

Nachhaltige Landwirtschaft und deren Bedeutung für die Lebensmittelindustrie



Precision Farming kommt !

Berlin, 20.02.2008

Eduard Bruckner

Nestlé / Agriculture



- Lebensmittelproduzent
 - 98'458 mio CHF in 2006
- Schweizer Firma, weltweit aktiv
 - 481 Fabriken in 87 Ländern
 - ca. 260'000 Mitarbeiter
- Globale Beschaffungsstrategie
 - lokale Anpassung
 - kaufen ca. 2/3 der landw. Rohstoffe in Entwicklungsländern

Weltweit verkaufte Marken



2/3 des Umsatzes an Lebensmittel und Getränken in 2006

Wichtige Marken - Beispiele

Beverages



Chocolate, confectionery and biscuits



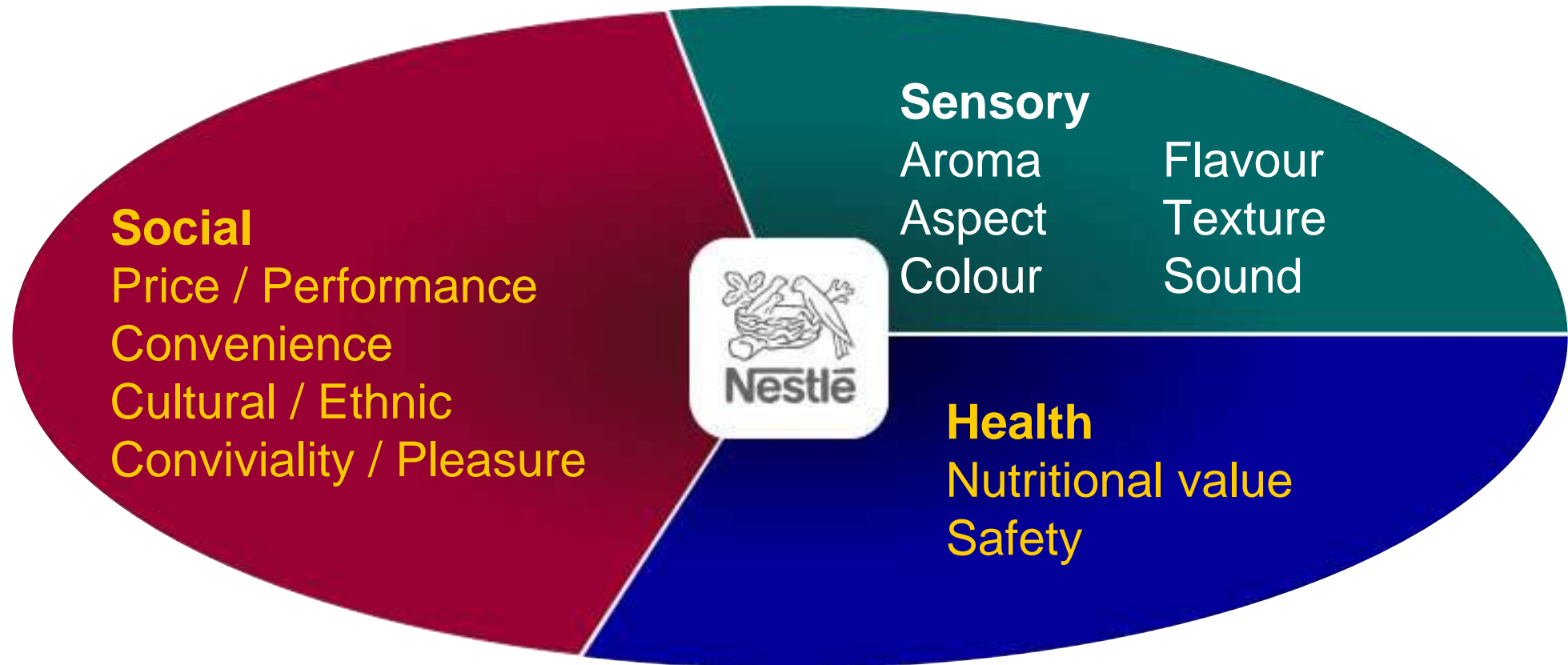
Prepared dishes and cooking aids



Water



- Die 3 Dimensionen von Qualität und Sicherheit



← **Non Negotiable** →

← **Competitive Quality** →

Food Safety

Regulatory compliance

Consumer preference

Consistency

Value for money



- Großteils Halbfertigprodukte
 - Vertrauen dass Landwirte (& Verarbeitungsbetriebe)
 - Qualitätsanforderungen erfüllen
 - legale Anforderungen kennen
- Ausnahme: Kindernahrung
 - Sicherheitsanforderungen erhöht
 - Vertragsanbau / Vertragsproduktion zu Gewährleistung dieser Sicherheit

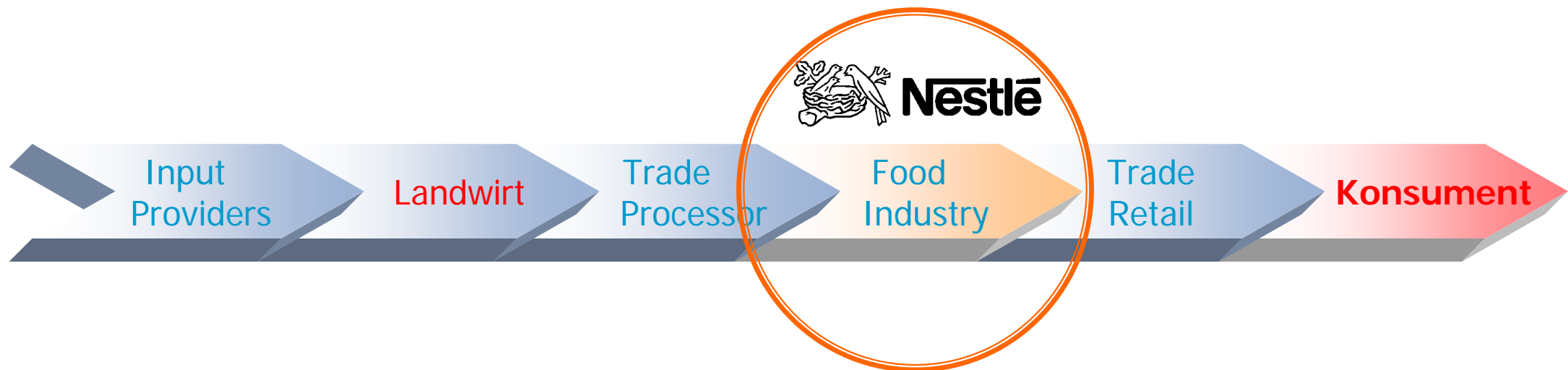
- SAI Plattform (Sustainable Agriculture Initiative of the Food Industry)
 - Vereint 23 Firmen und Händler + CIAA
 - gemeinsame Förderung nachhaltiger Landwirtschaft (im Allgemeinen – nicht Nischenprodukte)
 - nachhaltige Landwirtschaft ist kein Konkurrenzfaktor
 - erarbeiten gemeinsame Richtlinien oder unterstützen bestehende Initiativen
- <http://www.saiplatform.org/>



In cooperation with

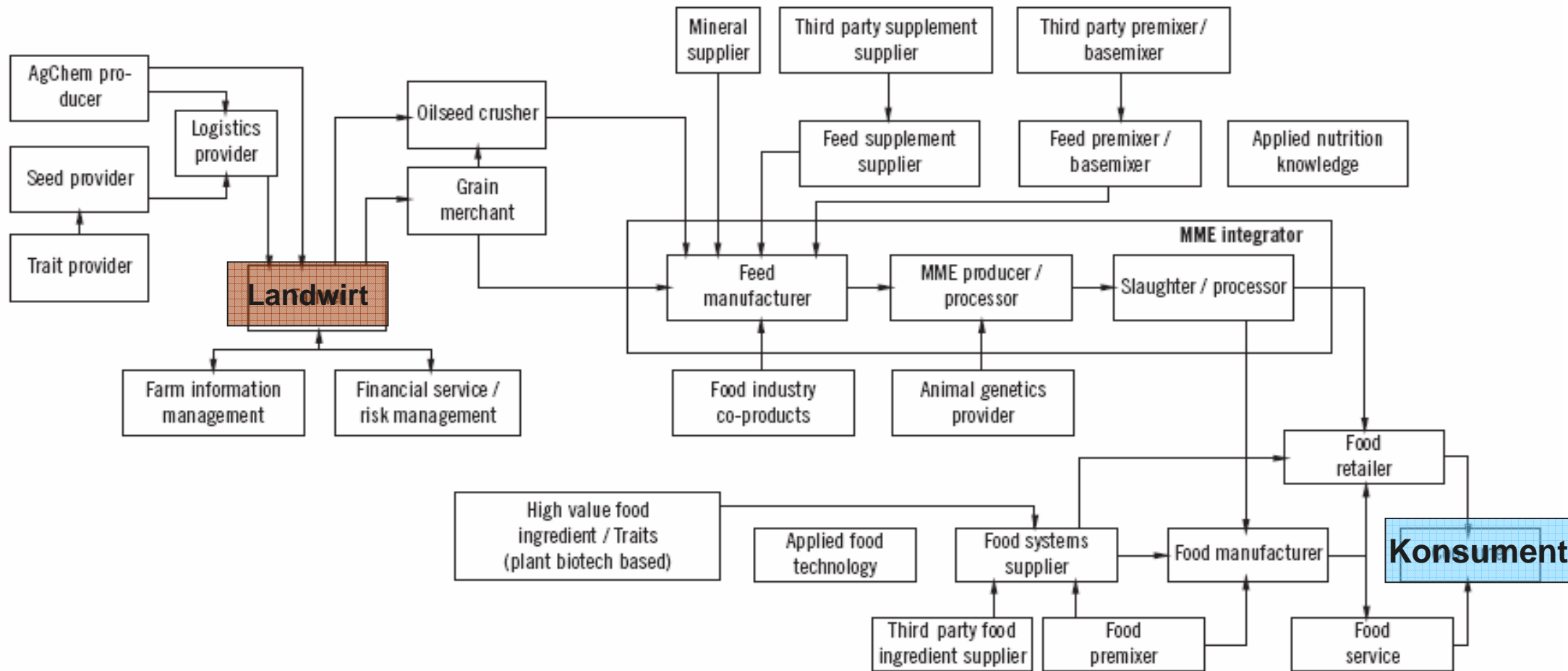


- Qualität und Sicherheit basieren auf Aktivitäten weit vor unseren Betrieben – aber sie beeinflussen ...

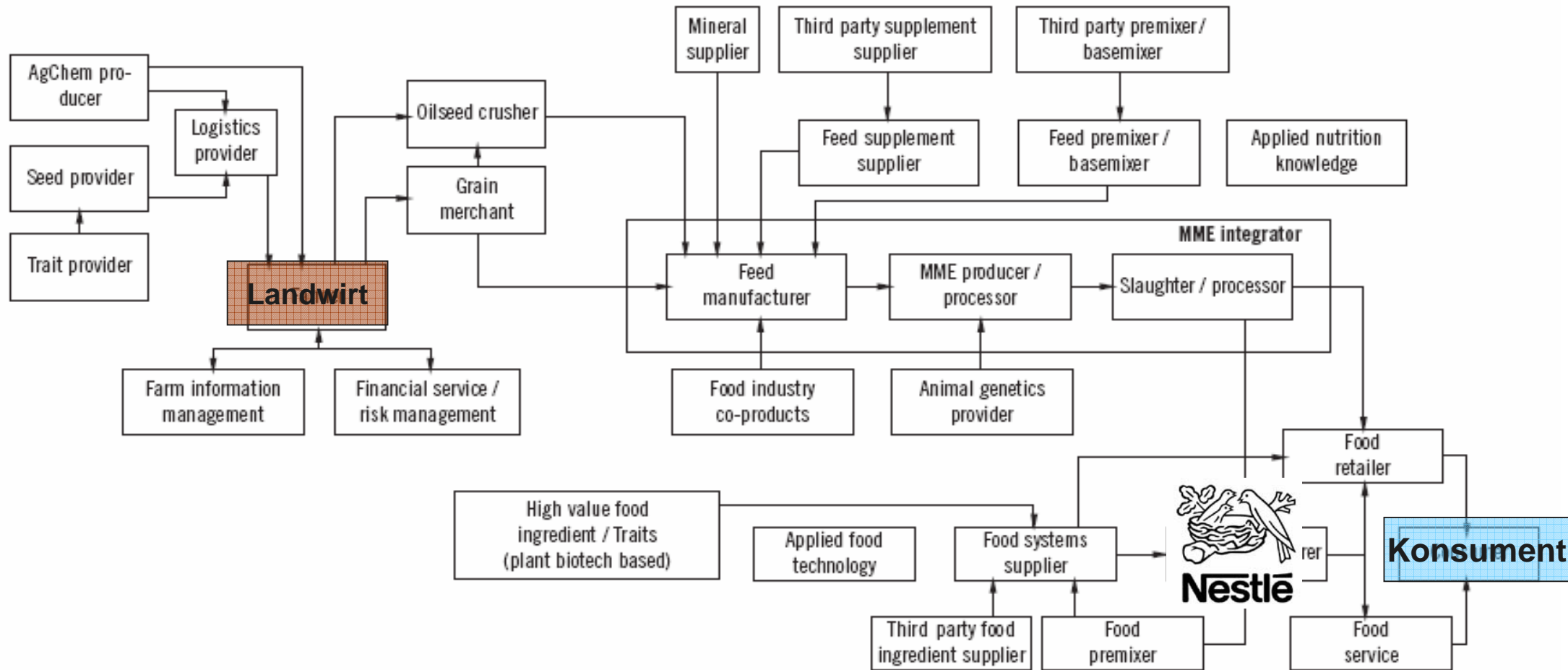


- **Qualität der Verkaufsprodukte**
- Produktivität in Fabriken
- Konsumenten-Empfinden / Reaktionen
- Firmen/Brand-Image

Lieferkette - komplex



Lieferkette - komplex



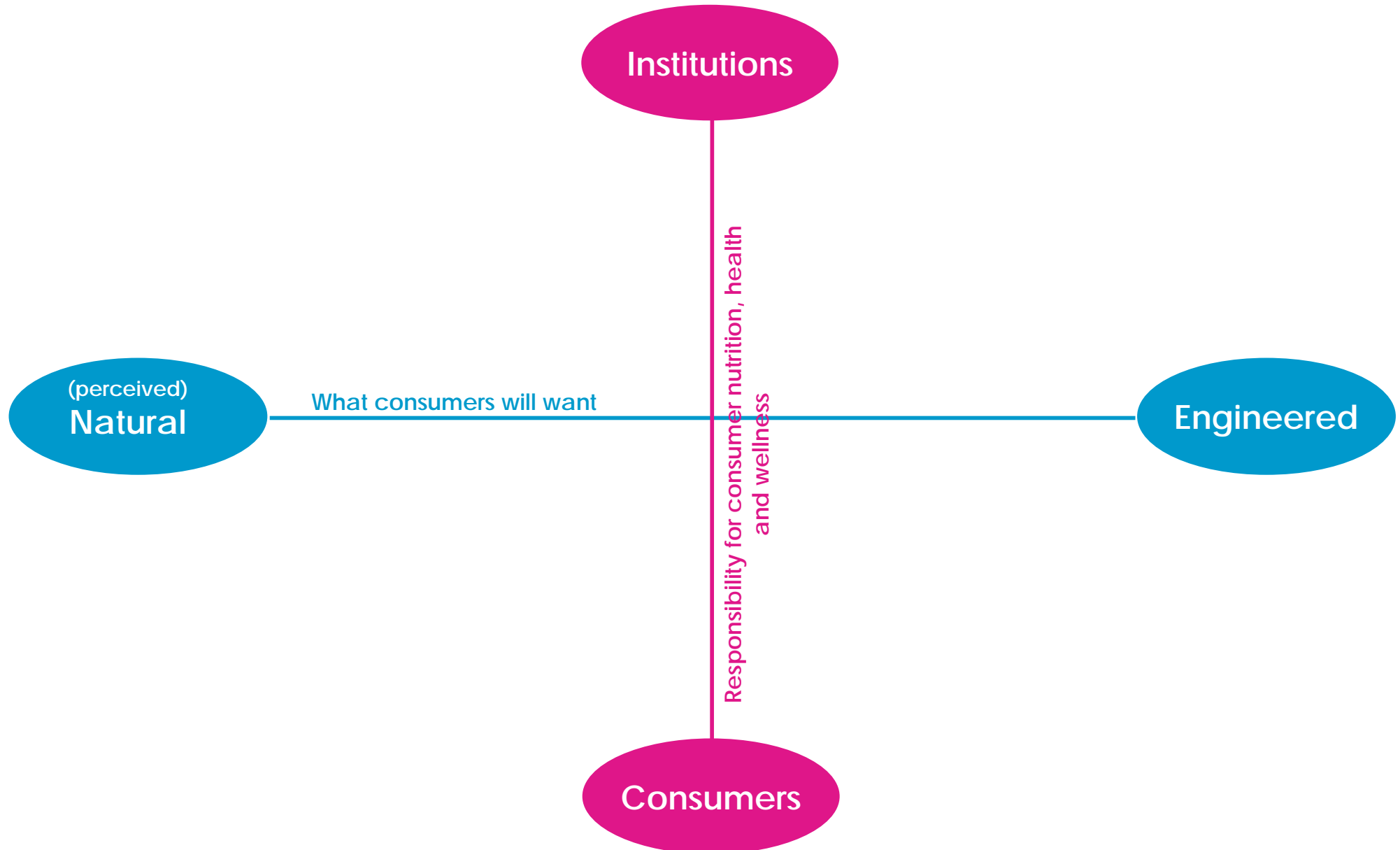
- **“Consumers are blissfully ignorant of the existence of farm assurance and what it stands for”**
- Sind Precision Farming / Traceability und damit verbundene Anforderungen nur Verschwendung an Zeit und Geld (für Bauern)
 - ??????????????????????
- Konsumenten erwarten ganz einfach dass die Lebensmittelindustrie Qualität und Sicherheit unter Kontrolle hat. Sie glauben, dass wir genau wissen wie und wo unsere Produkte produziert wurden. Falls sie herausfinden, dass dies nicht zutrifft reagieren sie sehr empfindlich.

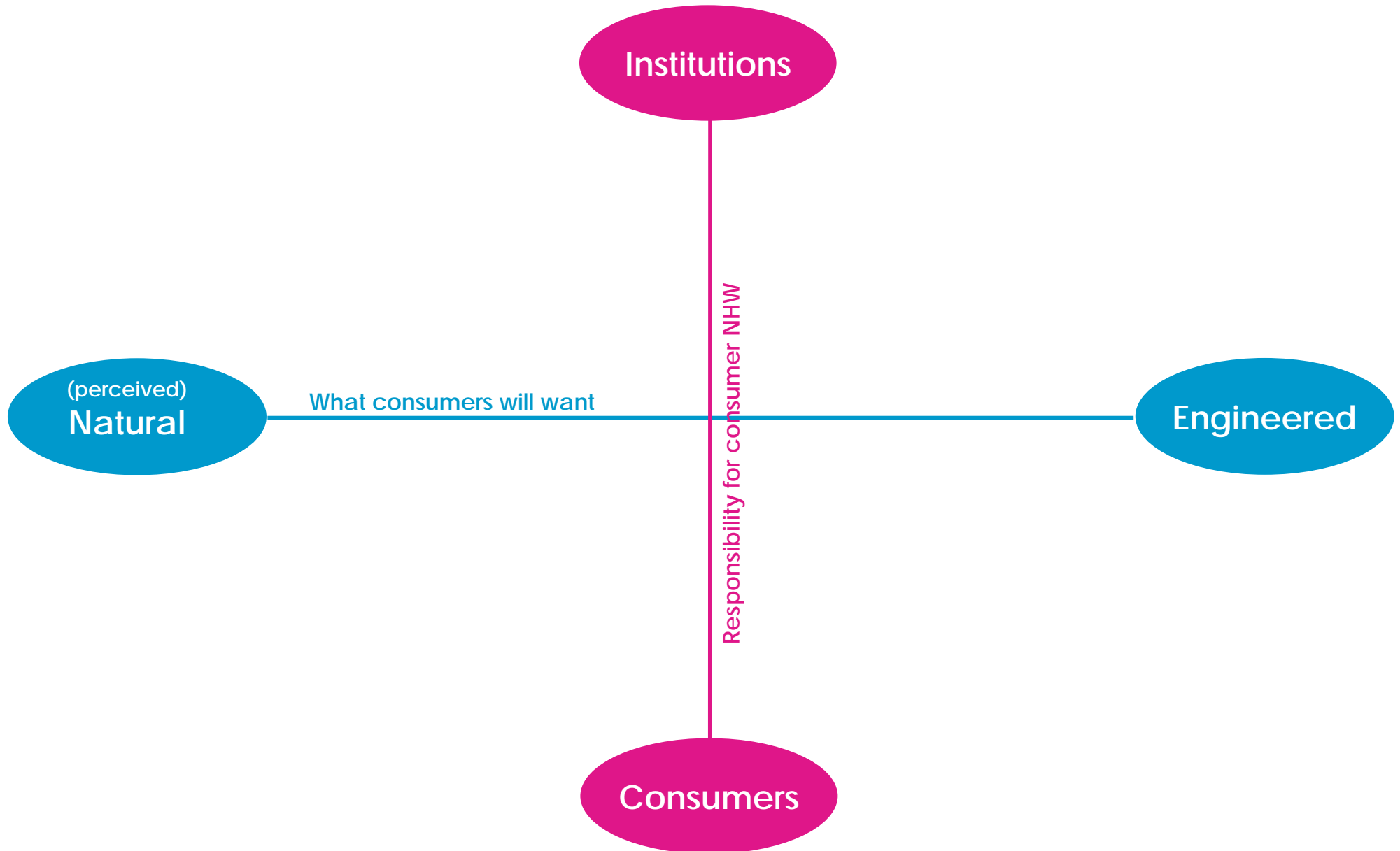
- Konsumenten delegieren die Verantwortung für die Sicherheit ihrer Nahrung an jene, denen sie am meisten vertrauen – wie z.B.
 - den lokalen Bauern, lokale Händlern etc.
 - großen / bekannten Marken (Lebensmittelbetrieben, Händlern, Verteilern...)
 - Regierungsstellen (z.B. Gesundheitsbehörden)
- **Vertrauen** in Namen (Brands) **ist wichtig**

Zukunfts-Szenarien / Achsen



Zukunfts-Szenarien / Achsen





Konsumenten im Jahr 2025

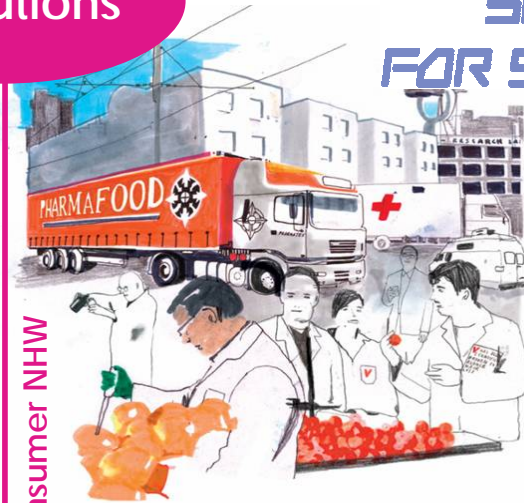
THIRD
PARTY POWER

Institutions

SCIENCE
FOR SOLUTIONS



What consumers will want



Responsibility for consumer NHW

(perceived)
Natural

Engineered

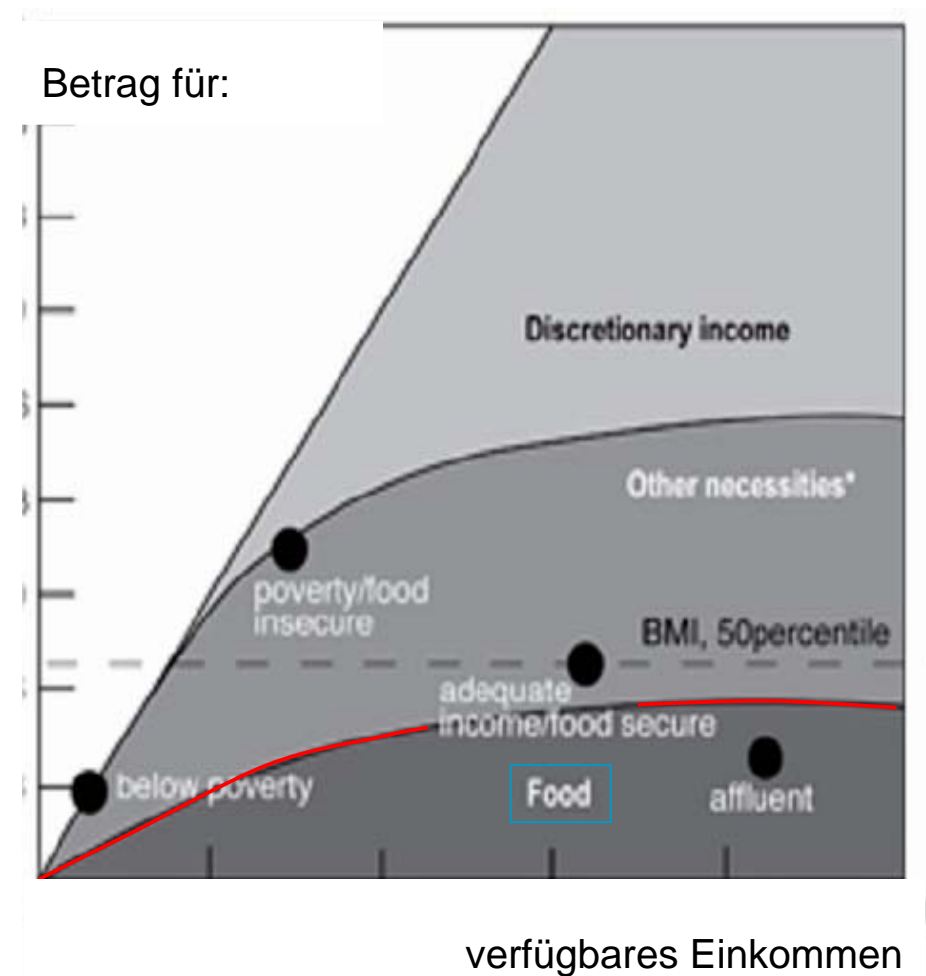
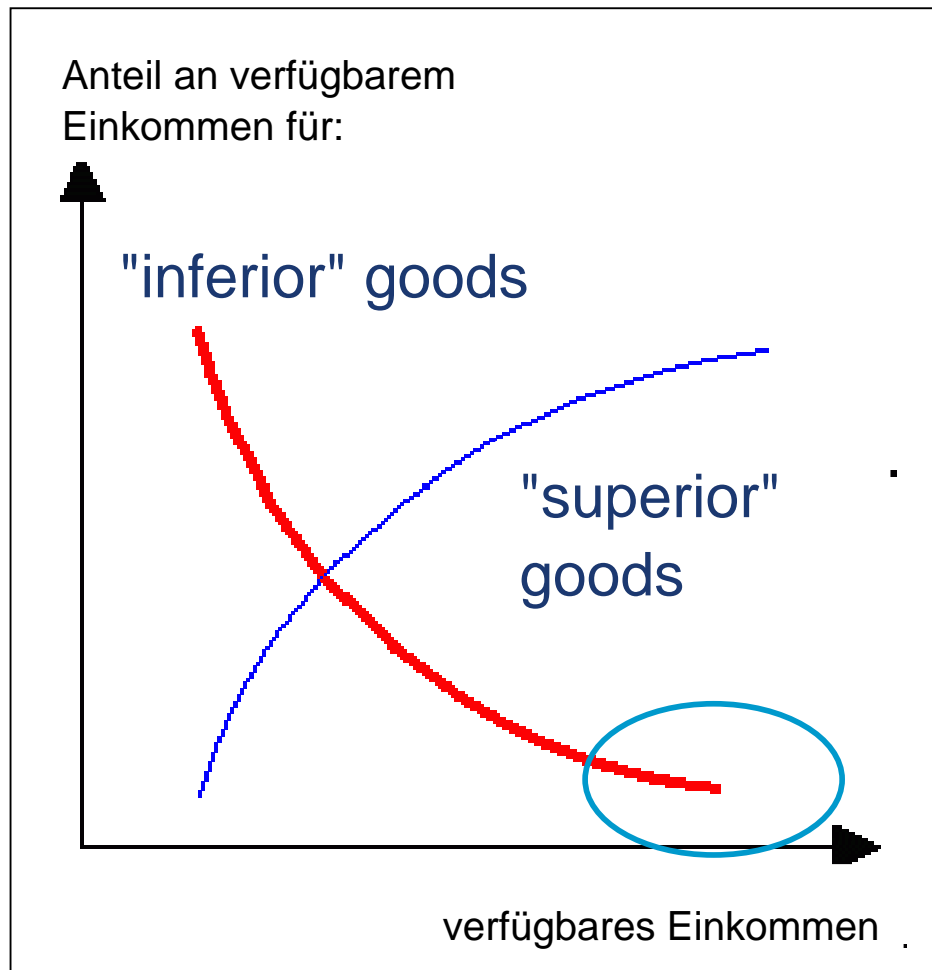


Nature
Knows Best

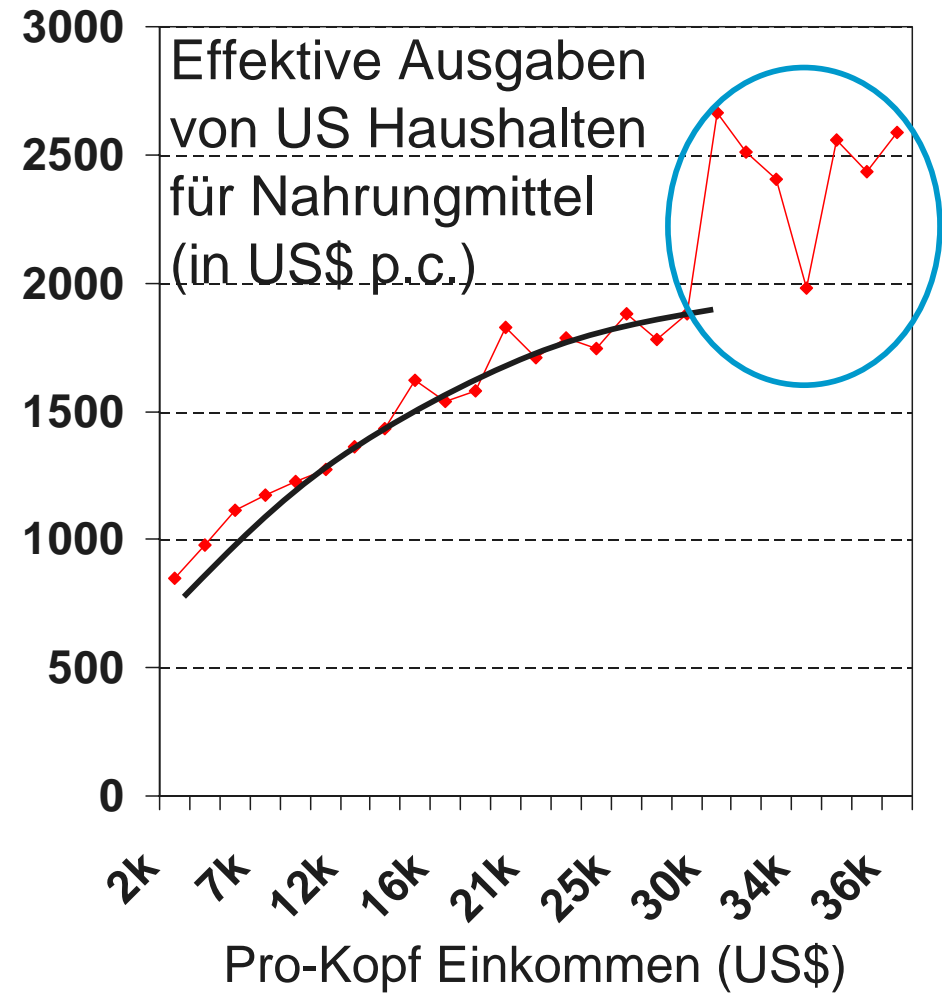
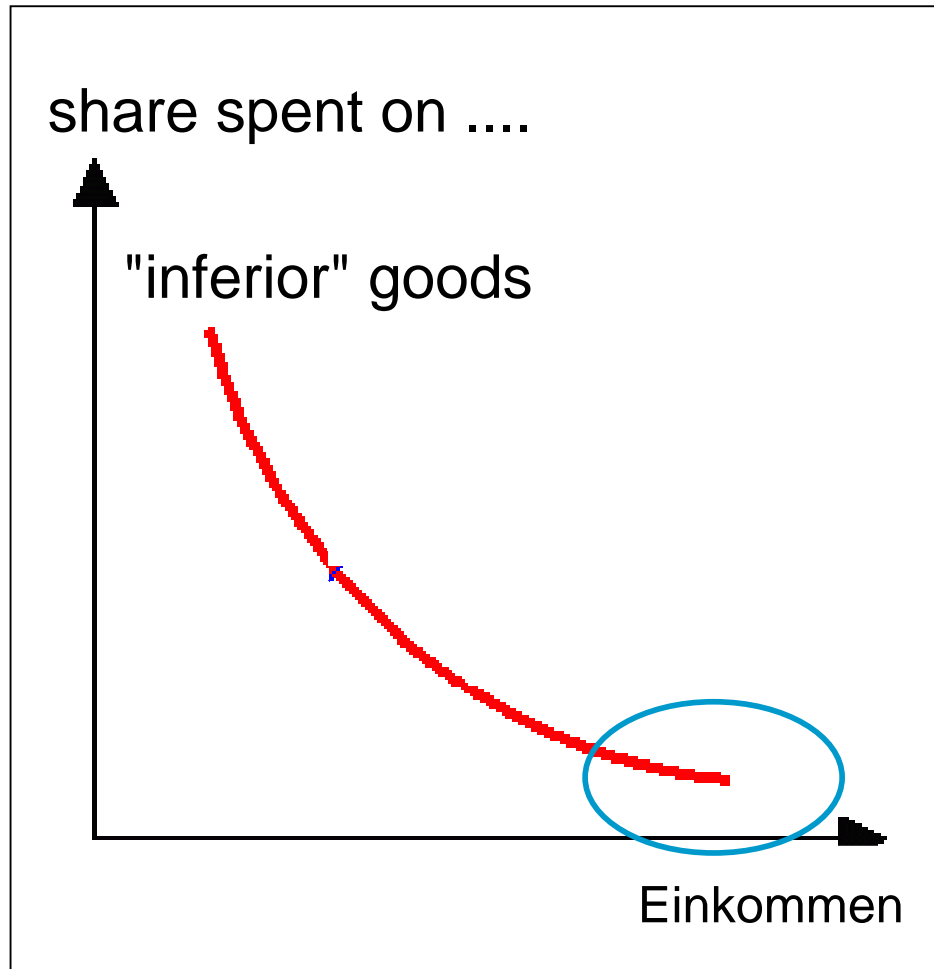
Consumers

KNOWLEDGE
IS KING

Unser Markt in der Theorie: die Engel Kurve



Engel Kurve – Fakten: Nahrungsmittel kein inferiores Gut

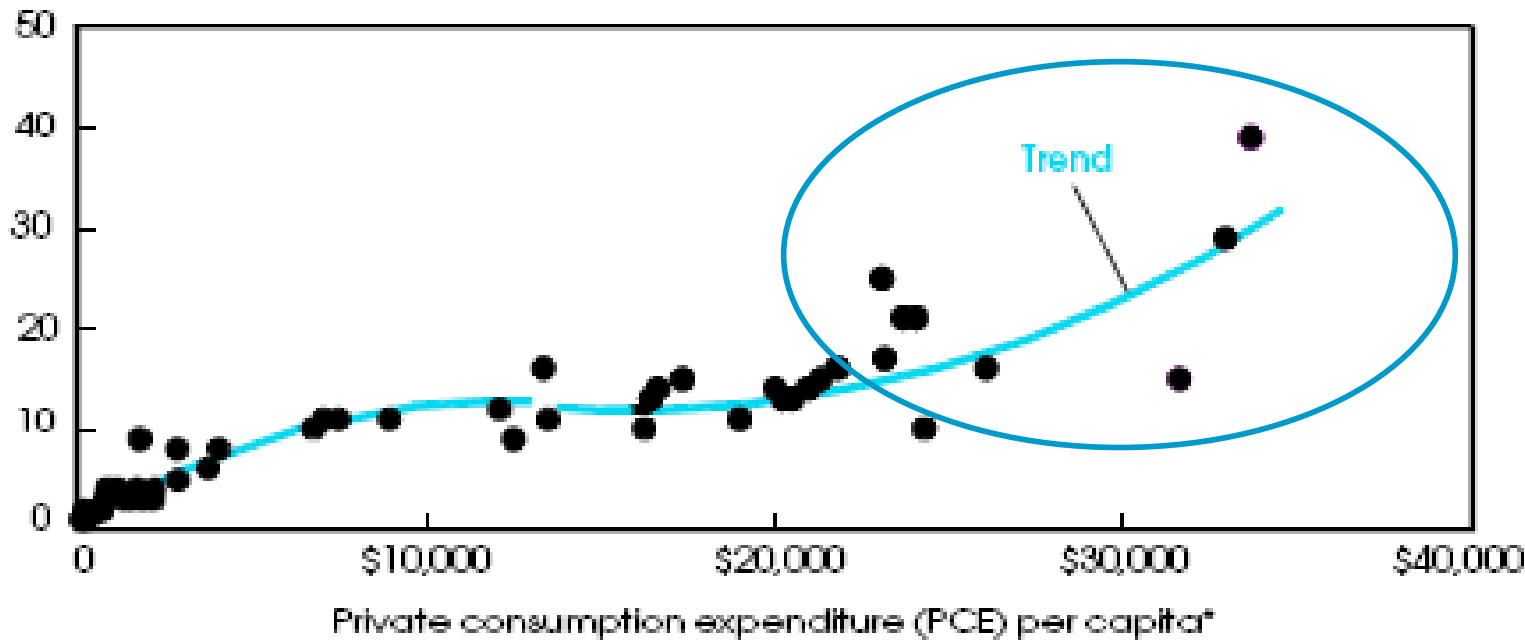


Source: University of Michigan Pannel Study on Income Dynamics

... höhere Ausgaben pro Kalorie bei höheren Einkommen

... While Their Spending per Calorie Is Greater

Cents/100 calories

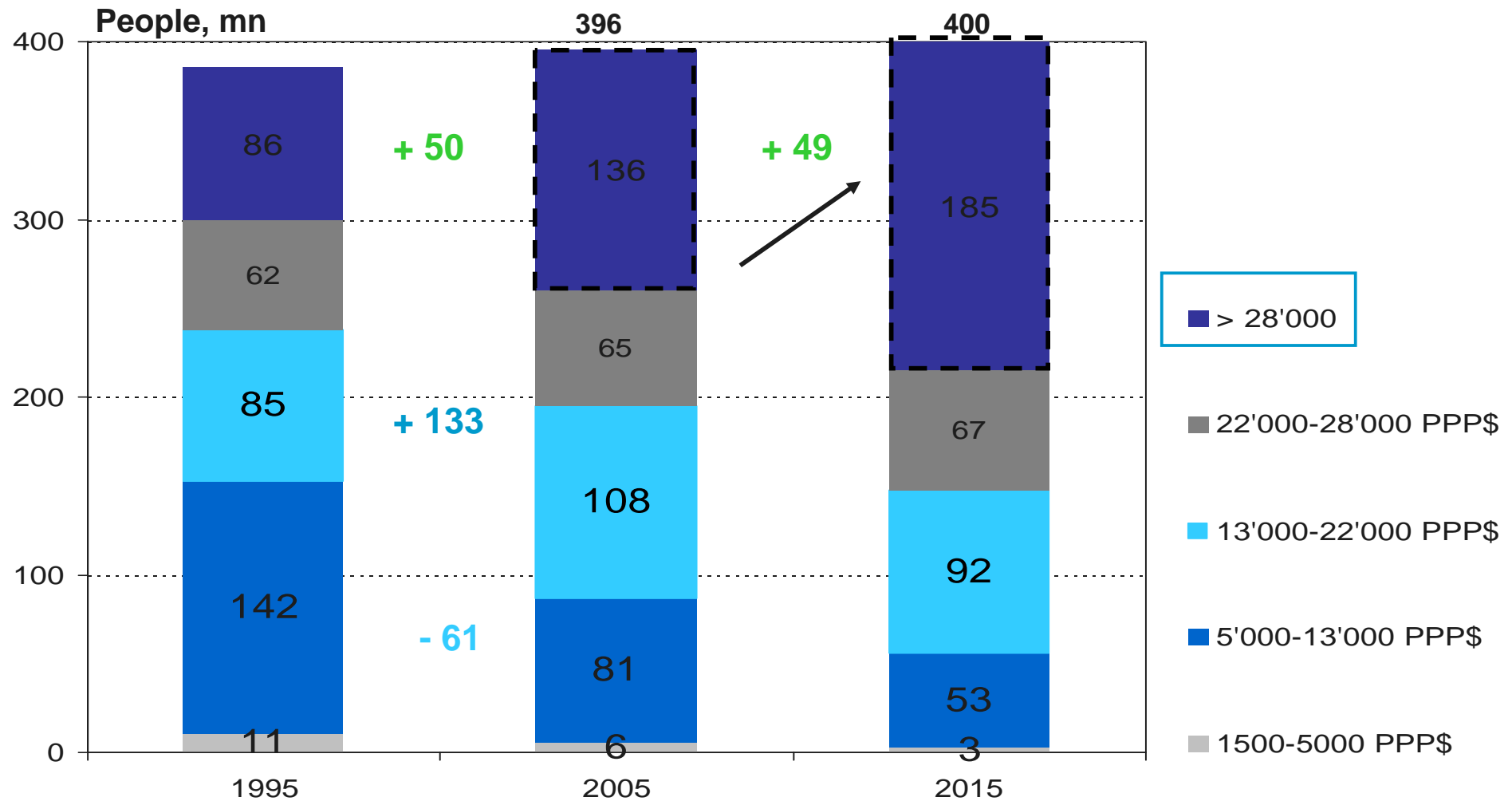


*U.S. dollars. Used as proxy for a country's per capita income.

Source: U.N. System of National Accounts; World Bank, *World Development Report 1995*.

Economic Research Service, USDA

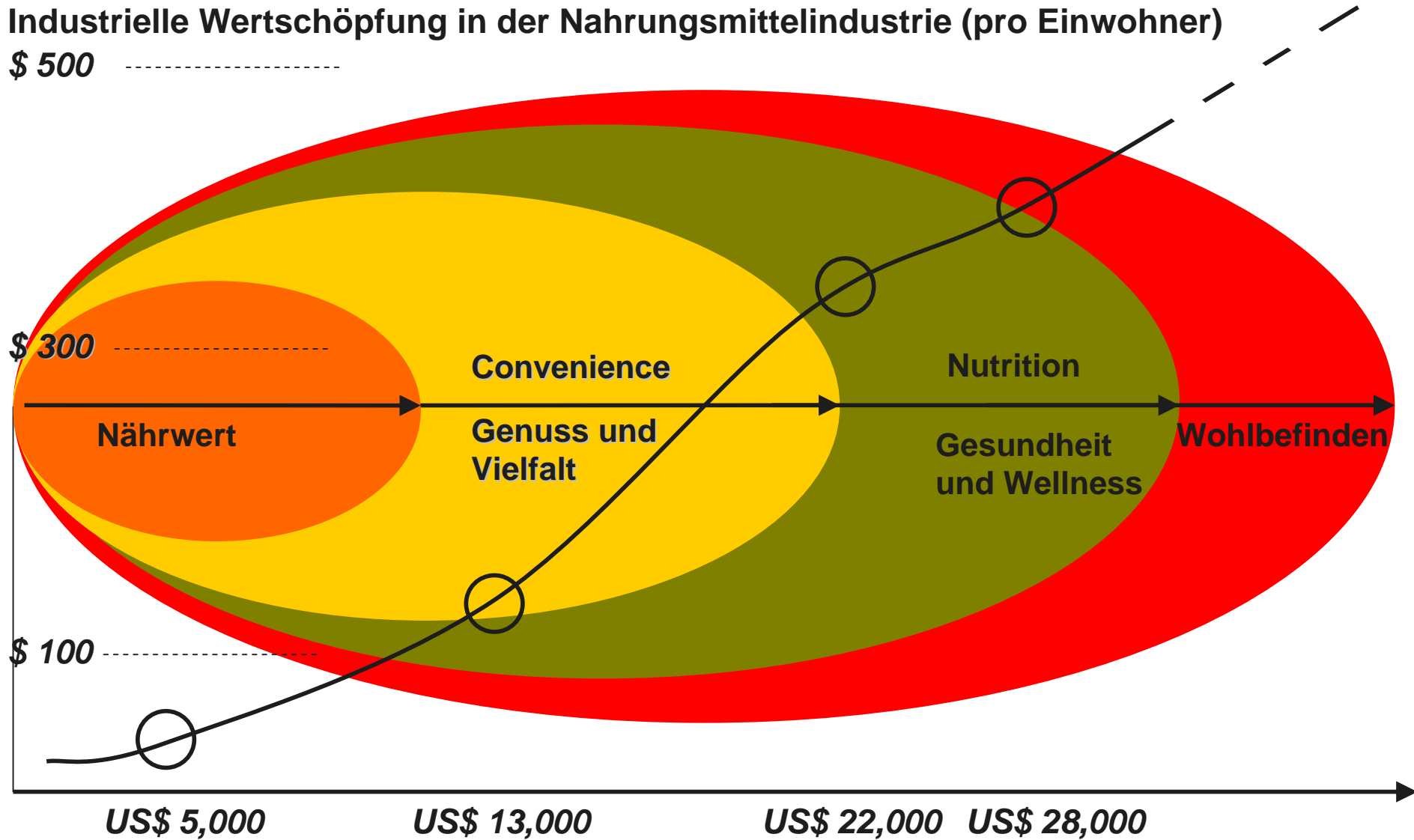
Bevölkerung von Westeuropa nach Einkommen – 1995 - 2005 - 2015



Quellen: UN WIDER und Weltbank (auch für Wachstumsszenario 2005-2015)

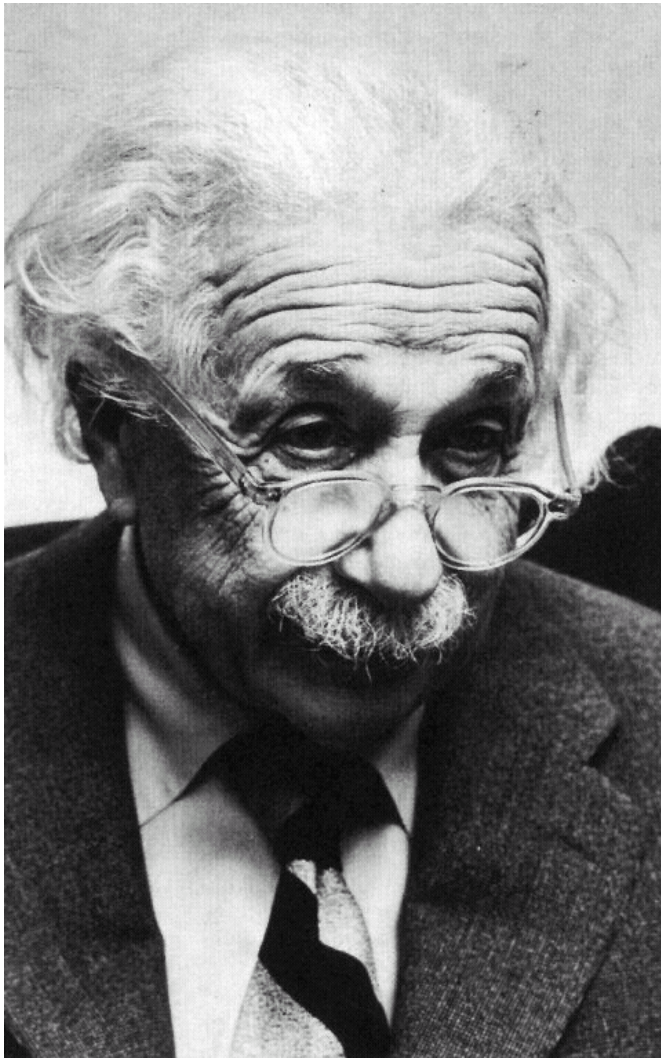
Produkttyp, Mehrwert und Pro-Kopf Einkommen

Industrielle Wertschöpfung in der Nahrungsmittelindustrie (pro Einwohner)
\$ 500



Sources: UNIDO (value-added), WIDER and World Bank; Nestlé F&C; analysis EIR

- **Qualität und Vertrauen** in Lebensmittel ein Ziel der gesamten Industrie
- Erforderlich: **funktionale und emotionale** Qualitäten
 - gesunde & nahrhafte Lebensmittel
 - preiswerte Produkte
 - verantwortlich produziert
- Konsumentenwünsche ändern sich
- **Die Basis von Qualität und Vertrauen wird am Bauernhof geschaffen**
 - Precision Farming wird eine wichtige Rolle spielen



Not everything that can
be counted counts,
and not everything that
counts can be
counted.

Albert Einstein 1879 - 1955