewerkschaftssekretär muss das Recht von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, sich zusammenzuschließen und (gewerkschaftlich) zu organisieren, ein elementarer Aspekt einer

neuen internationalen Lebensmittelpolitik sein. Denn überall da, wo Gewerkschaften stark seien, gehe es den Beschäftigten besser. Die „Food-Worker“ gehörten noch immer weltweit zu den am schlechtesten behandelten Berufsgruppen. Für sie müsse daher dringend etwas getan werden.

Überall auf der Welt zeige sich eine zunehmende Konzentration in der Lebensmittelbranche. Unternehmen und Betriebe würden aufgekauft und zusammengeschlossen, nicht hochrentable Betriebe geschlossen. Unter der wachsenden Konzentration litten in aller Regel die Beschäftigten. Als Beispiel nannte er die wachsende Marktmacht der Saatguthersteller Monsanto und Bayer nach ihrem Zusammenschluss und die Folgen der Konzentrationswelle in der Brauwirtschaft auf wenige Hersteller. Beides habe bereits Tausende Arbeitsplätze gekostet.

Rossman verwies ebenfalls auf die wachsende Macht der Supermarktketten, die die Lebensmittelhersteller weltweit immer stärker unter Druck setzten. Sie spielten ihre „Marktmacht“ aus, diktierten den Lebensmittelherstellern die Preise und nutzten deren Abhängigkeit von den großen Supermarktketten aus. Für die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer habe dieser Kampf zwischen Hersteller und Verkäufer verheerende

Folgen: Ihre Arbeitsbedingungen und Einkommen verschlechterten sich. Eine internationale Lebensmittelpolitik würde deshalb heute dringender denn je gebraucht, lautete sein Fazit am Ende seiner Ausführungen.

In der anschließenden Diskussion auf dem Podium hob **Estelle Brentnall**, Secretary European Federation of Food, Agriculture and Tourism Trade Unions (EFFAT), hervor, dass Lebensmittel in Europa so sicher sind, wie sonst nirgends auf der Welt. Dennoch sei eine gesunde Ernährung auch hier nicht garantiert. Es gebe in Europa mehr Reichtum, aber auch mehr finanzielle Ungleichheit. Die wachsende Ungleichheit habe jedoch gravierende Auswirkungen auf die Ernährung der Menschen – gesunde Ernährung sei abhängig vom Einkommen.

Die EFFAT-Vertreterin kritisierte vor allem, dass auch solche Unternehmen in der Landwirtschaft staatliche Unterstützung bekämen, die sich nicht um soziale Belange wie Arbeitsbedingungen und Bezahlung kümmerten. Aus ihrer Sicht müsse die soziale Dimension bei der Vergabe von staatlichen Hilfen und/oder EU-Geldern stets eine zentrale Rolle spielen. Es sei zudem ein Manko, dass die

Lebensmittelpolitik in den Mitgliedstaaten bis heute von der EU kaum koordiniert werde. Auch dies müsse dringend geändert werden. Daher plädierte sie dafür, die Lebensmittelpolitik in Europa, die immer auch eine soziale Komponente beinhalten müsse, durch die EU-Institutionen stärker zu koordinieren.

**Peter Rossman** stellte heraus, dass sichere Lebensmittel nur unter guten und sicheren Arbeitsbedingungen hergestellt werden können. Er betonte, dass das Freihandelsabkommen CETA keinesfalls „tot“ sei. Vielmehr arbeiteten verschiedene Kräfte daran, es durchzusetzen.

Aus Sicht von **Peter Schmidt**, Referatsleiter Internationales und Europa bei der Gewerkschaft NGG, gibt es derzeit keine „politisch gemachte Lebensmittelpolitik“. Sie liege vielmehr fast ausschließlich in den Händen von Unternehmen und Verbänden.

Die EU-Politik bezeichnete er als scheinheilig: Europäische Unternehmen, die mit Steuermitteln großzügig unterstützt würden, zerstörten die Märkte in Afrika und anderswo in der Welt. Dieser Fakt werde in der EU nicht thematisiert. Auch das

„Flüchtlingsproblem“ in Europa sei wegen der verfehlten Agrar- und Lebensmittelpolitik hausgemacht. Der Fokus der EU-Politik liege heute, was die Produktion von Lebensmitteln angehe, auf dem Agrarbereich und damit vor allem auf dem Anbau von Nahrungsmitteln. Die nachgelagerten Schritte in der Produktion würden dagegen kaum in den Blick genommen. Das liege hauptsächlich an der Stärke und dem Einfluss der Agrarlobby, die unter anderem in Brüssel sehr gut vernetzt sei.

Insbesondere **Peter Schmidt** und **Peter Rossman** sprachen sich in der Diskussion deutlich für eine aggressivere Haltung gegenüber der Politik und den Unternehmen aus. Diese könnten nur mit stetigem Druck zu besseren Arbeitsbedingungen und zur Einhaltung sozialer Standards gebracht werden. Fehlverhalten müsse klar und öffentlichkeitswirksam adressiert werden. Notwendig sei, breitere Allianzen zwischen Politik/Parteien, NGOs, Verbänden und Gewerkschaften zu knüpfen.

Nach Einschätzung von **Nicole Maisch**, Mitglied des Bundestags für Bündnis 90/Die Grünen, gibt es durchaus eine internationale Lebensmittelpolitik – allerdings eine falsche, nämlich eine neoliberale Politik. Diese lasse die Interessen der Beschäftigten völlig außen vor. Sinnbildlich dafür stehen aus ihrer Sicht die Abkommen CETA und TTIP. Die Politikerin kritisierte auch die Entwicklungshilfepolitik der EU als neoliberal. Diese verfolge eine auf das Wohl von Unternehmen, nicht aber auf Menschen ausgelegte Agenda. Maisch bekräftigte und kritisierte zudem, dass die Rechte von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern bei der Vergabe von EU-Mitteln und in der EU-Agrarpolitik derzeit keine Rolle spielten.







Von links: Michaela Rosenberger, Elvira Drobinski-Weiß, Susanne Ferschl, Gitta Connemann, Stephan Nießer und Dr. Franziska Humbert

## Podiumsdiskussion: Wie gelingt uns eine Verantwortungspartnerschaft?

Gute Lebensmittel und Gute Arbeit sind die Voraussetzungen für eine starke Lebensmittelindustrie, die ihren Beitrag dazu leisten will, die Welternährung zu sichern und die Gesundheit der Menschen zu schützen. Politik, Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Beschäftigte eint das Interesse, die Ernährungswirtschaft

neu zu orientieren, damit sie diese Aufgaben erfüllen kann. Einig waren sich auch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Podiumsdiskussion, dass es hierfür einer Verantwortungspartnerschaft bedarf, die den Dialog auf Augenhöhe mit der Ernährungswirtschaft sucht.

Die Zukunft der Lebensmittelindustrie – und damit der Erhalt von rund 700 000 Arbeitsplätzen – hängt entscheidend davon ab, wie die Ernährungswirtschaft den Erwartungen der Politik, der Konsumenten und der Beschäftigten gerecht wird. Die Vorsitzende der Gewerkschaft NGG, **Michaela Rosenberger**, plädierte daher für einen intensivierten Dialog von Politik, Verbraucherverbänden, Nichtregierungsorganisationen und den Gewerkschaften mit Vertreterinnen und Vertretern der Ernährungswirtschaft. Sie regte eine Verantwortungspartnerschaft aller Initiativen und Institutionen an, denen daran gelegen ist, nachhaltiges Wirtschaften in der Lebensmittelindustrie stärker zu verankern und wirkungsmächtiger auszugestalten. Die Verbraucherinnen und Verbraucher seien auf starke Partner

**»Wir brauchen eine Verantwortungspartnerschaft aller Initiativen und Institutionen, denen daran gelegen ist, nachhaltiges Wirtschaften in der Lebensmittelindustrie stärker zu verankern«**

**Michaela Rosenberger**



angewiesen, die in ihrem jeweiligen Handlungsfeld dafür einträten, Nachhaltigkeit als gesamtwirtschaftliches und gesellschaftliches Prinzip umzusetzen. Gemeinsam gelte es, den Dialog mit der Ernährungswirtschaft zu suchen, um gute und hochwertige Lebensmittel allen Bevölkerungsschichten zugänglich zu machen und Arbeitsplätze zu sichern.

Für **Elvira Drobinski-Weiß**, SPD-Abgeordnete im Deutschen Bundestag, stehen der Lebensmittelwirtschaft diesbezüglich noch große Aufgaben bevor. Sie forderte einen Dialog „auf Augenhöhe“, um die Branche dazu zu bewegen, ihre ökologische und soziale Verantwortung stärker wahrzunehmen. Es reiche allerdings nicht aus, sie dazu zu bringen, entsprechende Leitplanken zu setzen und sich zum Nachhaltigkeitsprinzip zu bekennen. Notwendig seien vielmehr konkrete Maßnahmen etwa zur Kennzeichnung von solchen Nahrungsmitteln, die mit gesundheitlichen Risiken verbunden seien.

**Susanne Ferschl**, Gesamtbetriebsratsvorsitzende Nestlé Deutschland AG, sieht vor allem die Unternehmen in der Pflicht, um Innovationen voranzutreiben. Bei Nestlé verhan-

delten die Arbeitnehmervertreter aktuell mit dem Arbeitgeber über eine Betriebsvereinbarung zum Ideenmanagement. Die Beschäftigten seien immer auch zugleich Verbraucher, so Ferschl. Sie hätten daher oft viele Ideen, um die Produkte und Prozesse im Unternehmen zu verbessern, damit dieses qualitativ hochwertige Lebensmittel auf den Markt bringen könne. Ihre Botschaften kämen aber häufig nicht oben beim Management an. „Beim Thema Innovationen stoßen wir bisher oft an Grenzen“, berichtete die Betriebsrätin. „Wir fordern daher, dass die Menschen an der Basis mehr direkten Einfluss auf das Produktionsgeschehen erhalten. Auch die Führungskräfte müssen auf allen Ebenen des Unternehmens stärker Verantwortung übernehmen, um Mitarbeiterideen zu fördern und Innovationen voranzubringen.“

**Gitta Connemann**, Mitglied des Bundestags und stellvertretende Vorsitzende der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, betonte den Aspekt der Gerechtigkeit. „Wir alle wünschen uns größtmöglichen Wohlstand bei bestmöglicher sozialer Absicherung. Aber wie schaffen wir es, in einem gemeinsamen Prozess, der sich durch Ideologiefreiheit, Fairness und

Transparenz auszeichnet, gute und ausreichende Lebensmittel unter optimalen Bedingungen herzustellen?“ Die Medien stürzten sich vor allem auf Skandale. „Diese lenken allerdings den Blick auf die viel weitergehenden Fragen ab, die wir gemeinsam bewältigen und für die wir ebenfalls die Medien interessieren müssen“, so die Politikerin. Im Rahmen einer Verantwortungspartnerschaft gelte es vor allem, die Rahmenbedingungen für die Herstellung guter Lebensmittel zu verbessern – etwa durch eine Kennzeichnungspflicht. Wichtig sei auch, nachdem durch eine gezielte Verbraucherpolitik Vieles bereits reglementiert worden sei, bestehende Vollzugsdefizite verstärkt zu beheben. Eine weitere dringliche Aufgabe bestünde darin, Regelungen von der analogen in die digitale Welt zu übertragen.

Auch der Präsident des Bundes für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. sowie Geschäftsführer der Ferrero Deutschland GmbH, **Stephan Nießner**, betonte die starke Verantwortung der Unternehmen, nachhaltige Strategien zu verfolgen. Ferrero lege alljährlich einen Corporate Social Responsibility (CSR)-Report vor, in dem sowohl auf internationaler Ebene als auch bezogen auf Deutschland über Verpflichtungen und Fortschritte des Unternehmens bei der Nachhaltigkeit berichtet werde. So habe sich Nestlé seit 2015 zum Ziel gemacht, nur nachhaltig angebautes Palmöl und nachhaltig produzierten Kakao für seine Produkte zu verwenden. Fakt sei allerdings, dass die Ernährungswirtschaft stark vom Mittelstand geprägt sei und zahlreiche Unternehmen eine sehr breite Produktpalette böten. Deshalb täten sich viele Firmen schwer, ihre Wertschöpfungs- und Lieferketten detailliert offenzulegen und ständig zu kontrollieren.



Daher sei die Politik gefordert, mehr Verantwortung zu übernehmen und die Branche dabei zu unterstützen, im betrieblichen Alltag nachhaltiges Wirtschaften zu praktizieren und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen. Insbesondere sei es wichtig, die Forschung auszuweiten und den Unternehmen dieses Wissen leichter zugänglich zu machen, damit auch künftig ein hohes Niveau an Lebensmittelprodukten und -sicherheit gewährleistet werden könne.

**Dr. Franziska Humbert**, Referentin von Oxfam Deutschland, einem internationalen Verbund von verschiedenen Hilfs- und Entwicklungsorganisationen, die sich für nachhaltige und sichere Lebensbedingungen für Menschen in ärmeren Ländern einsetzen, sprach sich für ein neues Entwicklungsmodell („degrowth“) aus, das es im Rahmen der von Michael Rosenberger skizzierten Verantwortungspartnerschaft anzustreben gelte. Die Frage stelle sich ihr, welchen Preis eine Gesellschaft zu bezahlen bereit sei, um ständiges Wachstum unter immer schwierigeren und inhumaneren Bedingungen zu erwirtschaften. Ein von Oxfam unterstütztes Projekt zur nachhaltigen Kakaoproduktion habe die zumeist unfaire Bezahlung und unfai-

**»Welchen Preis ist eine Gesellschaft zu zahlen bereit, um ständiges Wachstum unter immer schwierigeren und inhumanen Bedingungen zu erwirtschaften?«**

**Dr. Franziska Humbert**

ren Praktiken bei der Behandlung von Kleinbauern ans Tageslicht gebracht. Von einem stärkeren lebensmittelpolitischen Engagement der NGG erhoffe sie sich, dass die Unternehmen zu mehr Transparenz bezüglich ihrer Wertschöpfungsketten und zu besseren Arbeitsbedingungen verpflichtet werden könnten. Auch müssten künftig internationale Arbeitsnormen stärker kontrolliert werden. Im Rahmen der angestrebten Verantwortungspartnerschaft sei es notwendig, sich auf gemeinsame Ziele und Handlungsparameter zu verständigen.

### **Qualitätsbewusstsein stärken**

Der zweite Teil der Podiumsdiskussion befasste sich mit der Frage, was getan werden kann, um in weiten Kreisen der deutschen Bevölkerung ein Qualitätsbewusstsein bei der Ernährung zu fördern, das auch die Arbeitsbedingungen mit in den Blick nimmt.

Die Tatsache, dass in Deutschland die Lebensmittel – verglichen mit anderen europäischen Ländern – extrem günstig sind und die Verbraucherinnen und Verbraucher auch weiterhin niedrige Lebensmittelpreise erwarten, führt dazu, dass die Branche unverändert auf Billigprodukte und -produktion setzt. Gute Produkte verlangen dagegen einen guten Preis und gute Arbeit. „Diesen Grundsatz müssen wir stärker in die Köpfe der Menschen hineinbekommen“, sagte **Elvira Drobinski-Weiß**. Sie regte – angelehnt an das „Bündnis für nachhaltige Textilien“, das 2014 unter Federführung des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung gegründet wurde – ein auf Nachhaltigkeit orientiertes Lebensmittelbündnis an.

**»Gute Produkte verlangen einen guten Preis. Diesen Grundsatz müssen wir stärker in die Köpfe der Menschen hineinbekommen.«**

**Elvira Drobinski-Weiß**



Für **Michaela Rosenberger** muss bereits in jungen Jahren ein Umdenken stattfinden, um das Qualitätsbewusstsein bei der Ernährung zu stärken. Die NGG fordert daher das Schulfach „Ernährung“ bereits in der Grundschule. Außerdem müsse die Lebensmittelindustrie – mit Hilfe der Medien – ein anderes Bild von sich in die Öffentlichkeit tragen, so die Gewerkschaftsvorsitzende. „Die Branche hat ein gewaltiges Imageproblem. Das führt dazu, dass viele Beschäftigte ihren Job in der Lebensmittelindustrie nicht gerade wertschätzen und oft sogar ihre Zugehörigkeit zur Ernährungswirtschaft – etwa in der Zuckerindustrie – leugnen. Damit nehmen sie sich jedoch häufig die Kraft, innovative Ideen zu entwickeln und den Wunsch, die Bedingungen, unter denen sie arbeiten, mitzugestalten.“

**Gitta Connemann** bestätigte die Beobachtung der NGG-Vorsitzenden. „Bei den Beschäftigten, aber ebenso in der Bevölkerung, fehlt häufig das Bewusstsein, in der Ernährungswirtschaft etwas verändern zu können.“

Doch auch die Medien und einige Nichtregierungsorganisationen (NGOs) trügen mit ihrer „Angstberichterstattung“ zu einem schlechten Ansehen der Lebensmittelbranche bei. Damit verspielten sie ihr Vertrauen in der Gesellschaft. Es sei daher notwendig, dass sie sich Regeln fairer Berichterstattung unterwürfen. Denkbar sei auch, mit Blick auf die NGOs das Vereinsrecht neu zu regeln.

Diese pauschale Kritik an den Medien und den NGOs wollte Ferrero-Geschäftsführer **Stephan Nießner** nicht gelten lassen. Längst nicht alle NGOs seien Campaigner, die sich dem Motto „Alles ist schlecht!“ verschrieben hätten. Die meisten argumentierten faktenbasiert. Ferrero sei es mit Hilfe von Hinweisen aus den NGOs gelungen, tatsächliche Missstände in der Wertschöpfungskette zu beheben und sich neu zu orientieren. Das habe der Konzern nutzen können, um sein Image in der Öffentlichkeit deutlich aufzubessern. „Der Nachhaltigkeitsgedanke ist für uns inzwischen zu einem Leitbild geworden. Generell beobachte ich, dass die Unternehmen offener für Kritik aus der Bevölkerung geworden sind und öffentlich geäußerte Wünsche schon früh aufgreifen, um Neuentwicklungen nicht zu verpassen.“

Auch die Oxfam-Vertreterin **Dr. Franziska Humbert** sieht in einer kritischen Berichterstattung der Medien keinen Grund zur Sorge. „Es ist gut, dass es sie hierzulande gibt. Sie hat bereits einiges bewegt und zwingt betroffene Unternehmen zu Innovationen.“ Das gelte auch für die Aktivitäten der NGOs. Neue Regeln für deren Handeln seien im Übrigen nicht erforderlich. Alle öffentlichen Aktionen würden von den NGOs im Vorfeld intensiv auf ihre Rechtmäßigkeit hin geprüft.

Für **Susanne Ferschl** liegt das bisherige Problem der Medienberichterstattung eher darin, dass ein Tatbestand nur dann als Skandal öffentlich thematisiert wird, wenn er zum Tode führt oder Menschen existenziell bedroht. „Die Arbeitsbedingungen in der Ernährungswirtschaft werden dagegen kaum skandalisiert – sei es die Flucht von Unternehmen aus der tariflichen Bindung, die Behinderung von Betriebsratsgründungen oder seien es massive Verstöße gegen das Arbeitszeitgesetz. Das vermisste ich, hier muss mehr passieren!“

### Gegen inhumane Arbeitsbedingungen

Aus Sicht der Gesamtbetriebsratsvorsitzenden ist es wichtig, die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer stärker dafür zu sensibilisieren, sich gegen inhumane Arbeitsbedingungen und Rechtsverstöße des Arbeitgebers zu wehren und diese anzuzeigen. Die NGOs sollten sie als wichtige Multiplikatoren betrachten, um neue Ideen und ein stärkeres Qualitätsbewusstsein in Bezug auf Nahrungsmittel in die Betriebe hineinzutragen. Denn nicht zuletzt sind die Beschäftigten ihre Partner im Betrieb, wenn es darum geht, das Einhalten von Nachhaltigkeitskriterien oder Gütesiegeln zu kontrollieren. In diesem Zusammenhang plädierte Susanne Ferschl für eine Whistleblower-Regelung, die Kolleginnen und Kollegen schützt, wenn sie Gesetzesverstöße oder inhumane Praktiken aufdecken.

Auch dem Imageproblem könne die Branche nur Herr werden, wenn die Unternehmen den Beschäftigten stärker zuhören, sie mit ihrer Kritik und ihren Ideen ernst nähmen und sie an Innovationen beteiligten. Der Gesamtbetriebsrat von Nestlé habe daher eine Initiative gestartet, um neue



Beteiligungsformen im Unternehmen einzuführen. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer seien schließlich auch Konsumenten, die über Kaufkraft verfügten und insofern Seismografen des Wandels.

Mehr Transparenz bei der Herstellung von Lebensmitteln herzustellen, ist auch für **Elvira Drobinski-Weiß** dringend geboten. Auch sie plädiert für eine stärkere – mitunter kritische – Berichterstattung in den Medien. „Vor allem aber müssen gute Arbeitsbedingungen und die Voraussetzungen für Gute Arbeit vermehrt thematisiert werden.“

### Verantwortungspartnerschaft konkret

Wie kann die angestrebte Verantwortungspartnerschaft konkret angegangen werden? Mit dieser Frage befasste sich die Podiumsdiskussion in ihrem dritten Teil.

Für **Michaela Rosenberger** gibt es eine Vielzahl von Gründen, eine Verantwortungspartnerschaft in der Ernährungswirtschaft zum jetzigen Zeitpunkt auf den Weg zu bringen. Insbesondere die klein- und mittelständische Struktur der Lebens-

**»Die Arbeitsbedingungen in der Ernährungswirtschaft werden kaum standardisiert. Hier muss mehr passieren!«**

**Susanne Ferschl**

mittelindustrie und die Vielzahl von Verbänden, die sich aus unterschiedlichen Interessen mit guter Ernährung befassten, legten es nahe, Kräfte zu bündeln, um gemeinsame Ziele durchsetzen zu können. Dies sei eine Herkulesaufgabe, so die NGG-Vorsitzende, darüber sei sie sich bewusst.

Vor allem gelte es, dem Handel stärker gegenüberzutreten, der zunehmend Druck auf die Lebensmittelunternehmen ausübe, ihre Produkte zu Billigpreisen und -bedingungen auf den Markt zu bringen. Gerade die großen Handelsketten wie Lidl und Aldi machten viele Unternehmen erpressbar. „Wir möchten Verbraucherinnen und Verbraucher, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, Betriebsräte sowie Vertreterinnen und Vertreter aus der Wirtschaft, der Politik, aus Verbänden und NGOs deshalb an einen Tisch bekommen, um gemeinsam zu überlegen, wie es gelingt, über Güte-

siegel und Kennzeichnungspflichten Nachhaltigkeitsindikatoren verbindlich durchzusetzen.“

**Dr. Franziska Humbert** sprach sich ebenfalls dafür aus, die Marktmacht der Supermarktketten und die Machtkonzentration in der Lebensmittelindustrie zu begrenzen. Es gehe darum, zu verhindern, dass die marktführenden Handels- und Lebensmittelkonzerne festgelegte Standards und Preise ständig unterliefen. Wichtig sei, sie künftig stärker auf ökologisch und sozial orientierte „gute“ Nahrungsmittelketten zu verpflichten. Das helfe nicht nur den Produzenten in der Dritten Welt, sondern komme auch den Beschäftigten und Konsumenten hierzulande zugute. Die Politik müsse auf diesem Feld weitaus aktiver werden als in der Vergangenheit und entsprechende Gesetze auf den Weg bringen.

**»Die Nahrungsmittelindustrie darf keine Schmutzindustrie sein. Deshalb müssen wir den begonnenen Dialog fortführen«**  
**Gitta Connemann**



„Keine Schmutzindustrie!“ – diesem Ziel konnte auch **Gitta Connemann** zustimmen. Freudig überrascht nahm sie zur Kenntnis, dass Beschäftigte in den Unternehmen mehr Verantwortung übernehmen, sich an Veränderungen stärker beteiligen und „sich in den Betrieben sichtbar machen“ möchten. Die Konferenz der NGG betrachte sie daher als Auftakt für weitere Gespräche.

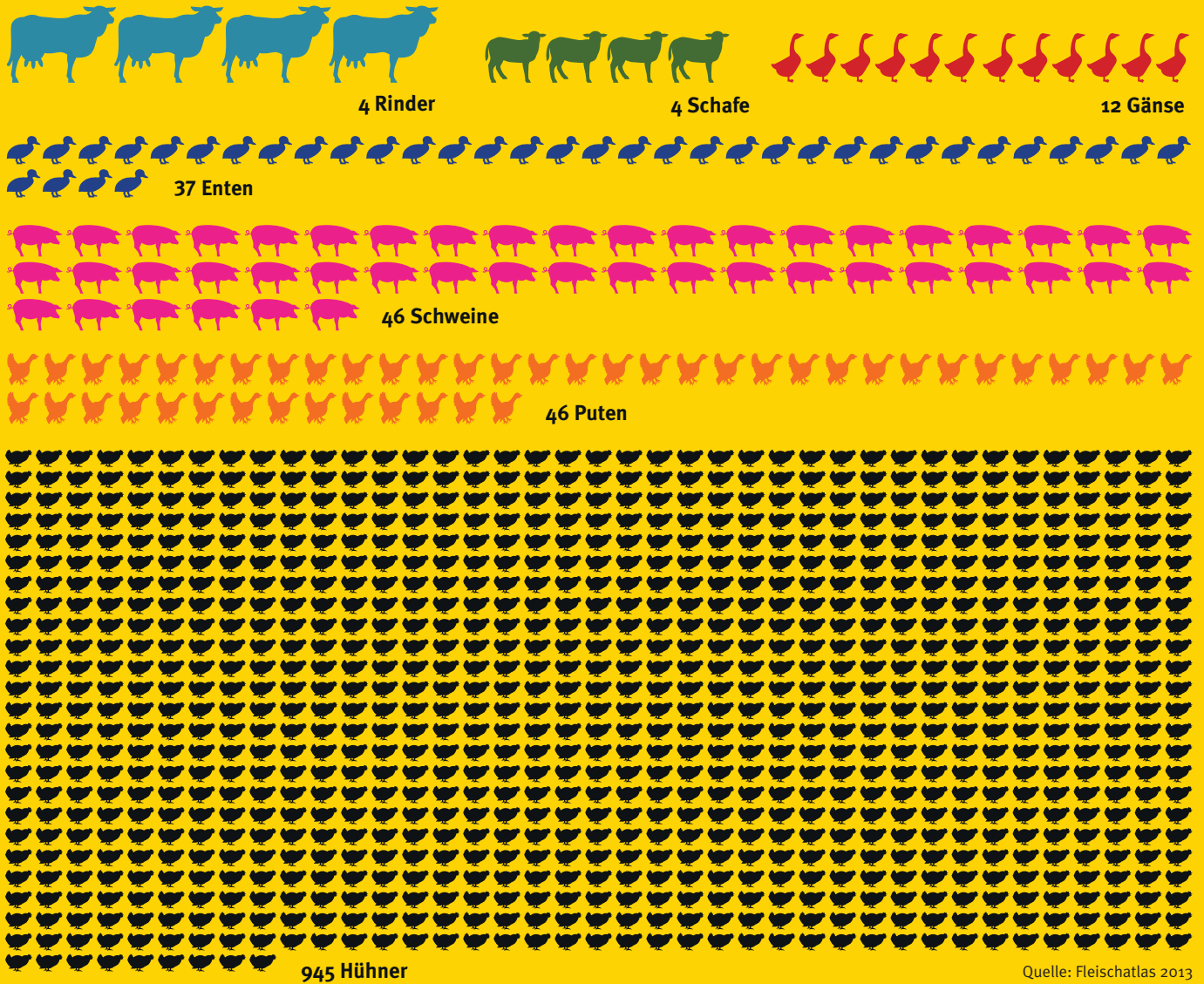
Auch **Stephan Nießer** lobte die Veranstaltung und wünschte sich, die Diskussion in Zukunft fortzusetzen.

In ihrem Schlusswort betonte **Michaela Rosenberger**, dass es der NGG mit der von ihr angeregten Verantwortungspartnerschaft vor allem darauf ankommt, mehr Transparenz darüber herzustellen, unter welchen Bedingungen Lebensmittel heute hergestellt werden. Zudem gilt es aus ihrer Sicht, gemeinsam die Voraussetzungen für qualitativ hochwertige Lebensmittel zu verbessern und den Hunger in der Welt zu stoppen. Dazu zählen in ihrem Handlungsfeld nicht allein Gute Arbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, sondern auch mehr Vertrauen auf die Ideen und eine größere Wertschätzung des Engagements der Beschäftigten durch die Arbeitgeber. Schließlich regte die NGG-Vorsitzende ein betriebliches Frühwarnsystem an, in das die Beschäftigten eingebunden sein müssten, um gesundheitliche Gefahren für sich und die Allgemeinheit rechtzeitig zu erkennen und um letztlich dadurch Arbeitsplätze zu sichern.

Die NGG werde den jetzt begonnenen Dialog mit der Politik, den Arbeitgebern, den Verbänden, NGOs und der Wissenschaft daher weiterführen, so Rosenberger.



# Deutscher Durchschnittsverzehr im Laufe des Lebens



Quelle: Fleischatlas 2013

**Gute Arbeit.  
Gutes Essen.**