

METRO HANDELSBRIEF



WELTWEIT NAH AM KUNDEN

Wie ein internationales Unternehmen regionale Lösungen bietet

EINBLICKE

„METRO steht für absolute Kundenfokussierung“

INTERVIEW

Wie sicher sind Lebensmittel in Deutschland?

DAS GUTE ESSEN

Mit Roman Müller-Böhm

„METRO STEHT FÜR ABSOLUTE KUNDEN- FOKUSSIERUNG“



Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG, über die Hintergründe zur Aufteilung der früheren METRO GROUP und die Schwerpunkte der „neuen“ METRO.

Herr Koch, aus der früheren METRO GROUP wurden in diesem Sommer zwei Unternehmen – die „neue“ METRO und CECONOMY. Warum?

Die Hauptmotivation für die Aufteilung war eine stärkere Fokussierung. Beide neuen Unternehmen haben spannende Perspektiven. De facto gab es aber keine Überlappungen und Synergien zwischen dem Großhandels- und Lebensmittelgeschäft von METRO Cash & Carry und Real einerseits und der Consumer-Electronics-Sparte mit Media Markt und Saturn andererseits – weder im Einkauf noch bei der Logistik.

Deshalb war es Zeit, etwas zu ändern. Das haben wir getan, um Mehrwert zu schaffen für Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre. Wir haben das Großhandels- und Lebensmittelgeschäft in der „neuen“ METRO unabhängig gemacht. So können wir uns auf das Kerngeschäft konzentrieren und vor allem dynamischer agieren.

Wofür steht die „neue“ METRO?

Wir sind als METRO erfolgreich, wenn unsere Kunden erfolgreich sind. Die „neue“ METRO steht deshalb für absolute Kundenfokussierung. Für uns ist es wichtig, Gewerbetreibende und Verbraucher langfristig an uns zu binden. Das gelingt nur, wenn wir ihre Bedürfnisse kennen und uns konsequent an diesen ausrichten – mit unserer Kompetenz im Food-Sektor, exzellenten Produkten und Services.

Wir verstehen uns als Partner und Impulsgeber – insbesondere für die vielen kleinen und mittelgroßen selbstständigen Unternehmen in der Gastronomie. Wir arbeiten an maßgeschneiderten Sortimenten, tragfähigen Geschäftsmodellen und digitalen Lösungen, um sie noch erfolgreicher zu machen.

Stichwort Digitalisierung: In der Lebensmittelbranche wie im Handel kommt man an diesem Thema zukünftig nicht vorbei. Was heißt das für METRO?

Vor allem, dass wir uns in unsere Kunden hineinversetzen und verstehen müssen, wo sie digitale Lösungen brauchen. Da geht es zum einen um den digitalen Absatzkanal, also um E-Commerce und Belieferungsdienste. Bei den Gastronomen und kleinen Händlern steigt der Anteil von Onlinebestellungen rasant an. Auch für Verbraucher in Ballungsräumen wird es immer normaler, ihren Lebensmitteleinkauf in Teilen online zu erledigen und sich die Einkäufe nach Hause liefern zu lassen – für diese bietet Real entsprechende Angebote.

Ein anderer Schwerpunkt ist es, unseren Kunden aus der Gastronomie zu helfen, die Prozesse in ihrem Restaurant durch digitale Werkzeuge zu optimieren – dabei geht es zum Beispiel um die bessere Planung des Waren- und Personaleinsatzes, die Lohnbuchhaltung oder das Hygienemanagement. Diese Dinge erledigen viele Gastronomen heute noch analog und benötigen viel Zeit, die sie besser für den kreativen Teil ihrer Arbeit nutzen können – für ihre Leidenschaft, das Kochen und den Kontakt zum Gast.

METRO



WELTWEIT FÜR MORGEN HANDELN

In Rome do as the Romans do – was für Touristen gilt, hat auch für ein internationales Unternehmen wie METRO Gültigkeit. Bei ihren Aktivitäten in 35 Ländern steht METRO vor vielfältigen Herausforderungen und braucht individuelle Antworten.

Für METRO ist es Auftrag und Alltag, Lösungen zu entwickeln, die auf länder-spezifische Gegebenheiten Rücksicht nehmen. Bei dem internationalen Handelsunternehmen hat Verantwortung viele Facetten: Sie reicht von der Unterstützung selbstständiger Unternehmer über den Schutz der Umwelt und die Stärkung der Lebensmittelsicherheit bis hin zur Förderung regionaler Angebote sowie dem Erhalt von Vielfalt und Tradition.

Den Mittelstand stärken – analog und digital

METRO ist Partner der vielen kleinen und mittelgroßen selbstständigen Unternehmen – ihr Erfolg steht im Mittelpunkt.

Beispiel Indien: Hier prägen über 12 Millionen Kiranas das Straßenbild. Kiranas sind traditionelle Läden, die von Einzel-

händlern über Generationen hinweg geführt werden. Auf wenigen Quadratmetern stapeln sich die Produkte für den täglichen Bedarf bis an die Decke und machen die Läden zur Versorgungsquelle Nummer eins. 95 Prozent beträgt ihr Anteil am Einzelhandel – ohne Kiranas ist die Versorgung der indischen Bevölkerung undenkbar.

Mittlerweile zählen wir rund 2.000 Unternehmer, die an ODIDO teilnehmen.

Eric Poirer

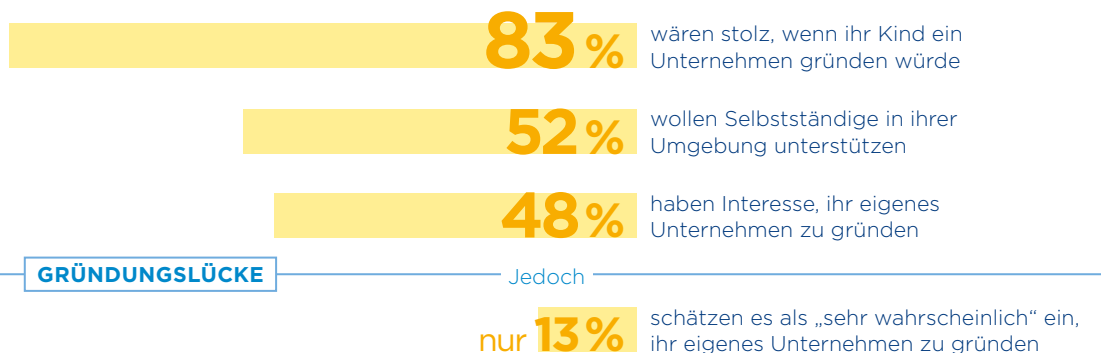
Unterstützung erhalten die selbstständigen Unternehmer von METRO. So bietet der Großhändler nicht nur ein großes Sortiment an Produkten, sondern unterstützt auch bei der Anschaffung digitaler Kassensysteme, um den

Bezahlvorgang sicherer zu machen – eine praktische und wichtige Innovation. Auch bei Geldangelegenheiten hilft METRO. So vermittelt der Großhändler unkompliziert eine Finanzierung, wenn zum Beispiel ein Kirana-Markt modernisiert werden soll.

Die Gründungslücke überbrücken

Dass lokales Unternehmertum geschätzt wird, zeigt die METRO International Own Business Study, eine Untersuchung in zehn ausgewählten Ländern, darunter Frankreich und China. Nach dieser sprechen sich mehr als die Hälfte der Befragten dafür aus, unabhängige Unternehmer aus der Nachbarschaft zu stärken. Zudem zeigt die Untersuchung, dass 48 Prozent aller Befragten Interesse an einer eigenen unternehmerischen Tätigkeit haben – doch nur 13 Prozent sehen eine Unternehmensgründung als „sehr wahrscheinlich“ an.

METRO INTERNATIONAL OWN BUSINESS STUDY



GRÜNDUNGSLÜCKE



Politische Rahmenbedingungen für Unternehmer



WARUM



Wirtschaftliche Lage und steigende Steuern

Die gesamte Studie finden Sie online unter www.metroag.de/mediacenter/publikationen

Um diese „Gründungslücke“ zu überbrücken, steht beispielsweise MAKRO Cash & Carry Polen mit dem ODIDO Franchise angehenden und bestehenden Selbstständigen im Bereich Einzelhandel zur Seite. „Das Konzept hilft den Händlern, ihre Lebensmittelläden ansprechend und effizient im Hinblick auf ihr Angebot zu gestalten“, erklärt Eric Poirer, CEO von MAKRO Cash & Carry Polen. „Mittlerweile zählen wir rund 2.000 Unternehmer, die an ODIDO teilnehmen“, so Poirer. METRO unterstützt etwa bei Finanzierungsfragen oder bei der Produktion professioneller Fernsehspots.

Auch rund 500 Kilometer weiter im Osten, in Russland, braucht es eine passgenaue Lösung – wie die METRO Expo. Die Messe ist Plattform für lokale Unternehmer aus dem Gastronomie-Sektor, Landwirte, Lieferanten sowie Behörden und zählte 2017 fast 20.000 Besucher. Hier informieren sich Branchenvertreter über die aktuellen Innovationen im Handel und können sich in über 750 Seminaren oder Workshops weiterbilden.

Digitalisierung – eine einmalige Chance

Um zukünftig erfolgreich zu sein, führt auch im Food- und Hospitality-Sektor kein Weg an der Digitalisierung vorbei. METRO ist es daher ein Kernanliegen, dass ihre Kunden von den Chancen digitaler Innovationen profitieren. Ein Beispiel dafür findet sich unter den französischen METRO Cash & Carry Märkten. Hier können Kunden mit der METRO Scan App ihre Einkaufsliste digital erstellen. Im Markt steht den Kunden der digitale Einkaufszettel auf Scangeräten zur Verfügung, sodass die gewünschten Produkte problemlos zusammengestellt werden können. So kann der Einkauf schnell erledigt werden und die Kunden können sich auf ihr Geschäft konzentrieren.

Mit Vertical Farming gehen wir neue Wege beim Thema Lebensmittelherkunft und -produktion und bringen unseren Kunden vor Ort im Markt nachhaltige Lebensmittel nahe.

Fabio Ziemßen

Unternehmensübergreifend beschäftigt sich die Geschäftseinheit HoReCa Digital mit der Entwicklung und Förderung digitaler Innovationen in der



Ein Gewächshaus im METRO Cash & Carry Markt Berlin Friedrichshain: Beim „Vertical Farming“ werden Kräuter und Salate direkt im Markt angebaut. Das spart Ressourcen und schont die Umwelt.

Gastronomie. Im Bereich HoReCa Digital sind auch die Start-up-Förderprogramme der METRO angesiedelt.

Umweltschonend mit E-Fahrzeugen und Vertical Farming

Schnelligkeit – das ist das Stichwort in der Belieferung der METRO Kunden. Dass wirtschaftliches Handeln und Umweltschutz dabei gut zusammenpassen, zeigt der Belieferungsservice METRO Express in Wien. Er beliefert Gastronomen CO₂-neutral mit Elektrofahrzeugen – die Waren sind innerhalb von 3 Stunden bei den Kunden.

METRO schützt das Klima nicht nur auf der Straße, sondern auch in den METRO Cash & Carry Märkten, etwa mit dem Konzept des „Vertical Farming“, das seit 2015 in einem der Berliner METRO Märkte erprobt wird. Dabei werden Kräuterpflanzen und Salat in kleinen Gewächshäusern direkt im Markt angebaut. Lieferwege und damit verbundene Emissionen bleiben aus. „Mit Vertical Farming gehen wir neue Wege beim

Ziemßen, Head of Food Innovation and Food-Tech bei METRO. Erste Gastronomen nutzen das „Vertical Farming“-Konzept bereits, um Kräuter und Salate direkt in ihrem Restaurant anzubauen. „So werden weniger Lebensmittel verschwendet, weil nur jene Produkte angebaut werden, die auch tatsächlich auf den Teller kommen“, verdeutlicht Fabio Ziemßen.

Bei Real werden mit dem Permakultur-Konzept Ressourcen und Umwelt bereits auf den Gemüsefeldern und Obstplantagen geschont. Diese ökologische Anbaumethode verzichtet auf Dünger, Pestizide sowie Zusatzstoffe und trägt zum Erhalt der Artenvielfalt bei. Mit Avocado, Radieschen, Möhren und weiteren Produkten bietet das Real Sortiment zahlreiche Obst- und Gemüsesorten aus Permakultur – so, wie die Natur sie geschaffen hat.

Höchste Qualitätsansprüche für die Kunden

Für einen Handelskonzern wie METRO ist das Thema Lebensmittelsicherheit essenziell. Staatlich festgelegte Qualitätsstandards sind in einigen Ländern wie etwa Pakistan noch in der Entwicklung. Hier ist das Lebensmittelgeschäft im Wandel: „Neben traditionellen Straßenverkäufen entsteht eine Landschaft moderner Supermärkte, dabei wird Lebensmittelsicherheit – auch im Wettbewerb – immer wichtiger“, erklärt Sagar Mahmood Khan, Leiter der Qualitätssicherung von METRO Cash & Carry Pakistan.

Sichere Lebensmittel dank „Star Farm“

Als Teil des „Star Farm Pakistan“-Projekts fördert METRO seit dem Markteintritt in Pakistan vor zehn Jahren die Entwicklung einheitlicher Qualitätsstandards und arbeitet dafür mit den pakistanischen Behörden zusammen. So konnten bisher rund 17.000 Landwirte in der Einhaltung internationaler Standards geschult werden. Die Kunden von METRO Cash & Carry Pakistan können die Herkunft der Produkte mit dem „Star Farm“-Rückverfolgungssystem nachvollziehen.

Die „Star Farm“-Aktivitäten sind nicht auf Pakistan beschränkt. Ursprünglich wurde das Konzept in China erarbeitet und umgesetzt. METRO China wurde dadurch Vorreiter beim Thema Lebensmittelqualität und -sicherheit im Land.

Regionales fördern - nicht nur im Regal

Wie wichtig es ist, regionale Besonderheiten im unternehmerischen Handeln zu berücksichtigen, zeigt sich auch beim Umgang mit kulinarischen Spezialitäten der jeweiligen Länder.



Die Boskarin-Rinder waren einst vom Aussterben bedroht. Heute zählt die in Kroatien lebende Art wieder mehr als 3.500 Tiere.

Regionale Produkte sind die Lebensgrundlage vieler lokaler Kleinbauern, wie das Beispiel der Ukraine zeigt: Hier lebt ein Fünftel der Bevölkerung von der Landwirtschaft. Mit der Initiative „Fermove“ unterstützt METRO in der Ukraine regionale Landwirte „vom Samen zum Teller“, so das Motto. Denn zu Beginn sammelt METRO auf Grundlage der Bedürfnisse ihrer Kunden die

Aufträge für den Anbau von Obst und Gemüse und gibt diese gezielt an lokale Kleinbauern weiter. Diese werden von einem Agrarpartner mit Samen, Dünger und Know-how versorgt. Das frisch geerntete Obst und Gemüse gelangt dann ohne Umwege direkt in die METRO Cash & Carry Märkte und wird dort mit dem „Fermove“-Label angeboten.

Die Rettung der Boskarin-Rinder

Auch in Kroatien stärkt METRO regionale Anbieter und erhält eine ländertypische Tradition – die Haltung der Boskarin-Rinder. Die aus der Region Istrien stammenden Tiere waren vom Aussterben bedroht: In den 1990er Jahren gab es nur noch rund 100 dieser Tiere. Dank der Kooperation von METRO mit der istrischen Behörde für ländliche Entwicklung und den Bauern aus der Region konnte der Bestand der Rinderrasse gesteigert werden: Heute gibt es wieder mehr als 3.500 Boskarin-Rinder.

Derartige Maßnahmen erhalten nicht nur Traditionen. Sie stärken auch die Erzeuger vor Ort und fördern die Vielfalt an Lebensmitteln.

Eine Welt der Vielfalt

Die Rettung der Boskarin-Rinder, die Schulung von rund 17.000 Landwirten in Pakistan, der Schutz der Natur durch Permakultur und „Vertical Farming“ oder die Unterstützung der Kirana-Betreiber: Die Welt des Handels ist vielfältig. Und so sind es auch die Lösungen der METRO, ganz nach dem Motto: „Heute schon für morgen handeln“.

Neben traditionellen Straßenverkäufen entsteht eine Landschaft moderner Supermärkte, dabei wird Lebensmittelsicherheit – auch im Wettbewerb – immer wichtiger.

Sagar Mahmood Khan



Mit der Initiative „Fermove“ unterstützt METRO in der Ukraine lokale Obst- und Gemüsebauern – vom Anbau bis zum Verkauf ihrer Produkte.

„RISIKO NULL GIBT ES NICHT“

Anja Tittes und Prof. Dr. Ulrich Nöhle sprechen über die Lebensmittelsicherheit in Deutschland, die Mechanismen im Krisenfall und die richtige Informationspolitik.



„Wir haben nach wie vor einen erheblichen Personalmangel bei zunehmender Aufgabefülle: Nur knapp über 40 Prozent der risikoorientierten Kontrollen können durchgeführt werden.“

Anja Tittes ist seit 2014 Bundesvorsitzende des Bundesverbandes der Lebensmittelkontrolleure e. V. (BVLK).



„Es muss ein zentrales Probenahmesystem geben. Das entlastet die Lebensmittelkontrolleure, die an anderer Stelle eingesetzt werden können.“

Prof. Dr. Ulrich Nöhle ist öffentlich bestellter Sachverständiger für Lebensmittelsicherheit und lehrt als Honorarprofessor für Qualitätsmanagement an der TU Braunschweig.

Beim Essen steht der Genuss im Mittelpunkt, aber wie steht es um die Lebensmittelsicherheit in Deutschland?

Tittes: Lebensmittel in Deutschland sind sicher. Dazu tragen die amtlichen Kontrollen bei, aber auch die Unternehmen kommen ihren Verpflichtungen überwiegend nach, beispielsweise in Sachen Eigenkontrolle.

Nöhle: Das kann ich nur unterstützen. Noch nie gab es so viele sichere Lebensmittel wie heute. Wir leben immer länger, es geht uns so gut wie nie zuvor...

... und doch kommt es immer wieder zu Lebensmittelskandalen – wie ist das möglich?

Nöhle: Weil es auf unserem Planeten leider kein Risiko null gibt. Manche Fälle unsicherer Lebensmittel sind zum Beispiel krankmachenden Mikroorganismen geschuldet. Nehmen wir den EHEC-Fall. Ausgangspunkt waren mit Bakterien verunreinigte Bockshornkleesamen aus Ägypten, mit denen Sprossen in den Niederlanden angebaut wurden. So hat sich der Keim über die Lieferkette verteilt. Daneben werden Lebensmittel auch vorsätzlich durch kriminelle Aktivitäten verunreinigt. Das zeigt der Fipronil-Skandal, wo ein Insektizid dem Stallbehandlungsmittel zugegeben wurde, obwohl es dafür nicht zugelassen war.

Ich sehe bei der Zusammenarbeit der Kontrollbehörden Verbesserungsbedarf, besonders bei der Vernetzung von Datenbanken.

Anja Tittes

Tittes: EHEC war ein unvorhersehbares und vor allem sehr bedauerliches Ereignis, viele Menschen sind daran erkrankt. Tritt ein solcher Fall auf, dann müssen schnell Maßnahmen ergriffen werden. Sprossenzüchter benötigen nun beispielsweise eine Zulassung.

Das heißt, die staatlichen Reaktionsmechanismen funktionieren im Krisenfall?

Tittes: Bei der Zusammenarbeit der Kontrollbehörden aus verschiedenen Bereichen sehe ich Verbesserungsbedarf.

Ganz oben steht die Vernetzung von Datenbanken. Es bringt nichts, wenn sich die Behörden anschieben müssen, weil es der Datenschutz verbietet, Informationen von einer Behörde zur nächsten weiterzugeben. Ein schneller Informationsaustausch ist essentiell für

den Schutz der Verbraucher. Wir verharren allerdings noch in den Strukturen der 1990er Jahre...

Nöhle: ... wenn nicht der 1980er oder 1970er Jahre! Durch den globalen Lebensmittelhandel und durch den Onlinehandel kommen immer mehr Lebensmittel auf den Markt. Da braucht es zentrale Strukturen, um Lebensmittel effizient überwachen zu können. Der Föderalismus hat sich in der Lebensmittelwirtschaft komplett überholt.

Können Sie das konkretisieren?

Nöhle: Beispiel Probenahme: Bisher ziehen Kontrolleure bei einem auffälligen Lebensmittel alle die gleichen Proben. Das ist ineffizient, erfordert viel Personal und Analysekapazitäten. Ein zentrales Probenahmesystem muss her. Das entlastet die Kontrolleure, die andernorts eingesetzt werden können – beispielsweise bei den sehr zeitaufwändigen Betriebskontrollen.

Tittes: Das wäre der Idealfall! Denn wir haben einen erheblichen Personalmangel: Nur etwas über 40 Prozent der risikoorientierten Kontrollen können durchgeführt werden. Das wird seit Jahren schweigend in Kauf genommen. Für uns ist klar: Wir brauchen mehr Personal in der Fläche.

Nöhle: Ergänzend dazu: Für die Lebensmittelsicherheit sind die Inverkehrbringer, also Produzenten und Händler, zuständig! Sie müssen sicherstellen, dass die Produkte einwandfrei sind. Die amtlichen Kontrollen sollen dies nur überwachen.

Stichwort Handel: Welche Rolle spielt die Branche bei der Lebensmittelsicherheit?

Nöhle: Auch der Handel unterliegt der Sorgfaltspflicht, nur ist der Fokus ein anderer: Der Handel produziert nicht, sondern verteilt. Er muss deshalb dafür sorgen, dass die Lebensmittel keiner nachträglichen Beeinflussung beim Verkauf oder Transport unterliegen.

Tittes: Auch müssen beispielsweise die Mindesthaltbarkeit oder die Kühlketten kontrolliert werden. Nach unseren Erfahrungen funktioniert das gut. Der Handel ist nicht das primäre Problem in der Lebensmittelkette.

Anderes Thema: Bei Lebensmittelskandalen wird Behörden oft vorgeworfen, dass die Verbraucher zu langsam informiert würden. Ist diese Kritik gerechtfertigt?

Tittes: Ich bin eine große Verfechterin des Ansatzes, Verdachtsfälle wissenschaftlich zu bewerten, bevor die Verbraucher verunsichert werden. Erst nach der Analyse sollten Informationen herausgegeben werden – wohldosiert und zielgerichtet. Alles andere ist Panikmache.

Nöhle: Der Drang zur Skandalisierung liegt in der Natur der Medien. Geringste Abweichungen von Grenzwerten und selbst Messwerte unterhalb von Grenzwerten werden schnell zu einem Skandal hochstilisiert. Ich kann nur raten, in solchen Fällen die Stellungnahmen des Bundesinstituts für Risikobewertung, das mittlerweile sehr schnell reagiert, zu lesen und zu zitieren.

Wo sehen Sie noch Handlungsbedarf bei der Lebensmittelsicherheit?

Nöhle: Bei der Hygiene in der Küche! Durch ständige Abwesenheit von zuhause haben wir weitestgehend das Kochen verlernt. Da wird zum Beispiel der Salat auf dem Brett zubereitet, auf dem zuvor das rohe Geflügel geschnitten wurde. Wir müssen mit Lebensmitteln wieder sachkundig umgehen lernen.

Tittes: Volle Zustimmung. Neben der besseren Zusammenarbeit der Behörden oder der Aufstockung der Lebensmittelkontrolleure müssen wir den Verbraucher bei dem richtigen Umgang mit Lebensmitteln unterstützen.

Von den Medien werden geringste Abweichungen von Grenzwerten auch unterhalb einer Gefährdung schnell zu einem Skandal hochstilisiert.

Prof. Dr. Ulrich Nöhle

WÖRTERBUCH DES HANDELS

Was bedeutet eigentlich...

Seamless Shopping

Das Einkaufsverhalten wandelt sich grundlegend: Vor der Fahrt zum Supermarkt wird online noch schnell geprüft, ob die gewünschten Lebensmittel auch verfügbar sind. Die Schuhe werden mit dem Smartphone bestellt und können am Wunschtermin in der nahegelegenen Filiale abgeholt werden. Der Fernseher wird im Elektronikmarkt getestet, mit vorhandenen Tablets vor Ort bestellt, bezahlt und dann direkt ins heimische Wohnzimmer geliefert.

Die Beispiele zeigen: Stationärer Handel, E-Commerce und Anwendungen für Smartphones sowie Tablets sind zunehmend miteinander verzahnt. Der Wechsel zwischen den verschiedenen Informations- und Einkaufskanälen ist fließend. Der Kunde kann mehrere Kanäle gleichzeitig nutzen, es gibt keine spürbaren Übergänge. So ergibt sich für den Konsumenten, der beispielsweise mit seinem Smartphone vor dem Regal ein Produkt scannt und es nach Hause liefern lässt, ein nahtloses Einkaufserlebnis – das „Seamless Shopping“.

Die Vorteile für den Kunden liegen auf der Hand: Mit der Nutzung verschiedener Kanäle gleichzeitig gewinnt er ein hohes Maß an Flexibilität. Und profitiert zudem von neuen

Serviceleistungen, die sich vor allem aus der Verknüpfung von stationärem Handel und Onlinehandel ergeben. Das spart Zeit und Wege. Das Einkaufen wird erleichtert, das Einkaufserlebnis gesteigert.

In Teilen der Handelsbranche ist das nahtlose Einkaufserlebnis schon Realität. So bietet die METRO Vertriebslinie Real schon heute in einigen Ballungsräumen einen Click&Collect-Service an. Dabei stellen Kunden auf der Website am heimischen PC oder per Smartphone-App ihre Einkäufe zusammen, geben einen Wunschtermin für die Abholung an und zahlen sicher online. Mit einer Auftragsnummer können sie den bereits zusammengestellten Einkauf beim nächstgelegenen Real Markt abholen.

DAS GUTE ESSEN

MIT ROMAN MÜLLER-BÖHM

Mitglied des Deutschen Bundestages

Roman Müller-Böhm (FDP) ist der jüngste Abgeordnete des neuen Bundestages. Wir sprachen mit dem Oberhausener über „das Gute essen“ und seine Ziele für die Legislaturperiode.



Currywurst oder Italiener?

Als Ruhrpottler bevorzuge ich natürlich die Currywurst, allerdings unterscheidet sich die Berliner Currywurst stark von der, die ich gewohnt bin. Wichtig ist mir, dass die Qualität und Verarbeitung der Produkte stimmen. Auch Regionalität und vernünftige Standards in der Tierhaltung sind mir wichtig. Essen beinhaltet nicht nur Genuss, sondern auch Verantwortung für unsere Umwelt.

Sie haben einen langen und erfolgreichen Wahlkampf hinter sich. Wie haben Sie sich fit gehalten und welche Rolle spielte dabei die Ernährung?

Im Wahlkampf kommt der Anspruch an gesundes Essen leider zu kurz, da zwischen den vielen Terminen nur wenig Zeit für Essen und Sport bleibt. Die Priorität liegt eher auf schnellem als auf gesundem Essen. Mittlerweile achte ich aber wieder darauf, dass ich mich gesund ernähre und Zeit für Bewegung bleibt. Neben den vielen Stunden im Parlament oder im Büro haben mein Team und ich uns zu gemeinsamem Sport verabredet, und in den Mittagspausen versuchen wir, ausgewogen zu essen, auch wenn das nicht immer gelingt.

Sie sind erstmals in den Bundestag eingezogen, Teil einer neuen Fraktion und könnten gleich Regierungsverantwortung übernehmen. Welche Akzente möchten Sie in den kommenden vier Jahren setzen?

Zuerst gilt: Die FDP tritt nur in eine Regierung ein, wenn die liberale Handschrift im Koalitionsvertrag deutlich zu erkennen ist. Das ist unsere Lehre aus den Jahren 2009 bis 2013, die wir nie vergessen dürfen und werden. Wir haben zehn Trendwenden auf unserem Bundestagparteitag beschlossen, in denen wir unseren Gestaltungswillen für Deutschland an liberalen Kernthemen verdeutlichen. Das sind zum Beispiel die Forderung nach weltbesten Bildung, einem durchsetzungsfähigen Rechtsstaat, einem liberalen Einwanderungsgesetz sowie der Glaube an die Digitalisierung als Chance und die Vision einer vernünftigen Energiepolitik.

Mit aktuell 24 Jahren sind Sie der jüngste Abgeordnete des 19. Deutschen Bundestages. Gibt es Themen der jungen Generation, die Ihnen besonders am Herzen liegen?

Wir jungen Menschen sind von Entscheidungen der Politik am längsten betroffen, daher ist mir Generationengerechtigkeit ein Herzensanliegen. Das beziehe ich auf das Rentensystem, das

schon jetzt die Versorgung der jungen Generation im Alter nicht mehr sicherstellen kann, und auf den Umgang mit natürlichen Ressourcen. Umweltpolitik war schon immer ein unliberales Thema, nicht erst seit Hans-Dietrich Genscher das Umweltbundesamt gründete.

Die Digitalisierung ist eine der größten Zukunftschancen für Deutschland. Was muss geschehen, damit Wirtschaft und Bürger diese Chancen auch wahrnehmen können?

Die Digitalisierung ist neben der Umweltpolitik meine größte Leidenschaft. Sie erleichtert nicht nur das Leben, sie spart auch Zeit und Kosten. Deshalb arbeitet mein Büro komplett digital. Aus Verantwortung gegenüber der Umwelt und dem Geld des Steuerzahlers. Damit Wirtschaft und Bürger die Digitalisierung nutzen können, sind zwei Dinge zu realisieren. Wir brauchen ein schnelles Internet, mobil wie stationär, in Haushalten wie Unternehmen, damit Deutschland weiter als Wirtschaftsstandort bestehen kann und als Lebensort interessant bleibt. Und: Der Staat muss mit gutem Beispiel vorangehen und die Verwaltung digitalisieren. Ich träume vom digitalen Bürgeramt, in dem man von zu Hause seine Anträge einreichen kann, wie es in vielen anderen Ländern bereits Standard ist.

METRO

Zentrale Düsseldorf
Schlüterstraße 1, 40235 Düsseldorf

T +49 211 6886-1989
F +49 211 6886 490-1989
E politik@metro.de

www.metroag.de
[@METRO_News](https://twitter.com/METRO_News)

Herausgeber: METRO AG
Konzernkommunikation und Politik
Schlüterstraße 1, 40235 Düsseldorf
Verantwortlich: Michael Wedell
Redaktionsschluss: 28.11.2017

Konzernbüro Berlin
Charlottenstraße 46, 10117 Berlin

T +49 30 2088943-0
F +49 30 2088943-43
E berlin@metro.de

politik.metroag.de
[@DasGuteessen](https://twitter.com/DasGuteessen)

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir bei der Verwendung von Begriffen auf geschlechtsspezifische Doppelnennungen und nutzen die männliche Schreibweise.

Konzernbüro Brüssel / EU
85 Avenue des Nerviens, 1040 Brüssel

T +32 2 737-1160
F +32 2 230-8497
E brussels@metro.de

politics.metroag.eu
[@METRO_EU](https://twitter.com/METRO_EU)

Bildnachweis: S.1 fotolia.de / Africa Studio, S.2 Boris Zorn, S.4 METRO, S.5 oben: Agency for the Rural Development of Istria (AZRRI), S.5 unten: METRO, S.7 Anja Tittes / Prof. Dr. Ulrich Nöhle, S.8: Roman Müller-Böhm