

Was morgen auf den Teller kommt

In Cloppenburg diskutierten Experten über die Zukunftsperspektiven der Ernährungswirtschaft.

Vechta. Schon in rund 30 Jahren werden rund zehn Milliarden Menschen auf der Erde leben. Um sie alle ausreichend ernähren zu können, müsste die Produktion an Nahrungsmitteln deutlich gesteigert und etwa die von Fleisch auf rund 470 Millionen Tonnen im Jahr verdoppelt werden. So steht es in einem Bericht der Vereinten Nationen. Ist das überhaupt möglich? Oder müssen geeignete Alternativen gefunden werden?

Diese Frage stand im Mittelpunkt einer Veranstaltung, zu der der Verbund Oldenburger Münsterland und das Agrar- und Ernährungsforum Oldenburger Münsterland e. V. gemeinsam ins Kreishaus Cloppenburg geladen hatten. Schon in seinen Begrüßungsworten machte Verbundspräsident Johann Wimberg deutlich, wie wichtig es sei, über den Tellerrand zu blicken. Gerade als Region, die traditionell sehr stark im Bereich der Ernährungswirtschaft sei, müsse man sich intensiv mit Zukunftsfragen beschäftigen und auf Trends rechtzeitig reagieren. „Und genau das tun wir.“

Rückendeckung fand Wimberg bei Michael Carl vom renommierten 2b AHEAD ThinkTank in Leipzig. Der Zukunftsforscher mahnte, dass es höchste Zeit sei, umzudenken. „Die Zukunft schmeckt jedem anders. Das attraktive Lebensmittel der 20er Jahre richtet sich konsequent auf die Daten des einzelnen Kunden aus, seine Gesundheit, seine Emotionen, seine Vorlieben.“ Wissenschaftler in aller Welt hätten sich auf die Suche nach alternativen Eiweißquellen begeben. Und seien längst fündig geworden.

Auch im Oldenburger Münsterland. So investiert die PHW-Gruppe in Start-ups für sogenanntes In-Vitro-Fleisch, Insektenprotein oder Fischimitat. An Bugfoundation, einem in Osnabrück ansässigen Bräter von Insektenburgern, sicherten sich die Rechterfelder einen Minderheitenanteil. „Unsere Strategie heißt ‚Wachstum durch Vielfalt‘“, erklärte Peter Wesjohann, Vorstandsvorsitzender der PHW-Gruppe. Ziel sei es, sich künftig verstärkt als Anbieter von hochwertigen Proteinprodukten zu positionieren und vermeintlich konkurrierende Geschäftsfelder nebeneinander zu entwickeln. „Wir wollen sowohl unser Kerngeschäftsfeld durch die Weiterentwicklung unseres konventionellen Geschäftes sowie durch die Steigerung unserer Tierwohlkonzepte vorantreiben, als auch gleichzeitig den Bereich der alternativen Proteinquellen stark ausbauen.“

Unterm Strich sieht man bei PHW, so Wesjohann, „das Wachstum des pflanzenbasierten Lebensmittelsektors nicht als Bedrohung für unser bestehendes Kerngeschäftsfeld sehen, sondern als Chance“. Und beweist damit ein exzellentes Gerspür. Für große Aufmerksamkeit sorgte nämlich zuletzt die Vertriebskooperation mit dem veganen US-Marktführer Beyond Meat aus Los Angeles. Nach ihrem Börsengang konnten die Kalifornier den Firmenwert innerhalb von zwei Tagen auf rund vier Milliarden Dollar steigern.

Zu den Vorreitern der neuen Ernährungstrends zählt die Rügenwalder Mühle. Das mittelständische Familienunternehmen aus Bad Zwischenahn hat im Dezember 2014 als erstes rein fleischverarbeitendes Unternehmen begonnen, vegetarische und vegane Fleischalternativen herzustellen – nicht ohne auf Verwunderung und zum Teil sogar Widerstände zu stoßen. „Manchmal dauert es halt etwas, bis eine gute Idee sich durchsetzt“, sagte Geschäftsführer Godo Röben in Cloppenburg.

Die Richtigkeit der strategischen Entscheidung steht längst außer Frage. Die Rügenwalder Mühle ist konstant Marktführer im Bereich vegetarische und vegane Fleischalternativen. Entsprechend beeindruckend sind die Zahlen. Heute macht diese Produktlinie aus 27 Artikeln, von denen elf vegan sind, nämlich schon über 30 Prozent des Umsatzes aus. Tendenz steigend. „Und geschmacklich müssen wir uns mit unseren Produkten, die wir alle in unserer eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilung entwickeln, sowieso hinter keinem Mitbewerber verstecken“, fügte Röben hinzu.

Uwe Bartels, Vorsitzender des Agrar- und Ernährungsforums, begrüßte, dass traditionelle Fleischhersteller aus dem Oldenburger Münsterland sich „massiv in diesem hochinteressanten Produktbereich engagieren und weltweit an Start-ups oder Unternehmen beteiligen, die alternative Proteinquellen nutzen“. Bartels forderte darüber hinaus: „Die Politik auf kommunaler sowie auf Landes- und Bundesebene muss in Zusammenarbeit mit der Wissenschaft diese Entwicklung aufmerksam begleiten und ihre Auswirkungen auf die ländlichen Räume und die dortige Wirtschaft erforschen.“

In seinem Fazit legte Jan Kreienborg, Geschäftsführer des Verbunds Oldenburger Münsterland, noch einmal dar, dass die Region in allen Bereichen auf Innovation setze. „Wir machen uns Gedanken um die Zukunft und wollen an ihrer Entwicklung teilhaben – erst recht natürlich in einem Bereich wie der Ernährungswirtschaft, in der wir traditionell stark sind, und gern auch mit Impulsen aus Nachbarkreisen wie dem Ammerland.“