



„ Die gezielte Hilfestellung muss effektiver und vor allem gerechter sein – mögliche Ungleichbehandlungen sind auszuschließen. “

Dr. Ludwig Veltmann, Hauptgeschäftsführer Mittelstandsverbund, zu den Corona-Hilfen, Seite 16

# LP **economy** Zeitung der Lebensmittelwirtschaft

## KRYPTOWÄHRUNGEN

# Goldgräberstimmung?

Digitale Währungen wie Bitcoin haben zu einem wahren Hype geführt. Wo sie heute stehen und was der Handel sagt – ab **Seite 17**



Mutige Anleger haben mit dem Bitcoin sehr viel Geld verdient. Foto: Aleksai Raisa



## Österreich top, Osteuropa Flop: Gemischte Bilanz bei Rewe Group

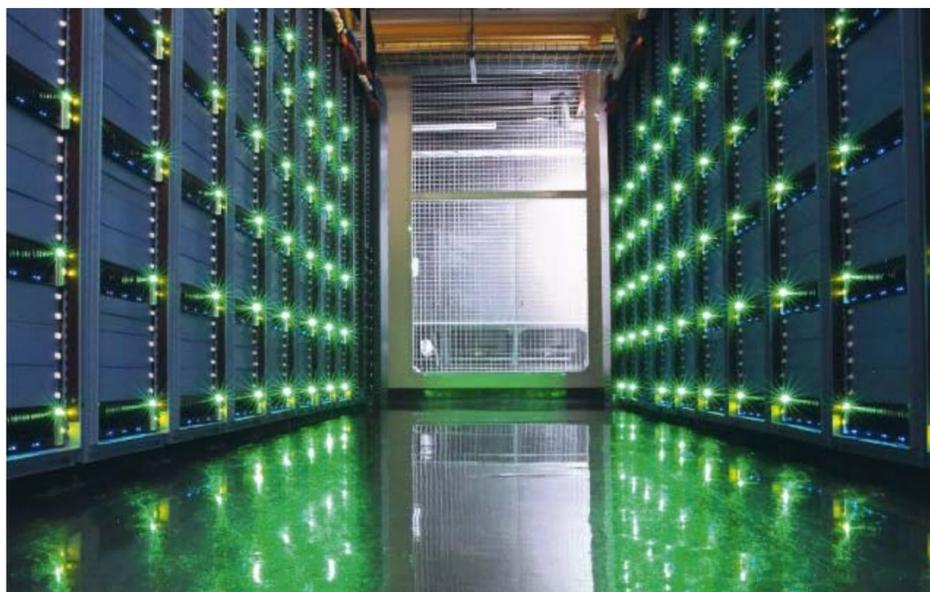
**Jan Kunath**, Chef des Bereichs Discount International der Rewe Group, zieht Bilanz für 2020. Das Pandemie-Jahr habe Penny International gewaltig herausgefordert. „Auf der Kostenseite hat uns Corona erheblich belastet, das summiert sich auf einen zweistelligen Millionenbetrag. Wir haben sehr viel für Schutz und Sicherheit von Mitarbeitern und Kunden ausgegeben. Beim Umsatz haben wir uns in Österreich und bei Penny International positiv entwickelt.“ Bei Penny habe man

in allen Auslandsmärkten ein gutes Umsatzplus erreicht und das Filialnetz um rund 50 Märkte erweitert. „Bei Billa in Mittel- und Osteuropa, wo die Kaufkraft wegen der Krise stärker gelitten hat, war die Entwicklung schwächer. Dort hatten wir in einigen Ländern auch negative Umsatzeffekte, weil wir viele Billa-Filialen in Einkaufsstraßen und -zentren haben, wo kaum Frequenz war“, so Kunath. Seit einem halben Jahr sei man dort wieder auf dem Umsatzlevel des Vorjahres. (cs)

## Monoprix will neues Kaufhaus-Konzept für Deutschland

**Eine neue Generation** von Kaufhäusern will das französische Handelsunternehmen Monoprix auch nach Deutschland bringen. Das Pilotprojekt steht auf dem Montparnasse in Paris. Inhalte des Konzepts: französischer Lebensstil, aber standortangepasst. Im Lebensmittelbereich viele Spezialitäten mit besonderem Fokus auf lokale, saisonale Bio-Produkte vor allem bei Obst und Gemüse. Ein besonderes Highlight ist die Bäckerei, wo die Kunden jeden Schritt des Brotbackens verfolgen kön-

nen. Käse, Fleisch und Fisch schaffen die Atmosphäre eines lokalen Markts. Dazu gibt es zahlreiche gastronomische Angebote. Monoprix will das Konzept vor allem in Skandinavien, Deutschland, Belgien, den Niederlanden, Portugal und Spanien mit Franchise-Partnern unter lokalen Investoren umsetzen. Die Monoprix-Gruppe führt in Frankreich rund 800 Filialen und hat hohe Ambitionen: Der Umsatz soll innerhalb von 10 Jahren auf 10 Milliarden Euro verdoppelt werden. (rm)



Bei Alibaba Cloud kommen Server mit intelligenten Flüssigkeitskühlsystemen zum Einsatz. Foto: Alibaba Group

## Alibaba Cloud stemmt Global-Shopping-Festival

**800 Millionen Konsumenten** haben während des weltgrößten Online-Shopping-Festivals, das traditionell vom 1. bis 11. November stattfindet, bis zu 583.000 Bestellungen pro Sekunde bei über 250.000 Marken und Händlern aufgegeben, berichtet die Alibaba Group. Dieses enorme Aufkommen habe Alibaba Cloud mit „Zero Downtime“ gestemmt. Zu den technologischen Highlights zählten unter anderem Zehntausende Livestreams auf Taobao Live, virtuelle Moderationen sowie eine Livestreaming-Übersetzungsfunktion in Echtzeit vom Chinesischen ins Englische, Russische, Spanische und Französische. Acht Millionen Zuschauer weltweit verfolgten damit während des Festivals mehr als 9.000 Livestreams auf der Plattform AliExpress. MaxCompute, die proprietäre Data-Warehousing-Plattform von Alibaba, verarbeitete während des elftägigen Festivals täglich bis zu 1,7 Exabyte (ein Exabyte entspricht 1 Milliarde Gigabyte) an Daten. „Wir sind stolz darauf, dass selbst während der verlängerten elftägigen Festivalperiode keine Ausfallzeiten gemeldet wurden“, sagt Selina Yuan, President of International Business von Alibaba Cloud Intelligence.

## SCHWEDEN

Wie sich Lidl und Coop in Schweden schlagen und welche Auswirkungen Corona auf die Exporte hat – ab **Seite 02**.



Land des Knäckebrots. Foto: Getty

## MEERESGEMÜSE

Algen gelten als Proteinquellen der Zukunft und sollen zur Ernährungssicherheit beitragen. Erntemengen und Kooperationen nehmen global zu. **Seite 09**



Vom Meer auf den Teller? Foto: Unsplash

## KULTWURST

Eberswalder Wurst ist vor allem im Osten Kult. Darauf will man sich aber nicht ausruhen und investiert in Forschung. **Seite 14**



Spezialitäten aus Brandenburg. Foto: Ebersw.

## INTERVIEW

Singer-Songwriter Gregor Meyle weiß, dass nur gutes Essen auch gute Energie bringt. Wie er beim Opa kochen gelernt hat und welche Herausforderung Corona darstellt, erzählt er auf **Seite 24**.



Foto: R. Schönenberg



## Aldi erweitert Test mit Deliveroo

Der On-Demand-Liefertest von Aldi mit Deliveroo wird auf fast 130 Aldi-Filialen in ganz Großbritannien ausgeweitet. Erst im vergangenen Monat hatte der Discounter verkündet, dass er den Test auf 42 Geschäfte in ganz Großbritannien ausbaut. Nun gibt Aldi UK bekannt, dass der Test auch in ausgewählten Filialen in Schottland und Wales zur Verfügung steht. Kunden in einem Umkreis von sechs Kilometern um die teilnehmenden Geschäfte können aus einem Sortiment von rund 400 essenziellen Aldi-Lebensmitteln auswählen. Produkte werden von Aldi-Mitarbeitern kommissioniert und verpackt, innerhalb von 20 Minuten ausgeliefert.

## Delhaize kauft Freshdirect

Ahold Delhaize und Centerbridge Partners haben den Online-Lebensmittelhändler „FreshDirect“ übernommen. Ahold Delhaize erwirbt die Mehrheitsbeteiligung, und die Investmentfirma Centerbridge Partners wird ein Minderheitsbeteiligungs-investor mit einem Anteil von 20 Prozent sein. Nach Abschluss des Vertrags behält Freshdirect seinen Markennamen bei, berichtet an einen siebenköpfigen Vorstand und arbeitet weiterhin unabhängig von seinem Werk in New York City aus. Die Transaktion wird voraussichtlich im ersten Quartal 2021 abgeschlossen. Freshdirect ist ein führender Anbieter für Frische-Produkte. (hmi)

„Standorte, die vom grenzüberschreitenden Handel abhängig sind, in der Stadt oder in Einkaufszentren, stecken Corona nicht so einfach weg.“

Joakim Bohman, ICA

## Friesland feuert Mitarbeiter

Friesland Campina Deutschland muss Kosten einsparen und plant, 195 Mitarbeiter in Heilbronn und Köln zu entlassen. Vor allem aufgrund der Folgen der Corona-Pandemie will das Molkereunternehmen die 2018 eingeleitete globale Strategie „Our Purpose, Our Plan“ noch schneller umsetzen. Schwerpunkte sollen auf Wachstumssegmenten liegen, also recht erfolgreichen Kernmarken wie Landliebe, Chocomel, Valess, Tuffi, Frico und Holland Master, aber auch auf der „strukturellen Kostensenkung“. Friesland Campina Germany GmbH ist ein Molkereunternehmen mit Sitz in Heilbronn. Der Mutterkonzern ist die Koninklijke Friesland Campina. Das Unternehmen bekennt sich in einer Mitteilung ausdrücklich zum deutschen Markt und beabsichtigt auch weiterhin, in Deutschland zu investieren.

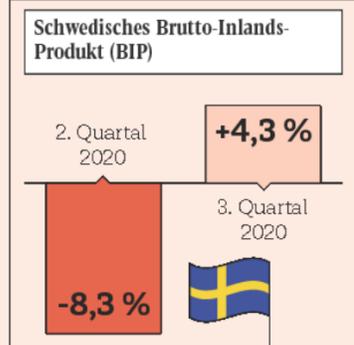
SCHWEDENS WEG

## Vor der Umkehr

Die Schweden machten lange ihr eigenes Ding. Mit Folgen.

Lange glaubte Schweden, mit seinem Sonderweg in der Pandemie gut zu fahren. Doch die neue Ansteckungswelle ist höher als gedacht. Die Regierung beschließt nun doch zu handeln, auch mit Kontaktbeschränkungen.

Denn spurlos ist Corona nicht an Schweden vorbeigegangen – das Land lebt vom Außenhandel. „50 Prozent des Bruttoinlandsproduktes (BIP) erwirtschaften wir über den Export“, erklärt Branchenexpertin Malin Johansson von der Deutsch-Schwedischen Handelskammer. Deutschland ist dabei der wichtigste Partner. „Läuft es dort gut, läuft es auch bei uns gut“, so Johansson.



son. Würgt aber in Deutschland ein Lockdown durch die Corona-Lage die Konjunktur ab, leidet Schweden mit. Die Folge: „Ein historischer Rückgang des BIP von 8,3 Prozent im zweiten Quartal“, so Johansson. Wenigstens haben die Urlauber über den Sommer dafür gesorgt, dass die schwedische Statistikbehörde SCB für das dritte Quartal wieder ein Plus von 4,3 Prozent melden konnte.



Die Handelsforscher vom Handelns Utredningsinstitut AB (HUI Research) sehen aktuell drei Szenarien für den Rest des Jahres: glückliche Kunden, die sich in geöffneten Geschäften sicher fühlen und dem LEH ein Plus von sieben Prozent bescheren. Von nur fünf Prozent Wachstum geht Szenario zwei aus, wenn sich die Verbraucher lieber einschränken, als sich dem Ansteckungsrisiko aussetzen. Ein Plus von noch drei Prozent wäre für den LEH drin, falls viele Geschäfte schließen müssen. (sto)

# VORRATSKÄUFE UND COCOONING Schweden hamstern

Der Lebensmittelhandel gehört auch in Schweden zu den Corona-Gewinnern. Er hat die Pandemie auch clever genutzt. Noch ein Gewinner: Lieferservices.

von Inka R. Stonjek, Ryd



ICA-Maxi-SB-Warenhäuser hatten zuletzt große Zuwachsraten. Foto: Jessica Gow/ITF

Appelle statt Verbote: Anders als in den meisten Ländern wurden den Schweden bislang nur wenige Maßnahmen vorgeschrieben. Aber schon vor den gerade erfolgten Korrekturen des „eigenen schwedischen Wegs“ haben sich die Schweden bevorratet und mehr zu Hause gekocht. „Zu den Warengruppen, die insbesondere zu Beginn der Pandemie sehr hohe Steigerungsraten aufwiesen, gehörten Trockenwaren, Tiefkühlkost, Milchprodukte, Wurstwaren sowie Obst und Gemüse“, zählt Joakim Bohman, Director Sales & Operations bei der Branchengröße ICA, auf. Sie hält die Hälfte des schwedischen Marktes und meldete von Januar bis Oktober ein Plus von 7,4 Prozent. „Das stärkste Umsatzwachstum haben die größeren Flächen, allen voran ICA Maxi als SB-Warenhäuser“, erklärt Bohman. Allerdings gebe es auch Filialen, die die Corona-

Krise nicht so leicht wegsteckten: „Das sind vor allem Standorte, die vom grenzüberschreitenden Handel abhängig sind, sowie solche in städtischen Gebieten oder in Einkaufszentren.“

Viele schwedische Lebensmittelhändler haben die Pandemie genutzt, Lieferservices auszurollen beziehungsweise auszubauen. So hat Coop beispielsweise Lieferzeiten speziell für Senioren eingeführt und testet nun Abholboxen am großen Autohof nördlich von Stockholm. Ländliche Nahversorger wurden selbst aktiv und haben die Einkäufe in Eigenregie nach Hause gebracht. Das kam gut an: Vor der Coronakrise haben nur etwa acht Prozent der Schweden mindestens einmal im Monat Lebensmittel online gekauft, jetzt sind es 36 Prozent. Auch in Schweden sind die Händler nun gespannt, welchen Einfluss Corona auf das Jahresendgeschäft haben wird. Bohman

hofft, dass die Ratschläge und Einschränkungen der Behörden in den Geschäften befolgt werden, um einen sicheren Handel zu gewährleisten.

Bis es so weit ist, arbeitet ICA an anderen Lösungen: „Die kurzfristigen Herausforderungen bestehen darin, unsere Logistikabläufe weiter zu sichern.“ Das ist in jedem Fall sinnvoll. „Leere Regale aktivieren nämlich die Verlustaversion und sorgen dafür, dass den Menschen genau diese Dinge plötzlich fehlen“, erklärt der Ökonom Richard Wahlund von der Stockholm School of Economics, warum auch die Schweden im Frühjahr begonnen haben, große Mengen an Toilettenpapier zu kaufen. In diesem Punkt kann Malin Johansson den deutschen Handel jedoch völlig beruhigen: „Schweden ist der größte Exporteur von Toilettenpapier, und Rohstoffe sind genug da. Wir haben keine Lieferschwierigkeiten.“

## Coop Schweden testet Abholboxen

Nördlich von Stockholm startet das schwedische Handelsunternehmen Coop ein Pilotprojekt zur Abholung von Waren, die online bestellt wurden. Die Abholboxen stehen an einem großen Autohof nördlich von Stockholm. „Die Zeit unserer Kunden ist kostbar. Wir tun dies, um für unsere Kunden und Mitglieder besser erreichbar zu sein und ihnen so näher zu kommen“, erklärt Erik Edvardsson, bei Coop Butiker & Stormarknader (CBS) für den Bereich Digital & Märkte zuständig. Nun können sie online über die Homepage www.coop.se einkaufen und im Checkoutprozess einen Ort und ein Zeitfenster zum Abholen auswählen.

Damit dazu keine großen Umwege nötig sind, stehen die Abholboxen an einem zentralen Verkehrsknotenpunkt nördlich von Stockholm, Glädjens Trafikplats in Upplands Väsby. Wird dieser Service gut angenommen, sollen an weiteren Tankstellen und Autohöfen des schwedischen Mineralölunternehmens OKQ8 solche Schränke aufgestellt werden. Den klassischen Abholservice bietet Coop bereits in mehr als 40 Supermärkten an. Coop Schweden gehört zum Kooperativa Förbundet, einer schwedischen Konsumgenossenschaft mit Sitz in Stockholm. Als Dachorganisation von etwa 60 Konsumvereinigungen in Schweden umfasst der KF rund 2,9 Millionen Mitglieder. (sto)

## Polarbröd: Exporte auf ein Minimum reduziert

Bis Ende 2021 wird es wohl noch dauern, bis Polarbröd seine deutschen Handelskunden wieder beliefern kann wie gewohnt. Denn dann soll die neue Bäckerei in Älvsbyn so weit fertiggestellt sein, dass dort wieder mit der Produktion begonnen werden kann. Bis Ende August sind dort die Smörgåsar Polarklämma, Polartoast und Polarmacka vom Band gerollt – tiefgekühlte, fertige belegte Sandwiches aus dem typisch norrländischen Tunnbröd. In der Nacht auf Montag, den 24. August hat ein Brand den Standort Älvsbyn jedoch völlig zerstört und 70 Prozent der Produktion gleich mit. Übergangsweise hat das Familienunternehmen die Produktion an den Standorten Bredbyn und Umeå ausgeweitet und mittlerweile immerhin fast 90 Prozent der ursprünglichen Produktionskapazität wieder erreicht.

„Die Exporte mussten wir allerdings reduzieren“, erklärt die Kommunikationsschefin Helena Rönnmark. Betroffen sind die weichen Brote wie beispielsweise Rågkaka, die nach dem Backen direkt tiefgekühlt werden und auf dem Weg in den Handel auftauen. „Mit unserem Knäckebrot der Marke Polarknäcke können wir aber unsere deutschen Kunden familia, Karstadt Kaufhof, Rewe und Edeka Nord wie gewohnt beliefern“, ergänzt Johan Nylund, bei Polarbröd für den Export zuständig. (sto)



Gerade erst hat Lidl seinen Titel „Retailer of the Year Sweden“ verteidigt. Foto: Lidl



## Aldi Frankreich stärkt sich

Die Ende März dieses Jahres angekündigte Übernahme von Leader Price durch Aldi wurde Mitte November von der französischen Wettbewerbsbehörde genehmigt. Damit kann Aldi 554 Leader-Price-Geschäfte sowie zwei Casino-Geschäfte übernehmen – vorbehaltlich des Verkaufs von neun Verkaufsstellen, bei denen die Behörde ein Wettbewerbsrisiko festgestellt hat. Somit werden in den kommenden Monaten 549 Leader-Price-Geschäfte in Aldi-Filialen umgewandelt. Dadurch wächst der Discounter, der derzeit bereits 883 Filialen in Frankreich betreibt, auf immerhin rund 1.400 Geschäfte im Land an. (hmi)

## Sainsbury's mit neuem Konzept

Sainsbury's hat mit „Fresh Food Market“ ein neues Format eröffnet, das frisches Obst und Gemüse marktähnlich präsentiert und den Fokus auf Saisonalität und britisches Lebensgefühl legt. Es gibt aber auch eine neu konzipierte Bäckerei, Patisserie, Pizza- und To-go-Angebote. Mit dem neuen Konzept soll Sainsbury's Plan, Lebensmittel wieder in den Mittelpunkt des Geschäfts zu stellen, verwirklicht werden. Dafür wurde eine Lebensmittelhalle im Hempstead Valley renoviert. Die Sanierung soll im Februar kommenden Jahres abgeschlossen sein und ist eine der größten Einzelinvestitionen von Sainsbury's in eine Ladenerneuerung in diesem Jahr. (hmi)

## Mercadona investiert

Das spanische Handelsunternehmen Mercadona plant, bis 2025 insgesamt eine Milliarde Euro in die Stärkung und Erweiterung seiner Logistikkapazität zu investieren. Das erklärte Rosa Aguado, Generaldirektorin von Mercadona, in ihrer Rede auf dem 10. Aecoc Supply Chain Congress. Von diesem Gesamtvolumen hat das Unternehmen in diesem Jahr bereits 200 Millionen Euro eingesetzt, für das kommende Jahr ist die Investition von weiteren 300 Millionen Euro geplant. Mercadona S.A. ist mit einem Marktanteil von deutlich über 20 Prozent die größte Supermarktkette in Spanien, der Hauptsitz befindet sich in der Mittelmeerstadt Valencia. In allen Provinzen des Landes ist die Kette vertreten und unterhält in ganz Spanien über 1600 Filialen. Sie haben eine durchschnittliche Verkaufsfläche von 1.300 Quadratmetern. Das Unternehmen befindet sich in Familienbesitz. (hmi)

**E**in schlechtes Image und den Ruf, undurchsichtig und geheimnisvoll zu sein – so skizziert Bella Goldman die Probleme, mit denen der Discounter mit den deutschen Wurzeln viele Jahre zu kämpfen hatte. Im September 2003 ist Lidl mit den ersten elf Geschäften in Schweden gestartet. Heute freut sich die Marketing- und Kommunikationschefin von Lidl Schweden über gute Platzierungen bei verschiedenen Umfragen. So hat es der Discounter beispielsweise erstmals unter die Top Ten im Buzz-Ranking von YouGov geschafft. Dort listet das Marktforschungsunternehmen die Unternehmen bzw. Marken auf, die von den Verbrauchern positiv wahrgenommen werden.

Branchenexpertin Malin Johansson von der Deutsch-Schwedischen Handelskammer sieht eine Ursache für den Erfolg darin, dass Lidl geschickt eine Bedarfsnische besetzt. „Die Einkommensunterschiede sind auch bei uns gewachsen. Schweden hat Bedarf an Handelsketten, die gute Lebensmittel zu einem günstigen Preis anbieten. Aber auch Besserverdienende haben verstanden, dass die Einkaufsstützen nach einem Einkauf bei Lidl voller sind als bei anderen Geschäften.“

Darüber hinaus hat Lidl ein etwas anderes Sortiment als andere Supermärkte, was viele anspricht. Und die Läden liegen oft außerhalb der großen Einkaufszentren, sind aber gut erreichbar und haben viele Parkplätze – in Coronazeiten sicher ein Vorteil. „Das zeigt sich auch zahlenmäßig. Zum 29. Febru-

## SCHWEDEN

# Lidl rollt den Markt von hinten auf

Der Start für Discounter Lidl 2003 in Schweden geriet recht holprig. Das ist mittlerweile vergessen.

von Inka R. Stonjek, Ryd

ar schloss Lidl sein Geschäftsjahr mit einem Nettoumsatz von fast 12 Milliarden Kronen ab, ein Plus zum Vorjahr von neun Prozent. Damit ist der Discounter fast dreimal schneller gewachsen als seine Mitbewerber. Mit einem Marktanteil von mittlerweile fast fünf Prozent liegt Lidl derzeit auf Platz fünf

der stärksten schwedischen Lebensmittelhändler. Davor liegen ICA (51 Prozent), Axfood (18), Coop (17) und Bergendahls (7).

Im November hat der Discounter, der gerade erst seinen Titel „Retailer of the Year Sweden“ verteidigt hat, seine 201. Filiale im Stockholmer Stadtteil

Barkarbystaden eröffnet. Bis zum Jahresende werden noch drei weitere folgen. Besonders sticht der Neubau auf Gotland hervor. Er ist überwiegend aus Holz gefertigt, mit Holzvertäfelung, -wänden, -balken und -dach. Über seinen gesamten Lebenszyklus hinweg gerechnet sollen unter dem Strich Emissionen in Höhe von null rauskommen. Dazu muss er die Emissionen, die unter anderem in der Bauphase und danach entstehen, im Laufe der Lebensdauer wieder kompensieren – zum Beispiel, indem er selbst erneuerbare Energie produziert. Dazu tragen unter anderem 780 Quadratmeter Solarzellen bei.

Aktuell betreibt Lidl übrigens rund 11.200 Filialen in derzeit 29 Ländern weltweit.



**Schweden hat Bedarf an Handelsketten, die Lebensmittel zu einem günstigen Preis anbieten.**

Malin Johansson von der Deutsch-Schwedischen Handelskammer



**WIR FREUEN UNS ...**

| ... für die Gewinner der Verpackung des Jahres.

| [innofact.com](http://innofact.com)



Ihr Studienvorhaben?  
Teamleiterin Christina Handke freut sich über Ihre Anfrage:  
[c.handke@innofact.com](mailto:c.handke@innofact.com)

**INNOFACT AG**  
DAS MARKTVERSPRUNGSINSTITUT

SCHWEDENS CORONA-STRATEGIE

## Kontrolle ist doch besser

von Inka R. Stonjek, Schweden

**S**pricht man die Schweden auf die Corona-Strategie ihres Landes an, kommt meist ein „Hm“ – ein kehliger Universallaut, den die Schweden zu vielen Gelegenheiten von sich geben. Er kann zustimmend gemeint sein, ablehnend, ausweichend. Im Corona-Zusammenhang folgt dem „Hm“ meist eine Pause, dann ein geseufztes „Ja“. Der Schwedenkundige weiß dann, dass er sich auf unliebsames Terrain begeben hat.

Umfragen aus dem Frühjahr zufolge stehen die Schweden hinter der Corona-Strategie ihres Landes. Die Mehrheit stellt die staatlichen Autoritäten bis heute nicht infrage. Dazu gehört auch die schwedische Gesundheitsbehörde (Folkhälsomyndigheten, FHM). Sie appellierte an Betriebe, so viele Mitarbeiter wie möglich vom Homeoffice aus arbeiten zu lassen. An Bürger, bei den kleinsten Krankheitssymptomen zu Hause zu bleiben. Hände waschen, Abstand halten. Doch es reicht nicht mehr. Der Herbst brachte die zweite Welle, die Opferzahlen sind hoch. Plötzlich kommt Bewegung auf. Die Unantastbarkeit der schwedischen Gesundheitsbehörde wackelt, ihr oberster Epidemiologe Nils Tegnell verliert an Einfluss. Und die Regierung wacht auf: Sie hat Zusammenkünfte im öffentlichen Raum auf acht Personen begrenzt. Immer mehr Schweden werden selbst aktiv und ziehen Masken an. Die Maske als Statement.

Von solchen Maßnahmen wird der Erfolg des Jahresendgeschäfts im Handel abhängen. Denn nur, wenn die Situation so weit im Griff ist, dass die Geschäfte geöffnet bleiben dürfen und sich die Menschen dort sicher fühlen, werden sie Spaß am Konsum haben. Das haben die Schweden nun selbst in der Hand, ermahnte jüngst Ministerpräsident Löfven in einer Fernsehansprache. Und wieder appellierte er an Abstand, Hygiene, Respekt und Rücksichtnahme. Also nichts Neues eigentlich.

**Inka R. Stonjek** lebt in Schweden und arbeitet dort als freie Fachjournalistin. Inhaltlich geht es bei der Ernährungswissenschaftlerin meist um das Thema Essen und Trinken.



„**Die Maske ist für viele Schweden ein Statement.**“

Inka R. Stonjek



WERKVERTRÄGE FLEISCHBRANCHE

## Sehr lange gezögert

von Jens Hertling

**D**er schlechte Ruf der Schlachtbranche war zum Schluss entscheidend. Aber es hätte der Pandemie eigentlich nicht bedurft, um zu wissen, dass die Arbeits- und Lebensbedingungen der Arbeiter in den deutschen Schlachthöfen schlecht sind. Alle Anläufe, etwas zu ändern, gingen bisher ins Leere. Jetzt sollen neue Gesetze die Lage verbessern – nicht aus Einsicht, sondern wegen der Corona-Pandemie.

Die Politik hat sehr lange weggesehen. Am Ende hat die Pandemie diese Praxis beendet. Die Union gab jetzt ihren Widerstand auf gegen eine scharfe Regulierung der Fleischindustrie, die künftig weder Werkvertragsarbeitnehmer noch Leiharbeiter beschäftigen darf. Der jetzt gefundene Kompromiss ist tragfähig und intelligent. Zentraler Punkt ist das vollständige Verbot von Werkverträgen in der industriellen Fleischproduktion, wie sie vor allem in den Schlachthöfen stattfindet.

Zusätzlich vereinbarten die Großkoalitionäre eine auf drei Jahre befristete Ausnahmeregel: Auftragsspitzen können durch Leiharbeiter aufgefangen werden – indes nur in der Fleischverarbeitung, nicht beim Schlachten und Zerlegen. Bedingungen: Das Unternehmen muss tarifgebunden sein, für Leiharbeiter gelten die gleichen Arbeitsbedingungen, und die Höchstüberlassungsdauer ist auf vier Monate begrenzt. Ob sich damit die Bedingungen in den Schlachtbetrieben wirklich verändern, bleibt abzuwarten. Interessant wird es auch, wie die Verbraucher reagieren, wenn die Preise für Fleisch und Wurst steigen sollten, was aufgrund höherer Personalkosten zu erwarten ist.

**Jens Hertling** arbeitet als Redakteur für die Lebensmittel Praxis und LP.economy. Er ist für die Warengruppen Fleisch, Wurst und Geflügel, Convenience sowie Recht zuständig.



„**Am Ende hat die Corona-Pandemie diese Praxis beendet.**“

Jens Hertling



GASTKOMMENTAR

## Selbstbedienungsverbot für Biozide?

von Dr. Hans-Dietrich Reckhaus

**B**iozide laufen seit Jahren richtig gut. Es sind die smarten Problemlöser für daheim: Klebefallen gegen Motten, Köderdosen gegen Ameisen und Sprays gegen Mücken. Die Marge ist hervorragend. Aber die Medien berichten vom drastischen Insektensterben und zeigen die Schattenseite der Branche auf. Der Markt muss sich schöpferisch zerstören und neu erfinden. Worum geht es? Insekten sind wichtig. 90 Prozent aller Pflanzen und sehr viele Tiere brauchen sie zur Bestäubung und als Nahrung. Der bekannteste Insektenforscher der Welt Edward O. Wilson sagt: Ohne Insekten überleben Menschen nur wenige Monate. Wie können Anbieter von Insektenbekämpfungsmitteln damit umgehen?

Die Politik geht voran. Das von der Bundesregierung 2019 verabschiedete Aktionsprogramm Insektenschutz ist weitreichend. Derzeit wird ein Selbstbedienungsverbot diskutiert: Mottenpapier, Ameisenköder, Insektensprays usw. dürften ab 1.1.2022 nicht mehr angeboten werden (Referentenentwurf einer Verordnung zur Neu-



„**Der Markt muss sich schöpferisch zerstören und neu erfinden.**“

Dr. Hans-Dietrich Reckhaus



ordnung nationaler untergesetzlicher Vorschriften für Biozid-Produkte, Umweltbundesamt August 2020). Herstellern wie SCJohnson (Raid), ScottsCelaflor (Nexalotte), Aeroxon und Neudorff, Händlern wie dm und Rossmann, aber auch dem LEH und Discount würden viele Millionen Umsatz wegfallen. Auch der Konsument fordert neue Antworten. Nur wegen Corona ist es nicht zu weiteren Volksbegehren wie 2019 in Bayern gekommen, als über 1,74 Millionen Menschen und damit rund 18 Prozent aller Stimmberechtigten sich für die Reduzierung von Insektiziden ausgesprochen haben.

Ein Selbstbedienungsverbot könnte der folgerichtige Weg sein. Der Verkauf liefe ausschließlich mit Sachberatung. Dabei wird aber das Hauptproblem außer Acht gelassen. Das Problem sind nicht die Produkte oder die Präsentation im Regal. Was fehlt, sind Bewusstsein für Insekten, Wissen über die Wichtigkeit von Artenvielfalt und die Einsicht, dass jeder etwas gegen das Insektensterben tun kann. Jedes Produkt könnte hier den entscheidenden Beitrag leisten. Es geht nicht um die für den Konsumenten unverständliche Kennzeichnung nach Chemikalien- und Biozidrecht. Doch jede Verpackung kann aufklären: Über den Wert von Insekten. Über Präventionstipps, wie man sich vor Insekten schützen kann, ohne sie zu töten. Werden die Produkte nicht mehr angeboten, wird genau diese

Chance nicht genutzt. Schlimmer: Der Kunde wird auch weiterhin Biozide kaufen: in Fachgeschäften, im Baumarkt und vor allem im Versandhandel. Gerade bei Letzterem werden unseriöse Qualitäten angeboten. Der Markt würde kleiner, Innovationen blieben aus. Der Kunde wird weiter Insekten töten, nur mit schlechteren Produkten zu höheren Preisen.

Kann es in diesem Umfeld überhaupt ein sinnvolles, zukunftsträchtiges Angebot geben? Industrie und Handel können sich auf den Ursprung besinnen. Es geht mit den Angeboten um unseren Umgang mit Insekten. In der Vergangenheit haben wir Insekten getötet. Heute sollten wir sie retten und morgen fördern. Lebendfallen sind der erste Schritt: Bekämpfung ohne zu töten. Das gefällt dem Kunden! Und auch Fernhalteprodukte wie zum Beispiel Insektengitter. Der zweite Schritt sind Förderprodukte wie Nisthilfen und Samenmischungen. Schöpferisch sollten die bestehenden Angebote zerstört werden, zuerst die Insektizide. Um Platz zu schaffen für einen neuen Umgang mit Insekten. Eine Zerstörung mit äußerst interessantem Marktpotenzial.

**Dr. Hans-Dietrich Reckhaus** führt in zweiter Generation das gleichnamige Familienunternehmen in Bielefeld. Mit dem Gütesiegel „Insect Respect“ will er die Branche verändern.