

# Der WirtschaftsReport

www.zielgruppen-medien.de

Januar 2017

8. Jahrgang

INTERNATIONALE GRÜNE WOCHEN (20. BIS 29. JAN. 2016)

## Wasser, Landwirtschaft und Ernährung



Voraussetzung für die landwirtschaftliche Produktion: 70% des Süßwassers werden derzeit für die Bewässerung landwirtschaftlicher Flächen genutzt. Wasser und Boden sind die Voraussetzungen für eine effiziente Landwirtschaft.

© Pixabay

**D**ie jährlich stattfindende Grüne Woche hat neben ihrer Funktion als Verbrauchermesse auch die Funktion einer Politikplattform etwa beim Thema Landwirtschaft und Einfluss der internationalen Märkte. Gleichzeitig ist sie ein Schaufenster zu den wichtigen Themen Ernährungswirtschaft und ein Leistungsprofil der Landwirtschaft und des Gartenbaus.

In diesem Jahr steht insbesondere im Rahmen der begleitenden Veranstaltung des „9. Global Forum for Food and Agriculture 2017 (GFFA)/Die Berliner Welternährungskonferenz“ anlässlich der Internationalen Grünen Woche das Thema „Landwirtschaft und Wasser – Schlüssel zur Welternährung“ im politischen Mittelpunkt der Grünen Woche. 70% des weltweit genutzten Süßwassers werden für die Bewässerung landwirtschaft-

licher Flächen genutzt. Auf der anderen Seite beeinflussen Rückstände von Düngemitteln und Pflanzenschutzmitteln die Wasserqualität. Die große Herausforderung der Landwirtschaft ist dennoch offenbar: Wie kann sie vor den genannten Kriterien eine jährlich stark anwachsende Weltbevölkerung mit Nahrungsmitteln versorgen.

Fortsetzung auf Seite 2:

## DIE „GRÜNE WOCH“

Von allen Messen hat die „Internationale Grüne Woche“ eine herausgehobene Bedeutung. Sie zählt als Schaufenster der Landwirtschaft und der Ernährungsindustrie zu den bekanntesten Veranstaltungen in Deutschland. Sie ist nicht nur eine herausragende Referenz für den Messeplatz Berlin. Mit ihrer nunmehr 91-jährigen wechselvollen Geschichte zählt sie mit Fug und Recht zu den traditionsreichsten und bekanntesten Marken überhaupt. Wenn sie nun am 20. Januar ihre Tore öffnet, dann kann sie auch auf einen beeindruckenden Rekord verweisen. Keine andere internationale Ausstellung mit der gleichzeitigen Einbindung von jährlich hunderten Tausenden Konsumenten fand häufiger in Deutschland statt als eben die Grüne Woche.

Aus einer zunächst schlichten lokalen Warenbörse entwickelte sich die Grüne Woche zur weltgrößten Verbraucherschau für die Landwirtschaft und den Gartenbau sowie für die Ernährung. Seit 1926 präsentierten sich fast 87.000 Aussteller aus 128 Ländern den 32,4 Millionen Fach- und Privatbesuchern mit einem umfassenden Produktangebot aus allen Kontinenten.

Doch die Messe repräsentiert auch einen der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren Deutschlands. Die deutsche Ernäh-

rungsindustrie – immer noch auch stark mittelständisch geprägt – steht nach neuesten Zahlen für ein Umsatzvolumen von 172 Milliarden Euro und beschäftigt 581.000 Personen. Damit ist die Branche der drittgrößte deutsche Industriezweig.

Auch die deutsche Landwirtschaft kann mit beeindruckenden Zahlen aufwarten. In 280.800 bäuerlichen Betrieben sind ohne Saisonkräfte ca. 650.000 Personen beschäftigt, die für ein landwirtschaftliches Produktionsvolumen in Höhe von 50 Milliarden Euro stehen (siehe weiteren Beitrag in diesem Special). Rechnet man zur Landwirtschaft noch das gesamte Umfeld – Mähdrescher, Traktoren, sonstige landwirtschaftliche Maschinen, Landtechnik-Handwerk, Handel und Dienstleistungen – hinzu, wird direkt und indirekt durch die Landwirtschaft ein Umsatzvolumen 433 Milliarden Euro repräsentiert.

Die Landwirtschaft steht zusammen mit der Ernährungsindustrie für eine hohe Versorgungssicherheit der Verbraucher mit Lebensmitteln. Sie hat für Deutschland eine zentrale Bedeutung. Darüber hinaus leistet sie einen wichtigen Kulturauftrag für die Pflege der deutschen Landschaftsbilder.

Fortsetzung von Seite 1:

## SCHONENDER UMGANG MIT WASSER

Für Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt ist der nachhaltige Umgang mit Wasser „eine der zentralen Herausforderungen unseres Jahrhunderts.“ Wasser sei neben dem Boden die wichtigste Produktionsressource. Trotz des Spagates – Wasserverbrauch und Beeinflussung der Wasserqualität durch Rückstände bei der Düngung – muss aber die Landwirtschaft ihrer Rolle und großen Aufgabe wertfrei als Lieferant von Nahrungsmitteln gerecht werden. Denn primär braucht die Landwirtschaft einen jederzeit gesicherten Zugang zu Wasser.

Zwei Ansätze sind zu berücksichtigen. Erstens steht die internationale Landwirtschaft vor der Frage, wie mehr landwirtschaftliche Produkte mit weniger Wasser geerntet werden können. Und zweitens gilt es, richtige Ernten, Lagerungen und Verteilungswege zu organisieren. Nach Angaben des UN-FAO Generaldirektors José Graziano da Silva wird in diesen Bereichen zu viel Wasser zweckentfremdet. „Das Wasser, das dadurch verschwendet wird, entspricht dreimal der Wassermenge des Genfer Sees“, sagte der FAO-Generaldirektor.

## WASSER-MANGEL

Mit 1,2 Milliarden Menschen leben heute bereits 20% der Weltbevölkerung in Regionen mit großer Wasserknappheit. Im Jahr 2025 werden es laut der UNO rund 1,8 Mil-

liarden Menschen sein. Vor diesem Hintergrund ist die Tatsache, dass rund ein Drittel der produzierten Lebensmittel entweder in den Industrieländern in den Mülleimer wandern oder durch logistische Mängel in vielen Entwicklungsländern verloren gehen, unverantwortlich. Einen Ansatz zeigt der Landmaschinenhersteller Claas: „Wir nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um Wissen zu verbreiten“, sagte Thomas Böck, Mitglied der Claas-Konzernleitung. So könnten Daten gespeichert und mit lokalem Wissen kombiniert werden. Dies müsse sich nicht nur auf große Maschinen beziehen. Maßnahmen zur Verringerung von Bodenverdichtungen oder zum Senken von Nährstoffeinträgen ließen sich auch auf die Produktionsbedingungen der Kleinbauern übertragen. Entsprechende Empfehlungen könnten diese beispielsweise über ihr Smartphone erhalten, meinte Böck.

Die GFFA bekräftigte den Willen zum nachhaltigen Umgang mit Wasser. Dabei geht es um vier zentrale Aufgaben: Reduzierung von Wasserknappheitsrisiken, Reduzierung der Verunreinigung von Wasser, Management von Wasserüberschuss sowie Sicherstellung des ausreichenden Zugangs der Landwirtschaft mit Wasser.

## DIE DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFT

# Ansehen und Bedeutung

> Günter Spahn

Die Landwirtschaft hat über ihre wichtigste Aufgabe als Produzent unserer Lebensmittel und als wichtiger Gestalter im Bereich der Pflege der Kulturlandschaft in der deutschen Gesellschaft nach wie vor ein hohes Ansehen. Der Landwirt hat mit die höchste Akzeptanz aller Berufsbilder. Die Bevölkerung erkennt den Stellenwert einer gut organisierten deutschen Landwirtschaft an. Dies kommt auch jährlich durch den weit überdurchschnittlichen Besuch der Erntedankgottesdienste zum Ausdruck. Dennoch wird leider auch die Landwirtschaft zum Tummelplatz ideologischer Glaubenskriege; sie wird unter den Stichwörtern Agrarindustrie, Düngung, Pflanzenschutz und Tierhaltung stigmatisiert. Dabei geht es oft um die Deutungshoheit der „richtigen“ Landwirtschaft. Doch wird oft vergessen, dass gerade z.B. bei der Tierhaltung in bäuerlichen Familienbetrieben eine sehr enge Beziehung zum Tier vorhanden ist.



Erlebnis Bauernhof: Gesunde Tiere liegen im Interesse der Bauern und sind ein Qualitätsmerkmal für eine leistungsfähige Landwirtschaft. © Grüne Woche

schaft in Deutschland, die von Familienbetrieben geprägt ist, immer noch – ohne Aushilfskräfte während der Erntezeiten – ca. 650.000 Menschen. Davon sind ca. 446.000 Familienarbeitskräfte; weitere 205.000 Beschäftigte sind angestellt. Mit den temporären Aushilfskräften sind ca. 930.000 Personen in der Landwirtschaft tätig. Ca. 33.000 junge Menschen absolvieren eine Ausbildung in einem der „grünen Berufe“: Landwirt, Gärtner oder in einem benachbarten Berufsfeld. Der Wert der landwirtschaftlichen Produk-

te beträgt derzeit ca. 50 Milliarden Euro pro Jahr. Rein rechnerisch deckt die deutsche Landwirtschaft 93% des hiesigen Bedarfs an Lebensmitteln. Doch dies ist angesichts der Arbeitsteilung in einer globalisierten Welt mit der vom Verbraucher gewünschten Vielfalt bei den landwirtschaftlichen Erzeugnissen mehr Theorie. So werden insbesondere Obst und Gemüse in einem erheblichen Umfang eingeführt. Derzeit ist Deutschland der drittgrößte Agrarimporteur und gleichzeitig auch der drittgrößte Agrarexporteur der Welt.

## BEDEUTENDER ARBEITSFAKTOR

Die Landwirtschaft stellt in Deutschland immer noch einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor dar. 280.800 landwirtschaftliche Betriebe bewirtschaften 16,7 Millionen Hektar landwirtschaftlich genutzte Agrarflächen. Dabei hat sich der Bestand der Betriebe zwischen 2013 und 2016 stabilisiert; dieser hat sich lediglich um 9.000 Betriebe in den letzten drei Jahren reduziert. Allerdings hatte die Landwirtschaft vorher durch einen starken Aderlass zu verkraften. Generell hat die Anzahl der Betriebe stark abgenommen; die verbleibenden Betriebe sind allerdings größer und leistungsfähiger. Knapp 23.000 Bauernhöfe bewirtschaften 1,1 Millionen Hektar auf ökologischer Basis. Insgesamt beschäftigt die Landwirt-

Die Leistungsstärke der deutschen Landwirtschaft unterstreichen die folgenden Produktionsziffern:

Milch:	32,7 Millionen Tonnen
Rindfleisch:	1,1 Millionen Tonnen
Schweinefleisch:	5,6 Millionen Tonnen
Geflügelfleisch:	1,5 Millionen Tonnen
Obst:	1,3 Millionen Tonnen
Getreide:	48,9 Millionen Tonnen
Silomais:	87,2 Millionen Tonnen
Kartoffel:	10,4 Millionen Tonnen
Zuckerrüben:	22,6 Millionen Tonnen
Raps:	5,0 Millionen Tonnen
Wein:	890 Millionen Liter
Eier:	14 Milliarden Stück

(Quelle: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft)

# Glaubenskriege um die Welternährung

Die Produktivität in der Landwirtschaft ist in vielen Entwicklungs- und Schwellenländern noch stark ausbaufähig. © Pixabay



## > Günter Spahn

**E**ine Zeitbombe tickt. Fast 800 Millionen Menschen haben derzeit nicht genug zu essen. Obwohl bei der weltweiten Hungerbekämpfung in den letzten Jahren durchaus Fortschritte erzielt wurden, stellt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer stark wachsenden Weltbevölkerung um jährlich 80 Millionen Menschen die künftige Sicherung der Welternährung eine Mega-Herausforderung dar: Es ist die größte ethische, wirtschaftliche, gesundheitliche und kulturelle Aufgabe der menschlichen Zivilisation.

Die Herausforderung ist durchaus kompliziert. Glaubenskriege um die „richtige“ Landwirtschaft und ob deren Flächen z.B. für die Energieerzeugung – Stichwort Bioethanol – genutzt werden dürfen, prägen die Diskussionen in Politik und Gesellschaft. Mehr Menschen auf der Erde brauchen mehr Platz für Wohnungen, Mobilität, Gewerbe und Infrastruktur. Dies geht zu Lasten landwirtschaftlich nutzbarer Flächen. Ein Teufelskreis.

Auf der anderen Seite wurden viele kluge Gedanken und Rezepte entwickelt, um den Kampf gegen den Hunger zu gewinnen. Leider auch viele Theorien. Banken meinten, wenn mehr Wissen, Kapital und mehr Risikomanagement in Entwicklungs- und Schwellenländern eingesetzt würden, dann könnten Kleinbauern ihre Produktion steigern. Doch damit allein ist es natürlich nicht getan. Die Landwirtschaft muss vor allem in den Entwicklungsländern die Effizienz – dazu gehören auch Struktur- und Landreformen – durch den Einsatz von einer neuzeitlichen Agrartechnik, Saatgut, Düngemitteln und Pflanzenschutzprodukten steigern.

Aber Struktur- und Landreformen setzen fähige Regierungen insbesondere in den Entwicklungsländern voraus. Die Unfähigkeit und Korruptheit der Regierungen, die sich oft in kriegerischen Auseinandersetzungen spiegelt, ist eine der Ursachen des Hungers. Diese Kriege entziehen bzw. entzogen den Menschen in den betroffenen Ländern zugeflossene Mittel und vorhandene Ressourcen auf allen Gebieten. Allein in Afrika wurden für Kriege und Fehden über

200 Milliarden Euro zweckentfremdet.

Eine weitere Ursache des Hungers – oft gesteuert aus wohlhabenden Ländern – sind leider ideologische Auseinandersetzungen etwa um die Biotechnologie, die oft plakativ verteufelt wird. Was ist eine nachhaltige Landwirtschaft? Auch darüber gibt es ideologische Glaubenskriege. Ertragssteigerungen bei Mais, Soja oder Raps mit Hilfe der Biotechnologie sind durchaus verantwortbar, wenn immer mehr Menschen ernährt werden müssen.

Schließlich muss die Produktion und Verteilung der Lebensmittel besser organisiert werden. Immer noch fehlt es an einer funktionierenden Logistik. Und nicht zuletzt liegt ein nicht kleiner Anteil am Hunger am Festhalten traditioneller und kultureller Konsum- bzw. Ernährungsgewohnheiten (Reis oder Getreide) durch die Menschen selbst. Die Sicherung der Welternährung für künftige Generationen ist eine gigantische Aufgabe, die nur in einem engen Dialog der Politik in der nördlichen und südlichen Hemisphäre gelöst werden kann. Ideologische Glaubenskriege waren noch nie zielführend.

# Ernährungssicherheit durch Ernährungsindustrie

**D**ie Ernährungsindustrie ist ein wesentlicher Stabilitätsfaktor der ländlichen Räume. Sie ermöglicht außerdem der städtischen Bevölkerung eine unbegrenzte Anzahl von persönlichen Lebensstilen. Die Ernährungsindustrie ist damit einer der wichtigsten Säulen einer modernen, offenen Gesellschaft. Mit Sorge betrachtet die Branche politische und gesellschaftliche Debatten, in denen dieser Aspekt nicht angemessen berücksichtigt wird

die in einer aktuellen BVE-Umfrage verhalten optimistisch. Besser als im Vorjahr fallen für 2017 die Umsatzerwartungen aus: Sowohl im In- als auch im Auslandsgeschäft erwarten 60% der befragten Unternehmen höhere Umsätze

Die deutsche Ernährungsindustrie setzt auf Sicherheit, Qualität, Vielfalt, Bezahlbarkeit und Nachhaltigkeit bei Lebensmitteln. Im heimischen Ernährungswohlstand sind Genuss und Gesundheit sowie globale Verantwortung dank einer fortschrittlichen und wettbewerbsfähigen, aber auch komplexen Lebensmittelproduktion, möglich.

Immer häufiger sind Qualitätsaspekte bei Lebensmitteln für den Verbraucher kaufentscheidend. Die Kunden setzen hier ganz individuelle Maßstäbe. Der Kauf von Bio- oder Fairtrade-Produkten ist noch lange nicht selbstverständlich. Wichtig bleiben auch bei hochwertigen Qualitätslebensmitteln vor allem wettbewerbsfähige Preise und genügend Auswahl.

Für das Jahr 2016 zieht die deutsche Ernährungsindustrie eine positive Bilanz: Nach ersten Schätzungen konnte der Umsatz im Vorjahresvergleich um 2% auf 172 Mrd. Euro gesteigert werden. Besonders im Exportgeschäft hatte sich der Preiswettbewerb 2016 verschärft, den Unternehmen gelang es jedoch, kaufkräftige neue Märkte – insbesondere in Asien – zu erschließen. Die Lebensmittelexporte erreichten 2016 ein neues Rekordhoch von ca. 56,6 Mrd. Euro. Dies ist ein Zuwachs von 3,3% gegenüber 2015. Nach zwei Jahren der Stagnation konnte 2016 erstmalig auch wieder ein Umsatzplus im Heimatmarkt Deutschland von voraussichtlich 1,4% verbucht werden

Zu einer Konjunkturprognose für 2017 äußern sich Unternehmen der Ernährungsindustrie

Eine aktuelle Verbraucherumfrage von PricewaterhouseCoopers (PwC) belegt, dass bei der Hälfte der Deutschen überwiegend konventionell erzeugte Waren im Einkaufskorb landen.

Nur jeder siebte Kunde kauft mehr Bioprodukte und jeder fünfte Endverbraucher überhaupt keine Bio-Produkte. Während vom Bio-Kauf vor allem ein gesundheitlicher Vorteil erwartet wird, begründen die Verbraucher den Griff zu konventionellen Produkten vor allem mit günstigeren Preisen und einer größeren Auswahl.

## QUALITÄT

## TRANSPARENZ

Die Informationsdichte zu Herkunft, Produktionsmethoden und Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Branche nimmt zu. Lebensmittelhersteller sind daher gut beraten, nicht nur nachfragegerechte, sondern auch entsprechende Produkte zu entwickeln, die dem Informationsbedürfnis Rechnung tragen.

Die Unternehmen nehmen die Informationswünsche der Verbraucher ernst und treten verstärkt mit ihnen in einen direkten Austausch. Eine Umfrage von BVE und AFC in der Branche zeigt, dass 90 Prozent der Unternehmen eine Zunahme der Verbraucheranfragen feststellen. Eine wichtige Rolle im Kundendialog spiegelt das Internet und die Social-Media-Kanäle.

Für mehr Kommunikation mit dem Verbraucher engagieren sich darüber hinaus die Spitzenverbände BVE und BLL auch im Rahmen ihrer Standpräsenz auf der Internationalen Grünen Woche in diesem Jahr. Unter dem Motto „Dialog Lebensmittel“ klären sie Verbraucher interaktiv über Lebensmittel und ihre Produktionswege auf. Im Fokus stehen die Themen „Lebensmittelverschwendung“ und „Mindesthaltbarkeitsdatum“, zu denen die beiden Verbände interessierten Verbrauchern Rede und Antwort stehen werden.



**Prominenz bei der Eröffnung der Grünen Woche: Christoph Minhoff von der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie, Stephan Nießer, Bauernpräsident Joachim Rukwied, Michael Mäler, Bundesminister Christian Schmidt und Dr. Christian Göke von der Messe Berlin (von links).**



Immer noch sind die Wochenmärkte mit einem breiten Angebot der Landwirte eine hervorragende Alternative für die Grundversorgung der Endverbraucher mit frischen und gesunden regionalen Lebensmitteln. © Pixabay

## KEINE MARKTDOMINANZ DER WELTPLOYER

# Ernährungsindustrie ist breit aufgestellt

### > Günter Spahn

In einem sogenannten aktuellen „Konzernatlas zur Agrar- und Lebensmittelindustrie“ wird der Eindruck vermittelt, einige wenige international agierende Weltplayer der Nahrungsmittelindustrie würden den Markt dominieren und über ihre Macht auch in der Produktion die Essgewohnheiten bestimmen. Es ginge um Marktmacht, um letztendlich auch die Verbraucherpreise zu beeinflussen, suggeriert die Studie.

Der stark ideologisch angehauchte „Konzernatlas“ kann jedoch z.B. für Deutschland keine Gültigkeit haben. Die deutsche Ernährungsindustrie ist sehr breit aufgestellt und noch immer – trotz Globalisierung – auch ganz wesentlich durch konzernfreie Firmen, oft im Familienbesitz, geprägt. Die immer wieder in Deutschland genannten internationalen Weltplayer Nestlé oder Unilever haben in unserem Land zweifelsfrei starke Positionen – aber sie haben in der Lebensmittelproduktion für den deutschen Markt auch

nicht ansatzweise eine marktbeherrschende Position.

Ganze Teilsegmente der Ernährungsindustrie garantieren in Deutschland eine hohe Produktvielfalt. Dies gilt ausdrücklich z.B. konkret für den großen Teilbereich der Milch-, Molkerei- und Käseprodukte, bei denen beispielsweise deutsche genossenschaftliche Unternehmen wie die dmk-Group (früher Nordmilch und Humana) oder die Hochwald-Gruppe als namhafte Akteure in der Käseherstellung tätig sind. Weitere wichtige Wettbewerber in diesem Bereich sind die Familienfirma Hochland aus dem Allgäu oder die Müller-Gruppe (Müller-Milch), die längst ihr Markenportfolio erweitert hat.

Auch im Bereich der Fleisch- und Wurstwaren hat der Endverbraucher über die nach wie vor vorhandenen Metzgereien Zugriff zu einem individuellen Angebot. Selbst die großen deutschen Fleisch- und Wurstwarenfirmer wie die Tönnies Lebensmittel GmbH & Co.KG oder die Kemper GmbH & Co.KG – um wahlweise nur zwei Beispiele zu nennen – ha-

ben in Deutschland keine Marktdominanz. Dies gilt auch für unser „tägliches Brot“. Auch hier spielt das klassische Backhandwerk eine inzwischen zwar strukturell eingeschränkte, aber immer noch eine große Rolle. Der industrielle Brothersteller Harry-Brot stellt eine beeindruckende Erfolgsgeschichte dar – aber auch hier ist das Familienunternehmen natürlich in keiner Weise marktbeherrschend. Auch Harry-Brot steht im Wettbewerb mit weiteren deutschen Unternehmen in der Backwarenindustrie.

Deutschlands größter Nahrungsmittelkonzern – die Oetker-Gruppe – ist zwar u.a. auch im Braugeschäft sehr stark positioniert, aber selbst im Biergeschäft haben die Verbraucher in Deutschland z.B. über die Getränkemärkte Zugriff auf eine große Auswahl. Diese breite Auswahl liegt durchaus auch im Interesse von Oetker. Zahlreiche Firmen wie die Carl Kühne KG, Apetito, Brandt Zwieback, Köllnflocken oder Schwartauer – um nur ein paar Beispiele aufzuführen – haben nach wie vor durch ihr vom Verbraucher geschätztes Marken- und Qualitätsprofil ihren berechtigten Markt.

## TRADITIONELL, VIELSEITIG, NATÜRLICH:

# Partnerland Ungarn

### > Günter Spahn

Als Autor, der zum Land der Magyaren über enge familiäre Verbindungen verfügt, ist es vielleicht verführerisch, die ungarische Esskultur und ihre Produkte mehr subjektiv zu sehen und dementsprechend zu schreiben. Doch hieße es tatsächlich Eulen nach Athen tragen zu wollen, würde man die Vorzüge der ungarischen Küche noch groß erklären. Das diesjährige Partnerland der Internationalen Grünen Woche – eben Ungarn – gehört zunächst zu den traditionsreichsten Ländern mit einer über 1.100jährigen Geschichte als Produktionsstandort landwirtschaftlicher Qualitätsprodukte.

Die ungarische Küche ist berühmt und geschätzt, sie ist durchaus deftig und setzt auf die Produkte des Landes. Sie basiert auf den allseits bekannten Erzeugnissen der ungarischen Landwirtschaft: Salami, Paprika, der Pörkölt (Gulasch) natürlich, Gänseleberpastete, Balaton-Zander, die wunderbaren ungarischen Obstbrände und natürlich die auch international gerühmten Spitzenweine des Landes – beispielsweise der Tokajer – belegen den guten Ruf der ungarischen Qualitätsprodukte. Das historische Weinbauangebot um Tokaj ist als



Ungarn, diesjähriges Partnerland der Grünen Woche, gehört zu den traditionsreichsten Ländern der Agrarwirtschaft mit vielen Spitzenprodukten. © Grüne Woche

Kulturlandschaft Teil des Weltkulturerbes. Der als „König der Weine, Wein der Könige“ bekannte weltberühmte Tokajer wird schon seit mehr als 450 Jahren angebaut. Aber auch die nordungarische Weingegend der Mátra zeichnet sich durch ihre Weißweine aus. Schließlich genießt der Kecskeméter

Aprikosenschnaps unter Kennern Weltruf.

Zurecht wies der ungarische Landwirtschaftsminister Dr. Sándor Fazekas auf das Motto der ungarischen Präsenz auf der Grünen Woche hin: Traditionell, vielseitig, natürlich. Die Standortbedingungen für die ungarische Landwirtschaft sind gut. Die Landwirtschaft hat in Ungarn einen hohen Stellenwert. In den letzten sechs Jahren, so Fazekas, stiegen die Arbeitsplätze im landwirtschaftlichen Sektor des Landes um 27%. Inzwischen beschäftigt der Agrarsektor 220.000 Menschen und dies bei einer Einwohnerzahl von 9,8 Millionen Menschen. Die Bedeutung der Landwirtschaft wird insbesondere deutlich, wenn man die Anzahl der Beschäftigten zur Einwohnerzahl Deutschlands in Beziehung bringt. Für die Volkswirtschaft des Landes ist beispielsweise der Agrarexport mit ca. 8 Milliarden Euro eine wichtige Größe.

Die landwirtschaftlichen Produkte werden inzwischen in 156 Länder exportiert und sind somit auch herausragende Qualitätsbotschafter des Landes. Hauptexportgüter Ungarns sind Geflügelfleisch, Gemüse, Salami und der Pálinka. Die EU ist für die landwirtschaftlichen Produkte des Landes der wichtigste Handelspartner.



Pálinka, die berühmten ungarischen Obstbrände, sind eine erstklassige Referenz. Das Bild zeigt eine hochmoderne Destillerie in Tiszaföldvár. © Grüne Woche

# Weizen – ein Symbol der Brotherstellung

**W**eizen ist die klassische Getreidesorte und Symbol für die Brotherstellung. Die goldenen Ähren leisten einen wesentlichen Beitrag für die Welternährung. Immerhin macht Weizen direkt und indirekt mehr als zwei Milliarden Menschen satt. Auf Weizen basiert neben dem „täglichen Brot“ u.a. die Produktion zahlreicher Lebensmittel wie Pizzen oder Nudeln. Auch für die Brauereiwirtschaft ist Weizen ein wichtiger Rohstoff. Insgesamt entfallen 65% der Weizenernte auf den Bereich Nahrungsmittel. 17% werden für Tiernahrung verwendet. Aber Weizen wird auch zur Herstellung industrieller Produkte wie Biosprit eingesetzt.

Weltweit wird Weizen auf 220 Millionen Hektar angebaut und steht damit deutlich vor anderen Getreidesorten wie Roggen, Hafer oder Gerste. Weitere Getreidesorten sind Reis und Mais, wobei in

den klassischen Reis-Ländern China und Korea Weizen an Beliebtheit zunimmt.

## WEIZEN: IN 90 LÄNDERN KONSUMIERT

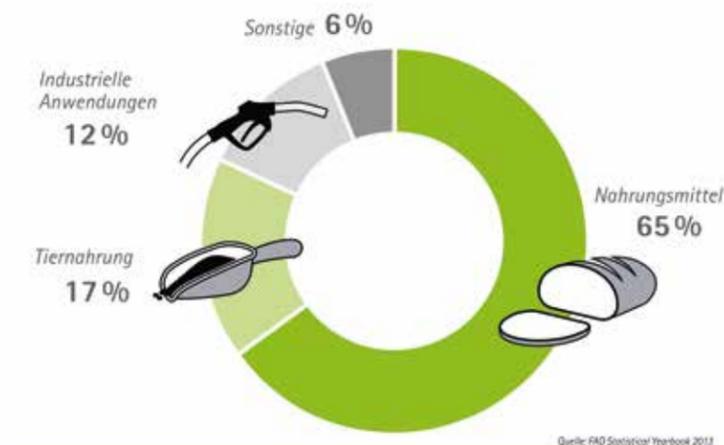
Inzwischen wird Weizen in 90 Ländern konsumiert. Doch die Weizenernte könnte zurückgehen – die Nachfrage sogar das Angebot übersteigen. Neue seriöse Schätzungen gehen davon aus, dass die Erträge mit jedem Grad Celsius des globalen Temperaturanstieges um sechs Prozent sinken.

Lange Dürreperioden und Unwetter setzen den Weizenmärkten zu. Nur mit globalen Maßnahmen und neuen Konzepten für die Landwirte können dem Weizen die Zukunft sichern. Wenn alles so bleibt wie bisher, wird der Bedarf an Weizen bei der wachsenden Anzahl der Weltbevölkerung nicht gedeckt werden können. Deshalb sind abgestimmte Maßnahmen das Gebot der Stunde. Es müssen neue Weizensorten angebaut werden, die unter lokalen Wetter- und Bodenbedingungen höhere Ernten liefern und gleichzeitig widerstandsfähiger gegen Wetterextreme, Krankheiten und Schädlinge sind.

Die Wissenschaft verfolgt mehrere Ansätze. So sollen für den Anbau robuste und ertragreiche Hybridsorten gezüchtet werden. Diese könnten beispielsweise durch die Kreuzung zweier auf ganz bestimmte Eigenschaften gezüchtete reinerbige Linien entstehen. Um solche Hybriden herzustellen, müssen die Züchter die Pollenbildung einer Elternlinie unterdrücken und sie sterilisieren. Allerdings gibt es derzeit nur wenige Programme zur Hybridzüchtung.

## Verwendung von Weizen

Weizen landet nicht nur in Form von Brot oder Pasta auf unseren Tellern. Das Getreide wird auch zur Herstellung industrieller Produkte wie Biosprit verwendet und ist in Futtermitteln für Nutz- und Haustiere zu finden.



Quelle: research - Das Bayer-Forschungsmagazin

## Der WirtschaftsReport

[www.zielgruppen-medien.de](http://www.zielgruppen-medien.de)

### Verlag:

Zielgruppen-Medien Verlag  
Günter und Christian Spahn  
Postfach 11 42; 85421 Erding b. München  
Tel. 08122/48632, Fax 08122/95 70 77  
E-Mail: [info@zielgruppen-medien.de](mailto:info@zielgruppen-medien.de)

### Herausgeber & Chefredakteur:

Günter Spahn  
[guenter.spahn@zielgruppen-medien.de](mailto:guenter.spahn@zielgruppen-medien.de)  
Koordination & Layout:  
Christian Spahn  
[christian.spahn@zielgruppen-medien.de](mailto:christian.spahn@zielgruppen-medien.de)

### Technische Herstellung/Druck:

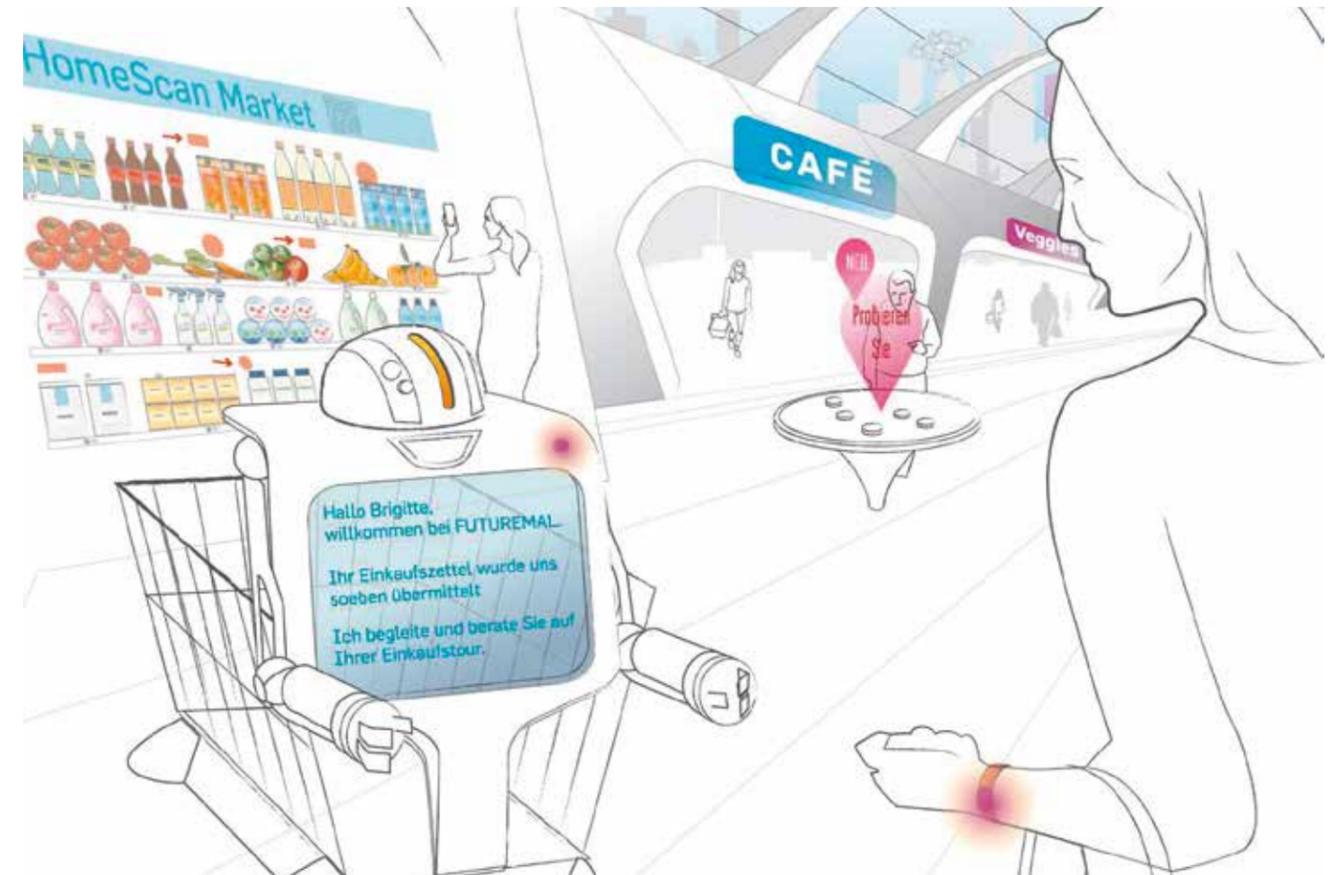
Westdeutsche Verlags- und Druckerei GmbH (WVD)  
Kurfürstenstraße 4, 64546 Mörfelden-Walldorf

### Copyright:

Alle Seiten dieses Specials sind Eigentum des Zielgruppen-Medien Verlages und daher urheberrechtlich geschützt.

## WIE ISST DEUTSCHLAND 2030?

# Wandelnde Ernährung



**G**esund, wertorientiert und die Ressourcen schonend – unsere Ernährung wird sich wandeln. Wird die Ernährung dann nur noch Mittel zum Zweck sein ohne Genuss? Die Ergebnisse einer Nestlé-Zukunftsstudie 2030 „Wie is(s) Deutschland 2030?“ gehen von mehreren parallel existierenden Entwicklungen aus. Dies belegt eine repräsentative Studie, die das Nestlé Zukunftsforum durchgeführt hat.

Mehr als 50% der Studienteilnehmer stellen sich eine Zukunft vor, in der eine gesunde Ernährung mit einer gleichzeitigen Ressourcenschonung kombiniert wird. Aus Rücksicht auf Tier und Natur sind demnach 2030 Produkte aus „In-vitro-Fleisch“ (kultiviertes Fleisch) oder anderen Eiweißquellen wie Algen denkbar. Die Ernährung wird Teil der Weltanschauung und zum per-

sönlichen Lebensstil. Was dem Autofan der PS-starke Sportwagen oder dem Bildungsbürger die Bücherwand war, wird morgen die detaillierte Kenntnis der Vita des Rindersteaks sein.

## GESUNDHEIT IM FOKUS

„Die Verbraucher wünschen sich von der Lebensmittelindustrie und dem Handel Produkte und Services, die den individuellen Bedürfnissen und Wertvorstellungen entsprechend zu einer nachhaltigen und gesunden

Ernährung beitragen“, sagt Gerhard Berssenbrügge, Vorstandsvorsitzender von Nestlé Deutschland.

Tatsächlich beeinflusst beim Szenario Gesundheit diese künftig maßgeblich unsere Essgewohnheiten. Der Erhalt unserer Gesundheit wird teuer. Die Menschen versuchen daher, dieser Entwicklung durch eine präventive Ernährung zu begegnen. Zudem gehen Experten davon aus, dass das menschliche Gen im Jahr 2030 entschlüsselt sein wird.

Dann kann jeder analysieren lassen und erfahren, wie hoch das persönliche Risiko für Erkrankungen ist. Die Folgen: personalisierte Produkte und individueller Service.

Fortsetzung auf Seite 10:

## KOMMENTAR

Wie und was die Deutschen im Jahr 2030 essen werden, kann auch eine noch so gut vorbereitete und durchgeführte repräsentative Befragung nicht definitiv ermitteln. Aber es können vermutliche Trends aufgezeigt werden und genau diese versuchte das Nestlé Zukunftsforum mit seiner in Auftrag gegebenen Studie zu ergründen. Ob heutige Modetrends in der Esskultur längerfristig Bestand haben, ist eine völlig andere Frage.

Für die von Nestlé in Auftrag gegebene Studie wurden bereits im Jahr 2015 immerhin 1.029 deutschsprachige Erwachsene, die repräsentativ für die Gesamtbevölkerung Deutschlands sein sollen, durch TNS Infratest befragt. Eingeflossen in das Ergebnis sind zusätzlich Workshops mit Experten der Gesellschaft.

Haben solche Befragungen und deren Ergebnisse für einen global tätigen Konzern wie Nestlé, der längst neben den Bereichen Ernährung, Süßwaren und Getränke auch in anderen Geschäftsfeldern – etwa Gesundheit – tätig ist, einen strategischen Nutzenwert? Nur bedingt, denn Deutschland ist zwar ein wichtiger, aber für den Gesamtkonzern keineswegs dominierender Markt. Zwar war es schon immer Bestandteil der Nestlé-Geschäftspolitik auch auf nationale Marken zu setzen, aber die großen Leitlinien werden auch bei Nestlé längst international definiert. Nestlé ist z.B. schon längst auch kein rein schweizerisches Unternehmen mehr, wenngleich sich die Konzernzentrale in Vevey am Genfersee befindet.

Die Befragungen in Deutschland können lediglich eine Momentaufnahme – eingebettet in das wirtschafts- und gesellschaftspolitische Umfeld des Jahres 2015 – sein. In unserer schnelllebigen Medienzeit, können sich jedoch Erkenntnisse und entsprechend die Gewohnheiten schnell ändern. Was gestern noch als richtig angesehen wurde, kann bereits morgen falsch sein. Über die „richtige“ Ernährung streiten sich z.B. die Gesundheitsexperten. Essen ist auch immer eingebunden in die zeitlichen Zwänge der Arbeitswelt. Die digitale Arbeitswelt wird in naher Zukunft dazu führen, dass viele Büroaufgaben, gerade auch für Frauen, entfallen bzw. mit einer noch stärker werdenden Betonung der Heimarbeit neu strukturiert werden. Im Klartext heißt dies, dass Frauen künftig wieder

mehr zuhause sind und ganz von selbst wieder das Kochen auch als Hobby neu erfahren. Großmutterzeiten erleben, wohlgerne im positiven Sinne, eine Renaissance. Frauen werden, durch die digitale Arbeitswelt, wieder mehr Zeit für ihre Kinder haben.

Im übrigen haben ideologische Denkansätze politischer Richtungen, etwa fleischfreie Tage einzuführen, bei den Deutschen mehrheitlich keine Akzeptanz gefunden. Die Bürger wollen selbst über ihre Freiheit der Auswahl des Essens entscheiden. Und ob etwa eine temporäre – die Betonung liegt auf temporär – Haltung fundamentalistisch eingestellter Bürger etwa gegen den Fleischkonsum noch in drei vier Jahren Bestand haben, ist eine offene Frage.

Essen war auch immer ein gutes Stück Lebenskultur. Italiener, Spanier, Franzosen ohnehin, Osteuropäer, in Südamerika z.B. die Argentinier – sie haben zum Essen im Gegensatz zu den Deutschen eine völlig andere Sicht. Essen ist dort noch mehr Lebensgefühl und Zeremonie. Dies gilt auch ausdrücklich auch für die Amerikaner – hier allerdings unter anderen Vorzeichen. In der deutschen Kulturgeschichte hat sich das Essen und die Auswahl der Lebensmittel nie groß verändert – allenfalls durch die vorhandene oder nicht vorhandene Kaufkraft. Die Deutschen werden auch 2030 ihr Steak, ihre Bratwurst oder ihr Wiener Schnitzel gerne essen und dazu vorzugsweise ihr Bier trinken. Das Bier hat seit dem Reinheitsgebot über 500 Jahre erfolgreich überlebt. Dies wird auch so bleiben. Natürlich haben – schon zeitbedingt durch die Arbeitswelt – Fertiggerichte, Pizzen etwa, ihren Platz gefunden. Aber Fertiggerichte haben das traditionelle deutsche Essen nie verdrängt. Sie wurden allenfalls eine Ergänzung.

War nun die Nestlé Befragung überflüssig? Sie sollte ein aktuelles Stimmungsbild aufzeigen. Ein gut aufgestellter Konzern wie Nestlé muss für alle möglichen Szenarien Antworten definieren. Ob diese Szenarien eintreten, ist eine völlig andere Frage. Nestlé sieht sich als der weltgrößte Nahrungsmittelhersteller auch in einer besonderen gesellschaftspolitischen Verantwortung. Die Politik erwartet von einem derartigen Unternehmen Antworten für mögliche Entwicklungen. Mit ihrer Studie hat die Gesellschaft einen Beitrag geleistet. Sp

Fortsetzung von Seite 9:

## LEISTUNG

Selbstoptimierung ist ein Schlagwort, das unsere Zukunft durch eine große Auswahl personalisierter Lebensmittel prägen könnte, die individuell auf den persönlichen Bedarf abgestimmt sind. Produkte, deren Zielsetzung die

Leistungssteigerung mit der damit verbundenen gesundheitlichen Wirkung, besonders für problembewusste ältere Menschen, ist.

Viele werden 2030 zu Hause gut schmecken und gesunde Fertiggerichte und unterwegs hochwertige Snacks zu sich nehmen. Essen wird in der Regel geliefert, weniger selbst gekocht. Dem gegenüber steht der Wunsch nach einem Gemeinschaftserlebnis beim Essen. Die Studie belegt, dass die Menschen seltener zu Hause, sondern eher gemeinsam in großen Küchen in der Nachbarschaft kochen werden, wozu sie sich eigens verabreden. Im Mittelpunkt steht hier das

Erlebnis, gemeinsam zu kochen und zu essen.

Inspirationen werden die Menschen in Zukunft über Apps und im Einzelhandel bekommen: In den Geschäften finden die Verbraucher leckere und gesunde Produkte, Berater machen Vorschläge zur Zubereitung. Die Grundversorgung mit Lebensmitteln hingegen wird überwiegend online erfolgen

Für viele bleibt beim Essen Genuss ein wichtiges Motiv: Es soll gesund sein und uns gut tun. Sowohl in Gemeinschaft, allein zu Hause oder bei Restaurantbesuchen, oft steht der Genuss im Vordergrund.

# Nestlé und die Landwirtschaft

Nestlé engagiert sich in der Landwirtschaft für ein besseres Wassermanagement und unterstützt dabei bereits 760.000 Landwirte mit einer technischen Unterstützung und Beratung bei wassersparenden Anbaumethoden (im Bild die globale Konzernzentrale in Vevey am Genfersee). © Nestlé



**U**nter dem Motto „Good Food, Good Life“ feiert das Traditionsunternehmen Nestlé 2016 das 150jährige Jubiläum. Für den weltgrößten Nahrungsmittelhersteller, dessen Geschäftspolitik schon immer durch Kontinuität und Verlässlichkeit geprägt wurde, ist es selbstverständlich, auch künftig wichtige Impulse in der Ernährung zu setzen. Die Nahrungsmittelindustrie ist wie keine andere Branche an einer nachhaltig gesicherten Landwirtschaft als Verarbeiter der landwirtschaftlichen Rohprodukte interessiert. Nestlé sieht vor allem den direkten Zusammenhang der Nahrungsmittelproduktion mit dem Vorhandensein genügender Wasserressourcen für die Landwirtschaft, denn diese benötigt für den Anbau Wasser.

Der Anteil der Landwirtschaft am weltweiten Süßwasserverbrauch (jährlich ca. 4.250 Milliarden Kubikmeter) liegt bei 70%. Weitere 20% entfallen auf die Industrie und 10% auf die Bereiche Trinken und Hygiene. Allein mit diesen Zahlen wird deutlich, dass eine entscheidende Voraussetzung der landwirtschaftlichen Nahrungs- und Rohstoffproduktion – und somit der Sicherung der weltweiten Ernährung – auf dem ungestörten Zugriff von Wasser beruht. Bereits heute ist Frischwasser auf der Erde ungleich verteilt. 1,2 Milliarden Menschen leben in Gebieten mit Wasserknappheit.

Nestlé ist als Nahrungsmittelkonzern (u.a. Fertiggerichte, Kaffee und andere Getränke, Milchprodukte und Süßwaren, Ernährung und Ge-

sundheit) auf Millionen Bauern für die Lieferung von Agrar-Rohstoffen angewiesen. Das Engagement von Nestlé für die Landwirte basiert daher auf den Grundlagen – u.a. Wasser – für die Arbeitsfähigkeit der Landwirtschaft. Die gesicherte Welternährung – direkt und indirekt über Unternehmen der Nahrungsmittelherstellung – kann nur durch eine leistungsstarke Landwirtschaft bewerkstelligt werden. Es besteht ein unmittelbarer Zusammenhang der Mega-Herausforderungen der Sicherung der Ernährung einer wachsenden Weltbevölkerung und der Ressource Wasser. Deshalb setzt Nestlé bei der Hilfe für die Landwirtschaft auf die Unterstützung der Bauern bei wassersparender Anbaumethoden. Über 760.000 Bauern hilft Nestlé bereits bei der technischen Unterstützung und Beratung bei der Aufgabe, den Anbau weniger wasserintensiv zu machen. Ein weiteres Programm besteht in der Förderung besserer Anbaumethoden.

Neben diesen Maßnahmen hat darüber hinaus Nestlé den Wasserverbrauch im eigenen Konzern in seinen weltweiten Fabriken seit 2005 bereits um 41% je Tonne Produktion reduziert. Dies ist für ein Unternehmen, das auf unserem Kontinent über 335.000 Mitarbeiter(innen) beschäftigt, mit einer enormen Kraftanstrengung verbunden gewesen. Auch Nestlé ist davon überzeugt, dass auch künftig – etwa 2050 – zehn Milliarden Menschen ernährt werden können. Allerdings darf die Landwirtschaft nicht instrumentalisiert werden etwa dadurch, dass Getreide wie Mais für die Treibstoffherzeugung missbraucht wird. Und zweitens muss mit der Ressource Wasser noch verantwortungsbewusster umgegangen werden.

# WIR BRINGEN IHRE BOTSCHAFTEN AUF DEN PUNKT ...



- AGENDA SETTING
- PRODUKTE & MÄRKTE
- INNOVATIONEN
- UNTERNEHMEN
- STANDORTPROFILE
- BROSCHÜREN

**DIGITAL & PRINT**

**Zielgruppen-Medien Verlag**

Postfach 1142  
85421 Erding bei München  
[www.zielgruppen-medien.de](http://www.zielgruppen-medien.de)  
[info@zielgruppen-medien.de](mailto:info@zielgruppen-medien.de)