

LP

Lebensmittel Praxis



Ausgabe 8_2025
7. Mai
Einzelverkaufspreis
4,90 Euro

Develey-Chef
ALLES AUSSER GEDULDIG
Warum Michael Durach jetzt investiert – und er eine Aversion gegen Stillstand hat

Seite 66



Was in uns steckt

Die Trübsal im Land nimmt auch Lebensmittelhändlern und -herstellern den Mut. Doch die Lage ist besser als die Laune. Warum es Grund für Optimismus gibt.

Seite 6

VON AMTS WEGEN

Wie Frittierfett-Prüfung und andere Vorschriften lähmen...Seite 24

DAS KANN DAS LAND

So urteilen die Entscheider der Branche über den Standort...Seite 18

MIT EMOTIONEN

Wie der Globus-Chef den Kunden die Kaufunlust nimmt...Seite 34



„Mewa ist ein europäisches Familienunternehmen mit starken Wurzeln in Deutschland. Von hier aus wachsen wir international weiter.“

Michael Kümpfel,
Mewa-Gruppe



„Es kommt jetzt darauf an, in der Praxis Rahmenbedingungen zu schaffen, damit der Mittelstand sein Potenzial weiterhin entfalten kann.“

Andreas Ronken,
Alfred Ritter



„Unsere wichtigsten Argumente sind die Frische unserer Produkte und die absatznahe Produktion.“

Frank Kleiner,
Harry-Brot



„Deutschland steht für höchste Qualitätsstandards in der Lebensmittelproduktion und setzt Maßstäbe bei Nachhaltigkeit und Tierwohl.“

Michael Ponnath,
Ponnath-Gruppe



„Deutschland ist für uns ein besonders wichtiger Markt. Herausfordernd sind jedoch einige strukturelle Themen. Dennoch überwiegen für uns die Chancen deutlich.“

Klaus Darbo, Darbo

EINSCHÄTZUNGEN AUS HANDEL UND INDUSTRIE

HIER GEHT WAS – WENN MAN UNS LÄSST

Was macht den Standort Deutschland aus? Das sagen die Entscheider.



„Die Stärke des Standorts Deutschland verdankt dieser der Kreativität und Innovationskraft kleiner und mittelständischer Familienbetriebe. Unternehmerisches Denken und Handeln sind essenziell für Dynamik und Wohlstand unserer Gesellschaft.“

Markus Mosa, Edeka



„Deutschland ist für uns weit mehr als ein Produktionsstandort – es ist unsere Heimat und Teil unserer Identität.“

Alexander Laue,
Hela



„Die Bedingungen sind gut: ein stabiles politisches Umfeld, erfahrenes Personal, hohes Entwicklungsniveau in Forschung und Technik.“

Karl-Heinz Westing,
Internsnack Deutschland



„Um die Lebensmittelproduktion in Deutschland zukunftssicher aufzustellen, braucht es Planungssicherheit für die Landwirte.“

Max Tönnies, PFG/Tönnies



„Es sind die vielen Familienunternehmen, die Deutschland auszeichnen. Sie sind fest in der Region verwurzelt und hochgradig spezialisiert.“
Dr. Ingmar Ingold,
Wiltmann



„Die starken deutschen Wurzeln sind Wettbewerbsvorsprung und Grundvoraussetzung für unsere starke internationale Ausrichtung.“
Robert Mähler,
Trolli



„Die Berufsausbildung an zwei Lernorten, dem Betrieb und der Berufsschule, ist weltweit einzigartig.“

Prof. Ulrike Detmers,
Mestemacher



„Wir schätzen das Vertrauen, das Verbraucher weltweit in das Siegel ‚Made in Germany‘ setzen.“
Frank Gemmrig,
Cavendish & Harvey



„Für uns ist die Zusammenarbeit mit regionalen Zulieferern und der Zugang zu bestens ausgebildeten Fachkräften ein großer Standortvorteil.“
Heinz-Günter Trockels,
Kuchenmeister



„Wir bekennen uns ganz klar zum Standort Deutschland und setzen uns für den Erhalt und den Ausbau der deutschen Geflügelwirtschaft ein.“
Peter Wesjohann,
PHW-Gruppe



„Wir glauben an den Standort Deutschland und setzen uns für ihn ein. Dafür investieren wir jedes Jahr zwischen 60 und 90 Millionen Euro in die Werke vor Ort, dieses Jahr sind es rund 80 Millionen Euro.“

Alexander von Maillot, Nestlé-Deutschlandchef



„Trotz steigender Produktionskosten und zunehmender regulatorischer Anforderungen blicken wir mit großer Zuversicht in die Zukunft.“
Michael Schulze Kalthoff,
Westfleisch



„Der Standort ist das Fundament der Süßwarenwirtschaft – Quelle für Qualität, Vielfalt, Innovationskraft, die weltweit geschätzt werden.“
Joachim Eckert,
Sweets Global Network



„Der Standort Deutschland hat enormes Potenzial, wenn es gelingt, politisch bessere Rahmenbedingungen zu schaffen.“
Markus Bunting,
Bünting