

„Ernährungswirtschaft zukunftsgerichtet transformieren“



Dr. Christian Janze, Ernst & Young

Das niedersächsische Kompetenzzentrum Ernährungswirtschaft (NieKE) befragte Herrn Dr. Christian Janze zur aktuellen und zukünftigen Entwicklung der Branche.

Janze leitet als Wirtschaftsprüfer die Niederlassung der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young in Hannover, ist Mitglied des Beirats des niedersächsischen Wirtschaftsforums Agrar-Handwerk-Industrie (nifa) e.V., im Kuratorium des Instituts der Norddeutschen Wirtschaft (INW) e.V. und Dozent an der Universität Göttingen im Bereich Unternehmensführung/Konzern-Rechnungslegung nach IFRS. Sein Fokus liegt auf der Prüfung und Beratung kapitalmarktorientierter und mittelständischer Unternehmen sowie deren Gesellschaftern. Sein besonderer Schwerpunkt liegt in der Umsetzung großer IFRS-Projekte. Als Branchenfachmann und Leiter des deutschen Agribusiness-Netzwerks ist er gefragter Ansprechpartner bei der ganzheitlichen Beratung von Unternehmen dieses Sektors.

NieKE: Herr Dr. Janze, wie würden Sie die Entwicklung der Lebensmittelproduktion und des -konsums im letzten Jahrhundert beschreiben?

CJ: Die bisherige Entwicklung ist geprägt von einem Wandel der Prioritäten. Ging es in der Nachkriegszeit noch vorrangig um die Versorgungssicherheit, ist die Lage der heutigen westlichen Industriestaaten von Wohlstand geprägt. Dieser erlaubt uns Aspekte wie Tierwohl, Gesundheit und Nachhaltigkeit weit oben auf die Agenda öffentlicher Diskurse zu platzieren und zu diskutieren.

NieKE: Wie ist dieser Wandel zu bewerten?

CJ: Ein wesentlicher Fortschritt besteht darin, dass der Konsum zu einem Teil unseres Lebensgefühls und der Selbstdefinition geworden ist. Ernährung als Wohlfühlfaktor und die Möglichkeiten der Digitalisierung ebnen heute den Weg zu einer individualisierten Lebensmittelproduktion. Diesen Trend bewerte ich positiv. Zwar steht dieser noch ganz am Anfang, aber er ermöglicht der Branche und insbesondere der Industrie, wieder näher an den Verbraucher zu rücken. Die Lage in Deutschland hat sich durch neue Kommunikations- und Vertriebswege radikal geändert. Insbesondere der traditionelle Lebensmitteleinzelhandel darf nicht dem Trugschluss erliegen, seine Produkte seien über neue Kanäle wie das Internet nicht zu vertreiben. Das gleiche dachte man damals schon bei Schuhen, siehe Zalando.

Experteninterview

NieKE: Wie wird es weiter gehen? Wie ist Ihre Prognose?

CJ: Der Individualisierungsgrad in der Produktion wird stark zunehmen. Dies bietet auch Chancen für die Wertschätzung von Lebensmitteln und vor allem für die Aufrechterhaltung des Wettbewerbs entlang der Wertschöpfungsketten des vor- und nachgelagerten Bereichs der landwirtschaftlichen Produktion. Das ist extrem wichtig. Allerdings muss man hier eine Einschränkung vornehmen: Für viele Teile der Verbraucher ist der Preis immer noch der entscheidende Faktor bei der Kaufentscheidung. Aus verschiedenen Gründen: Qualitativ hochwertige Lebensmittel sind heute nicht mehr zwangsläufig teuer und ständig verfügbar. Dies ist bekannt. Manchmal finde ich es übrigens traurig, dass diese kolossale Leistung der Agrar- und Ernährungswirtschaft von einigen in der Diskussion überhaupt nicht gewürdigt wird. Gerade Wohlstandsgesellschaften sind durch die Entwicklung gekennzeichnet, dass der Anteil der Ausgaben für Nahrungsmittel sinkt. Dies ermöglicht oftmals erst steigende Ausgaben für andere Bereiche wie Urlaub etc. Weiterhin informieren sich viele Verbraucher beim Kauf eines Mobiltelefons gründlicher über die Produkte als beim Kauf ihrer Nahrungsmittel. Dies ist leider auch Teil der Wahrheit.

Ein beschreibendes Beispiel für Wohlfühlfaktor liefert ein namhafter Hersteller von Kaffeekapseln. Sind die Automaten noch recht erschwinglich, zahlt man bei den Kapseln, also beim Lebensmittel, einen relativ hohen Preis. Diesen Zustand betrachten manche als eine Täuschung des Verbrauchers. Ich sehe darin gelungenes Marketing mit Wohlfühlfaktor- denn: der Verbraucher ist schlauer als man denkt, er kennt den höheren Preis und akzeptiert ihn weil er das Produkt wertschätzt. Es wäre wünschenswert, wenn sich diese Strategie auf andere Produktgruppen wie z.B. Fleischwaren übertragen ließe. Hier herrscht leider eine umgekehrte Tendenz. Der Grill darf schon mal ein paar Hundert Euro kosten. Die Wurst muss allerdings billig sein. Also Zusammengefasst: Dort wo es gelingt den Verkauf von Nahrungsmitteln u.a. mittels „Wohlfühlfaktor“ zu emotionalisieren und direkten Zugang zu den Verbrauchern zu bekommen sind viele positive Entwicklungen möglich. Sonst bleibt es ein preisgetriebenes Geschäft.

NieKE: Welche Rolle spielen demographische und sozio-ökonomische Entwicklungen für das globale Wertschöpfungsnetz?

CJ: Wie sie wissen ist die Versorgungssituation mit Blick auf die wachsende Weltbevölkerung nicht zukunftsfähig. Die Preisentwicklung der letzten zwei bis drei Jahre belegt, dass das Angebot die Nachfrage nach wie vor zwar übersteigt. Dies bedeutet allerdings nicht, dass per se genug Lebensmittel für alle Menschen vorhanden sind. Die Rekordernten der letzten Jahre ohne nennenswerte Ausfälle bilden die absolute Ausnahme. Die Marktpreise reagieren äußerst sensibel auf kritische Nachrichten. Auch die Amplituden, also die Ausschläge der Preisvolatilität, haben an Intensität gewonnen.

Viele Unternehmen sind bemüht, sich der Volatilität der Märkte durch eine Integration entlang der Wertschöpfungskette zu entziehen. Nur so können viele Hersteller und Händler ihre Qualitätsversprechen gegenüber dem Kunden einhalten. Für die Industrie ist es ratsam, sich durch neue Vertriebskanäle wie den Online-Handel und den Direktverkauf, einer hohen Produktdifferenzierung sowie intensivem Marketing höhere Freiheitsgrade zu erarbeiten. Was heute bei Kaffeekapseln funktioniert wird dank Forschung und Entwicklung bald auch für frische Lebensmittel möglich sein.

Experteninterview

NieKE: Zählen die sogenannten „emerging markets“ immer noch zu den signifikanten Treibern des Wirtschaftswachstums?

CJ: Exportmärkte sind für die Leistungsfähigkeit der hiesigen Ernährungswirtschaft unerlässlich und überlebenswichtig. Niedersachsen verfügt über eine extrem leistungsstarke Branche, die qualitativ hochwertige Produkte erzeugt. Mit Blick auf die Bevölkerung ist Niedersachsen jedoch ein schrumpfendes Land. Die ausschließliche Direktvermarktung von Lebensmitteln ist als Geschäftsmodell also weniger attraktiv. Denn die Grenzen sind bereits sichtbar. Interessant ist an dieser Stelle das Beispiel von Nebenprodukten aus der Fleischverarbeitung, die in Deutschland nicht mehr kapitalisierbar sind. Denn dies gilt nicht in Auslandsmärkten wie China. Der Export von Schweineteilen wie Pfoten nach China mag nicht unserem Verständnis von Ästhetik entsprechen. Ich sehe hierin jedoch nichts Verwerfliches. Im Gegenteil: Wir sind es dem Tier schuldig, es nach der Tötung soweit es geht für die menschliche Ernährung zu verwerten. In Wohlstandsgesellschaften tendieren wir dazu, nur noch die Edelteile des Tieres als für den Verzehr geeignet zu akzeptieren und sind wie schon beschrieben oftmals nicht einmal dazu bereit, hierfür einen angemessenen Preis zu zahlen. Ein Tier besteht jedoch nun einmal nicht nur aus Edelteilen. Der Gedanke an den „bösen Export“ ist an dieser Stelle zu kurz gesprungen.

NieKE: Sie sprachen von China. Gibt es darüber hinaus noch weitere Exportmärkte mit hohem Potenzial?

Durch das russische Embargo haben China und der gesamte asiatische Markt als Abnehmer noch weiter an Bedeutung gewonnen. Für manche Zweige der Lebensmittelwirtschaft sind sie sogar von existenzieller Bedeutung. Doch auch der afrikanische Markt ist zukünftig nicht zu unterschätzen. Liegt der Altersdurchschnitt der Deutschen bei ca. 45 Jahren mit steigender Tendenz, ist er in Afrika bei deutlich unter 20 Jahren. Das Durchschnittsalter in Burundi liegt sogar bei unter 17 Jahren. In vielen Staaten Afrikas gibt es bereits positive wirtschaftliche Signale. Die dort teilweise vorherrschenden Krisen und Hungernöte sind oftmals Diktaturen, Kriegen, Miss-Management und Korruption zuzuschreiben und weniger dem Mangel an Ressourcen bzw. fehlendem wirtschaftlichen Entwicklungspotential. Afrika wird in Zukunft das weltweit höchste Bevölkerungswachstum verzeichnen. Hierdurch ist eine intensive Steigerung der Nachfrage zu erwarten. Übrigens: Nicht nur die jüngste Flüchtlingskrise zeigt: Es ist unser vitalstes Interesse, dass sich der afrikanische Kontinent wirtschaftlich entwickelt.

NieKE: In Ihren Vorträgen sprechen Sie oft das Gleichgewicht gesellschaftlicher Ziele an. Was hat es hiermit auf sich und inwieweit kann diese Balance einen Beitrag zur nachhaltigen Lebensmittelproduktion leisten?

CJ: Die moderne Landwirtschaft muss einen großen Katalog an Kriterien erfüllen: Das sind z.B. Tierwohl, Qualität der erzeugten Nahrungsmittel, Nachhaltigkeit, Nahrungsmittelversorgung und –Sicherheit zu nennen. Wir müssen erkennen, dass die genannten Ziele nicht immer gleichlaufend sind. Das aktuelle Beispiel der Geflügelseuche macht einmal mehr deutlich, dass eine gesellschaftlich im Sinne des Tierwohls anerkannte Haltungsförm auch Probleme hervorrufen kann. Hier in Deutschland, einem Gunststandort, gilt es für uns darüber hinaus, die vorhandenen Potenziale rational zu erschließen und ohne ideologische Brille zu betrachten. Wir können in Deutschland weit mehr qualitativ hochwertige Nahrungsmittel erzeugen als wir verbrauchen, die in anderen Teilen der Welt gern nachgefragt werden und

Experteninterview

dringend gebraucht werden. Wohlstand birgt immer auch Verantwortung. Auch wenn es bei dem aktuellen Preisniveau Niemand hören mag: wir werden in Zukunft über die Sicherung einer globalen Nahrungsmittelversorgung diskutieren. Ich bin darüber hinaus der Meinung, dass der Handel dazu beitragen wird Strukturen einer effizienten Nahrungsmittelproduktion auch vor Ort zu etablieren. Denn am Ende wird in relevanten Märkten vor Ort produziert werden.

NieKE: Was muss sich Ihrer Meinung nach darüber hinaus ändern?

CJ: Weiterhin müssen wir endlich ehrlich sagen, dass Nahrungsmittel, die möglichst viele dieser Kriterien im positiven Sinn erfüllen mehr Geld kosten müssen. Darüber hinaus wünsche ich mir endlich eine klare Kennzeichnungspflicht von Lebensmitteln z.B. in Bezug auf Gentechnik, damit der Verbraucher eine echte Entscheidungsfreiheit hat. Manchmal wird man aber den Eindruck nicht los, dass gerade die Gruppen, die mit dem angeblichen Schutz der Verbraucherinteressen argumentieren Angst vor der Entscheidung des Verbrauchers an der Ladentheke haben.

NieKE: Welche Implikationen ergeben sich hieraus für die strategische Ausrichtung einzelner Unternehmen?

CJ: Die Landwirtschaft und die Lebensmittelproduktion werden sich weiter ausdifferenzieren. Ob Erzeuger, Verarbeiter oder Händler: jeder tut gut daran, seine Stakeholder nicht gegeneinander auszuspielen. Verstehe es z.B. überhaupt nicht, warum man vegane und fleischhaltige Ernährung gegeneinander ausspielen möchte. Auch Diskussion wie „bio“ oder „nicht-bio“ gehören für mich der Vergangenheit an. Als Produktionsform sollten beide gleichberechtigt nebeneinander existieren. Wichtig ist: die Lebensmittelproduktion bleibt ein arbeitsteiliger Prozess der insbesondere in Niedersachsen, in der Vergangenheit hervorragend funktioniert hat- sich aber mit Blick auf die Zukunft verändern muss und seine Innovationsfähigkeit nicht verlieren darf. Dieses Zusammenspiel darf nicht durch politische oder ideologische Gräben behindert werden und muss darauf ausgerichtet sein, die vorhandenen Stärken der Agrar- und Ernährungswirtschaft zukunftsgerichtet zu transformieren, denn die Veränderungen werden gravierend sein.

NieKE: Herr Dr. Janze, ich bedanke mich herzlich für das interessante und offene Gespräch.

CJ: Sehr gerne.

Das Experteninterview wurde geführt von Sebastian Biedermann (DIL e.V.), Dezember 2016