

METRO GROUP HANDELSBRIEF

ALLES IN ECHTZEIT?

Herausforderungen und Chancen für die Handelslogistik



WEITERE THEMEN IN DIESER AUSGABE

Einblicke: Wie funktionieren Registrierkassen?

Mittwochsgesellschaft: Renate Künast zu Nachhaltigem Konsum

Interview: Was tun gegen Lebensmittelverschwendung?

AGENDA

Moderne Logistik – Säule einer zukunftsfähigen Gesellschaft



Deutschland erbringt Spitzenleistungen – und das nicht nur bei Olympia. Die Weltbank hat Deutschland kürzlich erneut an die Spitze der Logistikstandorte gewertet. Mit dem Logistikleistungsindex vergleicht sie die Effizienz von internationalen Lieferketten. Eine der Erkenntnisse: nicht nur die physische sondern auch die digitale Infrastruktur hat sich in den vergangenen Jahren in den Top-Ländern deutlich verbessert.

Als internationales Handelsunternehmen ist eine leistungsfähige und fortschrittliche Logistik auch für die METRO GROUP essentiell. Die Megatrends Urbanisierung und Digitalisierung bringen neue Anforderungen an die Warenversorgung und somit auch an die Handelslogistik mit sich. Bei der METRO GROUP arbeiten wir daher aktuell an einer umfassenden

Neuorganisation unserer Logistikstruktur in Deutschland. Wie das konkret aussieht und welche Auswirkungen zunehmender Onlinehandel, der Wunsch nach jederzeitiger Warenverfügbarkeit und neue Technologien insgesamt auf die Strukturen und Arbeitsabläufe in der Handelslogistik haben, beleuchten wir im Schwerpunkt dieser Ausgabe des METRO GROUP Handelsbriefs.

Mit Veränderungen im Konsumverhalten und der Wertschätzung von Lebensmitteln beschäftigten sich sowohl unsere Gesprächspartnerinnen im Handelsbrief-Interview als auch bei der Düsseldorfer Mittwochsgesellschaft: Dr. Babette Winter, Staatssekretärin für Kultur und Europa in der Thüringer Staatskanzlei, und Tanja Dräger de Teran, Referentin für nachhaltige Landnutzung, Klimaschutz und Ernährung beim WWF Deutschland, sprachen im Interview über Wege zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung.

Renate Künast, Vorsitzende des Ausschusses für Recht und Verbraucherschutz im Deutschen Bundestag, debattierte am METRO Campus mit den Gästen der Mittwochsgesellschaft die Frage, welchen Beitrag Politik, Unternehmen und Verbraucher zu nachhaltigem Konsum leisten können.

Nachhaltigkeit, Lebensmittelsicherheit und die Vermeidung von Lebensmittelverlusten sind Themen, die uns nicht nur in Deutschland, sondern an all unseren Standorten weltweit bewegen. In unserer Rubrik „METRO International“ blicken wir diesmal nach China. Wir erläutern, wie dort die Rückverfolgbarkeit von landwirtschaftlichen Produkten erhöht wurde und wie es gelungen ist, METRO Cash & Carry China zu einem Vorreiter beim Thema Lebensmittelsicherheit zu machen.

Wie eigentlich geschlossene Kassensysteme funktionieren und wie sie vor Manipulationen schützen, darum geht es in unserer Praxisrubrik „Einblicke“. Das ist auch deshalb wichtig, weil sich gerade der Deutsche Bundestag mit diesem Thema befasst.

Wir wünschen Ihnen eine gewinnbringende Lektüre des Handelsbriefs und freuen uns, wenn Sie die Gelegenheit nutzen und uns Ihre Fragen und Anregungen zukommen lassen unter dialog@metro.de oder auch per Twitter via [@DasGuteessen](https://twitter.com/DasGuteessen).

MARK FRESE
MITGLIED DES VORSTANDS
UND FINANZVORSTAND
METRO AG

METRO GROUP

Herausgeber: METRO AG,
Politik und Außenbeziehungen, Büro Berlin
Charlottenstraße 46, 10117 Berlin
Tel.: +49 30 2088 943-41, **Fax:** +49 30 2088 943-43
E-Mail: politik@metro.de
Internet: www.metrogroup.de/politik
@DasGuteessen
Verantwortlich: Michael Wedell

Konzeption und Redaktion: Stefanie Awe,
Bianca Maley, Raphael Neuner, Michael Wedell
Bildnachweis: S. 2: METRO GROUP;
S. 7 oben: METRO GROUP; S. 7 unten (v. l. n. r.):
Werner Schuering, Pressestelle EU-Kommission;
Nestlé; S. 8 oben: WWF/David Biene; S. 8 unten:
Thüringer Staatskanzlei (TSK); S. 9: Senem Kaya;
S. 12: European Union/Etienne Ansotte

Redaktionsschluss: 05.08.2016
Aus Gründen der besseren Lesbarkeit des
METRO GROUP Handelsbriefs verzichten
wir bei der Verwendung von Begriffen auf
geschlechtsspezifische Doppelnennungen
und nutzen die männliche Schreibweise.

SCHWERPUNKT

Von letzten Meilen und ersten Schritten – Handelslogistik 4.0

Die Digitalisierung stellt auch die weltweite Logistik vor neue Herausforderungen. Eine ganze Branche muss neue Antworten finden. Doch insbesondere die Handelslogistik wird mit ihren Aufgaben wachsen – wenn die Rahmenbedingungen stimmen.

Die Zukunftsvision ist klar: Wir werden bestellte Waren nahezu in Echtzeit nach Hause geliefert bekommen; Drohnen und Mini-Copter erledigen die Transporte ebenso wie E-Vehikel, die bei Tag und bei Nacht fast lautlos durch die Städte rollen. Nachschub für die riesigen, vollautomatisierten Logistik-Center bringen selbstfahrende Truck-Kolonnen. Diese Gigaliner sind genau getaktete Datencenter auf vier Rädern und machen die berüchtigten „Elefantenrennen“ auf der Autobahn überflüssig. Zu Hause erledigen denkende Vorratsschränke die Arbeit. Das Internet der Dinge vernetzt alles mit allem. Gezielte Datenströme helfen Händlern dabei, noch kundenorientierter zu sein und heute schon zu wissen, was morgen bestellt wird. Doch ist das alles überhaupt noch Zukunftsmusik?


Hauptsache nah am Kunden

Schon heute sorgen Digitalisierung, Globalisierung und demografischer Wandel für einen nie gekannten Um- und Aufbruch in Handel und Logistik. Insbesondere die zunehmende Vernetzung und der weiter wachsende E-Commerce bieten auf vielen Kanälen enorme Potenziale und stellen Unternehmen zugleich vor große Herausforderungen. Doch egal, wie der Vertrieb von morgen aussieht – ob Multi-, Cross- oder Omni-Channel – der Schlüssel zum Erfolg liegt schon heute darin, alle Prozesse on- und offline so effizient wie möglich zu gestalten. Zugleich kommt es darauf an, die Bedürfnisse des Kunden immer im Blick zu behalten.

Klaus-Guido Jungwirth, Chief Operating Officer bei Media-Saturn Deutschland, erkennt bei den Kunden vor allem den Wunsch nach schnellen Lieferungen und maximaler Termintreue. Um mit den Waren aus den insgesamt über 400 Märkten in Deutschland und dem Onlineshop gut aufgestellt zu sein, will Media-Saturn in Zukunft seine logistischen Strukturen noch weiter optimieren. Die Maxime dabei: mit der Ware

möglichst nah am Kunden zu sein. Ein logistischer Vorteil gegenüber reinen Online-Händlern sind dabei die Märkte selbst. Sie dienen auch als kleine regionale Lager.

Andere Varianten, mit denen Media-Saturn näher an den Kunden rücken will, sind Hub-Systeme mit einer zentralen Bündelung von Warenlieferungen oder das sogenannte Dropshipment,



**23 MAL
ZUM MOND UND ZURÜCK**

METRO LOGISTICS

Die METRO LOGISTICS ist das logistische Service- und Kompetenzzentrum der METRO GROUP. Über seine Netzwerke der Beschaffungs- und Distributionslogistik steuert das Unternehmen die Warenströme der Vertriebslinien METRO Cash & Carry, Real, Media Markt und Saturn in Deutschland, Österreich, der Schweiz sowie in den Benelux-Ländern. In Deutschland übernimmt METRO LOGISTICS außerdem die Zentrallagerfunktion für METRO Cash & Carry und Real.

Eine tragende Säule des Erfolgs des Unternehmens ist das Konzept der Beschaffungslogistik: Dabei übernimmt METRO LOGISTICS die zentrale Verantwortung für die Abholung der Waren unmittelbar beim Hersteller und die Verteilung an die Märkte. Die Warenversorgung der Märkte erfolgt so in der Regel innerhalb von 24 Stunden und eine Zwischenlagerung der Waren entfällt. Auch die Bevorratung der Waren in den Märkten, die damit verbundenen Lagerhaltungskosten und die Zahl der Liefervorgänge in den Märkten werden auf diese Weise reduziert.

Mit Fahrzeugen des eigenen Fuhrparks werden bei METRO LOGISTICS jährlich ca. 18 Millionen Kilometer zurückgelegt. Diese Strecke entspricht 23 Mal der Entfernung zum Mond und zurück.

die Direktlieferung über Dritte. Für den Erfolg dieser Lösung braucht es neben strukturellen Veränderungen vor allem auch eine flexible IT-Lösung, die in der Lage ist, Standort und Verfügbarkeit der Waren in Echtzeit abzubilden. In Zukunft wird man bei der Elektrohandelskette daher auch weiter konsequent in die IT investieren.



In fünf Jahren wollen wir alles so weit optimiert haben, dass wir unsere Kunden jederzeit pünktlich bedienen können – zu einem von ihnen frei gewählten Zeitpunkt.



Klaus-Guido Jungwirth, Chief Operating Officer, Media-Saturn Deutschland

Frisches Lagerkonzept

Auf die Optimierung der Logistikstrukturen setzen auch die METRO-Vertriebslinien Real und METRO Cash & Carry, die vor allem Lebensmittel anbieten. Ziel dabei ist es, dem Bedürfnis der Kunden nach schneller Warenverfügbarkeit und größtmöglicher Qualität und Frische der Produkte noch besser nachzukommen. Mit der Optimierung des Lieferketten-Managements richtet sich die Logistik auch stärker auf

neue strategische Geschäftsfelder von METRO Cash & Carry und Real aus: das Belieferungsgeschäft in der Gastronomie (Food Service Distribution – FSD), kleinere Shop-Formate in Innenstadtlagen oder das Online-Geschäft.

Im Zuge der Neuorganisation der Logistik werden zwei neue, modernere und größere Logistikcenter an den Standorten Kirchheim und Marl errichtet. Ergänzt werden diese Logistikcenter durch verschiedene andere Lager der METRO LOGISTICS sowie regionale FSD-Depots, aus denen zukünftig verstärkt die Belieferung der Gastronomiekunden von METRO Cash & Carry erfolgen wird.

„Im Rahmen der Standortauswahl für die neuen Logistikcenter spielten vor allem Kriterien wie Grundstücksgröße, Erschließungskosten, Grundbeschaffenheit, Eigentümerstruktur und Verkehrsanbindung eine wesentliche Rolle“, erläutert Jeroen Janssen Lok, Group Director Strategy Logistics Germany der METRO AG. „Im Zuge der Neuorganisation werden schrittweise auch alte Standorte geschlossen, die den Anforderungen an eine moderne Logistikstruktur aufgrund ihrer Lage oder ihrer veralteten baulichen Infrastrukturen nicht mehr gerecht werden. Mit den neuen Logistikcentern schaffen wir den Anschluss an

einen modernen Logistik-Standard und bieten zeitgemäße Arbeitsplätze für unsere Mitarbeiter“, verdeutlicht Janssen Lok.

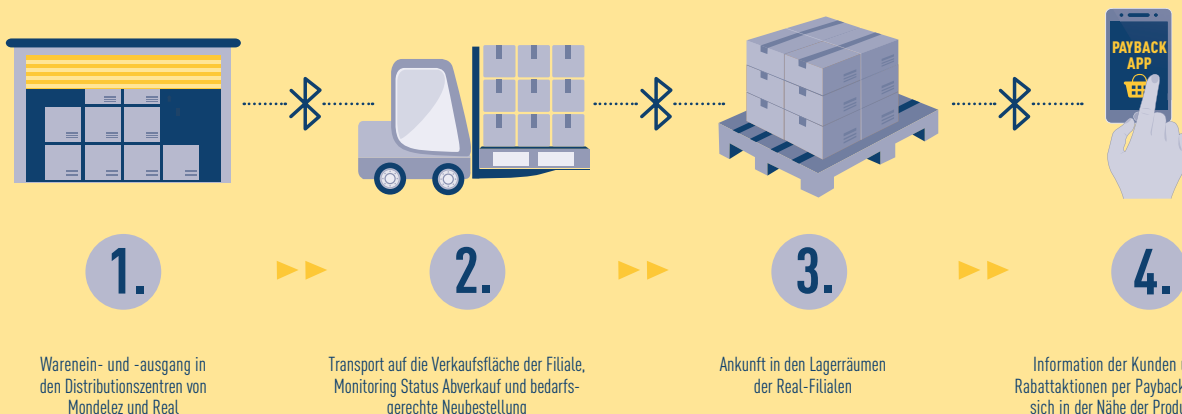
Vom Kommissionierer zum Schnittstellenmanager

So, wie die Digitalisierung Veränderungen in den Logistikstrukturen von Handelsunternehmen hervorruft, wird sie zukünftig auch die Abläufe im Arbeitsalltag der Logistiker prägen. Längst unterstützen Smartphones und Tablets zahlreiche Prozesse in den Logistikzentren. Am Einsatz vieler anderer digitaler Hilfsmittel und Technologien wird in der Handels- und Logistiklandschaft geforscht und getestet. So nutzen die Mitarbeiter mancher großer Logistikunternehmen heute schon Datenbrillen, auf deren Innenseite alle nötigen Informationen eingeblendet werden, sodass sie beide Hände zum Be- oder Entladen frei haben.

Auch die Vernetzung schreitet in den smarten Lagern voran: Beacons und spezialisierte Apps helfen bei der digitalen Erfassung von Paletten. Andere Programme verbessern die Lagerüberwachung oder ermitteln genau die richtigen Transport- und Ladefahrzeuge für die zu transportierende Warenmenge. Cloud Computing und das Internet der Dinge, das bei der Lagerhaltung die

INTERAKTIVE PALETTEN ERLEICHTERN MONITORING VON WAREN

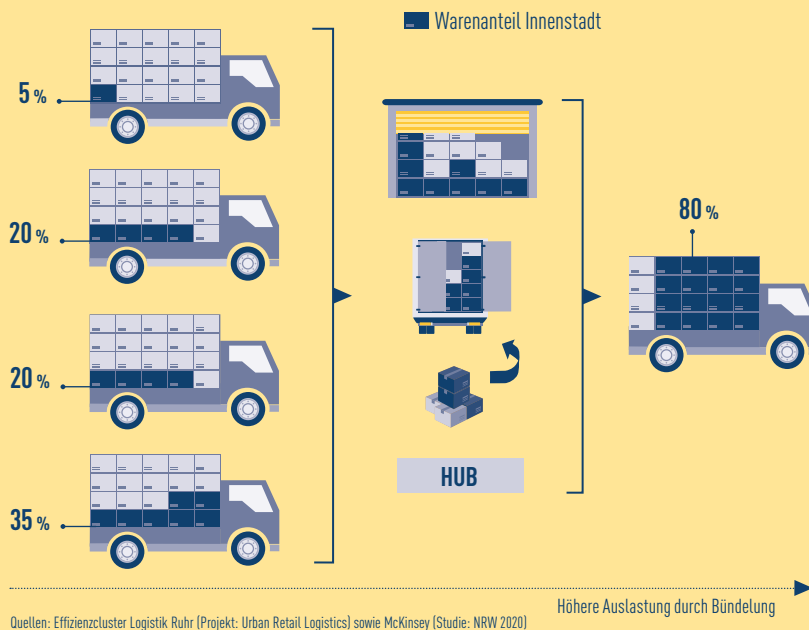
Wie können Beacons dabei helfen, die Produkte entlang der Lieferkette zu verfolgen? Das haben Real, der Lebensmittelkonzern Mondelez International und das Serviceunternehmen Payback in einem Feldversuch getestet. Zum Einsatz kamen dabei neuartige Viertelpaletten mit eingebauten Beacons – kleine Bluetooth-basierte Sender. Mit Hilfe der Beacons lässt sich die Palette auf ihrem kompletten Weg verfolgen:



HUB-LÖSUNGEN ENTLASTEN INNENSTÄDTE

In Ballungsräumen wie Nordrhein-Westfalen ist Stau ein Problem – vor allem auf der „letzten Meile“ in die Innenstadt. Verschiedene Forschungsprojekte wie „Urban Retail Logistics“ vom Effizienzcluster Logistik Ruhr oder „NRW 2020: Unser Land – unsere Zukunft“ von der Unternehmensberatung McKinsey haben nach Lösungen gesucht. Ihr Ansatz: Hubs außerhalb der Städte, an denen Waren gebündelt und erst dann in die Innenstadt transportiert werden.

EFFEKT CITY-LOGISTIK (Modellbeispiel Düsseldorf)



Kommunikation von Regalen und Warenbeständen in naher Zukunft ermöglichen könnte, werden die Automatisierung weiter vorantreiben. „Dabei wird die Arbeit des klassischen Kommissionierers oder Lagerarbeiters zunehmend komplexer. IT-Kenntnisse und ganzheitliches Prozess Know-How werden zu den notwendigen Grundkenntnissen gehören; das Bedienen zahlreicher Schnittstellen sowohl zu anderen Funktionsbereichen als auch zu den neuen smarten Maschinen und Devices werden in Zukunft die Arbeit prägen“, bestätigt Dr. Christian Schwede vom Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik (IML).

Mit der fortschreitenden Digitalisierung rücken die Berufsbilder von Mitarbeitern in den Märkten und in Logistikzentren immer weiter zusammen: Mitarbeiter in Einzelhandelsgeschäften sind schon heute zu mehr als 40 Prozent ihrer Arbeitszeit mit Aufgaben rund um die Filiallogistik betraut. Gleichzeitig übernehmen Mitarbeiter in Logistikzentren

immer mehr planerische, administrative und beratende Tätigkeiten. Eine klare Grenzziehung zwischen den Tätigkeiten, wie sie heute noch durch eigene Tarifverträge für Einzelhandel und Logistik stattfindet, ist immer weniger zeitgemäß. Handel, Gewerkschaften und Politik sind daher gefordert, über moderne Tarifmodelle nachzudenken, die den gewandelten Anforderungsprofilen und Berufsbildern der Mitarbeiter gerecht werden.

Bewegung auf der „letzten Meile“

Neben dem klassischen Angebot von Waren verstehen immer mehr Handelsunternehmen auch Transporte und deren effiziente Organisation als weitere Kernkompetenz. Dazu bauen sie vor allem auf der sogenannten „letzten Meile“ – dem letzten Transportabschnitt auf dem Weg zum Endverbraucher – logistische Strukturen auf. Home Delivery und Lieferservice boomen, die Nachfrage wächst, wie die

steigende Zahl von Einkaufsbringdiensten in den Großstädten belegt. Doch ob Supermarkt, Pizza-Kette oder Blumen-Service – sie alle sehen sich der vielleicht größten Herausforderung gegenüber, die das neue, individualisierte Verbraucherverhalten mit sich bringt: verstopfte Straßen, zu wenige Parkplätze, zu viel Abgase und zudem gesetzliche Beschränkungen, vor allem beim Innenstadtverkehr.

Mit dem „Aktionsplan Güterverkehr und Logistik“ hat das Bundesverkehrsministerium ein strategisches Konzept mit konkreten Maßnahmen auch für die Innenstädte vorgelegt, um nachhaltige und effiziente Strukturen für die Logistik der Zukunft zu schaffen. Insbesondere die „Initiative für Logistik im städtischen Raum“ will im Rahmen des Aktionsplans die Verteilung von Gütern in Städten und Ballungsräumen auf der letzten Meile flüssiger und umweltfreundlicher gestalten. Dazu gibt es unter anderem in mittlerweile 35 Städten sogenannte Güterverkehrszentren (GVZ), beispielsweise den Berliner Westhafen oder den Kölner Bahnhof Eifeltor. Das Besondere an diesen logistischen Schnittstellen: Durch mindestens zwei Verkehrsträger, oft Straße und Schiene, lassen sich Waren in unmittelbarer Nähe von Städten und Ballungsräumen bündeln.

In eine ähnliche Richtung geht auch die Idee der sogenannten „Urban Hubs“, die im Effizienzcluster Logistik Ruhr entwickelt wurde, an dem die METRO GROUP neben anderen Akteuren aus Handel und Logistik beteiligt ist. Unternehmens- und sortimentsübergreifend werden Warenströme in den Hubs gebündelt und verschiedene Anlieferpunkte in der Stadt gemeinsam beliefert. Die Auslastung der einzelnen LKWs wird so erhöht und dadurch die Tourenzahl auf der letzten Meile reduziert. Nach diesem Prinzip gestaltet die METRO LOGISTICS, das logistische Service- und Kompetenzzentrum der METRO GROUP, bereits seit Jahren die Beschaffungslogistik für die verschiedenen Vertriebslinien und erhöht so die Effizienz der Lieferprozesse.

Zukunft der Innenstädte gestalten

Für die Politik steht aber nicht allein die Schaffung der optimalen Organisation der Verkehrsflüsse auf der

letzten Meile im Fokus. Es geht insgesamt darum, wie sich Metropolen und vor allem ihre Innenstädte unter dem Einfluss der weiteren Verbreitung des Online-Handels verändern. In Paris hat Oberbürgermeisterin Anne Hidalgo bereits versucht, lokale Einzelhandelsstrukturen zu schützen. Ihre Idee: Innerstädtische Lieferservices von international tätigen Onlinehändlern beschränken. In Deutschland setzt sich die vom Bundeswirtschaftsministerium ins Leben gerufene Dialogplattform Einzelhandel aktuell intensiv mit Fragen nach einem Strukturwandel in den Innenstädten auseinander. Schwerpunkt einer von Bundesumweltministerium und dem Handelsverband Deutschland beauftragten Studie mit dem Titel „Smart Cities“ ist zudem die Untersuchung der möglichen räumlichen Auswirkungen des

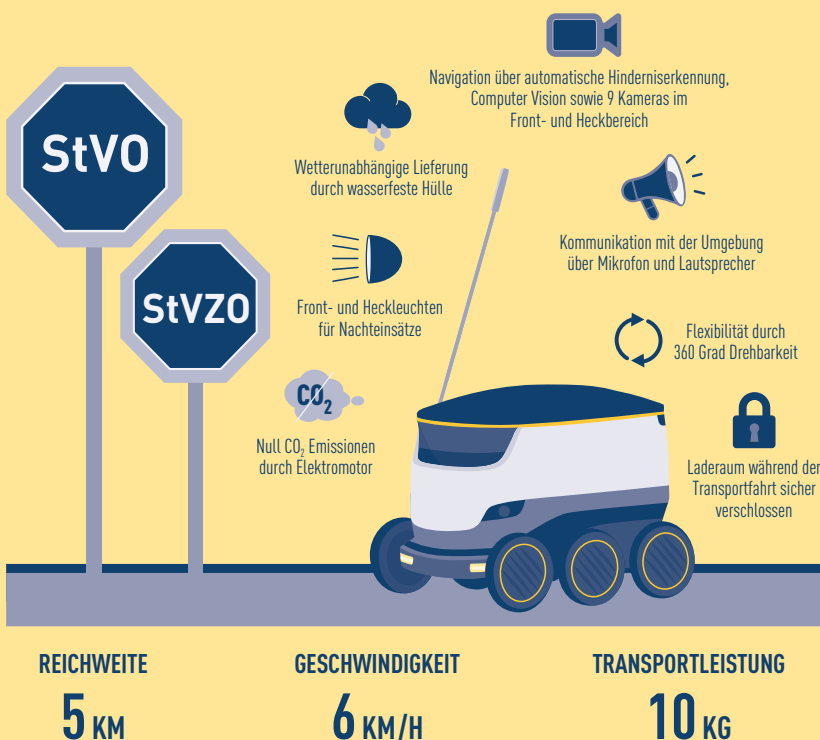
Online-Handels auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren.

Die Ergebnisse dieser Studien und Dialogforen werden Anhaltspunkte dafür bieten, in welche Richtung sich die Stadt der Zukunft entwickeln kann und sollte – zahlreiche Ideen, wie die der Urban Hubs oder alternativer autonomer Liefervehikel, liegen bereits heute auf dem Tisch. Die Antwort auf die Frage, wer wie stark Treiber der Veränderung sein wird, steht dabei noch aus. Vor allem die Politik muss sich hier entscheiden, ob sie mit Mut und Innovationsgeist die zukünftigen Strukturen unserer Städte prägen oder die Entwicklung anderen Akteuren überlassen will. Ganz ohne regulatorische Weichenstellungen wird es auf dem Weg zu den Innenstädten der Zukunft aber in beiden Fällen nicht gehen.

LIEFERROBOTER AUF TESTFAHRT

Selbstfahrende Roboter bringen Einkäufe und kleinere Warenlieferungen an die Haustür: Was nach Zukunftsvision klingt, testet die METRO GROUP derzeit in Düsseldorf. Lieferroboter des europäischen Tech-Start-Ups Starship Technologies rollen dort über die Gehwege und liefern Waren an Kunden von Media Markt aus.

Die Lieferroboter fahren autonom und navigieren dank Sensoren und Kameras erfolgreich um Fußgänger und andere Hindernisse herum. Bei ihren Testfahrten werden sie von einem Menschen begleitet und von einem Kontrollzentrum überwacht. Die Tests finden auf Basis einer Sondergenehmigung der Stadt Düsseldorf statt, denn an einer allgemeinen Zulassung, die die Fahrt der Roboter auf dem Gehweg erlaubt, fehlt es in Deutschland bislang.



METRO INTERNATIONAL China

Am 15. April feierte METRO Cash & Carry China mit einer großen Lieferantenkonferenz das 20-jährige Jubiläum. Ein Thema, das in den vergangenen zwei Dekaden eine zentrale Rolle für METRO in China spielte und auch zukünftig spielen wird, ist Lebensmittelsicherheit. METRO ist das einzige Großhandelsunternehmen in China, dessen Märkte nach dem HACCP-Standard zertifiziert sind. Das ist gerade in China wichtig, denn belastete Produkte sind dort keine Seltenheit. HACCP steht dabei in der deutschen Übersetzung für Gefahrenanalyse und kritische Kontrollpunkte. In jedem METRO-Store in China gibt es einen HACCP-Experten. Diese Fachleute verwalten über 55.000 Zertifikate und Lizenzen von Produzenten und zu Produkten. Jährlich werden neben 4.000 Produkttests und 1.200 Sicherheitsaudits auch 150 Weiterbildungsmaßnahmen im Bereich der Lebensmittelsicherheit durchgeführt.

Neben HACCP hat METRO China auch eine Beratungsfirma für Landwirte begründet: Star Farm. Dieses Tochterunternehmen hat bereits 25.000 Landwirte dabei beraten, wie sie ihre Arbeit effizienter und ihre Produkte sicherer machen können. Dadurch wird es für METRO China leichter, die Produktionskette nachzuvollziehen und sich stets auf einen Nachschub an sicheren Produkten verlassen zu können. So ist es METRO China auch möglich, 94 Prozent ihres Sortiments lokal in China zu beschaffen und damit einen wichtigen Wertschöpfungsbeitrag für die chinesische Landwirtschaft zu leisten. Der Erfolg von Star Farm zeigt sich auch daran, dass die chinesischen Berater mittlerweile in weiteren asiatischen Ländern wie Indien und Pakistan Star Farm-Gründungen unterstützt haben.

MITTWOCHSGESELLSCHAFT

„Jetzt beginnt die Phase der Umsetzung“



Renate Künast bei der Düsseldorfer Mittwochsgesellschaft am 8. Juni 2016

Wie kann nachhaltiger Konsum funktionieren? Und welchen Beitrag können Politik, Unternehmen und Verbraucher dazu leisten? Diese Fragen standen im Juni im Mittelpunkt der Düsseldorfer Mittwochsgesellschaft mit Renate Künast, Vorsitzende des Ausschusses für Recht und Verbraucherschutz im Deutschen Bundestag. Die METRO GROUP hatte in Kooperation mit dem Handelsverband Nordrhein Westfalen und dem Groß- und Außenhandelsverband Nordrhein

Westfalen an ihren Unternehmenssitz, den sogenannten METRO-Campus, geladen, um mit Gästen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft über diese Zukunftsaufgabe zu diskutieren.

Renate Künast machte dabei deutlich, dass Nachhaltigkeit für Unternehmen durchaus einen Wettbewerbsvorteil bedeuten kann, denn: „Das Verhalten von Verbrauchern in Umfragen ist das Konsumverhalten von morgen und

übermorgen“. Eine Chance, die es zu nutzen gelte.

Zudem spiele Transparenz bei der Frage der Nachhaltigkeit eine immer wichtigere Rolle, denn der Verbraucher habe das Recht zu wissen, was er kaufe. Frau Künast unterstrich, dass Transparenz heute längst kein Kampfbegriff mehr sei, sondern vielmehr eine neue Generation von Bürgerrechten: Gute Rückverfolgbarkeitssysteme, klare Siegel und Labels seien wichtige Elemente für den Verbraucher.

Deutlich wurde an diesem Abend besonders eins: Nachhaltiger Konsum kann nur erfolgreich funktionieren, wenn letztlich alle mitwirken – Verbraucher, Unternehmen und Politik.

Mitdiskutieren können Sie auch online unter <http://politik.metrogroup.de/mitwochsgesellschaft>

Videos zu den Mittwochsgesellschaften finden Sie unter www.youtube.com/user/videos4metro

Wir freuen uns auf...



Heiko Maas,
Bundesminister der Justiz und für Verbraucherschutz
am 21. September in Berlin.



Günther Oettinger,
EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft
am 19. Oktober in Brüssel.



Béatrice Guillaume-Grabisch,
Vorstandsvorsitzende der Nestlé Deutschland AG
am 30. November in Berlin.

INTERVIEW

„Jedes verschwendete Lebensmittel ist eine verschwendete Ressource“

Dr. Babette Winter (Staatssekretärin für Kultur und Europa in der Thüringer Staatskanzlei) und Tanja Dräger de Teran (Referentin für nachhaltige Landnutzung, Klimaschutz und Ernährung beim WWF Deutschland) im Gespräch über Lebensmittelverschwendung und Möglichkeiten, sie zu vermeiden.

Wie oft kommt es bei Ihnen zu Hause vor, dass Sie Lebensmittel wegwerfen müssen? Und was tun Sie, damit es möglichst nicht passiert?

Tanja Dräger de Teran: Wir haben zwei Kinder und viel Besuch. Es ist bei uns nicht immer leicht zu koordinieren, wieviel eingekauft wird. Aber wir achten gemeinsam auf einfache Mechanismen, holen zum Beispiel Dinge im Kühlschrank nach vorn, die bald verfallen und als nächstes gegessen werden sollten. Ich selbst habe mich beim Kochen von Resten verbessert und bin erfinderischer geworden. Es kommt natürlich immer mal vor, dass etwas stehen bleibt, aber es ist schon viel weniger geworden.

Dr. Babette Winter: Seit bei uns die Familienphase mit Kindern vorbei ist und weil ich außerdem viel beruflich unterwegs bin, ist es leider so, dass mehr Lebensmittel übrig bleiben. Da muss ich mich entscheiden, ob der Kühlschrank eher leer bleibt oder ich die Lebensmittelvielfalt wenigstens in Teilen genieße. Aber selbst wenn ich kleine Portionen kaufe, bleibt immer wieder mal ein Rest übrig. Das ärgert mich, auch weil ich als Enkelkind der Kriegsgeneration anders sozialisiert wurde.

Wie beurteilen Sie die Wertschätzung für Lebensmittel in Deutschland heute?

Einerseits gibt es ein ausgeprägtes Bewusstsein für Ernährung. Das begann mit der Slow-Food-Bewegung, mit regionalen und Bio-Lebensmitteln. Deren Anteil wächst stetig. Aber für die Mehrheit der Bevölkerung geht es vor allem um den niedrigen Preis, was natürlich

auch eine Frage des Einkommens ist. Im europäischen Ausland, etwa in Brüssel, wo ich eine Zeit gelebt habe, haben Lebensmittel oft eine andere Wertigkeit. Die Menschen sind dort bereit, mehr Geld dafür auszugeben.

Deutschland ist mit rund 10 Prozent des Einkommens, die für Lebensmittel ausgegeben werden, fast das Schlusslicht in Europa. Jedoch sehe ich auch den Mini-Trend, dass handwerkliche Qualität, etwa bei Wurst und Käse, mehr nachgefragt wird. Das gibt Mut, dass Wertigkeit zunehmend wieder mehr geschätzt wird.

Wo könnte man ansetzen, um die Wertschätzung von Lebensmitteln zu stärken und Lebensmittelverschwendung zu vermeiden?

An vielen Punkten. Das beginnt mit der Haltung: Spätestens seit den Neunzigerjahren ist überall in Deutschland alles verfügbar. Auch wenn im Januar keine heimischen Erdbeeren wachsen – viele kaufen sie trotzdem. Hier sollten wir umdenken. Zudem muss es nicht jeden Tag Fleisch sein und auch fünf Tage alter Käse ist noch genießbar. Mit Ordnungspolitik kommen wir hier nur bedingt weiter. Rechtlicher Druck führt oft zu umfassenden Diskussionen – das haben wir zum Beispiel im Umweltbereich beim Verbot der Glühbirne gesehen. Verbote werden sofort als Einschränkung der persönlichen Freiheit empfunden. In diesem Spannungsfeld ist es für die Politik nicht einfach.

Der Blick in unsere Vergangenheit ist wichtig. Erst lebten wir mit der Knappheit, jetzt haben wir Waren im Überfluss.



Tanja Dräger de Teran ist seit 2005 Referentin für nachhaltige Landnutzung, Klimaschutz und Ernährung beim WWF Deutschland. Sie verantwortete mehrere Studien zu dem Thema nachhaltige Ernährung und Lebensmittelverschwendung mit einem besonderen Fokus auf deren Auswirkungen auf Umwelt und Klima. Die letzte Studie „Das große Wegschmeißen“ erschien 2015. Von 2000 bis 2005 war die Diplom-Geographin bei Ecologic Institut für Umweltforschung tätig.



Dr. Babette Winter ist seit 2014 Staatssekretärin für Kultur und Europa in der Thüringer Staatskanzlei und in dieser Funktion Berichterstatterin zum EU-Aktionsplan Kreislaufwirtschaft im Ausschuss der Regionen der EU. Berufliche Stationen der promovierten Chemikerin waren die Leitung des Referats für Umweltpolitik im Thüringer Ministerium für Landwirtschaft, Forsten, Umwelt und Naturschutz sowie die Leitung der Pressestelle und Öffentlichkeitsarbeit im Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen.



Tanja Dräger de Teran und Dr. Babette Winter am 14. Juli 2016 in Berlin im Gespräch über Lebensmittelverschwendung

Alle Akteure handeln entsprechend, auch die Gastronomie. Sie bietet heute reichliche Buffets und große Portionen, um konkurrenzfähig zu sein. Auch dort sollten wir umdenken. Etwa in Hotels und Restaurants: Buffetbefüllung oder Front Cooking wären hier Stellschrauben. Das ist natürlich auch eine Kosten- und Personalfrage. Ganz generell fordert der WWF seit Jahren eine gemeinsame Strategie, um alle Beteiligten ins Boot zu holen. Ein Vorschlag, auch aus den Bundesländern, ist eine nationale Koordinierungsstelle, die eine nationale Strategie für Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung erarbeitet.

Die Vereinten Nationen haben für 2030 Nachhaltigkeitsziele – Sustainable Development Goals, kurz: SDGs – festgelegt. Unter anderem soll die Lebensmittelverschwendung auf Einzelhandels- und Verbraucherebene pro Kopf halbiert und Lebensmittelverluste entlang der gesamten Produktions- und Lieferkette reduziert werden. Wie bewerten sie diesen Schritt?

Deutschland hat sich zwar verpflichtet, die Vorgaben zu erfüllen. Wenn wir aber in naher Zukunft die Lebensmittelverschwendung halbieren wollen, müssen wir erst einmal wissen, von welchen Zahlen wir ausgehen sollen. Die Schätzungen in Deutschland liegen bei 10 bis 18 Millionen Tonnen. Wir brauchen dringend eine einheitliche Berechnungsgrundlage. Dies sollte auf Europäischer Ebene festgelegt werden. Das heißt nicht, dass Deutschland bis dahin ausharren sollte, sondern im Gegenteil. Es ist Aufgabe der Politik, eine gesamtgesellschaftliche Diskussion in Gang zu bringen, runde Tische zu etablieren und alle Akteure in die Pflicht zu

nehmen – von der Landwirtschaft über die Weiterverarbeitung und den Handel bis hin zum Großverbraucher.

Das Nachhaltigkeitsziel für 2030 ist vor allem ein politisches. Denn eine Messbarkeit und Ausgangsdaten liegen in der Tat noch nicht vor. Aber das Ziel bringt uns dazu, überhaupt erst einmal ein einheitliches Messsystem aufzubauen. Es geht dabei vor allem um die Frage des Aufwands: Die Forscher wollen bei der Messung viele fachlich durchaus korrekte Faktoren berücksichtigen. Für diejenigen, die die Daten liefern sollen – die Mitgliedsstaaten, der Handel, die Produzenten – muss so ein System jedoch vor allem handhabbar sein. Die Herausforderung ist also, einen Weg zu finden, der die Messbarkeit wenigstens zu 70 oder 80 Prozent ermöglicht, um damit die Basis für eine Vergleichbarkeit zu schaffen. Zugleich müssen die Berichtspflichten für die jeweiligen Akteure im Rahmen des Machbaren bleiben.

In Deutschland gibt es aktuell auch beim Mindesthaltbarkeitsdatum intensive Diskussionen, etwa über die Abschaffung bei Trockenprodukten oder die stärkere Unterscheidung zwischen Mindesthaltbarkeits- und Verbrauchsdatum. Wie stehen Sie zu den Vorschlägen?

Insbesondere bei manchen Trockenprodukten wie Zucker fragt man sich, warum hier überhaupt ein Datum nötig ist. Für leichter Verderbliches wäre ein eindeutiges Verfallsdatum, wie wir es von Fleisch oder Fisch kennen, der richtige Weg. Das ist auch im rechtlichen Sinn verbindlich, zum Schutz des Verbrauchers. Der Unterschied zwischen den beiden Daten verwirrt ohnehin eher.

Untersuchungen belegen tatsächlich, dass es oft Fehlinterpretationen bei der Mindesthaltbarkeit gibt. Produkte werden kurz vor Ablauf häufig lieber weggeworfen, ohne dass wirklich noch mal nach der Qualität geschaut wird. Wir brauchen daher einen Begriff, der weniger missverständlich ist. Ein Verfallsdatum ist sicher am eindeutigsten.

Gegen Lebensmittelverschwendung richtet sich auch die Initiative „Zu gut für die Tonne!“ des BMEL. Unter anderem wurden über 17.000 „Beste-Reste-Boxen“ – so heißen Boxen zur Mitnahme von Essensresten – an Restaurants verteilt. Wie bewerten Sie das Potenzial solcher Aktionen?

Das ist ein guter Baustein. Es ist allerdings nicht die Gesamtlösung, denn man muss vorher ansetzen. Es ist auch wichtig, dass die Gastronomie überlegt, wie zum Beispiel bei Buffets nicht so viel liegen bleibt. Auch kleinere Portionsgrößen wären sinnvoll, damit ich als Kunde gar nicht erst fragen muss, ob ich meinen Rest mitnehmen kann.

Die Generation unserer Großeltern hat sich den Rest vom Schnitzel noch einpacken lassen, uns Enkelkindern war das immer etwas peinlich. In Deutschland

RESTLOS GENIESSEN



Auch in Restaurants, Großküchen und dem Eventcatering werden Lebensmittel weggeworfen. Pro Gast sind es rund 23,6 Kilogramm im Jahr.

Mitnehmen statt wegwerfen: Das ermöglicht die „Beste-Reste-Box“ mit der sich die Initiative „Zu gut für die Tonne!“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) und Greentable, das Infoportal für nachhaltige Gastronomieangebote, gegen Lebensmittelverschwendung einsetzen.

Ab sofort können die „Beste-Reste-Boxen“ bundesweit in allen Märkten von METRO Cash & Carry Deutschland erworben werden. Gastronomen können sich so unkompliziert mit den Boxen versorgen und sie ihren Gästen zur Verfügung stellen. www.restlos-geniesSEN.de

ist die Nutzung solcher Boxen deshalb noch eher unüblich, bekannter sind sie als „Doggybags“ in den USA. Eine Alternative für die Gastronomie wären in der Tat verschiedene Portionsgrößen, nach Preisen gestaffelt. Eine andere Möglichkeit ist, mittlere Portionen anzubieten, dazu die Option auf Nachschlag, gratis oder gegen einen kleinen Aufpreis.

In einem Münchener Brauhaus gibt es neuerdings halbe Haxen. Auf Wunsch kann man für den großen Hunger eine ganze Haxe bestellen. Diese Änderung rettet eine Menge Schweineleben. Für asiatische Touristen gibt es zudem als Option Reis statt Sauerkraut, so spart man Berge an Abfall. Auch die Art der Kommunikation ist wichtig, nicht den Verzicht in den Vordergrund zu stellen, sondern die Wertschätzung.

Wenn am Ende alle Akteure mit anpacken und es möglichst bald Klarheit über die Messmethoden gibt: Lassen sich die hoch gesteckten UN-Ziele dann erreichen?

Wir können das schaffen, da bin ich optimistisch. Aber wir müssen jetzt zumindest mit den Messmethoden und einem Bewusstseinswandel beginnen, sonst wird es mit einer globalen Änderung in diesem Ausmaß schwierig. Ein Steuerinstrument, das wir noch nicht

angesprochen haben: Bei Förderprogrammen oder bei öffentlichen Aufträgen hilft die Prüfung, ob von den Unternehmen Nachhaltigkeitskriterien befolgt werden.

Ob wir wirklich eine Halbierung erreichen, steht noch in Frage. Es ist aber international gesehen wichtig, dass wir uns dieses Ziel gesteckt haben. So gibt es eine Messlatte und einen Rahmen, an dem wir uns orientieren können. Mich stimmt positiv, dass Lebensmittelverschwendung in vielen Ländern ein Thema geworden ist. Ein Vorbild ist Großbritannien: Hier wurde auf der Forschungsebene viel geleistet, die Wirtschaft hat eine gemeinsame Messmethodik auf den Weg gebracht, es gibt fest vereinbarte Ziele. Vor allem aber hat sich in der Szene ein regelrechter Wettbewerb darin etabliert, Lebensmittelabfälle zu vermeiden. Das zeigt uns auch für Deutschland: Es ist möglich, alle Akteure an einen Tisch zu bekommen, gemeinsame Ziele zu vereinbaren und wie in Großbritannien für jeden Bereich der Außer-Haus-Verpflegung Handlungsleitlinien mit praktikablen Tipps und Tricks festzulegen. Es wird vorangehen, auch in Deutschland. Wichtig ist vor allem, dass wir uns immer wieder vergegenwärtigen: Jedes verschwendete Lebensmittel ist eine verschwendete Ressource – und die werden langsam knapp.



Was bedeutet eigentlich ...? BSCI

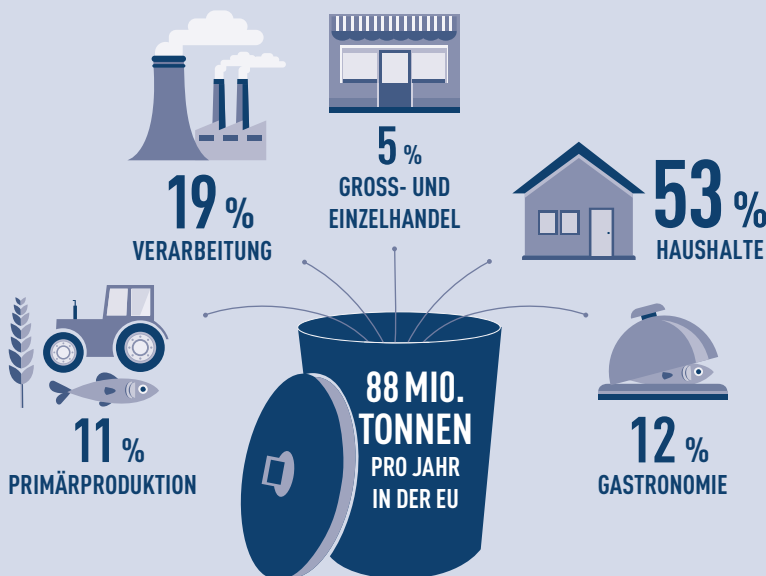
Die Abkürzung klingt ein wenig nach Geldinstitut oder Börsenindex. Doch hinter dem Akronym verbirgt sich die „Business Social Compliance Initiative“, ein Zusammenschluss europäischer Einzelhändler. 2003 wurde er von der Foreign Trade Association und über 100 Unternehmen ins Leben gerufen. Die METRO GROUP gehört zu den Gründungsunternehmen. Das erklärte gemeinsame Ziel: die Einhaltung fundamentaler Menschenrechte und sozialer Mindeststandards entlang der gesamten Lieferkette mithilfe eines gemeinsamen Verhaltenskodexes.

Inzwischen hat sich die Initiative mit über 1.800 Mitgliedsunternehmen zu einem der größten und auch anerkanntesten Systeme entwickelt, mit dem sichere und menschenwürdige Arbeitsbedingungen in Schwellen- und Entwicklungsländern kontrolliert werden. Alle BSCI-Mitglieder verpflichten sich, den BSCI Verhaltenskodex in die Geschäftsbeziehungen mit ihren Geschäftspartnern in Risikoländern zu integrieren. Somit werden die Geschäftspartner angehalten, mithilfe der BSCI Prüfberichte die Arbeitsbedingungen in ihren Fabriken und Betrieben kontinuierlich zu verbessern.

Zu den Grundsätzen des BSCI-Verhaltenskodexes gehören die Versammlungsfreiheit, das Verbot von Diskriminierung, Kinderarbeit und Zwangsarbeit, gesetzliche Mindestlöhne und Arbeitszeiten sowie die Einhaltung grundlegender Arbeitssicherheitsmaßnahmen und Brandschutzvorgaben. Zudem berücksichtigen BSCI-Mitglieder und ihre Geschäftspartner ihre Auswirkungen auf die Umwelt und beachten wichtige Richtlinien, sowohl zu gesellschaftlicher Verantwortung als auch gegen Bestechung und Korruption.

Außerdem unterstützt die BSCI Hersteller regelmäßig durch Schulungen sowie Netzwerkarbeit darin, Problemstellungen zu erkennen und somit die Arbeitsbedingungen zu verbessern.

LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG IN DER EU



Quelle: EU-Kommission 2012, EU-Projekt "Fusions" 2016 (Schätzwerte); Daten beziehen sich auf Lebensmittel inklusive der nicht-essbaren Anteile

EINBLICKE

Kasse mit System

Elektronische Registrierkassen im Handel sind geschlossene Systeme. Das schützt sie vor Datenmanipulation. Wieso eigentlich?

Früher waren Ladenkassen zum Schutz vor Langfingern mit einer Alarmglocke gesichert. Heute haben hochmoderne elektronische Terminals die Kassen von einst abgelöst. Doch auch sie müssen vor unbefugtem (Daten-)Zugriff geschützt werden, insbesondere vor Steuerbetrug durch nachträgliche Kassenmanipulation. Damit beschäftigen sich aktuell auch die Finanzpolitiker aus Bund und Ländern. Wie der Manipulationsschutz an Registrierkassen funktioniert, zeigt das Beispiel METRO Cash & Carry.

Strenge Zugangsregeln

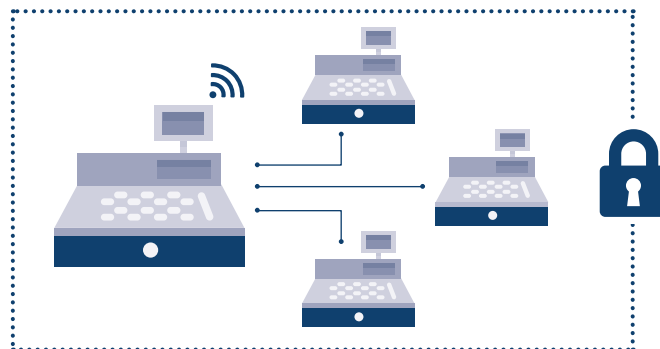
Bei METRO Cash & Carry sind alle Registrierkassen in ein eigenes Netzwerk integriert. Von außen ist auf dieses geschlossene System kein Zugriff

möglich, ebenso wenig in den Märkten selbst. Hier bedienen zwar täglich Tausende Mitarbeiter die Kassen und geben Daten ein. Doch nachträglich auf diese zuzugreifen oder sie gar zu manipulieren, ist für sie nicht möglich. Selbst die Marktleitung besitzt keinen Zugang zum System.

Die einzigen Personen, die einen legitimen Zugriff auf das Kassensystem, seine Daten und Programme haben, sind die Techniker, deren Aktivitäten einem klar definierten und protokollierten Freigabeprozess unterliegen. Das Administratorenteam schaltet sich aus der Ferne zu, etwa um Wartungsarbeiten durchzuführen oder Störungen zu beheben. Sollten darüber hinaus unbefugte Dritte versuchen, in das System einzudringen, wird dieses gleich doppelt geschützt: einerseits durch die Zugangsbeschränkung der Software „METRO Point of Sale“ (MPOS), andererseits durch kontinuierlichen Datenverkehr, der Manipulationen direkt offen legen würde.

Ständiger Datenaustausch

Gleich vier wichtige Organisationsbereiche sind mit den Registrierkassen verbunden. Beahlt ein Käufer seine Waren, fließen alle Daten in ein zentrales Data Warehouse. Zugleich werden in der Hauptkasse alle Zahlungsvorgänge zentral erfasst. Außerdem ist die Warenwirtschaft betroffen. Hier werden der Bestand aktualisiert und Artikel nachbestellt. Und schließlich benötigt auch das Kundenmanagement Informationen. Von den getätigten Umsätzen hängen zum



Beispiel Kundenrabatte ab. Auch diese werden ständig aktualisiert und miteinander abgeglichen.

Sollte jemand, versehentlich oder mutwillig, Kassendaten ändern, passen die Datensätze plötzlich auf mehreren Ebenen nicht mehr zusammen. Man spricht in solchen Fällen von Dateninkonsistenz: In der Warenwirtschaft laufen falsche Bestandsdaten auf, die Hauptkasse stimmt im Tagesergebnis nicht mehr. Und auch das Kundenmanagement stellt schnell Fehler im Rabatt- oder Bonusystem fest. Kurzum: In einer gut vernetzten Systemlandschaft wie dieser kann eine Kassenmanipulation nicht lange unbemerkt bleiben.

Sicherer Handel

Ähnliche Systeme kommen innerhalb der METRO GROUP auch bei Real sowie Media Markt und Saturn zum Einsatz. Auch die anderen großen Handelshäuser verfügen über geschlossene Systeme, die eine nachträgliche Änderung von Kassentransaktionen verhindern. Damit sind die großen deutschen Händler technisch und wirtschaftlich gegen Datenmanipulation gerüstet. Neue Anforderungen zur Nach- oder Aufrüstung von Registrierkassen wären vor allem kostspielig. Einen Zugewinn an Sicherheit und steuerliche Mehreinnahmen bringen sie nicht.

KOSTENFAKTOR KASSENMODUL

In Deutschland will der Gesetzgeber nachträglichen Kassenmanipulationen einen Riegel vorschieben und so Steuerausfälle bekämpfen. Dazu hat er Entwürfe für ein Gesetz zum Schutz vor Manipulationen an digitalen Grundaufzeichnungen sowie einer Technischen Verordnung zur Durchführung des Gesetzes zum Schutz vor Manipulationen an digitalen Grundaufzeichnungen vorgelegt. In der Diskussion ist ein zertifiziertes Sicherheitsmodul für die Verschlüsselung elektronischer Registrierkassen. Die Händler sollen ihre Systeme mit solchen Modulen nachrüsten, auch wenn diese schon jetzt gegen jegliche Manipulation geschützt sind.



... mit Vytenis Andriukaitis

EU-Kommissar für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit

Herr Andriukaitis, die litauische Küche ist für ihre geräucherten Fleisch- und Fischspezialitäten, Kartoffelgerichte und Rinderrouladen bekannt. Was ist Ihr litauisches Lieblingsgericht?

Ich mag alles und liebe Essen aller Art. Aber ich habe keine besonderen Vorlieben. Dort, wo ich aufwuchs, waren wir dankbar für jedes Essen, das auf den Teller kam. Das ist heute immer noch der Fall.

Worauf sollte man Ihrer Meinung nach beim Einkauf von Lebensmitteln achten? An welchen Kennzeichnungen und Informationen orientieren Sie sich dabei?

Als Kommissar für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit ist es meine Aufgabe, dafür zu sorgen, dass die strengen EU-Vorschriften für die Lebensmittelkennzeichnung eingehalten werden. Als Arzt halte ich es für wichtig, auf die Nährwerteigenschaften von verarbeiteten Lebensmitteln zu achten. Die Kennzeichnung von Lebensmitteln ist dazu gedacht, dem Verbraucher eine fundierte Kaufentscheidung auf Grundlage des Gehalts an Salz, Zucker und gesättigten Fetten in einem bestimmten Produkt zu ermöglichen.

Mit ihrer Berufung in die EU-Kommission im Jahr 2014 wechselten Sie von der nationalen Regierungs- auf die EU-Ebene. Was war für Sie persönlich dabei die größte Veränderung?

Jetzt weiß ich, wie viel ich anfangs nicht wusste. Aber mal im Ernst: Ich denke, wir alle verändern uns, wenn wir uns neuen Herausforderungen stellen müssen.

Die Reduzierung von Lebensmittelabfällen und -verlusten ist eines unserer zentralen Anliegen. Wie könnte man Ihrer Ansicht nach Lebensmittelabfälle effektiv reduzieren, dabei aber gleichzeitig die administrative Belastung so niedrig und flexibel wie möglich halten?

Die Zahlen sprechen für sich: In der EU landen jährlich rund 88 Millionen Tonnen Lebensmittel im Abfall. Für mich ist das sowohl aus sozialer als auch ethischer Sicht nicht akzeptabel. Aus diesem Grund wurde die Verhinderung von Lebensmittelverschwendung in das neue Kreislaufwirtschaftspaket der Kommission aufgenommen, das vor einigen Monaten eingebracht wurde. Die ehrgeizige Zielvorgabe dieses Pakets ist es, Ressourceneffizienz zu verstärken, die globale Wettbewerbsfähigkeit und

nachhaltiges Wachstum zu fördern und neue Arbeitsplätze zu schaffen, vor allem im Bereich Land- und Ernährungswirtschaft. Alle Akteure – öffentlich oder privat – werden mobilisiert. In diesem Herbst wird dafür eine besondere Plattform eingerichtet, die alle öffentlichen und privaten Interessenträger zusammenführt. Sie alle sind zur Beteiligung daran eingeladen, um gemeinsam über das weitere Vorgehen nachzudenken. So habe ich zum Beispiel vor, in Kooperation mit den Mitgliedsstaaten und Interessenträgern Richtlinien zu entwickeln, die Lebensmittelspenden in der EU erleichtern.

Ihre Aufgabe ist es, „dazu beizutragen, Gesundheit, Sicherheit und Zuversicht der Bürger Europas zu verbessern“. Unsere Aufgabe ist es, diese mit entsprechenden Produkten zu versorgen. Wie können sich Einzel- und Großhandel sowie Politik gegenseitig darin unterstützen, noch mehr für das Wohl „ihrer“ Kunden bzw. Bürger zu tun?

Im Laufe der vergangenen Jahre sind die Verbraucher sensibler geworden – nicht nur, was die Herkunft, sondern auch die Qualität der von ihnen gekauften Lebensmittel anbelangt. Das ist eine direkte Folge der Lebensmittelskandale – etwa den um Pferdefleisch. Auch wünschen sich die Verbraucher einen Zugang zu Qualitätsprodukten. Die Entscheidungsträger der EU, also die Kommission, die nationalen Minister und das Parlament, müssen nicht nur gewährleisten, dass die geltenden Gesetze diesem Bedarf gerecht werden. Sie müssen gleichzeitig sicherstellen, dass die Industrie diese Vorschriften tatsächlich auch effizient und umfassend umsetzen kann.

Welche Ziele haben Sie sich selbst für Ihre Amtszeit als Kommissar für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit gesetzt?

Ich habe mir viele Ziele gesteckt und dazu eine Liste mit Prioritäten sowohl in Bezug auf den Gesundheits- als auch den Lebensmittelbereich erstellt. Es sind zu viele, um sie alle hier aufzuführen. Ich kann aber sagen, dass der Gesundheitsschutz der Bürger der EU das Leitprinzip meiner Arbeit ist.

KONTAKT

Politik und Außenbeziehungen

Michael Wedell

Tel.: +49 211 6886 1989

E-Mail: michael.wedell@metro.de

www.metrogroup.de/politik @DasGuteessen

Politik und Außenbeziehungen, Büro Berlin

Raphael Neuner, Stefanie Awe, Bianca Maley

E-Mail: politik@metro.de

http://politik.metrogroup.de

Politik und Außenbeziehungen, Büro Brüssel / EU

Maria Heider, Bernd Wagner, Julia Münch

E-Mail: brussels@metro.de

www.metrogroup.de/bruessel