

Bioökonomie braucht das Vertrauen der Verbraucher

Lebensmittelwirtschaft diskutiert Industrie 4.0 – Branche als Innovationstreiber – Hoher Informationsbedarf

Berlin. Politiker, Wissenschaftler und Wirtschaftsvertreter debattierten in Berlin auf Einladung des Vereins „Die Lebensmittelwirtschaft“ über Chancen und Risiken der Bioökonomie.

Für Maria Flachsbarth ist das Thema zunächst eine Definitionsfrage. „Es gibt sehr unterschiedliche Vorstellungen darüber, was unter Bioökonomie zu verstehen ist“, resümierte die Parlamentarische Staatssekretärin des Bundesernährungsministeriums in ihrer Ansprache. Rund 50 Teilnehmer aus Politik, Verbänden und Unternehmen waren der Einladung des Vereins „Die Lebensmittelwirtschaft“ (LMW) am vergangenen Donnerstag gefolgt, um über Schnittstellen von Bioökono-

mie und „Industrie 4.0“ zu diskutieren. „Bioökonomie ist die wissensbasierte Nutzung biologischer Ressourcen zur Erzeugung von Produkten“, stellte Flachsbarth klar. Die Bundesregierung habe die Bedeutung des Themas frühzeitig erkannt und deshalb die „Nationale Forschungsstrategie Bioökonomie 2030“ und den Bioökonomierat ins Leben gerufen.

Ulrich Hamm, Professor für Agrar- und Lebensmittelmarketing an der Universität Kassel und Mitglied im Bioökonomierat, stellte die vielfältigen Möglichkeiten dieser Technologien vor – von der T-Shirt-Produktion aus Kaffeeresten bis hin zu Minichips, die die Haltbarkeit von Lebensmitteln anzeigen. Angesichts der Herausforderung einer ständig wachsenden Weltbevölkerung gehöre der Bioöko-

nomie die Zukunft, verdeutlichte Hamm. Die Optimierung von Ernte, Lagerung und Nutzung von Lebensmitteln sei unerlässlich und die Landwirtschaft auf diesem Feld bereits vielfach in der Vorreiterrolle.

„Die Lebensmittelbranche ist ein Hidden Champion in Sachen Innovation“, bekräftigte Stephan Becker-Sonnenschein, LMW-Geschäftsführer, und verwies als Beispiel auf satelliten-gesteuerte Erntemaschinen. Gleichzeitig biete die Technologie aber Angriffsflächen. Dies betonte auch Christoph Minhoff: „Je komplexer die Lebensmittelherstellung, desto weniger Verständnis haben Verbraucher für die

Prozesse. Daher müssen sie in die Sicherheit der Produkte vertrauen“, so der Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie. Dieses Vertrauen zu gewinnen, sei die Herausforderung.

Auch Werner Hilse, Vizepräsident Deutscher Bauernverband, glaubt, dass es „schwierig wird, die Konsumenten mitzunehmen aufgrund des fachlichen Niveaus der Themen“. Einigkeit herrschte unter den Diskutanten darüber, dass die Branche neue Instrumente wie QR-Codes oder Wearables nutzen kann, um durch Informationsangebote Vertrauen zu schaffen.

„Die Lebensmittelwirtschaft ist ein Hidden Champion“

Stephan Becker-Sonnenschein, LMW

be/lz 28-15