

Future Signs Foodkommunikation Public Affairs

Ein Ausblick von Engel & Zimmermann

Der **STRUKTURWANDEL IN DER LEBENSMITTELHERSTELLUNG** muss kommunikativ begleitet werden.

Effektive Foodkommunikation stellt die eigene **INNOVATIONSKRAFT** dar, um sich als Gestalter der **ERNÄHRUNGS-ZUKUNFT** zu positionieren.

Die Corona-Pandemie wird eine **REREGULIERUNG LIBERALISierter POLITIKFELDER** bewirken.

Zur Umsetzung der EU-Kommissions-Strategie **„VOM HOF AUF DEN TELLER“** sind von der Bundesregierung zahlreiche Maßnahmen für eine **NACHHALTIGERE ERNÄHRUNG** geplant. Ziel ist es, eine **LEBENSMITTEL-KREISLAUFWIRTSCHAFT** aufzubauen.

MEDIENDIFFERENZIERUNG:
Die „breite Öffentlichkeit“ verschwindet zugunsten einer individuellen Kommunikation.

Die Darstellung der Branche in der **DIGITALEN WELT** als Marke ist wichtiger denn je.

Deutschland wird seine EU-Ratspräsidentschaft 2020 für ernährungspolitische Initiativen nutzen – zum Beispiel, um auf ein **VERBINDLICHES EU-TIERSCHUTZLABEL** sowie eine **EINHEITLICHE EUROPÄISCHE NAHRUNGSMITTEL-KENNZEICHNUNG** zu dringen.

