

## Presseinformation

6. November 2014

### **VLI Herbsttagung in Pforzheim – „Die Lebensmittelwirtschaft im Blickpunkt – was kommt auf den Tisch?“**

Die Herbsttagung der Verbindungsstelle Landwirtschaft-Industrie e.V. fand am 29. und 30. Oktober in Pforzheim statt. Unter der Moderation von Simone Schiller, Geschäftsführerin des DLG-Fachzentrums Ernährungswirtschaft, diskutierten knapp 60 VLI-Mitglieder und Gäste mit Referenten aus wichtigen Bereichen der Lebensmittelkette über aktuelle Herausforderungen, die den Waren- und Wertestrom vom Acker auf den Teller betreffen.

Der VLI-Vorsitzende, Dr. Thomas Kirchberg, wies in seiner Begrüßung darauf hin, dass der vertikale Informationsaustausch zwischen den einzelnen Stufen der Lebensmittelkette unverzichtbar sei. Denn nur wer die vor- und nachgelagerten Stufen seines eigenen Wirtschaftsbereiches im Auge behalte, wirtschaftete langfristig erfolgreich. Ein offener Austausch zwischen wichtigen Beteiligten in der Lebensmittelkette war das Ziel der Veranstaltung.

**MDirig Joachim Hauck**, Leiter der Abteilung Landwirtschaft im Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, wies auf die zentralen Herausforderungen für den Agrar- und Ernährungssektor nicht nur in Baden-Württemberg hin: Versorgungssicherheit, Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen, Erhaltung der Kulturlandschaft, Förderung der Wettbewerbsfähigkeit, Sozialverträglichkeit. Er stellte die Erzeugergemeinschaft „Württembergischer Lamm“ als gelungenes Beispiel für die Zusammenarbeit zwischen Produktion und Vermarktung vor. Verbraucher werden durch die Aspekte „Qualität aus der Region“ und „Beitrag zur heimischen Landschaftspflege“ erfolgreich angesprochen.

**Marco Kemmler**, Landwirt aus Bad Friedrichshall, stellte seinen Betrieb und die Vermarktungswegen der Sonderkulturen (Erdbeeren, Einlegegurken, Zucchini etc.) vor. Er betonte, dass die Zahlungsbereitschaft der Verbraucher bei Direktvermarktung deutlich höher sei als bei anderen Vermarktungswegen. Eine zentrale Bedeutung habe die Qualitätssicherung über Rückstandsanalysen vor der Ernte und während der Vermarktung in seinem Betrieb.

**Jutta Kuhles**, stellvertretende Vorsitzende des Rheinischen Landfrauenverbandes, stellte fest, dass durch die Veränderungen in der Lebens- und Arbeitswelt von Familien das gemeinsame Zubereiten und Einnehmen von Mahlzeiten zunehmend wegfallen. Damit einher gehe ein Verlust an Wissen über die Herstellung von Lebensmitteln und ihre Verarbeitung im eigenen Haushalt. Diesem Trend entgegen zu wirken, sei eine wichtige Aufgabe der Landfrauenverbände in ihrer Funktion als Bindeglied zwischen Erzeugern und Verbrauchern. So fordern sie die Einführung eines eigenständigen Schulfaches „Alltags- und Lebensökonomie“ und bieten mit sog. Management@home-Kursen jungen Familien die Möglichkeit, verlorene Alltagskompetenzen wieder zu erwerben. Eine Unterstützung von Seiten der Politik und von Sponsoren wäre wünschenswert.

**Christiane Manthey**, Abteilungsleiterin Lebensmittel und Ernährung der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V., machte darauf aufmerksam, dass Verbraucher meist keinen Einblick in Prozesse der Lebensmittelkette haben. Daher seien sie auf glaubwürdige Informationen von Seiten der Hersteller angewiesen, die zu geringen Informationskosten bereitgestellt werden (z.B. über Label). Die Einführung einer Vielzahl verschiedener Label mit unterschiedlichen Vergabekriterien sah sie allerdings kritisch, da dies eher zur Verwirrung der Verbraucher führe.

**Stefan Müller**, Geschäftsführer und Gesellschafter der Müller Fleisch GmbH, betonte, dass sein Unternehmen sich der Verantwortung stelle, die es für die süddeutsche Schweineerzeugung und die regionale Versorgungssicherung habe. Er stellte fest, dass nur gesunde Tiere in artgerechter Haltung ein qualitativ hochwertiges Fleischangebot sichern. Daher begleite das Unternehmen die Aktion „Tierwohl“, begrenze die Transportzeit und sei an einer permanenten Verbesserung der Produktions- und Verarbeitungsbedingungen interessiert.

**Walter Pötter**, langjähriger Einkaufschef bei Lidl, stellte das umfangreiche Qualitätskonzept von Lidl vor, zu dem u.a. die Einführung von Eigenmarken, die Organisation einer eigenen Spedition und die konsequente Beachtung produktspezifischer Qualitätsaspekte gehören.

In der anschließenden Diskussion erging der Appell an alle Teilnehmer, angesichts des zunehmenden Misstrauens der Verbraucher gegenüber der Landwirtschaft kein „Trübsal zu blasen“, sondern mit eigener, positiver Berichterstattung darzustellen, wie gut und sicher Lebensmittel heute sind. Der aktive Dialog mit Verbrauchern müsse gesucht und die sozialen Medien bedient werden, um Transparenz über die Produktion und damit Vertrauen zu schaffen. „Vorsprung durch Technik“ dürfe nicht nur ein bekannter Werbeslogan der Automobilindustrie sein, sondern müsse auch für die landwirtschaftliche Produktion propagiert werden. Mehr Verbraucheraufklärung und Kommunikation über moderne Produktionsmethoden sei ein Auftrag an die gesamte Branche.

---

### ***Die VLI – das Forum für die Entscheider im deutschen Agribusiness***

*Die VLI versteht sich als bundesweite Plattform für den Dialog zwischen Landwirtschaft und Industrie. Sie repräsentiert nicht nur einzelne Sektoren des Agribusiness, sondern diesen großen Wirtschaftsbereich in seiner Gesamtheit inklusive nachwachsende Rohstoffe und Forstwirtschaft. Als „Runder Tisch“ in Ergänzung zur klassischen Verbandsarbeit ist sie das Forum für die Entscheider im deutschen Agribusiness. Ihre ca. 150 Mitglieder, die sich durch hohe Fachkompetenz auszeichnen, sind Unternehmer, Industrielle oder Repräsentanten wichtiger Branchenverbände entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Agribusiness.*

*Für nähere Informationen zur VLI: [www.vli-agribusiness.de](http://www.vli-agribusiness.de)*

**Pressekontakt:** Dr. Patricia Corell

Tel. 09331/91 878, Fax 09331/91 208, E-mail: [patricia.corell@vli-agribusiness.de](mailto:patricia.corell@vli-agribusiness.de)