

Dr. Heiko H. Stutzke und Wiebke Brüssel
mail@strategiebuero-nord.de

Download:

Diesen Beitrag können Sie auf unserer Homepage im Bereich „Strategie-Impulse“ als PDF-Datei herunterladen.

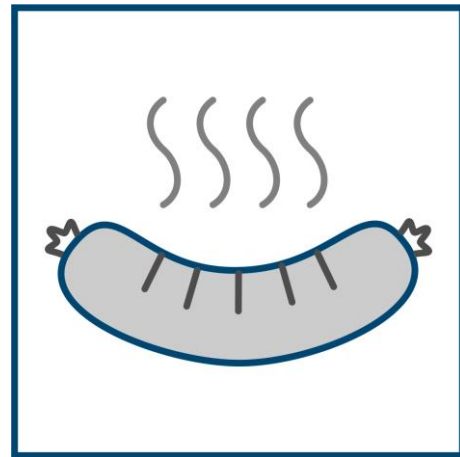
Juni 2020

Fleischindustrie – Quo Vadis?

„Fleisch ist ein Stück Lebenskraft!“ Einige von uns erinnern sich bestimmt noch an den markanten Werbespruch der CMA, der vor Jahrzehnten über die Bildschirme flimmerte. In manchen Köpfen hat er – wie man sieht – bis heute überlebt. Doch die Anzahl dieser Köpfe nimmt ab, und die Branche verschläft gerade mehrere Trends.

Trend „Klima- und Umweltschutz“

Nur wenige Fleischerzeuger und -vermarkter dürften sich „Klimaschutz“ auf die Visitenkarten schreiben. Vom Abbrennen der Regenwälder für Viehfutteranbau über Massentierhaltung, Gülle und Wasserverbrauch bis hin zu Tiertransporten rund um die Welt und manchmal fragwürdigen Verarbeitungsprozessen – die Wurst auf dem Brot hat schon enorm viele Ressourcen verbraucht, wenn sie in unserem Mund landet. Hinzu kommen große Mengen an Klimagasen wie CO₂ und Methan. Aber so langsam interessieren sich immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten für Lieferketten und meiden umweltschädigende Anbieter. Das kann und wird zu Problemen für die ganze Branche führen, von den Landwirten über Viehfutter-Logistiker bis hin zu den Fleischverarbeitern. Vor allem die „Fridays for Future“-Bewegung müsste deren Produkte links liegen lassen.



Trend „Vegane Ernährung“

Längst gibt es zahlreiche kleine und größere Unternehmen, die den Trend erfolgreich aufgreifen. Vegetarische und vegane Lebensmittelhersteller freuen sich über permanent hohe Wachstumsraten und können andere Preise (und Margen) aufrufen als die Billigfleischindustrie. Was früher nur in den Kühltheken der Reformhäuser lag, findet sich inzwischen ganz selbstverständlich auch im Angebot der großen Supermärkte. Wir haben den Selbsttest nicht gescheut und dürfen berichten, dass einige dieser Produkte richtig gut schmecken. Doch bisher haben nur wenig Fleischproduzenten erkannt, dass man erfolgreich auch in diese Richtung diversifizieren kann. Die amerikanische Beratungsfirma AT Kearney prognostizierte schon 2019, dass bis 2040 die Produktion von Fleisch- und Fleischersatzprodukten nur noch zu 40 % aus konventionellem Fleisch bestehen wird. Landwirte, die sich darauf einstellen, und Erzeuger von Ersatzprodukten werden die Nase vorn haben.

Trend „Tierwohl“

Wenn Fleisch in Massen und zu niedrigen Preisen erzeugt wird, bleibt häufig das Wohl der Tiere auf der Strecke. Darunter leiden Tiere, die als intelligent gelten und vor dem Tod oft ein tragisches Leben hinter sich haben. Zum Glück werden Konsumierende immer kritischer und fordern zunehmend Fleisch, das aus einer Haltung ohne Tierquälerei oder am besten Bio stammt. Landwirte, die diesen Trend nicht erkennen, werden es in den nächsten Jahren zunehmend schwerer haben. Wer jetzt schon ökologisch und tierwohlgerecht produziert, wird die Nase immer weiter vorn haben.

Trend „Gesundheit“

Mediziner warnen: Die Deutschen werden immer schwergewichtiger und leiden zunehmend unter Gesundheitsproblemen. Ein Umschwenken auf eine gesunde Ernährung wird immer wichtiger. Die meisten verarbeiteten Fleischprodukte sind leider nicht besonders gesund. Salz, Fett und Zusatzstoffe machen sie schwer verdaulich. Zurzeit leben die Hersteller vermutlich davon, dass noch viele Konsumierende nicht viel über gesunde Ernährung wissen. Das kann sich ändern.

Trend „Vermeidung von Lebensmittelverschwendung“

Natürlich folgt jeder Lebensmittelerzeuger dem Auftrag, die Bevölkerung mit Nahrungsmitteln zu versorgen. Doch inzwischen gibt es ein Überangebot; viele Produkte werden nicht verkauft und müssen weggeworfen werden. Immer mehr, vor allem junge Menschen, werden Food Saver und beschäftigen sich mit dem Thema „Lebensmittelverschwendung“. Sie erzählen es an vielen Stellen weiter, posten es in sozialen Medien und schärfen so das Bewusstsein der Gesellschaft. Natürlich ist das Teil einer Kette, in der auch der Handel und die Verbraucher eine wichtige Rolle spielen. Schwierig zu sagen, an welcher Stelle zuerst eine Änderung erfolgen müsste, damit das Lebensmittel „Fleisch“ mehr Wertschätzung erhält und nicht unverkauft entsorgt wird. Könnte eine komplett ökologische Landwirtschaft die Menschen in unserem Land ernähren, wenn nur noch wenig oder nichts mehr verschwendet würde?

Trend „Alternativ erzeugte Fleischprodukte“

Zurzeit mag es noch exotisch erscheinen, dass sich Fleischprodukte ohne Tierhaltung aus Zellen züchten lassen. Doch die Pioniere haben das Prototypen-Stadium bereits hinter sich gelassen. Preislich sind ihre Produkte noch nicht wirklich massentauglich, aber das ist nur eine Frage der Zeit. Setzt sich dieser Trend breitflächig durch, wird Tierhaltung für die Fleischproduktion nicht mehr notwendig sein oder schrumpft zu einem Nischenmarkt.

Fazit

Müssen wir jetzt die Wurst vom Brot nehmen? Sicher nicht, aber vielleicht ist die Wurst schon bald nicht mehr in jedem Fall ein tierisches Produkt. Wir als Strategieexperten empfehlen den konventionellen Vertretern der Fleischbranche – ob Landwirte oder Produzenten – einen zügigen Einstieg in eine Zukunftsplanung, die auf die aktuellen Trends eingeht und wirklich neue Wege beschreitet.

Redaktionelle Hinweise

Über die Autoren

Wiebke Brüssel und Dr. Heiko H. Stutzke sind Geschäftsführende Gesellschafter des Strategiebüro Nord.

Das Strategiebüro Nord arbeitet für Unternehmen und Organisationen im privaten, sozialen und öffentlichen Bereich, für Gründer und für Firmen am Anfang ihrer Entwicklung.

Dabei geht es um individuelle Fragestellungen, die sich oft aus den Trends unserer Zeit ergeben. Hierfür entwickeln wir lösungsoffen und teamorientiert strategische Konzepte, die langfristig den Erfolg sichern.

Hinweis zur verwendeten Sprache

In unseren Beiträgen verwenden wir alle Begriffe in einem gesellschaftlich neutralen Kontext. Auch ohne Satz- und Worterweiterungen sind immer alle Geschlechter angesprochen.

Lobbyregister

Das Strategiebüro Nord ist unter der Kontonummer K4126147 im Lobbyregister des Deutschen Bundestages eingetragen.

Nutzungsrechte

Alle Rechte für unsere Beiträge und die verwendeten Bilder liegen, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, beim Strategiebüro Nord.

Wir freuen uns, wenn Sie Beiträge und Bilder für Ihre persönliche Information nutzen, sie zitieren oder verlinken. Wenn Sie unsere Beiträge oder die Bilder jedoch (ganz oder teilweise) für gewerbliche oder hoheitliche Zwecke verwenden, in elektronische Medien einstellen oder weitergeben wollen, bitten wir Sie, hierfür unsere schriftliche Genehmigung einzuholen.

