

Ernährungswirtschaft sucht den Schulterchluss

Handel und Hersteller müssen Foodwatch & Co. Paroli bieten – Wertschöpfungspartner sollen zusammenhalten – Zukunftskongress von HBE und GS1

München. Die Branche muss offensiver kommunizieren und darf ihr Licht nicht länger unter den Scheffel stellen, so ein Fazit des „1. Zukunftskongresses“ der Ernährungswirtschaft des Bayerischen Handelsverbandes HBE und GS1.

Unter dem Motto „Lasst uns endlich über eine gemeinsame Zukunft reden“ trafen sich in München rund 110 Manager aus Handel, Industrie und Landwirtschaft. Große Einigkeit zeigten die Referenten und Teilnehmer darin, dass die Branche zukünftig transparenter werden muss. Das Misstrauen der Verbraucher sei ein Resultat ausgebliebener Kommunikation in der Vergangenheit, betont BVE-Vorsitzender Jürgen Abraham. Vor allem die Arbeit und Vorgehensweise von Organisationen wie Foodwatch, Peta und DUH sollte entlarvt werden. „Es muss endlich ein Ende haben, dass sich die Branche von einer Minderheit diktieren lässt, was zu tun ist“, beklagt auch der ehemalige Bundeslandwirtschaftsminister Karl-Heinz Funke. Peter Engel von der Kommunikationsagentur Engel & Zimmermann rät der Branche daher zu einer gemeinsamen Erklärung, in der klargestellt werde, dass man sich nicht länger diffamieren lasse. Es müsse ein „konfliktbereiter Abwehrblock“ gebildet werden. Engel sieht den Druck der medialen Öffentlichkeit weiter wachsen. Die Protestkapazitäten, die bislang mit der Atompolitik gebunden waren, würden schließlich frei.

Marc-Aurel Boersch, Verkaufschef von Nestlé Deutschland, plädiert für einen engeren Schulterchluss von Herstellern und Handel. Zwischen beiden

„konfliktbereiter Abwehrblock“ gebildet werden. Engel sieht den Druck der medialen Öffentlichkeit weiter wachsen. Die Protestkapazitäten, die bislang mit der Atompolitik gebunden waren, würden schließlich frei.

Marc-Aurel Boersch, Verkaufschef von Nestlé Deutschland, plädiert für einen engeren Schulterchluss von Herstellern und Handel. Zwischen beiden

Familienunternehmer: Die Edekaner Jörg Hieber und Andreas Pechtl (v.l.) interessieren sich für die jüngsten Projekte von Andreas März, Bizz'up.



FOTOS: HANS-RUDOLF SCHULZ

Pro Bonum: Ernst Schulte, Chiquita, Martin Thörner, Homann, und Clemens Tönnies (v.l.) stehen für die Qualität von Obst und Gemüse, Feinkost und Fleisch persönlich ein.



Verbandserfahren: Wolfgang Burgard, Deloitte, und Werner Wolf, Bitburger, (v.l.) wissen um die Schwierigkeit gemeinsamen Handelns.



Außer Konkurrenz: Claus Butterwegge von Barilla (l.) trifft persönlich auf Buitoni-Chefverkäufer Marc-Aurel Boersch von Nestlé Deutschland.



Kämpferisch: BVE-Päsident Jürgen Abraham sieht sich an der Seite der Mehrheit der Kunden.



Geldfragen: Globus-Einkaufschef Markus Buntz (r.) diskutiert mit Banker Felix Kreuzer, WestLB, die Finanzkrise.



müsse es eine Wissens- und Innovationspartnerschaft geben. Zukünftig seien neue Wege der Zusammenarbeit mit dem Einzelhandel gefragt. Zudem dürften sich die Debatten zwischen den Marktteilnehmern nicht nur um Preise und Konditionen drehen. „Lassen Sie uns gemeinsam Produkte entwickeln“, wünscht sich auch BVE-Chef Abraham. Und zwar so, dass beide Seiten ihre Wertschöpfung behielten. sha/lz 02-12

Dem Schönen und Guten: Wolfgang Gutberlet, Tegut, wirbt für die Wertschätzung von Lebensmitteln.