



# Branchendialog Konsumgüterindustrie

## Gemeinsame Erklärung

### Präambel

An dem vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) am 26. April 2021 organisierten Branchendialog Konsumgüterindustrie nahmen Vertreter der Glasindustrie, der Keramikindustrie, der Textil- und Modeindustrie, der Möbelindustrie, der Papierindustrie sowie der Markenwirtschaft teil. Die hier vertretenen Branchen der Konsumgüterindustrie leisten mit ihren rund 500.000 Beschäftigten und einem Jahresumsatz von über 95 Mrd. Euro einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung in Deutschland. Die überwiegend mittelständischen Unternehmen und ihre Beschäftigten stehen für hohe Qualität, Innovationskraft sowie Ausbildungs- und Nachhaltigkeitsstandards.

Ein sich veränderndes Konsumverhalten, steigende Anforderungen an Produkte und Lieferketten, Marktverschiebungen zugunsten des Onlinehandels, steigende Produktionskosten sowie die Anforderungen durch den European Green Deal lassen die Herausforderungen für die mittelständischen Unternehmen steigen und das Marktumfeld zunehmend kompetitiver werden. Die Corona-Pandemie hat den Transformationsdruck für breite Teile der Konsumgüterindustrie deutlich erhöht.

Zur Sicherung ihrer Wettbewerbsfähigkeit und Arbeitsplätze müssen die Branchen der Konsumgüterindustrie den Wandel zu mehr Nachhaltigkeit daher engagiert angehen und die Möglichkeiten der Digitalisierung noch stärker nutzen. An der Aktivierung von Innovationspotential sowie der Nutzung technologischer Neuerungen setzen auch die nationale sowie die europäische Industriestrategie an.

Schlüssel zum Erfolg sind und bleiben die Beschäftigten; sie gehören zu den wichtigsten Innovationstreibern. Ausbildung und bedarfsgerechte Qualifizierung sind zentrale Stellschrauben und müssen gemäß den Anforderungen an den Wandel, insbesondere auch hinsichtlich der fortschreitenden Digitalisierung fortentwickelt werden.

Mit dem vom BMWi initiierten Branchendialog Konsumgüterindustrie wird der Wirtschaft eine Plattform geboten, Gesamtlösungen für spezifische Themen der Konsumgüterbranchen zu entwickeln. Der Branchendialog Konsumgüterindustrie ist langfristig angelegt und soll fortgesetzt werden.

Folgende Themenfelder wurden im Vorfeld des Branchendialogs als zukunftsweisend identifiziert:

## 1. Erhebliche Belastungen der Corona-Pandemie für weite Teile der Konsumgüterindustrie

Die Corona-Pandemie hat sich auf die Branchen der Konsumgüterindustrie unterschiedlich stark ausgewirkt.

Die Modeindustrie (Bekleidung, Schuhe und Lederwaren) ist durch die Schließungen des stationären Einzelhandels, anderer pandemiebedingter Einschränkungen und den damit z. T. einhergehenden Veränderungen des Konsumverhaltens der Verbraucher schwer von der Corona-Krise getroffen. Ähnliches gilt, wenngleich weniger stark, auch für die Möbelindustrie. In Teilen ist auch die Glasindustrie betroffen, deren Umsatzrückgang im Branchendurchschnitt aber moderat ausfiel. In der Papierindustrie haben einige Bereiche, wie z. B. Verpackungs- und Hygienepapiere, leichte Absatzzuwächse verzeichnet. Die Einschränkungen im Hotel- und Gaststätten- sowie Tourismusgewerbe haben neben der Schließung des Einzelhandels für Unternehmen der Keramikindustrie zu erheblichen Umsatzrückgängen geführt. Die Unternehmen der von der Pandemie besonders betroffenen Branchen konnten den Umsatzverlusten teilweise, mit z. T. erheblichem Kapitaleinsatz, durch einen kurzfristigen Ausbau des Online-Vertriebs entgegenwirken. Der stationäre Einzelhandel bleibt aber weiterhin der wichtigste Absatzkanal.

Mit einem hohen Grad an Flexibilität und Verantwortungsbewusstsein haben die Unternehmen und Beschäftigten auf diese Betroffenheit reagiert. Damit haben sie einen wichtigen gesamtgesellschaftlichen Beitrag zu Bekämpfung der Pandemie geleistet. So unterstützte die Textilindustrie beispielsweise durch die Produktion von Atemschutzmasken und Schutzkitteln, die Papier- und Verpackungsindustrie war durch den Anstieg des Onlinehandels besonders gefordert, Hersteller von Körperpflege-, Wasch- und Reinigungsmitteln deckten verlässlich den rasant gestiegenen Bedarf an Hygiene- und Desinfektionsmitteln, und die Glasindustrie ist starker Partner bei der Bereitstellung von Impfstoffen. Beschäftigte haben durch den schnellen Wechsel ins Homeoffice aber auch durch ihr Engagement beim Ausbau von Online-Angeboten der Unternehmen maßgeblich dazu beigetragen, dass die Unternehmen auf die Herausforderungen der Pandemie adäquat reagieren können.

Ein zentrales Thema in der Pandemie ist für alle Branchen die Verfügbarkeit von Rohstoffen und Vorprodukten. Dabei wirkt sich neben den ohnehin bestehenden pandemiebedingten Beschränkungen der Lieferketten die Volatilität im Konsum noch zusätzlich in Form von Produktionsschwankungen auf den Bedarf an Rohstoffen aus. Dies hat für die Konsumgüterbranchen auch zu erheblichen Kostensteigerungen in der Produktion geführt.

Die Ausgangslage für die Unternehmen der Konsumgüterindustrie hat sich mit Blick auf die mittel- und langfristig anstehenden Transformationsprozesse in Folge der Corona-Pandemie zum Teil erheblich verschlechtert. Dies sollte bei Überlegungen für zukünftige Regulierungen berücksichtigt werden. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen benötigen aufgrund begrenzter personeller und finanzieller Kapazitäten bürokratiearme Rechtsrahmen und Standortbedingungen.

Deutlichen Bürokratienteilungen werden vor diesem Hintergrund besondere Bedeutung zugemessen. Um die zum Teil schwerwiegenden Folgen der Corona-Pandemie für die Unternehmen abzufedern, hat die Bundesregierung zahlreiche Unterstützungsmechanismen geschaffen und ist auch beständig dabei, diese zu verbessern und auszubauen. So stehen zur kurzfristigen Liquiditätssicherung vor allem das KfW-Sonderprogramm, der KfW-Schnellkredit

sowie die Bürgschaftsprogramme zur Verfügung. Zur Deckung ihrer Fixkosten können die Unternehmen Überbrückungshilfe beantragen. Hier gibt es für Einzelhändler, Hersteller und Großhändler die Möglichkeit, Sonderabschreibungen für Saisonware geltend zu machen. Unternehmen, die im Rahmen der Corona-Pandemie besonders schwer und über eine sehr lange Zeit von Schließungen betroffen sind, erhalten einen neuen zusätzlichen Eigenkapitalzuschuss.

## 2. Entwicklung zu einer Kreislaufwirtschaft

Eine der größten Herausforderungen gerade auch für die Branchen der Konsumgüterindustrie ist die Transformation in eine Kreislaufwirtschaft. Der effiziente und effektive Einsatz von Ressourcen und erneuerbarer Materialien und Energien sowie die Entkopplung des Abfallaufkommens von der Wirtschaftsleistung sind eine zentrale Aufgabe für Industrie, Politik und Gesellschaft.

Das stetig wachsende Bewusstsein der Konsumenten für nachhaltige Kaufentscheidungen kann u. a. durch die Implementierung von verbraucherbezogenen Aspekten einer Kreislaufwirtschaft in Form von Produktinformationen sowie dem Ausbau produktbezogener Dienstleistungen, wie Reparatur und Aufbereitung, aber auch durch Nutzungsformen, wie Leasing und Sharing, gerade für bestimmte Bereiche des Konsumgütersektors zu einem wichtigen Wachstumstreiber werden.

Die EU-Kommission hat in ihrem Kreislaufwirtschafts-Aktionsplan als Teil des Green Deals einen Rechtsrahmen für eine nachhaltige Produktpolitik angekündigt, der auf Anforderungen für Zirkularität und Langlebigkeit von Produkten sowie die Erhöhung des Anteils an qualitativ hochwertig recycelten Materialien statt Primärstoffen zielt. Eine der genannten Fokusbranchen hier ist die Textil- bzw. Bekleidungsindustrie. Grundsätzlich ist jedoch ein Überdenken der Branchengrenzen nötig, um den Einsatz recycelter Materialien nicht zu eng zu betrachten. Branchenunabhängige, aber auf Materialeigenschaften und Recyclingtechnologien abgestimmte Wertstoffkreisläufe müssen das Ziel bleiben.

Mit einer effizienten und marktnahen Regulierung auf europäischer Ebene können verlässliche Rahmenbedingungen und damit die notwendige Rechts- und Planungssicherheit für die Unternehmen in diesem Transformationsprozess geschaffen werden. Gleichzeitig muss jedoch auch sichergestellt werden, dass die Industrie den erforderlichen Spielraum hat, um innovative Ideen einbringen zu können. Dabei zeigt sich gerade beim Thema Kreislaufwirtschaft, dass es auf die spezifischen Strukturen und Voraussetzungen der Branchen und ihrer Produkte ankommt. Vorgaben bei Fragen zu Einsatz und Beschaffenheit von Rezyklaten oder beim Ökodesign von Produkten werden kritisch gesehen, da sie Innovationsprozesse beschränken können. Ökologischer und ökonomischer Nutzen sowie technische Barrieren und Marktüberwachung müssen im Einzelfall geprüft und bewertet werden.

Bei der Umsetzung von EU-Recht zur Kreislaufwirtschaft auf nationaler Ebene ist die Etablierung eines europäischen Binnenmarktes für kreislauffähige Konzepte im Blick zu behalten, Insellösungen sollten daher vermieden werden. Mit Blick auf die wachsenden bürokratischen Anforderungen müssen auch Belastungen durch EU-Regelungen insgesamt deutlich verringert werden. Die von der EU-Kommission angekündigte Einführung der „One In, One out“-Regel für europäische Legislativvorschläge ab 2022 wird vor diesem Hintergrund grundsätzlich begrüßt. Um eine ehrliche Bürokratiekostenbilanz der aktuellen Kommission zu ziehen sowie möglichst schnelle und spürbare Entlastung zu erzielen, sollte allerdings über eine Ausweitung dieser Regel auf die bereits vorgelegten Legislativvorschläge sowie über eine zügige Einbeziehung des entscheidenden

gesamten Erfüllungsaufwandes in die „One In, One out“-Regel nachgedacht werden. Unnötige bürokratische Belastungen sind zu vermeiden.

Das BMWi wird auch weiterhin für einen regelmäßigen Austausch zu aktuellen und übergreifenden Themen des Ökodesigns mit allen Beteiligten zur Verfügung stehen und sie bei anstehenden Diskussionen auf nationaler und europäischer Ebene einbeziehen (bspw. durch die etablierten Beraterkreise der Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung).

Ein wichtiger Treiber für eine geschlossene und klimaschonende Kreislaufwirtschaft gerade in der Konsumgüterindustrie kann die industrielle Bioökonomie sein. Mit einer neuen Förderrichtlinie unterstützt das BMWi daher die Nutzung und den Bau von Demonstrationsanlagen für die industrielle Bioökonomie. Ziel ist es, den Transfer bioökonomischer Produkte und Verfahren in die industrielle Praxis zu fördern.

### 3. Transparente Lieferketten gestalten

Auch die Branchen der Konsumgüterindustrie agieren heute größtenteils in globalen und komplexen Wertschöpfungsketten, wenngleich auch die Produkte einiger Branchen, wie bspw. der Möbelindustrie, nahezu vollständig aus deutscher bzw. europäischer Produktion stammen. Die Überwachung der Lieferketten stellt die Unternehmen z. T. vor große Herausforderungen, insbesondere die KMU.

Für die Unternehmen der deutschen Konsumgüterindustrie zählt die Einhaltung von Menschenrechten im Rahmen ihrer geschäftlichen Aktivitäten zum Selbstverständnis. Viele Unternehmen engagieren sich freiwillig für eine Verbesserung der menschenrechtlichen und ökologischen Bedingungen entlang der internationalen Lieferketten, bspw. in Branchen- und Multistakeholder-Initiativen.

Deutschland steht aufgrund der hohen internationalen Verflechtung seiner volkswirtschaftlich bedeutenden Branchen in einer besonderen Verantwortung, auf eine Verbesserung der weltweiten Menschenrechtssituation entlang von Lieferketten hinzuwirken und die Globalisierung mit Blick auf die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen sozial zu gestalten. Mit dem von der Bundesregierung auf den Weg gebrachten Entwurf eines Sorgfaltspflichtengesetzes sollen erstmals sektorübergreifend gesetzliche Anforderungen zu unternehmerischen menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten in der Lieferkette festgesetzt werden.

Auch die EU plant, verbindliche Sorgfaltspflichten in der Lieferkette einzuführen. Bereits im Verlauf des Jahres 2021 ist mit einem entsprechenden Entwurf zu rechnen. Im Rahmen einer Regelungsinitiative schlägt das Europäische Parlament eine Gesetzgebung vor, die über die anvisierten deutschen Regelungen für ein Sorgfaltspflichtengesetz hinausgehen.

Wichtig bei der Umsetzung der Regulierungsvorhaben ist es, unnötige Bürokratie zu vermeiden und die besonderen Bedingungen von KMU zu berücksichtigen. Es muss weiterhin das Ziel sein, ein möglichst globales level playing field oder zumindest eine europäische Lösung bei der Durchsetzung der Sorgfaltspflichten zu erreichen. Um die Implementierung eines nachhaltigeren Lieferkettenmanagements zu unterstützen, wurde ein entsprechendes Webportal aufgebaut (KMU Kompass).

#### 4. Nachhaltigen Konsum sowie nachhaltige, soziale und klimafreundliche öffentliche Beschaffung ausbauen

Auch für Konsumenten gewinnen transparente und nachhaltige Produktionsbedingungen für die Kaufentscheidung zunehmend an Bedeutung. Bei der Etablierung und Gestaltung von nachhaltigem Konsum ist Partizipation aller Akteure, insbesondere auch der Konsumenten, entscheidend.

Die Bundesregierung fördert dies im Rahmen des Nationalen Programms für Nachhaltigen Konsum mit verschiedenen Maßnahmen, u. a. durch das Portal Siegelklarheit oder durch staatliche Siegel. Siegel können als Nachweis für bestimmte Nachhaltigkeitsaspekte dienen, sofern sie nachvollziehbar und vergleichbar sind. Dabei müssen sie so ausgestaltet sein, dass sie einerseits praktikabel umsetzbar sind, andererseits aber auch Anreize für höhere Qualität und Übererfüllung setzen und sich nicht faktisch als Höchststandards auswirken.

Die öffentliche Hand übernimmt eine wichtige Vorbildfunktion für nachhaltigen Konsum. Die Bundesregierung setzt sich daher für eine Stärkung nachhaltiger öffentlicher Beschaffung ein. Das novellierte Kreislaufwirtschaftsgesetz sowie das Bundesklimaschutzgesetz enthalten konditionierte Vorgaben hinsichtlich der Bevorzugung von ressourcenschonenden und klimafreundlichen Produkten. Hinsichtlich einer sozial gerechten, nachhaltigkeits- und klimazielsetzungsbezogenen Beschaffung auf Bundesebene ist die Verabschiedung einer Allgemeinen Verwaltungsvorschrift für die Beschaffung klimafreundlicher Produkte und Dienstleistungen bis Sommer 2021 geplant.

Um allerdings die Diskrepanz zwischen der positiven Haltung des Konsumenten gegenüber nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen einerseits und der tatsächlichen Nachfrage andererseits zu schließen, sollte über die Einführung weiterer positiver Anreizsysteme nachgedacht werden, z. B. durch eine verstärkte Förderung der Nutzung und Produktion von nachhaltigen Primär- und Sekundärrohstoffen.

#### 5. Dekarbonisierung der Produktion

Die Bundesregierung und die Konsumgüterindustrie setzen sich dafür ein, dass Deutschland und Europa bis 2050 klimaneutral werden. Gerade für Industriezweige, die ihre Produkte unter intensivem Einsatz von Energie herstellen, stellt das eine besondere Herausforderung dar. Auch Branchen, die energieintensive Vorprodukte weiterverarbeiten, werden Produktionsabläufe weiterentwickeln müssen, etwa um die Recyclingfähigkeit zu steigern. In einer frühzeitigen Dekarbonisierung der Produktion liegt zugleich die Chance, auf einem globalen Zukunftsmarkt wichtige Anteile zu sichern. Dafür muss auch eine entsprechende Infrastruktur, insbesondere auch im ländlichen Raum, ausgebaut werden, um sicherzustellen, dass grüne Energie (bspw. in Form von Ökostrom oder grünem Wasserstoff) an den Werkstoren ankommt.

Aus betriebswirtschaftlicher Perspektive lohnen sich Investitionen in klimafreundliche Produktionsanlagen derzeit oft nicht. Grund dafür sind die erheblichen Entwicklungs-, Investitions- und Betriebskosten der neuen Technologien, die im Vergleich zu Produzenten aus Drittstaaten mit weniger ambitionierten Klimaschutzzielen zu höheren Produktionskosten führen, was sich auf die Wettbewerbsfähigkeit negativ auswirken kann. Dieser Umstand trägt dazu bei, dass Investitionen, Produktion und Arbeitsplätze in Drittstaaten verlagert werden könnten, womit letztlich CO<sub>2</sub>-Emissionen verlagert und nicht verringert werden, sodass das Ziel der europäischen und nationalen Klimaschutzpolitik, die CO<sub>2</sub>-Kosten zu internalisieren, umgangen wird (Carbon

Leakage). Ein effektiver Carbon Leakage-Schutz für die Konsumgüterindustrieverbände, die dem europäischen und deutschen Emissionshandel unterliegen (z. B. Glasindustrie, Keramikindustrie), ist insofern weiterhin unerlässlich. Mit Förderinstrumenten wie Carbon Contracts for Difference besteht außerdem die Möglichkeit, den Unternehmen angesichts volatiler CO<sub>2</sub>-Preise Investitions- und Planungssicherheit zu ermöglichen, um den Technologiewandel zu unterstützen.

Die Bundesregierung und die Konsumgüterindustrie setzen sich dafür ein, dass der European Green Deal als eine Wachstumsstrategie umgesetzt wird, die Investitionen in klimafreundliche Produktionsanlagen möglichst technologieoffen anreizt und die internationale Wettbewerbsfähigkeit der europäischen und deutschen Wirtschaft erhält. Dazu ist ein EU Clean Industry Package nötig, das die einzelnen Reformen des Green Deal klug mit einander verzahnt. Insbesondere muss der Green Deal erreichen, dass erneuerbare Energie und CO<sub>2</sub>-neutraler Wasserstoff zu wettbewerbsfähigen Preisen in ausreichender Menge verfügbar sind, um klimafreundliche Produktionsanlagen der Industrie zu versorgen.

Zudem fördert die Bundesregierung die Investition in klimafreundliche Produktionsanlagen. U. a. hat sie gemeinsam mit Partnerländern in der EU das IPCEI Wasserstoff aufgesetzt. Das Förderprogramm soll dazu beitragen, dass Unternehmen frühzeitig investieren, um grünen Wasserstoff in ihren Produktionsprozessen einsetzen zu können.

## 6. Digitalisierung als Instrument zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele stärker nutzen und umsetzen

Zur Erreichung der Nachhaltigkeitsziele und effizienten Umsetzung regulatorischer Vorgaben nimmt die Digitalisierung von Geschäftsprozessen eine zentrale Rolle ein. Durch umfassende Datensammlung und -teilung können Produktionsabläufe sowohl zwischen als auch innerhalb verschiedener Wertschöpfungsstufen verbessert sowie neue Geschäftsmodelle entwickelt und umgesetzt werden.

Nur gut ausgebildete Beschäftigte können diese neuen Geschäftsmodelle umsetzen und den Herausforderungen der damit verbundenen Veränderungen der Produktionsabläufe begegnen. Dazu müssen Möglichkeiten zur Weiterbildung und Qualifizierung auf allen Ebenen geschaffen werden.

Die Zusammenarbeit und Vernetzung sowohl innerhalb als auch zwischen einzelnen Wertschöpfungsstufen, unterstützt durch das Teilen von gesammelten Daten, birgt enorme Vorteile für alle beteiligten Akteure. Sie gilt es zu erleichtern. So können Veränderungen angestoßen, Effizienzen gehoben und Präferenzen der Konsumenten besser erkannt werden. Gleichzeitig bieten sich dadurch auch Potenziale zur Ressourcenschonung im Rahmen einer nachhaltigen Produkt- und Prozessentwicklung. Wichtig ist hierbei die frühzeitige und umfassende Einbindung der Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen, die diesen Digitalisierungsprozess mitgestalten.

Um Nachweispflichten, beispielsweise im Zusammenhang mit der Einhaltung von unternehmerischen Sorgfaltspflichten oder zur Erfüllung gesetzlicher produktbezogener Informationspflichten, effizient und bürokratiearm nachzukommen, wird die Einführung eines digitalen Produktpasses auf EU-Ebene geprüft. Ein solches digitales Instrument kann die Industrie bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen und Berichtspflichten unterstützen und zusätzlich Transparenz sowohl für Unternehmen als auch für Konsumenten schaffen. Um Unternehmen bei der Einführung eines solchen digitalen Produktpasses zu entlasten, setzt sich das BMWi

insbesondere für die Berücksichtigung der besonderen Umstände von KMU ein, um die entstehende Belastung für diese Unternehmen tragbar zu halten und die Vorteile des Passes für die Unternehmen schnell nutzbar zu machen. Aufwand und Nutzen müssen sich bei der Einführung des Produktpasses möglichst die Waage halten.

Vernetzte Produktion ist ein zentrales Thema der Digitalen Agenda der Bundesregierung. Das BMWi unterstützt daher die Industrie mit Mittelstandsförderung für mehr Investitionen in digitale Technologien und digitales Know-how. So können insbesondere auch KMU die Chancen des digitalen Wandels für einen nachhaltigen Ausbau der internationalen Wettbewerbsfähigkeit nutzen. Ein zentraler Baustein bleibt der Ausbau der digitalen Infrastruktur, insbesondere auch im ländlichen Raum.

## 7. Level playing field der Konsumgüterindustrie im Verhältnis zu Onlineplattformen stärken

Durch die Corona-Pandemie schreitet die Entwicklung hin zum Onlinehandel und digitalen Geschäftsmodellen noch schneller voran. Aufgrund der Schließungen des stationären Einzelhandels und anderer Beschränkungen war auch die Konsumgüterindustrie gezwungen, in kurzer Zeit neue Vertriebswege zu eröffnen bzw. auszubauen. Eine stärkere digitale Vernetzung und Kooperation zwischen stationärem und Onlinehandel mit der Industrie bietet allen beteiligten Akteuren Perspektiven für neue Geschäftsfelder, die Kosteneffizienz fördern und natürliche Ressourcen schonen.

Immer mehr Verbraucher haben sich an den Komfort des Online-Einkaufs gewöhnt. Um den durch Corona beschleunigten Strukturwandel und seinen Auswirkungen auf unsere Innenstädte zu begegnen, hatte Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier am 20. Oktober 2020 zu einem Runden Tisch eingeladen, der aktuell in einer Workshop-Reihe fortgeführt wird. Hier diskutieren Expertinnen und Experten aus Handel, Logistik, Handwerk und Kultur mit Citymanagerinnen und -managern sowie Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern innovative Konzepte, wie Innenstädte auch in Zukunft attraktiv und lebenswert gestaltet werden können.

Gerade für KMU eröffnen digitale Plattformen neue Vertriebskanäle in die ganze Welt und bieten umfassende Möglichkeiten. Risiken gehen jedoch von der z. T. bestehenden marktbeherrschenden Stellung großer Onlineplattformen aus, welche zum Nachteil kleinerer Marktteilnehmer ausgenutzt werden können. Eine wettbewerbsfähige Industrie benötigt daher einen Ordnungsrahmen, der der Digitalökonomie Rechnung trägt. Mit dem GWB-Digitalisierungsgesetz wurden das Wettbewerbsrecht an die wirtschaftlichen Realitäten der Digitalisierung angepasst. Machtpositionen bleiben so auch auf digitalen Märkten bestreitbar und Innovationen möglich. Davon profitiert insbesondere der Mittelstand.

Der in einzelnen Segmenten stark konzentrierte stationäre Einzelhandel bleibt jedoch wichtiger Absatzkanal der Konsumgüterindustrie. Struktur- und pandemiebedingt kann sich der Konsolidierungsprozess weiter fortsetzen und die Entstehung und Verstärkung von Machtpositionen befördern. Vor diesem Hintergrund sollte auch das Level-Playing-Field zwischen Offline- und Onlinehandel weiter gestärkt werden, wie z. B. durch weitere Flexibilisierungen bei den Ladenöffnungszeiten.

Mit dem im Dezember 2020 vorgestellten „Digital Services Act Package“ trägt auch die EU den Entwicklungen in digitalen Geschäftsfeldern Rechnung und schafft neue Regeln für Plattformen für einen reibungslos funktionierenden Binnenmarkt. Der Digital Markets Act zielt darauf ab,

bestreitbare und faire digitale Märkte sicherzustellen; der Digital Services Act soll ein vertrauenswürdiges, sicheres und innovatives Online-Plattformumfeld gewährleisten. Weitere rechtliche Regelungen für Online-Marktplätze können dazu beitragen, die dort bestehenden Effizienzen nachhaltiger zu gestalten. Die Bundesregierung setzt sich daher für einen „Digital Green Deal“ ein, um die Digitalisierung europaweit nachhaltig zu gestalten.

Ambitionierte und praktikable Transparenzpflichten und die Anpassung des Verbraucherschutzes an sich weiter entwickelnde digitale Technologien und Geschäftsmodelle liegen sowohl im Interesse der Verbraucher als auch der Konsumgüterindustrie. So werden die Eigenverantwortung der Unternehmen durch Wirtschafts- und Wettbewerbspolitik gestützt und gleiche Rahmenbedingungen für alle Marktteilnehmer geschaffen.

Entsprechende Standards müssen auch für Bereitstellung von Waren aus Drittstaaten gelten, die über das Internet im EU-Binnenmarkt vertrieben werden. Mit der neuen EU-Verordnung zur Marktüberwachung und die Konformität von Produkten soll die Marktüberwachung im Online-Handel gestärkt werden, was auch eine entsprechende Ausstattung der Marktüberwachungsbehörden und des Zolls voraussetzt.

## 8. Fachkräfte

Sich ändernde gesellschaftliche und internationale Rahmenbedingungen erfordern neue Kompetenzen und Know-how der entsprechenden Fachkräfte, auf deren hervorragender Ausbildung ein Großteil der Stärke der deutschen Industrie beruht. Es bedarf hierfür auch in den Branchen der Konsumgüterindustrie eines verstärkten Fokus auf Kompetenzen, die in technischen und auf Nachhaltigkeit abzielenden Berufen sowie in einer digitalen Arbeitswelt erforderlich sind. Das BMWi wird sich dafür auf allen politischen Ebenen einsetzen.

Mit der Fachkräftestrategie der Bundesregierung werden die Voraussetzungen für die Bewältigung der tiefgreifenden Transformationsprozesse geschaffen. Beim Ausschöpfen des inländischen Fachkräftepotenzials ist das BMWi vor allem im Bereich der dualen Berufsausbildung aktiv und modernisiert Aus- und Fortbildungsordnungen im Hinblick auf die Digitalisierung.

Den demografischen Wandel erkennen Unternehmen und Beschäftigte der Branchen der Konsumgüterindustrie als gemeinsamen Gestaltungsauftrag an. Ziel ist es, trotz sinkendem Arbeitskräftepotential den Fachkräftebedarf und damit die Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit der Branche langfristig zu erhalten. Der technologische Wandel muss daher auch in der betrieblichen Fort- und Weiterbildung umfangreicher und gezielter begleitet werden. Die Qualifizierungsmaßnahmen müssen dabei allen betroffenen Beschäftigtengruppen zugänglich sein. Dies erfordert eine enge Kooperation der Sozialpartner.

Mit zunehmender Digitalisierung und damit einhergehender Automatisierung werden sich Berufsfelder verändern. Gleichzeitig entstehen neue Arbeitsplätze mit neuen Arbeitsinhalten. Zudem wird der Prozess der Digitalisierung zur Neugestaltung von Arbeitsplatz- und Beschäftigungsfeldern führen. Eines der Ziele muss es sein, zukunftsfeste und faire Arbeitsbeziehungen und -bedingungen im Rahmen der Sozialpartnerschaft abzusichern. Tarifbindung und eine aktive Mitbestimmung über die Betriebsräte sind Eckpfeiler dieser Sozialpartnerschaft, der in Deutschland für die Bewältigung gerade von Umbrüchen, wie sie durch die fortschreitende Digitalisierung oder die Nachhaltigkeitstransformation bedingt sind, eine zentrale Rolle zukommt.

## 9. Freier Handel und Exportförderung

Deutschland zählt zu den führenden Ländern beim Austausch von Waren und Dienstleistungen. Der grenzüberschreitende Handel leistet signifikante Beiträge zu Wachstum und Beschäftigung in Deutschland und in der Welt. Offene Märkte und internationale Arbeitsteilung senken Kosten und Preise, fördern Innovationen und schaffen nachhaltigen Wohlstand. Das BMWi setzt sich deshalb für die multilaterale, regelbasierte und faire Welthandelsordnung und für moderne, wertebasierte Freihandelsabkommen ein.

Europa ist und bleibt einer der wichtigsten Absatz- und Beschaffungsmärkte für die deutsche Konsumgüterindustrie. Ein freier Waren- und Personenverkehr ist damit unerlässlich. Das BMWi wird sich daher weiter für eine Vertiefung des Europäischen Binnenmarktes mit gleichen Wettbewerbsbedingungen einsetzen.

Ein Aspekt hierbei ist das Markterschließungsprogramm des BMWi, welches branchenübergreifend KMU bei der Erschließung ausländischer Märkte unterstützt. Das Markterschließungsprogramm richtet sich dabei länderoffen an KMU, um sie bei ihren ersten Schritten ins Ausland zu begleiten. Etwa 40-50 Informationsveranstaltungen sowie Markterkundungs- und Geschäftsanbahnungsreisen laufen jährlich innerhalb der EU. Das entspricht einem Anteil von 30% der Projekte. Auch mit dem Auslandsmesseprogramm flankiert das BMWi Unternehmen bei der Erschließung von Märkten weltweit und auch in der EU. Indem die Bundesrepublik Deutschland sich an ausgewählten ausländischen Messen und Fachausstellungen beteiligt, wird vor allem kleinen und mittleren Unternehmen die dortige Teilnahme erleichtert.