

ERGEBNISBAND



3. NORDDEUTSCHE BRANCHENKONFERENZ ERNÄHRUNGSINDUSTRIE

ES GEHT NICHT NUR UM FISCH UND FLEISCH

Mittwoch, 16. Mai 2018

Ludwig-Bölkow-Haus der IHK zu Schwerin

3. NORDDEUTSCHE BRANCHENKONFERENZ ERNÄHRUNGSIINDUSTRIE

ZUSAMMENFASSUNG UND ERGEBNISSE

„Es geht nicht nur um Fisch und Fleisch“ – es geht ums Ganze! Die 3. Norddeutsche Branchenkonferenz Ernährungsindustrie befasste sich mit diesem umfassenden Konferenzthema, das die Tragweite und Bedeutung der Ernährungswirtschaft an Nord- und Ostsee widerspiegelt.

„New Nordic Food – Wie Köche ein Land verändern“ war das zentrale Thema des Impulsvortrags der Hamburger Gastronomen und PR-Berater Christian Senkel und dem Stadtentwickler Uwe A. Carstensen. Gemeinsam stellten sie den skandinavischen Ansatz der Nordic Food Identity vor: Von Dänemark ausgehend haben es Gastronomen und Produzenten gemeinsam geschafft, die Erwartungen und die Nachfrage der Verbraucher an bessere regionale Produkte zukunftsfähig zu qualifizieren. Die Politik hat diese Entwicklung unterstützt und finanziell gefördert. Im Ergebnis sind heute neue und veränderte Produkte großer Lebensmittelproduzenten und vieler Startups mit regionalem Bezug ein nachdrücklicher Konsumentenwunsch.



Die drei Workshops zu Themen rund um Fisch, Fleisch sowie Trends und Innovationen wurden von den Branchenexperten Prof. Dr. Leif-Alexander Garbe (Hochschule Neubrandenburg), Dr. Peter Breckling (Deutscher Fischerei-Verband) und Karl-Heinz Krämer (Block Foods) geleitet. In den Workshops wurden die Themen diskutiert, eingeordnet und Ergebnisse zurück ins Auditorium getragen. Auch unter dem Eindruck des Konferenzimpulses kamen die Teilnehmer zum Ergebnis, dass zukünftig eine gute und transparente Kommunikation von Lebensmittel- und Ernährungsthemen entscheidend für die Entwicklung der Kundeninformation und der Verbraucherinteressen sei. Neue Produkte und Trends

können sich durch ein enges Zusammenspiel von Gastronomen, Produzenten, dem Handel und den Verbrauchern ergeben.

Die Ernährungswirtschaft ist in ihrer Stärke auch Motor und Impulsgeber für die Branchen entlang der Wertschöpfungskette – von der Urproduktion über Logistik, Verarbeitung und Veredelung zu Verpackungen, Dienstleistungen, dem Finanzwesen, des Produktdesigns und der wissenschaftlichen Belegung bis hin zur gastronomischen Perzeption auf dem Teller. Eine isolierte Betrachtung der reinen Verarbeitung und Veredelung von Lebensmitteln greift offensichtlich zu kurz und wird der strukturellen Bedeutung der Ernährungswirtschaft für Norddeutschland nur unzureichend gerecht.



Die Branche gilt als wichtiges Standbein der gewerblichen Wirtschaft in der Bundesrepublik Deutschland und hat eine wichtige Standortfunktion in Norddeutschland: Sie ist im engsten Sinne – der reinen Verarbeitung und Veredelung – eine der umsatzstärksten Branchen in den norddeutschen Ländern. Die Politik hat erkannt: Angesichts der vielfältigen Herausforderungen müssen frühzeitig die Weichen für ein innovationsorientiertes, ökologisch und sozial nachhaltiges Wachstum der Branche, für gute Arbeit, Nachhaltigkeit, Verbraucherakzeptanz, Gesundheit und touristisch attraktive Landschaften gestellt werden. Die Konferenz der Wirtschafts- und Verkehrsminister der norddeutschen Küstenländer hat daher 2013 beschlossen, regelmäßig Branchenkonferenzen mit der Ernährungsindustrie durchzuführen.

NEW NORDIC FOOD – WIE KÖCHE EIN LAND VERÄNDERN

Zentrales Thema des Impulsvortrags von Christian Senkel und Uwe A. Carstensen war das Thema „New Nordic Food – Wie Köche ein Land verändern“.

Christian Senkel ist Gastronom aus Hamburg und führte zusammen mit "Küchenbulle" Tim Mälzer das bekannte Restaurant „das weisse haus“ in der Hansestadt. Er ist heute als PR- und Marketingberater in der Gastronomie und Lebensmittelbranche europaweit tätig. Zusammen mit Uwe A. Carstensen hat er den Blick nach Skandinavien gerichtet und intensiv zur "Nordic Food Identity" recherchiert, ein Ansatz zur Entwicklung regional verankerter Kulinarik mit vielfältig positiven Effekten in Landwirtschaft, Lebensmittelproduktion, Gastronomie Tourismus und Bildung. Dieser Ansatz wird mehr und mehr auch in der Ernährungsbranche außerhalb Skandinaviens verfolgt und führt zu Veränderungen im Verbraucherverhalten und damit auch in der politischen Agenda. Uwe A. Carstensen ist in Hamburg in Großprojekte der Stadtentwicklung eingebunden. So war er bei der Umsetzung und internationalen Kommunikation der Olympia-Bewerbungen und der Internationalen Bauausstellung Hamburg engagiert und ist seit 2003 fortlaufend für die HafenCity Hamburg tätig; zunehmend arbeitet er an Projekten zur Integration von Lebensmittelproduktion und Stadt- und Regionalentwicklung.

Bei der 3. Norddeutschen Branchenkonferenz Ernährungsindustrie stellen Senkel und Carstensen ihre Vision einer "Norddeutschen Food Identity" erstmals einer breiten Öffentlichkeit in der norddeutschen Ernährungsbranche zur Diskussion vor: Von Dänemark ausgehend haben es Gastronomen und Produzenten geschafft, die Erwartungen der Verbraucher an bessere regionale Produkte zu verändern. Die Politik hat diese Entwicklung intensiv gefördert und getragen von Weitsicht auf Folgeeffekte im Gesundheitssektor und mit Blick auf die Vermeidung kostenträchtiger Umweltschäden begleitet. Im Ergebnis stehen heute neue und veränderte Produkte auch großer Lebensmittelproduzenten und sich vielfältig entwickelnder Start-ups mit regionalem Bezug. Hochwertiges Fleisch, frischer Fisch, neue und wiederentdeckte Käsesorten, aber auch Algen, mehr Obst und Gemüse – frisch, gekocht oder fermentiert – stehen mehr und mehr im Fokus der Verbraucher in Nordeuropa.

Die Konferenz diskutierte die Frage, ob ein solcher Ansatz auch in Norddeutschland sowohl zu mehr Wertschöpfung als auch zur Entstehung eines völlig neuen Denk- und Bildungsansatzes in der Lebensmittelproduktion beitragen könne. Unter Politik, Produzenten und Verbraucher bedarf es eines Perspektivwechsels zur Integration kreativer Potentiale, so Senkel und Carstensen.

New Nordic Food ist adaptier- und ausbaufähiger Ansatz zur Entwicklung einer norddeutschen "Food-Identity" mit veränderter Ernährungsweise - basierend auf einer wieder zu entdeckenden Kulinarik. Diese ist dabei nicht beschränkt auf die sogenannte Spitzengastronomie. Vielmehr kann sie kommunikative Impulse setzen und ein Schlaglicht auf die Frage werfen, was in Norddeutschland angebaut, produziert und veredelt wird. „Aus der Region auf den Teller“ – Fisch und Fleisch, Gemüse und Obst, alte Sorten und neue Verfahren sind Promotoren einer norddeutschen "Ernährungs-DNA". Mehr Bewusstsein für Produkte und Herstellungsverfahren und Innovationen entlang der Wertschöpfungskette könnten bei multidimensionaler Potentialnutzung deutlich ausgebaut werden.



Die 3. Norddeutsche Branchenkonferenz Ernährungsindustrie gab hierzu einen wichtigen Impuls: An einem zentralen Ort – „Kulinarium Norddeutschland“ als Arbeitstitel – könnten Vertreter der norddeutschen Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette sich austauschen und die neue Kulinarik diskutieren – Wofür steht Norddeutschland? Was bauen Landwirte wo und wie an? Was verlangt der Kunde jenseits der medialen Produktvermittlung? Welchen Beitrag kann die Ernährungsindustrie etwa zur Gesundheitsvorsorge bzw. zur Vermeidung von Ernährungsfolgeschäden bei gleichzeitig erwartbaren Wertschöpfungssteigerungen leisten?

FISCH ALS BESTANDTEIL AUSGEWOGENER ERNÄHRUNG

Referent des Workshops war Dr. Peter Breckling, Generalsekretär des Deutschen Fischerei-Verbandes. In diesem Workshop wurden die aktuellen unternehmerischen Perspektiven in der Fischwirtschaft und Aufgaben für die Akteure beleuchtet und diskutiert.

Es wurde unterstrichen, dass Fischfang, -verarbeitung und -verzehr beständige Elemente des menschlichen Daseins sind. Daher bieten sich in diesem Bereich der Ernährungswirtschaft im Allgemeinen immer unternehmerische Perspektiven. Es wurde jedoch die Frage gestellt, wie sich die Lage der Fischer und Fischverarbeiter unter den aktuellen Rahmenbedingungen darstellt und wie perspektivisch die Branche entwickelt werden kann. Hochsee-, Küsten- und Binnenfischerei in der Europäischen Union sind durch die jährlichen Fangquoten klar reguliert. Als Ergänzung des Wildfangs wächst die Bedeutung der Aquakultur. Gleichwohl kann die Aquakultur in Deutschland auf absehbare Zeit nur eine Nische sein: Offshore-Aquakultur könnte in der deutschen und dänischen Nord- und Ostsee einen nicht unerheblichen Anteil an der Fischwirtschaft beitragen, umweltrechtliche Einschränkungen machen die Offshore-Aquakultur in der südlichen Nord- und Ostsee jedoch praktisch unmöglich. Die Onshore-Aquakultur hat noch Wachstumspotenziale, Grenzen des Wachstums sind jedoch durch Energie-, Wasser- und Futterthemen gesetzt.

Im internationalen Vergleich wird deutlich: Eine Verknappung des Rohstoffs „Fisch“ ist nicht absehbar. Vielmehr wird insbesondere die deutsche Versorgung mit Fisch schon seit langen Zeiträumen über Importe gedeckt. Nur etwa 20 Prozent des deutschen Fischverbrauchs wird durch eigenen Fang gedeckt. Es gilt: Fisch ist nicht mehr billiger Fleisch-Ersatz als Quelle tierischen Proteins. Die Preise steigen weltweit, resultierend aus einer wachsenden Nachfrage aus Asien. Fisch ist international eine eigenständige und hochpreisige Lebensmittel-Kategorie. Der deutsche Fischmarkt hat dabei eine partielle Sonderstellung: Die Nachfrage und die Produktion preisgünstiger Lebensmittel aus Fisch steht noch im Zentrum.

Resultierend aus den international steigenden Preisen und steigender Nachfrage bieten Branchen-Investment-Fonds einen großen Erfolg durch hohe Rentabilität. Der deutsche Sonderweg wird auch in Produktion und Absatz deutlich: Eine im Grundsatz veraltete und somit tendenziell unrentable Fischereiflotte ist auf einem Markt aktiv, der günstige Convenience-Produkte (Fischbrötchen, Schlemmerfilet, Fischstäbchen, etc.) anbietet. Lediglich in der Hochseefischerei konnten einige der notwendigen Modernisierungen der Flotte verwirklicht werden. Die Unternehmensstruktur ist in Norddeutschland sehr heterogen: Große, oft internationale Unternehmen sind ebenso aktiv wie Mittelstand, Genossenschaften bis hin zur handwerklichen Vielfalt. Dabei werden neue Marketing- und

Absatzanstrengungen in den Markt gebracht, die oft von Erfolg gekennzeichnet sind. TV-Formate mit Branchenstories (Männer der See, Deadliest Catch, Les Bleus de la Mer) sind auf Spartenkanälen präsent und finden interessierte Zuschauer.



Die fachliche Kompetenz des Fischereisektors ist in den Parlamenten (EU, Bundestag, Länderparlamente) nur unterdurchschnittlich vertreten. Fischer und Fischverarbeiter finden sich kaum unter den Abgeordneten. Daher sind – so schätzt der Deutsche Fischerei-Verband ein – die Interessen der Branche nur schwer zu kommunizieren und durchzusetzen. Hier wünscht sich der Branchenverband auch eine engere Zusammenarbeit mit der IHK Nord und dessen Informationsformaten und schlägt weiterhin eine Zusammenarbeit mit bestehenden und vor allem auch neuen Medienformaten vor. Die IHK Nord kann auch mit den bestehenden guten Verflechtungen nach Berlin und Brüssel eine wichtige Säule zur Vertretung der typisch norddeutschen Interessen rund um das Thema Fisch, z.B. Fang und Fangrechte, Verarbeitung, Aquakultur, wissenschaftliche Begleitung, sein.

Dr. Peter Breckling
Deutscher Fischerei-Verband e.V.
Venusberg 36, 20459 Hamburg
Tel.: 040 / 31 48 84
info@deutscher-fischerei-verband.de

FLEISCH ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE – IST NORDDEUTSCHLAND AUF DEM RICHTIGEN WEG?

Referent des Workshops war Karl-Heinz Krämer, Vorstand der Block Foods AG und Vorsitzender von foodactive e.V., dem Ernährungsnetzwerk der Metropolregion Hamburg. In diesem Vortrag wurden der aktuelle Status der Fleischwirtschaft in Norddeutschland diskutiert, weiterhin Verbraucher- und Marktinteressen beleuchtet sowie die Notwendigkeit eines staatlichen Tierwohllabels beleuchtet.

Die Zahlen des Statistischen Bundesamtes aus den norddeutschen Bundesländern machen deutlich: Zentrum des Tierbestands an Schweinen, Rindern und Geflügel ist Niedersachsen. 80 Prozent der Schweine, 61 Prozent der Rinder und 87 Prozent des Geflügels werden in Niedersachsen gehalten. Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein rangieren mit Abstand hinter Niedersachsen. Noch deutlicher wird diese Verteilung bei den Schlachtungen: Mehr als 90 Prozent der Schweine werden in Niedersachsen geschlachtet und 57 Prozent der Rinder. Ein Drittel der Rinder werden in Schleswig-Holstein geschlachtet. Mecklenburg-Vorpommern spielt in der ersten Verarbeitungsstufe nur eine untergeordnete Rolle. So wird auch deutlich, dass im westlichen Niedersachsen und im nördlichen Nordrhein-Westfalen die Fleischverarbeitung und -veredlung ansässig ist. Ein weiteres, durchaus kleineres Cluster ist auch in Schleswig-Holstein und südlich Hamburg zu verzeichnen. MV spielt nach einer aktuellen Branchenstudie der Fleischwarenindustrie nur eine nachrangige Rolle. Kurz, in Mecklenburg-Vorpommern findet im Fleischbereich nur eine sehr geringe Wertschöpfung statt.



In der Gesamtbetrachtung wird deutlich: Landwirtschaftliche Flächen werden in Niedersachsen deutlich intensiver genutzt als in Mecklenburg-Vorpommern. Im Umkehrschluss steht aber auch, dass die Böden mit Stickstoff im westlichen Niedersachsen deutlich stärker belastet sind als in anderen Regionen Norddeutschlands. Der Nährstoffbericht 2016/2017 für Niedersachsen macht deutlich, dass daher Dung aus der Weser-Ems-Region in andere Bundesländer transportiert werden muss.

Der Workshop stellte sich auch der Frage, welche Erwartungen die Verbraucher an die heutige und zukünftige landwirtschaftliche Produktion haben. Das BMEL veröffentlichte, dass 82 Prozent der Verbraucher mehr Transparenz in der Tierhaltung wünschen und gar 87 Prozent eine bessere Tierhaltung. 88 Prozent – so die Studie – würden dafür einen höheren Preis auszugeben. Im Durchschnitt wären dies 13,60 EUR pro Kilogramm Fleisch aus tiergerechter Haltung. Eine Untersuchung der Universität Wageningen dagegen macht deutlich, dass nur etwa 13 Cent mehr für Schweinefleisch aus artgerechter Haltung ausgegeben werden würden. Zudem wünschen sich Verbraucher eine gute Kommunikation an der Ladentheke – App und QR-Code reichen den Verbrauchern nicht aus.

Der LEH reagiert bereits auf diese Kundenwünsche. Cursorisch wurden einzelne Tierwohl-Initiativen der Ketten vorgestellt (insbes. Lidl-Haltungskompass und Aldi Fair&Gut). Auch wurde an dieser Stelle das Block House Aufzuchtprogramm vorgestellt und gezeigt, wie dies mit welchem Erfolg im LEH kommuniziert wird. Nachdem deutlich wurde, dass der LEH die Interessen der Verbraucher erkannt hat und diese in die eigene Strategien und ins Marketing übernommen hat, standen die Fragen:

- Braucht es jetzt noch ein staatliches Tierwohllabel?
- Braucht die Branche andere staatliche Haltungsvorgaben?
- Können diese in Norddeutschland als Grundvoraussetzung eingeführt werden?

Die Teilnehmer des Workshops gaben diese Fragen zurück ins Auditorium mit der Aufforderung an IHK Nord und Politik zur weiteren Befassung.

Karl-Heinz Krämer
Block Foods AG
Lademannbogen 127, 22339 Hamburg
Tel.: 040 / 538007-620
k-h.kraemer@block-foods.de

TRENDS UND INNOVATIONEN

Referent des Workshops war Prof. Dr. Leif-Alexander Garbe. Er ist Prorektor Forschung Hochschule Neubrandenburg und Geschäftsführer ZELT Zentrum für Ernährung und Lebensmitteltechnologie gGmbH. In diesem Workshop wurden aktuelle wissenschaftliche Themen der Ernährungstechnologie und -wirtschaft vorgestellt sowie auf absehbare Forschungsergebnisse hingewiesen.

Professor Garbe stellte State-of-the-art-Methoden zur Isolierung, Extraktion und Identifikation von Naturstoffen vor. Verdeutlicht wurde dies anhand des Beispiels Hopfen – vom Feld bis in die Flasche und auf den Teller. An dieser Stelle wurde deutlich, dass traditionelle Inhaltsstoffe auch neue Einsatzmöglichkeiten bekommen: Aus dem Hopfen können natürliche Konservierungsmittel gewonnen werden, die in der Verarbeitung und Veredelung bei der Wurstproduktion eingesetzt werden können.

Ein wichtiger Trend der Ernährung sei der Fokus auf die Gesundheit. Im Nestlé-Report 2016 wurde zentral die Gesundheit genannt, dies im Zusammenhang auch mit der Leistungsfähigkeit durch Ernährung. Jedoch sei auch der Genuss ein zentraler Aspekt der Zukunftstrends für Verbraucher. Auf der Produzentenseite sieht Garbe eine Vielzahl neuer Trends und nennt beispielhaft: High Pressure Processing, die konservierende, aber dennoch schonende Behandlung bei ca. 10.000 bar Druck sowie das „Clean Label“. Hierbei geht es um die Verkürzung der Zutatenliste und den Einsatz von weniger Zusatzstoffen bis hin zu ihrem kompletten Verzicht. Auch wurde auf „Minimal Processing“ hingewiesen, die Anwendung schonender oder gar naturbelassener Herstellungs- und Verarbeitungsverfahren bei gleichzeitig hohem Grad an Convenience.

Professor Garbe stellte als Beispiel für die High-Tech-Lebensmittelforschung, -überwachung und -kontrolle den „Isotopenfingerabdruck“ vor. Grundlage hierfür ist die einzigartige Geschichte und Umgebung jedes Standorts für die Urproduktion. Somit kann vom Landes-Level bis zum Feld-Level die Herkunft von Rohstoffen nachgewiesen werden. Gleiches gilt auch für die biologische Herkunft eines verarbeiteten Rohstoffes, etwa Zucker. Am Beispiel der Fremd-Zuckerung von Wein wurde im Vortrag verdeutlicht, dass auch im Endprodukt Wein die Herkunft von verschiedenen Zucker-Quellen, z.B. Rüben oder Rohrzucker, nachgewiesen werden kann.

Aktuell beobachtet die Ernährungsindustrie immer kürzere „Halbwertszeiten“ ihrer Produkte. Der Kunde verlangt deutlich schneller als früher nach neuen Entwicklungen. Neue Verpackungen können den Verbraucherwunsch nach Neuem kurzfristig befriedigen, auf der Strecke müssen aber immer mehr neue Produkte auf den Markt, althergebrachtes wird schneller verdrängt. Die Industrie reagiert bereits mit Produktionslinien, die kleiner bzw. leichter an neue Bedarfe zu adaptieren sind. Ein ferner, wenn auch durchaus realistischerer Trend diskutiert Garbe angeregt mit dem Auditorium: Die Herstellung individualisierter Lebensmittel durch

Großindustrielle Prozesse und individuell geliefert binnen weniger Stunden. So liefert nicht nur das Restaurant in der Nähe, sondern industrielle Großbetriebe stellen sich auf den Kundenwunsch ein und liefern maßgeschneiderte Lebensmittel via Baukasten.



In der anschließenden Diskussion zeigten sich die Teilnehmer von der Vielfalt der wissenschaftlichen Begleitung von Entwicklungs- und Qualitätsprozessen in der Ernährungswirtschaft beeindruckt. Es wurde deutlich, dass wissenschaftliche Expertise nicht nur im Vorfeld der Produktion gebraucht wird, sondern auch im Qualitätsmanagement oder für Kontrollen im Nachgang von Produktion und Vertrieb nötig ist. Die Entwicklung neuer Verfahren gibt Unternehmen der Branche die Chance, sich von bislang bekannten Produkten und Verfahren abzusetzen und so einen Marktvorteil zu verschaffen – auch im überregionalen und internationalen Maßstab.

Als weiteres Ergebnis konstatierte der Workshop, dass für Verbraucher ein Mehr an Wissen zur Technologie der Lebensmittelproduktion zu einem höheren Verständnis für den Einsatz bestimmter Verfahren führen dürfte. Hierzu könnte der Einsatz von mehr populärwissenschaftlicher Kommunikation für Verbraucherkreise und fachwissenschaftlicher Publikation zur Stärkung des FuE-Standortes Norddeutschland beitragen.

Prof. Dr. Leif-Alexander Garbe
Hochschule Neubrandenburg
Fachbereich Agrarwirtschaft und Lebensmittelwissenschaften
Brodaer Str. 2, 17033 Neubrandenburg
Tel.: 0395 / 5693-2505
garbe@hs-nb.de

SCHWERINER THESEN FÜR DIE WEITERE ENTWICKLUNG DER ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT IN NORDDEUTSCHLAND

LEBENSMITTEL-KOMMUNIKATION

Wie es ist: Experten aus Gesundheit und Ernährung weisen auf einen Mangel an Wissen über die Zusammenhänge von Ernährung und Gesundheit bzw. die positiven Resultate einer guten und nachhaltigen Ernährungsweise hin. Die gelte für Erwachsene und in dessen Folge auch für die Ernährung von Kindern. Falsche Ernährung führe dabei zu gesundheitlichen Problemen mit individuellen, respektive gesamtgesellschaftlichen Folgen, wie etwa bereits bestehende Belastungen der Trinkwasserqualität durch Nahrungszusätze, -ersatzstoffe sowie Arzneimittelrückstände. Parallel dazu üben Medien in verschiedenen Formaten massive Kritik an bestehenden und neuen industriell hergestellten Produkten. Im Ergebnis steht die Ernährungswirtschaft in einem medialen Fokus, die auf die Reaktion der Branche baut. Eine positive proaktive Gestaltung ist nach Ansicht der Branche in bestehenden Medienformaten bislang kaum möglich.

Wie es sein sollte: Unter der Vielzahl von Angeboten bekommen Verbraucher Transparenz und Hintergrundinformationen über die Art und Weise der Herstellung von Lebensmitteln, zu deren positiven und negativen Folgen für Gesundheit, für Alternativen und kulinarische Möglichkeiten. Medien, für junge Zielgruppen auch neue Medienformate, bieten solche Angebote – selbstverständlich unter dem Primat der freien Presse, jedoch unter aktiver Einbindung der Ernährungswirtschaft und verbundenen Kompetenzen (z.B. Ernährungsmedizin, Gesundheitswirtschaft, etc.) mit deren Fachwissen und deren Netzwerkkompetenzen.

Bestenfalls entsteht frühzeitig ein Narrativ des Nordens zum Programm, das den Verbraucher frühzeitig mitnimmt und die Ziele leicht zugänglich formuliert. Erfolgreiche Start-ups und Einzelunternehmer im Sinne des „New Nordic Food“ sollten die Wahrnehmung einer breitgefächerten Öffentlichkeit erfahren. Als Anreiz für die Akteure sollte eine moderne und doch kostengünstige PR aufgesetzt werden, deren Programm vielfältige Identifikationsmöglichkeiten bietet.

Was getan werden muss: Wirtschaftskammern und Unternehmensnetzwerke laden Vertreter von Medien und Macher neuer Medien zu Gesprächsformaten ein. Ziel ist zunächst, mit der Medienbranche ins Gespräch zu kommen und gemeinsame Positionen zur Zukunft der Ernährung und der Ernährungswirtschaft auszuloten. Für die Umsetzung von Kommunikationsformaten muss dabei zunächst das Interesse und die Möglichkeiten der Medien diskutiert werden.

Als Ziel steht für die Wirtschaftskammern und die Partner aus den Unternehmensnetzwerken ein positiv besetztes Programmformat, das die Herstellung und Nutzung guter und nachhaltig in Norddeutschland produzierter Lebensmittel zum Inhalt hat.

BRANCHEN-KOMMUNIKATION

Wie es ist: Entscheider in der Verwaltung und den Parlamenten von EU, Bund, Ländern und Kommunen haben nach den Erfahrungen der Branchenvertreter nur wenig oder kaum Erfahrungen oder Wissenshintergründe aus der Ernährungswirtschaft. Dies gelte über die Gesamtbreite der Branchenthemen. Daraus resultierend mangle es an Verständnis für die Interessen und Notwendigkeiten der Branche für wirtschaftsorientierte Entscheidungen. Dies hat zur Folge, dass Entscheidungen oft ausschließlich aus der verwaltungs-orientierten Sichtweise gefällt werden. Nicht selten stellen solche Entscheidungen auf der betriebswirtschaftlichen Ebene Hürden für individuelle Unternehmensentwicklungen auf. Für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung der Branche können Entscheidungen aus Politik und Verwaltung ein Hemmschuh der Branchenprosperität sein.

Wie es sein sollte: Vertreter von Politik und Verwaltung sollten die verschiedenen Aspekte der Ernährungswirtschaft kennen und ihre Entscheidungen selbstverständlich auf der Basis von Recht und Gesetz fällen, jedoch unter Einbeziehung eigenen Wissens um die Anforderungen und Bedürfnisse der Ernährungswirtschaft. Eigenes Wissen über die wirtschaftlichen Zusammenhänge innerhalb der Ernährungswirtschaft über die Auswirkungen von Entscheidungen führt zu mehr Sicherheit eigener Entscheidungen.

Was getan werden muss: Die IHK Nord und die Wirtschaftskammern in Norddeutschland bieten sich weiterhin als Gesprächspartner für Politik und Verwaltung an und laden proaktiv Vertreter von Politik und Verwaltung auf den verschiedenen Ebenen zu Gesprächs- und Informationsformaten ein. Bestehende Formate wie Nordic Talking und gemeinsame Unternehmensbesuche werden weiterhin in Abstimmung auch mit Branchenverbänden umgesetzt und perspektivisch für sämtliche Verwaltungs- und Politikebenen adaptiert. Die Formate sind inhaltlich mit dem Ziel einer wichtigen Informationsmöglichkeit rund um die Themen der Ernährungswirtschaft auszugestalten. Federführer solcher Aktivitäten sind immer die Wirtschaftskammern, die Branchenverbände bringen Fachwissen und Netzwerkkontakte ein.

WERTSCHÖPFUNG AUSBAUEN

Wie es ist: In Norddeutschland gibt es Regionen, in denen im Vergleich zu anderen Regionen viele Tiere aufgezogen, geschlachtet und verarbeitet werden. Dies führt einerseits zu Überproduktion an Dung, jedoch zu einer gut ausgebauten und strukturell gut aufgestellten Ernährungswirtschaft. In anderen Regionen finden hingegen nur einzelne Schritte der Wertschöpfung statt. Dies hat Folgen für die Entwicklung einer auch zukünftig stabilen Ernährungswirtschaft. Selbst bei gesamtwirtschaftlichem Branchenwachstum fehlen regionale gesamtwirtschaftliche Verknüpfungen für ein zusätzliches Plus an Wachstum in Teilen Norddeutschlands. Wiederum führt mancherorts die Stärke der Branche zu regionalen Ungleichgewichten beim Tierbesatz pro Hektar mit den anschließenden Folgen für Tierwohl, Bodenbelastung und Abwasser.

So stellt bereits der Status- und Entwicklungsbericht im Masterplanprozess für die Entwicklung der Land- und Ernährungswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2015 fest: *„Ein Kennzeichen der Ernährungswirtschaft in MV ist ihre Heterogenität. Die meisten Unternehmen zählen per Definition zu den KMU, sind meist aber Klein- und Kleinstunternehmen (...). Gleichwohl konnten sich viele Betriebe mit entsprechenden Differenzierungsstrategien in den Segmenten Regionalität, Bio- und Premiumprodukte sowie Feinkost (...) erfolgreich am Markt behaupten und zum Teil erheblich wachsen. (...) Die geringen Betriebsgrößen und die Heterogenität bedingen auch Nachteile im Wettbewerb. Damit verbunden sind Produktivitätsrückstände durch fehlende Skaleneffekte und ein eingeschränkter Aktionsradius im Absatz.“*

Wie es sein sollte: Norddeutschland bildet zukünftig die gesamte Wertschöpfungskette der Ernährungswirtschaft inklusive Logistik ab. Norddeutschland stellt sich als gemeinsamer starker Wirtschaftsraum für die Ernährungswirtschaft auf. Regionale Unterschiede und damit einhergehende spezielle Bedürfnisse sind dabei eher Herausforderung und Best Practice denn als Hemmnis oder Egozentrik zu verstehen. Norddeutschland fördert den biologischen Anbau und die Produktion von Nahrungsmitteln und versteht dies als Ergänzung und nicht als Verschärfung des Wettbewerbs. Dies erkennend könnte der Vorsprung, den unsere skandinavischen Nachbarn auf diesem Wettbewerbsfeld derzeit ausbauen, mit vergleichbaren positiven Folgeeffekten aufgeholt werden.

Was getan werden muss: Die Landespolitik in Norddeutschland stimmt sich zukünftig noch enger zu gemeinsamen Zielen für die Ernährungswirtschaft ab. Diese Abstimmung von Interessen finden Niederschlag in einem Mehr an Kooperation bei Entscheidungen im Bundesrat. Hierzu schlägt die IHK Nord die Einrichtung eines norddeutschen Gesprächskreises der für die Land- und Ernährungswirtschaft zuständigen Ministerien und Senaten an, analog der KüWiVerMinKo bzw. der AMK. Die Agrar- und Wirtschaftspolitiken der Länder werden soweit möglich auf ein

überregionales Wachstum abgestimmt, die Wirtschaftsförderungen der Länder werden motiviert und in die Lage versetzt, sich noch intensiver den regionalen Anforderungen der Ernährungswirtschaft zu widmen.

Die IHK Nord bejaht die Forderung der MV-Perspektivkommission „Mensch und Land“ und macht sich diese für ganz Norddeutschland zu eigen: *„Die Stärkung und Förderung des ländlichen Unternehmertums ist (...) eine strategische Querschnittsaufgabe der ländlichen Entwicklung, die über die gewerbliche Wirtschaft hinausgeht und das Unternehmertum auch in sozialen und kulturellen Bereichen unterstützt.“*

Wissenschaft und Technologiezentren für Lebensmittelinnovationen und damit verbundene Themen finden – moderiert von den Wirtschaftskammern und Partnern – Möglichkeiten, aktuelle FuEul-Themen miteinander auszutauschen und Synergien über Landesgrenzen hinweg zu etablieren. Ziel ist die Etablierung Norddeutschlands als Die IHK Nord drängt weiterhin darauf, dass die FuE-Förderpolitiken der Länder gegenseitig geöffnet werden. Ziel soll sein, Innovationen nach dem Grundsatz „nicht der Nächste, sondern der Beste auf seinem Gebiet soll forschen“ zum Wohl der Ernährungswirtschaft zuzulassen. Gleiches gilt für Förderrichtlinien entlang der Wertschöpfungskette. Die MV-Perspektivkommission „Mensch und Land“ nannte beispielhaft *„spezielle Projekte zur Entwicklung gemeinsamer Nutzungskonzepte sowie von Logistiklösungen und für Projekte der Energie- und Ressourceneffizienz (...)“*. Auch weist die Kommission auf die Entwicklung von „Health Claims“ hin. Solche Aktivitäten können sinnvoll nur überregional entwickelt und implementiert werden. Die IHK Nord bekennt sich zur Umsetzung solcher länderübergreifender und interdisziplinärer Vorhaben für ganz Norddeutschland.

„KULINARIUM NORDDEUTSCHLAND“ ALS LÄNDERÜBERGREIFENDES KOMMUNIKATIONS- UND INNOVATIONSZENTRUM IN NORDDEUTSCHLAND

Wie es ist: Die norddeutsche Kulinarik ist ebenso wie der industrielle Teil der Ernährungswirtschaft sowie die wissenschaftlich-innovatorische Gruppe von einem hohen Maß an Heterogenität gekennzeichnet. Deutlich wird dies an der Verfolgung regionaler und länderspezifischer Interessen in der Politik, teils paralleler oder überdeckender Strukturen in der Wissenschaft und der Existenz einer Vielzahl von Netzwerken der Ernährungswirtschaft. Begründet im föderalistischen Gedanken der Bundesrepublik Deutschland gelten in der Wirtschaft solche Strukturen als anachronistisch und teils hemmend für eine gemeinsame Herausbildung einer norddeutschen Identität, mindestens im Bereich Ernährung. Es mangelt weiterhin an

der Möglichkeit für Unternehmer verschiedener Bereiche der Ernährungswirtschaft entlang der Wertschöpfungskette – Urproduktion, Gastronomie und Kulinarik, Handwerk und Industrie, aber auch Logistik, Kreativwirtschaft und Wissenschaft – an einem gemeinsamen Ort für Kreativität, Innovation in Produkte und Prozesse und Einbindung verknüpfter Branchen und Themen. Kurz, in Norddeutschland „kocht jeder sein Süppchen.“ Norddeutschland bietet ohne Zweifel für eine Vielzahl von Themen Ansprechpartner und Experten. Was fehlt, ist ein „Food Think Tank“ als branchen- und politikverbindenden Ansprech- und Entwicklungspartner für die Zukunft der norddeutschen Ernährungswirtschaft.

Ausgehend vom „Nordic Kitchen Manifesto“ aus dem Jahr 2004, einer zukunftsweisenden Schrift von 12 skandinavischen Küchenchefs, hat sich in Nordeuropa die Vision einer gemeinsamen regionalen Lebensmittel-Kultur entwickelt: Saubere, einfache und sichere Lebensmittel, produziert auf einem hohen ethischen Standard sollen die Zukunft der Ernährung in Nordeuropa sein. Die Regierungen Nordeuropas haben im Nordic Council diese Ideen politisch aufgenommen und schon 2005 das „New Nordic Food Programme“ ins Leben gerufen um so die internationale Aufmerksamkeit auf die nordische Küche zu lenken und die Region auf die gastronomische Landkarte zu setzen. Der dritte Schritt der Aktivitäten wird derzeit umgesetzt: Lebensmittel im öffentlichen Sektor, die Stiftung des Nordic Food Award „Embla“, die Verknüpfung von Tourismus und Kulinarik sowie die Markenbildung der Aktivitäten.

Das „Kulinarium Norddeutschland“ organisiert als Teil der Öffentlichkeitsarbeit Besuche, Führungen und pädagogische Angebote zum Themenkreis Ernährung. Hierzu gehören etwa Tage der offenen Tür bei handwerklich und industriell tätigen Unternehmen der Ernährungswirtschaft, Museumsangebote und das Organisationsmanagement von themenspezifischen Seminaren und Konferenzen.

Wie es sein sollte:

Die norddeutschen Regionen gelten als führende Lebensmittelproduzentengemeinschaft in Deutschland. Sie haben dabei eine überregionale und internationale Strahl- und Anziehungskraft auf systemimmanente Wirtschaftsfelder: Gesundheit, Sport, Freizeit und Tourismus, Handwerk, etc.

Mecklenburg-Vorpommern setzt sich für die Errichtung und Eröffnung eines – so der Arbeitstitel – „Kulinarium Norddeutschland“ ein. Es ist dies ein physischer Ort mit hoher kulinarischer und baukultureller Attraktivität, der als Anlaufpunkt mit Think-Tank-Charakter wirkt. Es ist Scharnier und Bindeglied, Wissensgenerator und Netzwerkknoten auf den thematischen Metaebenen aller Nahrungsproduzenten und angrenzender Branchen in der Wertschöpfung – für Norddeutschland, die Bundesrepublik und auch im umliegenden internationalen Maßstab. An diesem Ort wird ein intensiver Austausch von Wissen und Erfahrungen gelebt und auf diese Weise ein Innovationsgewinn erwirkt.

Das „Kulinarium Norddeutschland“ ist dabei eine von Politik und Wirtschaft finanziell gleichermaßen zu tragende Institution, inhaltlich ist auch die Wissenschaft

eingebunden. Partner aus der Wirtschaft sind insbesondere Hotellerie und Gastronomie, Kulinarik, Start-ups, Handwerk und Industrie.

Was getan werden muss:

Das im Jahr von nordeuropäischen Köchen und Kulinarikern veröffentlichte „Nordic Kitchen Manifesto“ wird ins Deutsche übersetzt und bildet die Grundlage für die innovative und zukunftsfähige Qualifizierung der norddeutschen Ernährungswirtschaft. Die norddeutschen Netzwerke der Ernährungswirtschaft positionieren dieses Manifest in den eigenen Netzwerkstrukturen und erreichen zeitnah so eine breite Akzeptanz in der Wirtschaft, der Politik, in der Wissenschaft und bei weiteren relevanten gesellschaftlichen Gruppen.

Vor dem Hintergrund der länderübergreifenden Positionierung des Konzepts in Norddeutschland einigen sich die Fachministerien und -Senate in den Ländern auf einen gemeinsamen auskömmlichen Finanzierungsanteil und stimmen sich über die inhaltliche Ausrichtung des „Kulinarium Norddeutschland“ ab. Entsprechende Erfahrungen des Nordic Council of Ministers werden proaktiv genutzt.

Planung, Errichtung und Organisation des „Kulinarium Norddeutschland“ werden durch einen Beirat inhaltlich begleitet, bestehend aus:

- Madkulturen Kopenhagen
- UNISG Universität der Gastronomischen Wissenschaften, Pollenzo/Italien
- Slow Food Deutschland
- IHK Nord e.V., vertreten durch den Federführer Ernährungswirtschaft
- Bunds-Fachministerium für Ernährung
- Christian Senkel, Uwe A. Carstensen

Die kursorische Evaluation der Ergebnisse aus Nordeuropa zeigt folgende Möglichkeiten für Norddeutschland:

Der Think Tank „Kulinarium Norddeutschland“ wird mit folgenden kurz- und mittelfristigen Schritten und Aufgaben betraut und geführt:

- Aufbau eines „Netzwerk der Akteure“ auf norddeutscher und folgend nordeuropäischer europäischer Ebene_in den Bereichen Politik, Handwerk, Forschung und Medien, ggf. Zusammenführung von Datenbanken „Wer macht was“
- Verknüpfung bestehender privater und öffentlicher Innovationszentren auf freiwilliger Basis und Angebot auch niedrigschwelliger Kooperationsangebote
- Etablierung eines Wettbewerbsformats (siehe „Embla“) für Start-ups mit dem Ziel der Förderung von Produkt- und Prozessinnovation und New Nordic Cuisine
- Etablierung eines Wettbewerbsformats zur Verbesserung von Gemeinschaftsverpflegung im norddeutschen Raum und begleitend dazu das Fördern von Verbesserungsmaßnahmen durch Beratungsleistungen

- Gründung einer eigenständigen strategischen Steuerungseinheit mit dem Ziel, gewünschte Strömungen und Ziele im Markt zu fördern. Dies beinhaltet die Verknüpfung einzelner Akteure, die Steuerung der Öffentlichkeitsarbeit und die Entwicklung gemeinsamer Formate über die Bundesländer hinweg, sowie die Übertragung neues Wissens und Erkenntnisse in konkrete Handlungen
- Konsequente Verknüpfung und Weiterentwicklung des Themas im Bereich Jugendkultur und Festivals und der entsprechenden Kommunikation - „Nordic Food is cool“
- “Food Culture” als Marketinginstrument für Städte und Regionen („Essbare Stadt“, Urban Gardening, No waste concepts, etc.)
- Gründung einer Initiative “Gastronomische Universität” als Leuchtturmprojekt in Norddeutschland (als Ausbauprojekt des "Kulinarium Norddeutschland")
- Ausloten und Verknüpfung von Schnittstellen und Synergien in den Bereichen Naturmedizin und Naturkosmetik des Nordens, hierbei Nutzung bestehender Netzwerkstrukturen in Norddeutschland

Die Aufgaben und Arbeitsinhalte des Kulinarium Norddeutschland werden fortgeschrieben und im Sinne eines professionellen Projektmanagements zeitlich und inhaltlich aufeinander abgestimmt.

Das „Kulinarium Norddeutschland“ wird in der Pilotphase durch die norddeutschen Bundesländer gemeinsam finanziert. Ein abgestimmter Finanzierungsplan zeigt die Einbindung der Wirtschaft auf. Hierbei wird ein Finanzierungsmix angestrebt, der sich an die Best Practices der skandinavischen „Nordic Food Culture“ anlehnt.

IHRE ANSPRECHPARTNER

IHK Nord e.V.

Geschäftsführer

Dr. Malte Heyne

Tel.: 040 / 36 13 8-459

heyne@ihk-nord.de

IHK zu Schwerin

Hauptgeschäftsführer

IHK Nord-Federführer Ernährungswirtschaft

Siegbert Eisenach

Tel.: 0385 / 5103-121

eisenach@schwerin.ihk.de

Weitere Informationen zu Veranstaltungen der Ernährungswirtschaft in Norddeutschland, Marktstudien und Brancheninformationen finden Sie regelmäßig aktuell unter www.ihkzuschwerin.de.

ZUSAMMENFASSUNG

„New Nordic Food – Wie Köche ein Land verändern“ war das zentrale Thema des Impulsvortrags der Hamburger Gastronomen und PR-Berater Christian Senkel und dem Stadtentwickler Uwe A. Carstensen. Gemeinsam stellten sie den skandinavischen Ansatz der Nordic Food Identity vor: Von Dänemark ausgehend haben es Gastronomen und Produzenten gemeinsam geschafft, die Erwartungen und die Nachfrage der Verbraucher an bessere regionale Produkte zukunftsfähig zu qualifizieren. Die Politik hat diese Entwicklung unterstützt und finanziell gefördert. Im Ergebnis sind heute neue und veränderte Produkte großer Lebensmittelproduzenten und vieler Startups mit regionalem Bezug ein nachdrücklicher Konsumentenwunsch.

In den drei Workshops zu Themen rund um Fisch, Fleisch sowie Trends und Innovationen wurden den Branchenexperten Prof. Dr. Leif-Alexander Garbe, Dr. Peter Breckling und Karl-Heinz Krämer geleitet. Unter dem Eindruck des Konferenzimpulses kamen die Teilnehmer nach ausführlichen Diskussionen zum Ergebnis, dass zukünftig eine gute und transparente Kommunikation von Lebensmittel- und Ernährungsthemen entscheidend für die Entwicklung der Kundeninformation und der Verbraucherinteressen sei.

Die „Schweriner Thesen für die weitere Entwicklung der Ernährungswirtschaft in Norddeutschland“ sind das Resultat der 3. Norddeutschen Branchenkonferenz Ernährungsindustrie. Diese Thesen beschreiben die aktuelle Lage der Branche im gesellschaftlichen, medialen und wissenschaftlichen Umfeld und skizzieren eine zukünftige Entwicklung in diesem Spannungsfeld. Die Thesen zeigen den Weg auf zu einem „Kulinarium Norddeutschland“, das als Arbeits-, Erlebnis- und Entwicklungsort der Ernährungswirtschaft etabliert werden sollte.

Die Konferenz der Wirtschafts- und Verkehrsminister der norddeutschen Küstenländer beschloss 2013, regelmäßig Branchenkonferenzen mit der Ernährungsindustrie durchzuführen. Die Politik hat erkannt: Angesichts der vielfältigen Herausforderungen müssen frühzeitig die Weichen für ein innovationsorientiertes, ökologisch und sozial nachhaltiges Wachstum der Branche, für gute Arbeit, Nachhaltigkeit und Verbraucherakzeptanz gestellt werden. Die 4. Norddeutsche Branchenkonferenz Ernährungsindustrie ist für 2020 in Hamburg geplant.



IHK Nord

Arbeitsgemeinschaft norddeutscher Industrie-
und Handelskammern e.V.

Adolphsplatz 1 | 20457 Hamburg

T 0049 (0)40 36138 385

info@ihk-nord.de

www.ihk-nord.de



IHK zu Schwerin

Ludwig-Bölkow-Haus

Graf-Schack-Allee 12

19053 Schwerin

T 0049 (0)385 51030

info@ihkzuschwerin.de

www.ihkzuschwerin.de