

# Global Forum for Food and Agriculture Berlin 2011

Internationales Wirtschaftspodium:  
From Farmers to Consumers:  
Business Initiatives for Sustainable Value Chains

22. Januar 2011 in Berlin

Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom

## Dokumentation



## Fehlende Wertschöpfungsketten verschärfen den Hunger

Eine bis zur Jahrhundertmitte auf neun Milliarden Menschen ansteigende Weltbevölkerung und begrenzte Land-, Wasser- und Energieressourcen sind die Eckdaten, die die zukünftige Agrar- und Ernährungswirtschaft bestimmen. Bereits jetzt hungern knapp eine Milliarde Menschen, obwohl ausreichende und qualitativ hochwertige Nahrung ein menschliches Grundrecht ist, wie Carl-Albrecht Bartmer in seiner Eröffnungsrede betonte. Bartmer ist Präsident der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG), die gemeinsam mit der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), dem Deutschen Bauernverband (DBV), dem Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft sowie der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH Veranstalter des Internationalen Wirtschaftspodiums ist.

Allerdings seien, so führte der DLG-Präsident weiter aus, Mangel und Hunger „nicht allein ein Problem unzureichender physischer Produktion, sondern auch ihrer gut und effizient organisierten Verfügbarkeit.“ Die Tatsache, dass aufgrund von Nachernteverlusten jährlich zwischen 20 und 40 Prozent der erzeugten Nahrungsmittel nicht bei den Verbrauchern ankommen, weise, so Bartmer, auf die Relevanz nachhaltiger Wertschöpfungsketten hin. „Deutsche und europäische Landwirte sind in stabile Wertschöpfungsketten eingebettet, und genau diese fehlen in vielen Ländern dieser Welt und verschärfen dort die Hungerproblematik.“ Wertschöpfungsketten seien mehr als nur Warenströme, sie „schaffen Zugang zu Wissen und Bildung, sie gewährleisten Sicherheit durch Rückverfolgbarkeit und schaffen die Voraussetzung für Vertrauen.“ Die faire und vertrauensvolle Zusammenarbeit aller an einer Wertschöpfungskette Beteiligten sei für deren Funktionieren jedoch Voraussetzung. Nachdrücklich wies Carl-Albrecht Bartmer darauf hin, dass ohne solche funktionierenden Strukturen wie Wertschöpfungsketten die Potenziale zur Ernährungssicherung nicht ausgeschöpft würden, „eine Tatsache, die wir uns im 21. Jahrhundert nicht mehr leisten können und auch im Sinne globaler Verantwortung nicht mehr leisten sollten.“



Carl-Albrecht Bartmer  
(DLG)



## Partnerschaft auf Augenhöhe und auf breiter Basis

Wertschöpfungsketten sind gelebte Partnerschaften mit vielen Facetten, das machten die Statements der Vertreter der weiteren Veranstalter des Internationalen Wirtschaftspodiums deutlich. Für DBV-Generalsekretär Dr. Helmut Born sind Vertrauen und Transparenz die Grundpfeiler einer jeden Partnerschaft. Beides schließt aber nicht aus, dass es in einer Wertschöpfungskette auch der Kontrolle bedürfe. „Wir brauchen Vertrauen und Kontrolle, nur dann sind wir glaubwürdig und können die Verbraucher überzeugen, dass wir nicht nur effizient, sondern auch sicher sind.“



Modernisierungspartnerschaften auf Augenhöhe tragen zur Ernährungssicherung bei, davon ist Dr. Franz-Georg von Busse, Sprecher der Arbeitsgruppe Agrarwirtschaft im Ost-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft, überzeugt. Ziel einer solchen Zusammenarbeit seien neue Produkte und Prozesse für die gesamte Wertschöpfungskette sowie die Verbesserung der Rahmenbedingungen. „Wenn wir uns darauf konzentrieren, haben wir schon viel erreicht.“

„Beste Lebensmittelqualität zu einem günstigen Preis und in immenser Vielfalt – das ist nur zu leisten, wenn jede Stufe in der Kette ihre Verantwortung sorgfältig erfüllt“, appellierte Jürgen Abraham, BVE-Vorsitzender. „Gleichzeitig brauchen wir einen fairen Umgang miteinander auf jeder Stufe der Lebensmittelverarbeitung, damit wir keinen der Partner der Lebensmittelkette schwächen. Das gilt für unsere Zusammenarbeit in Deutschland, aber auch im internationalen Maßstab“, forderte er weiter.

Dr. Bernd Eisenblätter unterstrich die Bedeutung, die der nachhaltigen Entwicklung der ländlichen Räume bei der Ernährungssicherung zukommt und die, so der GIZ-Vorstandssprecher, eine Partnerschaft von Politik, Privatwirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft ebenso erfordere wie einen fairen internationalen Handel. „Das heißt auch, dass die Standards einigermaßen gleich sein sollten. Wir als GIZ sind weltweit unterwegs, um die Länder diesbezüglich zu unterstützen.“

## Die Nachhaltigkeit muss in den Ursprungsländern beginnen

„Wie können wir den Menschen vor Ort helfen und wie wird man Wegbereiter für nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung?“, fragte Hubert Weber, zuständig für das europäische Kraft Foods Kaffeegeschäft, die rund 250 Anwesenden aus Politik und Wirtschaft. Als Antwort stellte er die Initiativen der vergangenen knapp 20 Jahre vor, mit denen der zweitgrößte Lebensmittelhersteller der Welt nachhaltige Wertschöpfungsketten etabliert hat. Bereits Mitte der 1990er Jahre begann das Unternehmen in Zusammenarbeit mit der GIZ, Bauern in Peru zu qualifizieren, um deren Kaffeeanbau effizienter und nachhaltiger zu gestalten. „Wir wollten Verantwortung übernehmen“, sagt Weber im Rückblick. „Und für die Bauern in Peru war es wichtig, weil sie zum einen höhere Ernten hatten und zum anderen durch die bessere Qualität der Bohnen einen höheren Preis für ihre Ware erzielen konnten.“ Es folgten weitere Kaffeeprojekte in Vietnam, Äthiopien und Kolumbien, später kamen dann Kakaoprojekte in Westafrika dazu.

v.l.n.r.:  
Dr. Helmut Born (DBV),  
Jürgen Abraham (BVE),  
Carl-Albrecht Bartmer (DLG),  
Dr. Bernd Eisenblätter (GIZ),  
Dr. Franz-Georg von Busse  
(OA)



Hubert Weber  
(Kraft Foods)





250 Teilnehmer aus  
Politik und Wirtschaft

Mit seinen Initiativen unterstützt Kraft Foods mehr als 300.000 Landwirte in zwölf Ländern, die zumeist in Kooperativen und Genossenschaften organisiert sind. Auf 60.000 Hektar bauen sie für das Unternehmen Kaffee und Kakao an. „Die Nachhaltigkeit muss in den Ursprungsländern beginnen“, betonte der Kaffee-Experte. „Als einer der weltweit größten Käufer von Kakao und Kaffee haben wir ein wirtschaftliches Interesse an der langfristigen Zukunft dieser landwirtschaftlichen Betriebe, Genossenschaften und Kooperativen. Unser Engagement dient der Qualität und Quantität der Rohstoffe und einer intakten Versorgungskette.“

## Kunden wollen nachhaltige Produkte

Im weltweiten Produktsortiment von Kraft Foods tragen allein acht Kaffeemarken das Siegel der Umweltschutzorganisation Rainforest Alliance. Ein herausragendes Beispiel ist die englische Kaffeemarke Kenco, die mit zweistelligen Zuwachsraten aufwarten kann. Mit seiner Nachhaltigkeitsstrategie trifft das Unternehmen den Nerv der Konsumenten. „Immer mehr Verbraucher wollen Produkte von Unternehmen kaufen, die soziale Verantwortung übernehmen“, sagt Weber und fügt hinzu: „Es gibt eine Reihe von Verbrauchern, die bereit sind, mehr für Produkte aus nachhaltigem Anbau auszugeben.“ Daher müsse man auch als Unternehmen Impulse geben, um den Konsumenten zu nachhaltigem Handeln zu ermutigen. Damit nachhaltige Wertschöpfungsketten erfolgreich seien, brauche es aber Transparenz, „es muss sichtbar gemacht werden, dass das Unternehmen sich auf die nachhaltige Reise gemacht hat.“ Eindringlich mahnte Weber, Nachhaltigkeit dürfe kein „Greenwashing“ sein. Sein Appell an die anwesenden Vertreter aus Wirtschaft und Politik: „Unternehmen brauchen Visionen, die von einem Ende der Wertschöpfungskette zum anderen gehen.“

## Rohwarenspekulationen müssen ein Ende haben

Besorgt äußerte er sich zu den intransparenten Börsenspekulationen an den Agrarrohstoffmärkten. Allein im Jahr 2010 habe die Rohwarenspekulation zu einer Preissteigerung von 45 Prozent bei Rohkaffee geführt. Auf dem Weg vom Bauern zur Rösterei werde bis zu 14 Mal mit den Bohnen spekuliert. „Es sind Hedgefonds-Anleger, die damit schnelles Geld machen wollen.“ Kraft Foods begrüße es, dass sich die europäische Agrarpolitik verstärkt dieses Themas annehmen wolle. „Es muss sichergestellt werden, dass landwirtschaftliche Rohwaren vorrangig für die Lebensmittelproduktion zu Verfügung stehen, der Rohstoffspekulation müssen Grenzen gesetzt werden.“ Die USA seien hier bereits mit gutem Beispiel vorangegangen.

## Partnerschaft und Kooperation sind Kernelemente von Wertschöpfungsketten

In der ersten Diskussionsrunde, die ebenso wie die gesamte Veranstaltung von dem belgischen Journalisten Alex Puissant moderiert wurde, beleuchteten die Teilnehmer unter verschiedenen Blickwinkeln die Bedeutung von Partnerschaft und Kooperation für den Erfolg von Wertschöpfungsketten.



Alex Puissant  
(Moderation)

Ohne Bauern wären Wertschöpfungsketten unmöglich, wie Márcio Lopes de Freitas, Präsident des Brasilianischen Genossenschaftsverbandes, betonte. Gerade in der brasilianischen Landwirtschaft spielten sie eine „grundlegende Rolle“ in der Wertschöpfungskette, denn der Ausbildungsgrad und die Motivation der Landwirte seien hoch. Die Mischung aus kleinen und großen Betrieben, die Gleichberechtigung von ungleich großen Partnern innerhalb der Genossenschaften sei das Erfolgsgeheimnis der Kooperativen, denn die „Kraft eines großen Bauern kann die kleinen mit sich ziehen.“ In Bezug auf den Zugang zu Land und die Landverteilung seien in Brasilien durch die politischen Reformen der letzten Dekade erhebliche Fortschritte erzielt worden. Mit Wertschöpfungsketten sei man auf dem richtigen Weg, so Lopes. Er setzt vor allem auf die jungen, gut ausgebildeten Landwirte des Landes, die das Potenzial ausschöpfen, das die Wertschöpfungsketten bieten. „Wir wollen am Lebensmittelmarkt der ganzen Welt teilhaben, wir sind darauf vorbereitet.“



Márcio Lopes de Freitas  
(Brasilianischer Genossenschaftsverband)



Asger Krogsgaard  
(Danish Agriculture & Food Council)

In die gleiche Richtung äußerte sich auch Asger Krogsgaard, Vizepräsident des Danish Agriculture & Food Council. Er betonte, als Landwirt sei es wichtig, Teil der Wertschöpfungskette zu sein, „denn dann können sie auch einen Teil des Geldes bekommen, das hier vorhanden ist.“ Um erfolgreich zu sein, müsse man Teil des globalen Marktes sein und Produkte herstellen, die weltweit verkauft werden können.



Joachim Felker  
(K + S Aktiengesellschaft)

Joachim Felker, Vorstandsmitglied der K+S Aktiengesellschaft, mahnte eindringlich zu Transparenz und Partnerschaft innerhalb von Wertschöpfungsketten, denn das sei die Voraussetzung zum Erfolg, aber „wir müssen einen Schritt nach dem anderen machen und nicht zu viele Dinge gleichzeitig angehen.“ Große Sorge bereite ihm die Spekulation, die auf den globalen Märkten stark zugenommen habe. Für ein erfolgreiches Investment seien klare und verlässliche wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen und wirksame Korruptionsbekämpfung unabdingbare Voraussetzung. „Der erste Partner, den wir in der Wertschöpfungskette gerne hätten, ist der politische Partner.“

## Marktumfeld günstig wie schon lange nicht mehr

„Das Marktumfeld für die Agrar- und Ernährungswirtschaft ist so günstig wie seit hundert Jahren nicht mehr“, sagte Ken Ash, OECD-Direktor für Handel und Agrar. Er rechnet mit einem Anstieg der Verbraucherpreise bei Getreide, Reis, Ölsaaten, Zucker und Molkereiprodukten um bis zu 40 Prozent innerhalb der nächsten zehn Jahre. Auch die Fleischpreise werden deutlich anziehen. Ash begründete seine positive Einschätzung des aktuellen Marktumfeldes mit knapper werdenden Ressourcen und steigender Nachfrage nach Nahrungsmitteln, aber auch nach Biotreibstoffen. Dies schaffe für die Erzeuger die Chance, „Mehrwert zu schaffen und ihre Produkte zu differenzieren.“



Ken Ash  
(OECD)

## Spekulation beeinflusst Preisschwankungen nur wenig

Für den Marktexperten sind die aktuellen Anstiege der Rohstoffpreise keineswegs ungewöhnlich. Dafür verantwortlich seien Faktoren wie das Wetter, Exportrestriktionen von Ländern wie Russland und der Ukraine sowie der gestiegene Ölpreis. Dem stehe eine um lediglich ein Prozent geringere Getreideernte im laufenden Jahr gegenüber, verglichen mit 2010. „Die Schwankungen, die wir an den Rohstoffmärkten sehen, zeigen, wie ausgesprochen sensibel die weltweiten Märkte auf relativ moderate Produktionsrückgänge reagieren“, analysierte Ash und führte weiter aus, die landwirtschaftlichen Rohstoffmärkte seien in den letzten Jahren zwar sehr volatil gewesen, „aber auch nicht volatiler, als sie es vor zehn oder 15 Jahren waren.“ Der Einfluss der Spekulationen spiele zwar „wahrscheinlich“ eine Rolle, doch erwiesen ist dies für ihn keinesfalls, wie er nachdrücklich betonte. Eine bessere Regulierung für Termingeschäfte ist für ihn nur ein Aspekt, um die Preisvolatilität auf den Rohstoffmärkten einzudämmen. Ergänzend brauche es mehr Transparenz an den Märkten und mehr Information über die Entwicklungen auf der Erzeuger- und Nachfrageseite. „Preisschwankungen bei Nahrungsmitteln wird es weiterhin geben“, daran ließ Ash keinen Zweifel, daher müssen wir den Erzeugern und Verbrauchern helfen, die Auswirkungen dieser unvermeidbaren Volatilität in den Griff zu bekommen.“ Daher forderte er eine „widerstandsfähige“ Landwirtschaft weltweit, besseres Risikomanagement für die Erzeuger und mehr Sicherheitsnetze für besonders arme Verbraucher.

## Weitere Öffnung der Märkte erforderlich

Denn Armut, rief er den Anwesenden ins Gedächtnis, sei die Hauptursache der Ernährungsunsicherheit in vielen Gebieten der Welt, nicht das mangelnde Angebot. Daher plädierte er für besser funktionierende Marktmechanismen und forderte eine Fortsetzung der Öffnung der Märkte durch die Handelspolitik. „Ein offeneres internationales Handelssystem ist wichtiger als je zuvor, es führt zu einer besseren Lebensmittelversorgung.“ Gleichzeitig sprach er sich für eine Harmonisierung der privaten und öffentlichen Standards und Normen aus, die sich aufgrund ihrer Vielzahl und Unüberschaubarkeit immer mehr zu einem Handelshemmnis entwickeln.

Begleitet werden muss diese Öffnung der Märkte, so der OECD-Experte, durch mehr Investitionen in die Landwirtschaft der Entwicklungsländer. „Wir brauchen Entwicklungsstrategien, die Einkünfte und Beschäftigungsmöglichkeiten sowohl in als auch außerhalb der Landwirtschaft schaffen.“ Nur so ließen sich Kauf- und Wirtschaftskraft stärken. In diesem Zusammenhang nahm er auch Stellung zum Thema ausländische Direktinvestitionen im Land. Der Nutzen einer solchen Investition trete nicht automatisch ein, sondern nur dann, wenn der Investor seine Gewinne im Land selbst investiere. Die Entwicklung von Grundsätzen für verantwortliche Investitionen in diesem Bereich hält er daher für richtig.

## Handel statt Hilfe und kreative Lösungen gefragt

Im Mittelpunkt der zweiten Diskussionsrunde standen die Themen Investitionsklima und Standards. „Sie sind einerseits notwendig für das optimale Zusammenwirken von Wertschöpfungsketten, sie können aber auch als Handelshemmnis wirken“, mahnte Prof. Dr. Ulrich Nöhle, Interim Manager und Honorarprofessor an der TU Braunschweig. In diesem Punkt war er sich mit seinem Vorredner Ken Ash absolut einig. Für viele Entwicklungsländer sei es schwierig, so Nöhle weiter, mit der zunehmenden Anzahl von privatwirtschaftlichen Standards und Zertifizierungen zurechtzukommen. Er



Prof. Dr. Ulrich Nöhle  
(Technische Universität  
Braunschweig)



forderte, „diese Standards müssen weltweit besser abgestimmt werden und die Landwirte müssen vor Ort bei der Umsetzung stärker unterstützt werden.“ Die globalisierten Warenströme verlangen aber nicht nur nach abgestimmten Standards, sondern auch, gewissermaßen als zweite Seite der Medaille, nach einer globalisierten Überwachung, daran ließ Nöhle keinen Zweifel. „Wir brauchen so etwas wie ein globales Netz der amtlichen Überwachung, eine viel besser organisierte Amtshilfe zwischen den Regierungen“, so seine Forderung.



Prof. Dr. Maggie Kigozi  
(Uganda Investment  
Authority)

„Standards sind wichtig, aber es ist genau so wichtig, dass die Firmen, die in unser Land kommen, profitabel sind, damit sie bei uns Steuern bezahlen und Arbeitsplätze schaffen“, stellte Prof. Dr. Maggie Kigozi unmissverständlich klar. Die Geschäftsführerin der Uganda Investment Authority wies darauf hin, dass Uganda inzwischen einen stabilen Binnenmarkt habe und das Land somit nicht auf Gedeih und Verderb auf den Export angewiesen sei. Dennoch sei der Zugang zu den Märkten für die Entwicklung essenziell, daher forderte sie die Industrieländer dazu auf, den Ländern des Südens weniger durch Hilfe und Almosen unter die Arme zu greifen und sie mehr durch multilateralen Handel zu unterstützen.

Wie die künftigen Lösungen aussehen können, darüber gibt es unterschiedliche Vorstellungen. Auf jeden Fall aber müssen sie kreativ sein, wie Hans Reitz, Gründer und Creative Director des The Grameen Creative Lab, nachdrücklich betonte. „Wir sollten unsere schöpferische Kraft nutzen, damit wir der nächsten Generation mehr zurückgeben können als wir ihr nehmen.“ Übernahme sozialer Verantwortung durch Unternehmen sei ein wichtiger Erfolgsfaktor. Dadurch stiften Unternehmen großen Nutzen für sich selbst und für ihr Umfeld. Zahlreiche Beispiele in Asien, Afrika und Südamerika zeigten, dass Handel, Wertschöpfung und allgemeine Wohlfahrt hierdurch erheblich gesteigert werden können.



Hans Reitz  
(The Grameen Creative Lab)



## Fazit

Das Wirtschaftspodium machte deutlich, dass Wirtschaftunternehmen schon heute wichtige Beiträge für eine nachhaltige Landwirtschaft und für Entwicklung leisten. Wertschöpfungsketten sind allerdings nur dann nachhaltig und langfristig erfolgreich, wenn alle daran beteiligten Akteure sowie die Regierungen daran mitarbeiten und für geeignete politische Rahmenbedingungen sorgen. Ganz klar wurde auch, dass hohe Standards zur Aufrechterhaltung der Lebensmittelqualität und Lebensmittelsicherheit notwendig sind, diese aber nicht zur Abschottung von Märkten führen dürfen.

v.l.n.r.:  
Alex Puissant, Prof. Dr. Maggie Kigozi,  
Prof. Dr. Ulrich Nöhle, Hans Reitz

Mit freundlicher Unterstützung von:



**CLAAS**

**DKB** Deutsche  
Kreditbank AG



Munich RE 

  
rentenbank



**GRIMME**

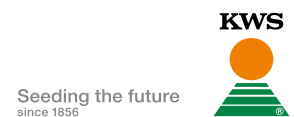
 **LEMKEN**

**RIELA**



  
WIRTSCHAFTLICHE VEREINIGUNG ZUCKER

**EKONIVA  
ЭКОНИВА**



 Nordzucker

 **TÖNNIES**

**ufop**

**Redaktion**

Beate Wörner

**Gestaltung**

design.idee, büro\_für\_gestaltung, Erfurt

**Fotos**

GIZ; Maximilian Stock Ltd/ StockFood.com; Russell Gordon; Juliane Kuhlmann, Mareike Tocha

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter: [www.gffa-berlin.de](http://www.gffa-berlin.de)

**Stand**

Februar 2011