

**AFC**

AFC Risk &amp; Crisis Consult

**KRISEN-NEWSLETTER***Risiken vorbeugen. Krisen bewältigen.  
Kommunikation ermöglichen.***Sehr geehrte Damen und Herren,**

Nachhaltigkeit hat sich vom freiwilligen Differenzierungsmerkmal zum geschäftskritischen Risikofaktor entwickelt. Was Unternehmen jahrelang als Marketinginstrument nutzten, wird zunehmend zur regulatorischen Pflicht und Reputationsfalle. Die öffentliche Diskussion um Greenwashing verschärft sich parallel zur Einführung neuer gesetzlicher Vorgaben. Die Frage ist, wie Nachhaltigkeit in Managementprozesse integriert werden muss, um glaubwürdig und prüffest zu sein.

Dazu beantworten wir Ihre Fragen am 7. Oktober auf der [BVE-Podiumsdiskussion "Fit for Food Safety: ESG – neue Herausforderungen für das Risiko- und Krisenmanagement"](#) in Köln im Rahmen der Anuga.

*Ihr Team der AFC Risk & Crisis Consult*

**TOP-THEMA****Schädlinge und Tierseuchen: Aktuelle Entwicklungen**

Die europäische Landwirtschaft verzeichnet derzeit eine erhöhte Aktivität verschiedener Schädlinge und Tierseuchen, die betriebswirtschaftliche Risiken und Herausforderungen für die Produktionssicherheit mit sich bringen.

Im Bereich der Pflanzenschädlinge zeigen sich mehrere bedeutende Entwicklungen. Die Ukraine ist von einer umfangreichen [Heuschreckenplage](#) betroffen, die Felder und Siedlungen beeinträchtigt. Parallel dazu weitet sich das Verbreitungsgebiet der [Baumwollkapselseule](#) aus, dessen Raupen sich auf über zahlreiche Kulturen, darunter Mais und Erbsen, ausbreiten. Der Falter stammt ursprünglich aus den Tropen und taucht verstärkt in der Schweiz und Süddeutschland auf. So wie der [Japankäfer](#), der nun auch erstmals in Hessen nachgewiesen wurde, was aufgrund seines breiten Wirtsspektrums beobachtet werden muss. Zusätzlich registrieren Experten eine Zunahme der [Erdräupen-Populationen](#)

sowie der Schäden durch die [Schilf-Glasflügelzikade](#) in Brandenburg.

Bei den Tierseuchen stellt die [Afrikanische Schweinepest](#) weiterhin ein großes Risiko für die Schweineproduktion dar, auch wenn die Ausbrüche in der EU im letzten Jahr rückläufig waren. Die wirtschaftlichen Auswirkungen werden durch aktuelle Fälle verdeutlicht: [Estland](#) verzeichnet Verluste von einem Fünftel des Schweinebestandes, während in [Lettland](#) ein Großbetrieb mit 20.000 Tieren betroffen ist. Problematisch sind unsachgemäße [Kadaverbeseitigungen](#), wie Fälle aus Deutschland zeigen. [Großbritannien](#) sieht sich durch illegale Fleischimporte einem erhöhten Einschleppungsrisiko ausgesetzt.

Weitere Tierseuchen zeigen ebenfalls besorgniserregende Entwicklungen. [Lumpy Skin Disease](#) steht vor der Schweizer Grenze, während sich [Frankreich](#) parallel mit Lumpy Skin und der sich ausbreitenden Blauzungenkrankheit konfrontiert sieht. Darüber hinaus haben Forscher erstmals nachgewiesen, dass das für Menschen potenziell tödliche [Krim-Kongo-Fieber-Virus](#) bereits in Südfrankreich unter Rindern und Wildtieren zirkuliert. Das von eingewanderten Riesenzecken übertragene Virus könnte sich weiter ausbreiten und das Infektionsrisiko für Menschen erhöhen.

Die flächendeckende Präsenz der [Vogelgrippe](#) auf US-amerikanischen Betrieben hat Auswirkungen auf internationale Handelsströme. In Deutschland führte ein [Geflügelpest-Ausbruch](#) in Schleswig-Holstein zur vollständigen Keulung eines Bestandes. Ergänzend treten weitere Tierkrankheiten auf, die betriebliche Risiken darstellen: [Tuberkulose-Fälle](#) in thüringischen Rinderhaltungen, [Brucellose](#) in der dänischen Schweineproduktion, und [oxidativer Stress](#) bei Rindern, dessen Symptomatik häufig nicht erkannt wird.

Die gleichzeitige Präsenz verschiedener Schädlinge und Seuchen erhöht die Komplexität des Risikomanagements für landwirtschaftliche Betriebe und erfordert verstärkte Aufmerksamkeit für Präventions- und Überwachungsmaßnahmen.

---

## **Greenwashing: Auswirkungen auf Unternehmenskommunikation und Bio-Branche**

Die rechtlichen Rahmenbedingungen für nachhaltigkeitsbezogene Unternehmenskommunikation verschärfen sich, was sowohl für Großunternehmen als auch für die Bio-Branche neue Compliance-Risiken schafft.

Die [Deutsche Umwelthilfe](#) hat Klagen gegen mehr als 30 Unternehmen eingeleitet wegen Greenwashing und Verbrauchertäuschung. Diese koordinierte rechtliche Offensive signalisiert eine neue Dimension der juristischen Verfolgung von als irreführend bewerteten Nachhaltigkeitsaussagen. Die Klagen zielen auf Unternehmen verschiedener Branchen ab und verdeutlichen, dass Greenwashing-Vorwürfe branchenübergreifend verfolgt werden.

Parallel dazu entstehen regulatorische Unsicherheiten für die Bio-Branche. In den [Medien](#) wird darüber berichtet, dass ein geplantes Greenwashing-Gesetz die Werbung für Bioprodukte erheblich einschränken könnte. Diese Entwicklung ist bemerkenswert, da Bio-Zertifizierungen eigentlich als verlässliche Nachhaltigkeitsstandards gelten. Die möglichen Werbeeinschränkungen könnten Bio-Landwirte und -Verarbeiter vor nicht unerhebliche Marketingherausforderungen stellen.

Einerseits verschärft sich die Verfolgung von unbelegten Nachhaltigkeitsbehauptungen, andererseits könnten auch zertifizierte nachhaltige Produkte von restriktiven Regelungen betroffen sein. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, ihre Kommunikationsstrategie zwischen rechtlicher Compliance und notwendiger Produktvermarktung zu balancieren.

---

## **Kindermarketing: Gesellschaftliche Konsequenzen?**

Eine [Verbraucherschutzorganisation](#) wirft Lebensmittelkonzernen vor gezielt Kinder über beliebte Computerspiele mit „Junkfood“-Werbung anzusprechen. Die Unternehmen nutzten In-Game-



Advertising, entwickeln eigene Spiele und kooperieren mit populären Streamern, um zuckrige Getränke und fettige Snacks zu vermarkten. Die Organisation fordert umfassende Werbeschränken für ungesunde Lebensmittel auch in digitalen Kanälen.

Eine Werbeaktion einer Fast-Food-Kette mit Pokémon-Karten in Japan führte zu Lebensmittelverschwendung, da Wiederverkäufer das Produkt nur wegen der begehrten Sammelkarten kauften und das Essen wegwarfen – die drei Millionen Karten für eine dreitägige Aktion waren an einem Tag ausverkauft. Trotz Kritik von Verbraucherschutzbehörden und vorheriger ähnlicher Vorfälle setzte die Restaurantkette zunächst keine ausreichenden Präventivmaßnahmen ein und bewarb die Aktion bewusst mit hohen Abgabemengen pro Kunde.

Die Fälle demonstrieren ein systematisches Reputationsrisiko: Die Konzerne betreiben weltweit Kindermarketing-Kampagnen und reagieren erst nach öffentlichem Druck. In Japan erfolgte die Entschuldigung erst nach viralem Shitstorm und behördlicher Intervention.

## KURZ NOTIERT

---

### Warnung: Gummibärchen mit Fliegenpilz-Gift



Das Bundesamt für Verbraucherschutz warnt vor "Muscimol Gummies" mit jeweils 5 mg des aus Fliegenpilzen gewonnenen Giftstoffs, der die Psyche tiefgreifend beeinflusst und zu Vergiftungserscheinungen führen kann. Besonders gefährlich ist das in Tschechien hergestellte und durch eine Berliner Firma vertriebene Produkt für Kinder, die die Gummibärchen mit normalen Süßigkeiten verwechseln könnten, während Online-Shops die psychoaktive Wirkung teils verklausuliert als "besondere Reise" bewerben.

### Diskussion: Zuckersteuer oder nicht?

---

Die CDU Schleswig-Holstein fordert eine Zuckersteuer nach britischem Vorbild sowie ein Verkaufsverbot von Energydrinks an unter 16-Jährige, stößt damit aber auf Widerstand auch aus den eigenen Reihen, die stattdessen Breitensport-Förderung bevorzugen. SPD und Grüne unterstützen den Vorstoß angesichts von 25 Prozent übergewichtigen Kindern und über 50 Prozent übergewichtigen Erwachsenen in Deutschland, wobei das britische Modell wohl nachweislich zu reduziertem Zuckerkonsum geführt hat.

---

## Pestizide: Forderung von drei Verboten

Die [Deutsche Umwelthilfe](#) hat den Zulassungswiderruf für drei Pestizidprodukte beantragt, da deren Wirkstoffe das Abbauprodukt Trifluoressigsäure (TFA) bilden, das bereits in 78 Prozent aller deutschen Grundwasserbrunnen nachgewiesen sei und zu Grenzwertüberschreitungen führe. Laut der DUH sei TFA praktisch nicht aus der Umwelt entfernbar und wirke laut Tierstudien reproduktionstoxisch.

---

## Adbusting: Werbung gezielt verfremdet

Seit Juli 2025 haben Tierschützer aus über 200 deutschen Städten Geflügelprodukte eines Herstellers mit mehr als 6.000 Stickern versehen. Die [Tierschutzorganisation](#) verweist auf eine vermeintliche Diskrepanz zwischen der Marketingstrategie des Geflügelkonzerns mit täglich knapp 1 Million geschlachteten Hühnern und der Realität der Halteungsstufe 2 mit bis zu 21 Tieren pro Quadratmeter ohne Freilauf.

---

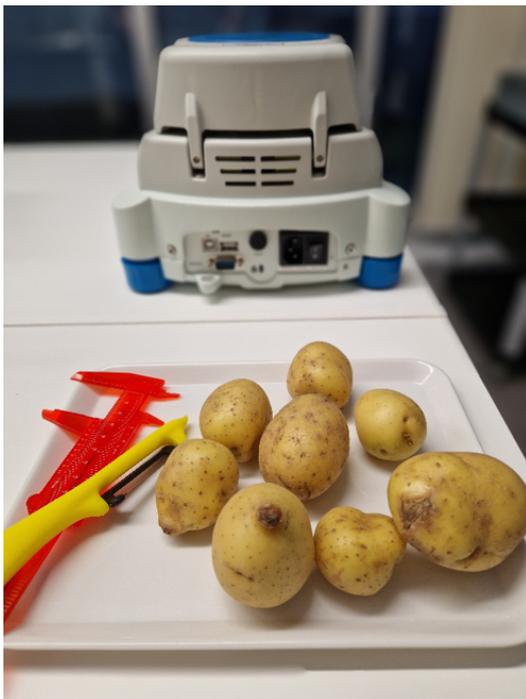
## Tierwohl: Wenig Vertrauen in Versprechen der Supermärkte

Eine repräsentative [Umfrage](#) im Auftrag der Albert Schweitzer Stiftung zeigt, dass 61,5 Prozent der Verbraucher den Tierwohl-Versprechen von Supermärkten wenig oder gar nicht vertrauen. Selbst ein Marktführer erreicht trotz aufwändiger Werbekampagnen lediglich 14,4 Prozent Vertrauen.

## LAB-NEWS

---

### Die Kartoffel im Fokus



Die Verbraucherezufriedenheit spielt eine zentrale Rolle bei der Vermeidung von Lebensmittelverschwendung. Durch gezielte Analysen und Bewertungen der [AFC Quality & Lab](#) sind wertvolle Einblicke in die Produktqualität möglich, die nicht nur die Kundenzufriedenheit steigern, sondern auch aktiv dazu beitragen, Ressourcen effizient zu nutzen.

In unserem Labor werden frische Kartoffeln zunächst gewogen und vermessen, da Verbraucher:innen zwecks Handhabung gleichmäßig geformte Knollen in einheitlicher Größe präferieren. Anschließend prüfen wir auf äußere Makel wie Verschmutzungen, Schalenfehler und -beschädigungen sowie grüne Verfärbungen und bereits sichtbare Keimlinge. Da sich auch im Inneren der Knollen Qualitätsmängel befinden können, werden Kartoffeln im Labor auch geschält und aufgeschnitten untersucht. Regelmäßiges

Monitoring von AFC Quality & Lab kann dabei helfen, beispielsweise durch Vergleichstests die richtige Sorten- oder Lieferantenwahl zu treffen und so stets qualitativ hochwertige Produkte am Point of Sale anbieten zu können.

---

## Welche Verpackung überzeugt bei Kartoffeln?

Ein Kartoffelproduzent wollte seine Verpackung nachhaltiger gestalten und gleichzeitig die Kaufbereitschaft im Handel stärken. Zur Auswahl standen drei Varianten: ein klassischer Netzbeutel, eine papierbasierte Verpackung und eine moderne, recycelte Folienlösung mit Sichtfenster. Doch welche Option überzeugt die Konsument:innen am meisten? Um diese Frage zu beantworten, führte Normec Foodcare eine Online-Studie unter regelmäßigen Kartoffelkäufer:innen durch. Die Teilnehmenden bewerteten nicht nur das Design und die wahrgenommene Nachhaltigkeit der Verpackungen, sondern auch die Handhabung, Stabilität und die Wahrnehmung der Produktfrische. Die Ergebnisse lieferten klare Erkenntnisse: Die papierbasierte Verpackung wurde als am nachhaltigsten und zugleich als optisch ansprechend bewertet. Der klassische Netzbeutel punktete vor allem mit seiner praktischen Handhabung. Überraschend schnitt die Folienverpackung trotz ihres recycelten Materials schwächer ab, weil sie von vielen Teilnehmenden weiterhin als „unnachhaltig“ wahrgenommen wurde. Dank dieser Insights konnte der Hersteller seine Verpackungsentscheidung faktenbasiert treffen und sich für eine Lösung entscheiden, die den Erwartungen der Verbraucher:innen und den Markttrends entspricht.

---

## Labor-Post: Jede Woche neu

Wöchentlich zeigen wir Ihnen, welche Produkte wir unter der Lupe haben, testen, prüfen und verkosten. [Hier finden Sie alle bisherigen Produkte.](#)

**AFC**  
AFC Quality & Lab



---

## ÜBER DEN TELLERRAND HINAUS

---

### Frankreich: Todesfälle wegen Listerien in Weichkäse?

In [Frankreich](#) sind 21 Menschen an Listeriose erkrankt und zwei gestorben, nachdem sie mutmaßlich mit Listerien verseuchten Weichkäse eines französischen Herstellers verzehrt hatten. Daraufhin wurden 40 Chargen verschiedener Camembert- und Ziegenkäsesorten international zurückgerufen wurden. Weitere Infektionen sind auch in den Niederlanden, Belgien, Dänemark und Norwegen aufgetreten. Die Produkte sind in 31 Länder, darunter auch Deutschland, exportiert worden.

---

### USA: Rückruf radioaktiver Shrimps

Ein US-amerikanischer Einzelhandelskonzern hat [Tiefkühl-Shrimps](#) seiner Eigenmarke in 13 US-Bundesstaaten zurückgerufen, nachdem die Behörden radioaktives Caesium-137 in Transportcontainern und einer Probe des



indonesischen Lieferanten nachgewiesen hatten. Obwohl kein positiv getestetes Produkt in den Handel gelangte, erfolgte ein präventiver Rückruf mehrerer Chargen, da wiederholte Exposition gegenüber dem krebserregenden Isotop langfristige Gesundheitsrisiken birgt.

## VERANSTALTUNGEN

07. Oktober 2025  
in Köln (ANUGA)

**BVE-Podiumsdiskussion "Fit for Food Safety" ESG – neue Herausforderungen für das Risiko- und Krisenmanagement**  
Moderation: *Lena Meinders*  
[Mehr...](#)

10. Oktober 2025  
ONLINE!

**AFC Coffee Break "Die neue Ökodesign-Verordnung (ESPR) – Anforderungen und Lösungsansätze"**  
Moderation / Vorträge: *Philipp Schaber*  
[Mehr...](#)

[ALLE TERMINE ANSEHEN](#)

## RÜCKRUF

### Zusammenfassung: Rückrufe in Deutschland (01.07. bis 30.09.2025)

Im dritten Quartal des Jahres wurden insgesamt 86 Lebensmittelwarnungen veröffentlicht.

Betroffen waren tierische Produkte (16), Meeresfrüchte (12), Süßwaren (11), Kräuter und Gewürze (9), Fertiggerichte (7), Nüsse (6), Obst und Gemüse (5), Getränke (5), Getreideprodukte (3), Tee (1), Trockenfrüchte (3), sowie Hygiene/Kosmetik (3), Backwaren (2) und Nahrungsergänzungsmittel (2).

Ursachen der Warnungen waren mikrobiologische Verunreinigungen (39, darunter 20 Listerien), Allergene (16), Mykotoxine/Pflanzenstoffe (7), Fremdkörper (6), Prozesskontaminanten (5), Umweltkontaminanten (3) sowie Pflanzenschutzmittel (3), falsche Kennzeichnung (3), Zusatzstoffe (2) und Schimmelbefall (2).

ZU DEN [ORIGINALMELDUNGEN](#)

## Warnmeldungen in Europa

**Anzahl Food/Feed-Marktentnahmen in  
Europa in 2025**

**1 0 1 1**

**Anzahl Non-Food-Rückrufe  
in Europa in 2025**

**3 6 5 6**

**MANAGING YOUR SUCCESS SINCE 1973**



AFC RISK & CRISIS CONSULT GMBH

Dottendorfer Straße 82 • 53129 Bonn  
Telefon: +49 228 98579-0 • [info@afc-rcc.de](mailto:info@afc-rcc.de)

Sitz der Gesellschaft: Bonn,  
eingetragen: AG Bonn HRB 16784  
Geschäftsführung: Lena Meinders, Dr. Michael Lendle,  
Anselm Elles, Prof. Dr. Otto A. Strecker

TIME FOR A CHANGE

Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr zugestellt haben möchten, klicken Sie bitte [hier](#).

[Impressum](#) | [Datenschutz](#)