

# umwelt.nrw

#landwirtschaft

Ernährungswirtschaftsbericht  
NRW 2020





# VORWORT



Liebe Leserin, lieber Leser!

Wie wichtig die Ernährungswirtschaft im eigenen Land ist, hat der Belastungstest gezeigt, dem Wirtschaft und Gesellschaft im Kampf gegen die Corona-Pandemie ausgesetzt waren und immer noch sind. Die notwendigen Schutzmaßnahmen führten in manchen Branchen zu erheblichen Einbrüchen bis hin zum zeitweise absoluten Stillstand. Unter dem Eindruck der beunruhigenden Ereignisse rückte erstmals seit langer Zeit die Frage, wie unser Land auch unter Stress einer globalen Krisensituation sicher versorgt werden kann, wieder ganz grundsätzlich in den Fokus.

Heute dürfen wir behaupten: Die Versorgung mit Lebensmitteln war hierzulande überall und jederzeit gewährleistet. Es standen jederzeit ausreichend Lebensmittel für den täglichen Bedarf zur Verfügung – auch wenn das eine oder andere Regal unter dem hohen Druck der Nachfrage nicht immer so schnell wieder aufgefüllt werden konnte wie gewohnt! Für Nordrhein-Westfalen hat der zurückliegende Stresstest in jeder Hinsicht bewiesen, wie gut die Land- und Ernährungswirtschaft insgesamt aufgestellt sind. Aber die Krise hat auch aufgezeigt, wo die Branche an ihre Grenzen stößt, wo noch Herausforderungen bestehen, wo Unterstützung erforderlich ist und wo sich Strukturen etabliert haben, die nicht mehr zeitgemäß sind. In der aktuellen Phase der wirtschaftlichen Revitalisierung sehe ich die große Chance, erkannte Defizite zu analysieren und die Weichen beim Neustart auch in der Land- und Ernährungswirtschaft in eine andere Richtung zu stellen – zum Beispiel beim Schutz des Klimas, in Bezug auf eine nachhaltig verantwortbaren Wirtschaftsweise, bei der Digitalisierung und für mehr Tierwohl.

Ein erkennbarer gesellschaftlicher Wandel und aktuelle Megatrends zu urbanen Lebensräumen, digitalen Technologien, globalen Wirtschaftsräumen mit neuen Absatzmärkten auch für die Land- und Ernährungswirtschaft bei gleichzeitiger Verknappung natürlicher Ressourcen nehmen auf die Lebensmittelproduktion schon heute großen Einfluss. Wir müssen erkennen: Nur der Wandel ist beständig. Um die sehr gute Position der nordrhein-westfälischen Land- und Ernährungswirtschaft zu halten und auszubauen, wird die Innovationskraft aller Akteure ständig auf die Probe gestellt. Doch ich bin sehr zuversichtlich, dass sich die Branche den Herausforderungen der Zukunft gewachsen zeigt.

Schon heute genießt die Branche einen sehr guten Ruf weit über die Grenzen unseres Landes hinaus. Sie ist geprägt durch eine Vielzahl mittelständischer Unternehmen, die sich auch im internationalen Kontext sehr gut behaupten. So zählt die Land- und Ernährungswirtschaft Nordrhein-Westfalens als weit gespannte Wertschöpfungskette zu den systemrelevanten Wirtschaftszweigen unseres Bundeslandes und nimmt großen Einfluss auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung und den Zustand des Arbeitsmarktes.

Mein Anspruch genauso wie der der Verbraucherinnen und Verbraucher geht indes schon darüber hinaus, dass Lebensmittel qualitativ hochwertig, sicher und preiswert sein sollen. Diese werden immer mehr zum Medium der Verwirklichung individueller Lebensentwürfe. Davon profitieren zum Beispiel die Anbieter vegetarischer und veganer Produkte, die Produzenten und Händler von Bio-Ware, aber auch neue lokale und regionale Vertriebswege. Über jeden höheren Anspruch erhaben, ist jedoch der reine Genuss für viele Genießerinnen und Genießer immer noch ein Wert an sich. Das wachsende kulinarische Image unseres Bundeslandes kann hier eine Schlüsselrolle spielen. Regionale Spezialitäten vermitteln allen ein positives Lebensgefühl, die den Geschmack von Heimat suchen. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher setzen beim Einkauf inzwischen auf die Marke NRW.

Mit ihrem Green Deal und neuen Strategien wie „Farm to Fork“ – übersetzt: Vom Bauernhof zur Gabel“ – macht die Europäische Kommission gerade deutlich, dass es ihr ernst damit ist, die europäischen Lebensmittelversorgungsketten zukunftsfähig neu aufzustellen. Mit gutem Grund steht die Herstellung von Lebensmitteln heute immer mehr im Mittelpunkt, denn wie und was wir essen, nimmt entscheidenden Einfluss auf die natürlichen Ressourcen, und die gesundheitliche Situation bei uns und in anderen Teilen der Welt. Die weitere Transformation zu einer sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltigen Lebensmittelproduktion ist unausweichlich, wenn wir gleichzeitig eine hohe gesellschaftliche Akzeptanz für die Branche einfordern. Es kommt nun darauf an, die Unternehmen auf diesem Weg zu beraten, zu begleiten und gezielt zu stärken. Die NRW-Landesregierung unterstützt diese Entwicklung auch mit wirkungsvollen Impulsen für die technischen Innovationen, für eine nachhaltige Produktion und die Qualitätssicherung. Sie gibt den nötigen Raum für Veränderung und schafft einen verlässlichen Rahmen für nachhaltige Investitionen.

Mit diesem Bericht legen wir eine aktuelle Bestandsaufnahme der nordrhein-westfälischen Land- und Ernährungswirtschaft vor, der einer interessierten Öffentlichkeit den Weg entlang einer in generationenübergreifenden Traditionen fest verwurzelten und dennoch innovativ aufgestellten Wertschöpfungskette weist, die schon weit vor der Farm beginnt und bei der Gabel nicht endet. Den Unternehmerinnen und Unternehmern aber möchten wir mit dieser Zusammenstellung von Daten und Informationen ein hilfreiches Instrument an die Hand geben, ihre eigenen Stärken und Herausforderungen in einen größeren Kontext einzuordnen, ihre Chancen besser zu nutzen und Risiken zu minimieren.

Eine informative Lektüre wünscht Ihnen



Ursula Heinen-Esser

Ministerin für Umwelt, Landwirtschaft,  
Natur- und Verbraucherschutz  
des Landes Nordrhein-Westfalen

# INHALT

## 6

### **Die Ernährungswirtschaft in NRW – zukunftsorientierter Standort mit leistungsfähigen Regionen und Branchen**

Nordrhein-Westfalen nimmt innerhalb Deutschlands eine bedeutende Position als leistungsstarker und zukunftsorientierter Standort der Ernährungswirtschaft ein. Eine Stärke der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft ist das vielfältige Angebot auf verschiedenen Stufen der Wertschöpfung,

## ERSTER TEIL: STATUS QUO

## 7

### **Nordrhein-Westfalens Ernährungs- wirtschaft im Wandel**

Die Ernährungswirtschaft ist einer der zentralen Wirtschaftssektoren des Landes Nordrhein-Westfalen. Gleichzeitig befindet sich diese im Wandel, bedingt durch eine Vielzahl sich verändernder Rahmenbedingungen.

## 51

### **Starke Branchen im Wettbewerb**

In diesem Teilkapitel werden die stärksten Branchen der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft näher vorgestellt: wichtige Kennzahlen, Außenhandel und Trends.

## 59

## ZWEITER TEIL: ANALYSEN

Die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft weist mit ihrem gefestigten Mittelstand, einer guten agrarischen Rohstoffbasis sowie der Nähe zu Absatzmärkten im In-/ Ausland eine Vielzahl an Stärken auf. Gleichzeitig bestehen Herausforderungen sowie Chancen und Risiken, die in diesem Kapitel differenziert betrachtet werden.

## DRITTER TEIL: PERSPEKTIVEN

70

### Mögliche Szenarien: Wie wird die Ernährungswirtschaft im Jahr 2030 aufgestellt sein?

Vier Szenarien stellen mögliche Perspektiven der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen dar, indem sie die Entwicklung verschiedener Faktoren wie die Nachfrage nach regionalen Waren oder (globale) Innovationen und Digitalisierung zur Grundlage nehmen.

73

### Szenariobewertung: Stimmen aus der Praxis

Nordrhein-westfälische Unternehmen legen aus ihrer Sicht dar, wie sich die Ernährungswirtschaft im Bundesland in den kommenden Jahren unter realistischen Annahmen entwickeln könnte bzw. welche Trends, Innovationen und Absatzmärkte zukünftig an Bedeutung gewinnen werden.

78

### Effekte des Pandemiegeschehens

Es ist bereits heute zu beobachten, dass durch das aktuelle Pandemiegeschehen einzelne Sektoren der Ernährungswirtschaft einen Strukturwandel durchleben. Gleichwohl sind nicht alle Branchen und Wertschöpfungsstufen der Ernährungswirtschaft gleichermaßen von der Krise betroffen.

81

### Positionen des Landes zur Ernährungswirtschaft

Die für den Standort Nordrhein-Westfalen spezifischen Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken bestimmen als Rahmenbedingungen ebenso wie die übergeordneten Trends und individuellen Bedürfnisse der Unternehmen die zukünftige Entwicklung der Branche. Für die Landesregierung lassen sich daraus konkrete Positionen ableiten.

84

### Weitere Informationen

Hinweise zur Methodik, Hochschulen, ergänzende Inhalte, zentrale Literatur- und Datenquellen, Impressum, Bildnachweise.

# DIE ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT IN NRW – ZUKUNFTSORIENTIERTER STANDORT MIT LEIS- TUNGSFÄHIGEN REGIONEN UND BRANCHEN

Nordrhein-Westfalen nimmt innerhalb Deutschlands eine bedeutende Position als leistungsstarker und zukunftsorientierter Standort der Ernährungswirtschaft<sup>1</sup> ein. Fast jeder fünfte Betrieb der deutschen Ernährungsindustrie ist in Nordrhein-Westfalen beheimatet. Zudem wird in der nordrhein-westfälischen Ernährungsindustrie mehr als jeder fünfte Euro des gesamtdeutschen Umsatzes des Sektors erwirtschaftet. Somit weist das Bundesland die umsatzstärkste Ernährungsindustrie in Deutschland auf und ist für die Versorgung mit Lebensmitteln nicht nur für das eigene Land, sondern für die gesamte Bundesrepublik von zentraler Bedeutung.

Eine Stärke der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft ist das vielfältige Angebot auf verschiedenen Stufen der Wertschöpfung, das sich großen Herausforderungen und veränderten Rahmenbedingungen gegenüber sieht und sich im Wandel befindet. Verbraucherinnen und Verbraucher legen mehr Wert auf Produkte, die nicht nur preiswert und hochwertig sind, sondern auch unter nachhaltigen Bedingungen erzeugt wurden, möglichst in der eigenen Region. Zugleich erfordern Entwicklungen wie der Klimawandel oder die fortschreitende Digitalisierung von der Ernährungswirtschaft neue Strategien und Lösungen. Auch das aktuelle Pandemiegeschehen, bedingt durch die Ausbreitung des Coronavirus, stellt die Ernährungswirtschaft vor neue, bislang ungewisse Herausforderungen.

Um zukünftig die starke Wettbewerbsposition Nordrhein-Westfalens in der Ernährungswirtschaft zu sichern, müssen Veränderungen rechtzeitig erkannt und Potenziale frühzeitig genutzt werden. Ziel dieses Ernährungsberichts NRW 2020 ist es daher, den Status quo der Ernährungswirtschaft aufzuzeigen und eine detaillierte Potenzialanalyse zu erstellen. Auf dieser Grundlage sollen Impulse und Handlungsempfehlungen für die Branche selbst und für eine zukunftsfähige Politik abgeleitet werden, um sie unter Berücksichtigung branchenrelevanter Themen in ihrer Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

Hierfür wurden bestehende Daten- und Literaturquellen umfassend ausgewertet. Weitere Impulse und qualitative Einschätzungen stammen aus der Praxis; hierzu wurden Gespräche mit Fachleuten der Branche geführt. Erkenntnisse wurden im Rahmen einer Onlinebefragung mit 65 Unternehmen der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft weiter vertieft.

---

<sup>1</sup> Die Ernährungswirtschaft setzt sich zusammen aus dem Ernährungshandwerk (Betriebe mit weniger als 20 Beschäftigten) sowie der Ernährungsindustrie (Betriebe mit mehr als 20 Beschäftigten). Zur Definition siehe auch Abschnitt Methodik.

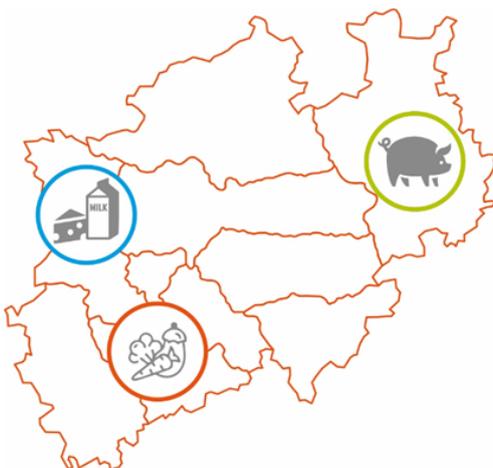
## ERSTER TEIL: STATUS QUO

Die Ergebnisse aus Teil I basieren auf der Auswertung diverser Sekundärdaten. Eine Auflistung der verwendeten Daten- und Literaturquellen ist unter „Weitere Informationen“ hinterlegt. Die jeweiligen Referenzen sind zudem in den Fußnoten vermerkt.

Die Ernährungswirtschaft zählt in Nordrhein-Westfalen zu den bedeutendsten Wirtschaftszweigen im verarbeitenden Gewerbe. Im bundesdeutschen Vergleich weist die Branche die höchsten Beschäftigungs- und Umsatzwerte auf; hierzu tragen unter anderem die hohe Siedlungsdichte, die Verfügbarkeit von gut ausgebildeten Fachkräften, die Kaufkraft von fast 18 Millionen Einwohnern sowie die geographische Nähe zu den Absatzmärkten in den EU-Nachbarländern Niederlande, Belgien und Frankreich bei. Von keinem anderen Standort in Europa kann man innerhalb so kurzer Distanzen so viele Verbrauchende erreichen wie von Nordrhein-Westfalen aus: Im Radius von 500 km um die Landeshauptstadt Düsseldorf leben über 160 Millionen Menschen. Gerade die Ernährungswirtschaft ist in vielen Produktbereichen auf kurze Wege zu Kunden und Lieferanten angewiesen. Schon unter logistischen Gesichtspunkten kann Nordrhein-Westfalen daher von seiner günstigen Lage profitieren; der Standort bietet erfolversprechende Rahmenbedingungen für Investoren und Investitionen.

Eine leistungsfähige Landwirtschaft sowie der vielfältig produzierende Gartenbau bilden zudem die Basis für die hohe Wertschöpfung der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft. Nordrhein-Westfalen weist einen hohen Grad der Selbstversorgung auf. Produktion und Veredelung finden fast vollständig im eigenen Land statt, und die Voraussetzungen für eine gute Verknüpfung der unterschiedlichen Wertschöpfungsstufen sind gegeben. Durch regionale Konzentrationen sind hohe, spezialisierte Kompetenzen entstanden: Fleischverarbeitung in Ostwestfalen, Obst- und Gemüseanbau im Rheinland oder auch die Milcherzeugung am Niederrhein. Außerdem hat sich über die Jahre ein leistungsfähiges Netzwerk von Dienstleistern aus wissenschaftlichen Einrichtungen sowie Marktforschungs-, Logistik- und Vertriebsunternehmen entwickelt.

Abbildung 1: Regionale Konzentrationen der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen



Quelle: Eigene Abbildung.

# I. Nordrhein-Westfalens Ernährungswirtschaft im Wandel

## 1. Betriebe, Umsätze, Beschäftigte

Statistische Betrachtungen der Ernährungswirtschaft differenzieren in der Regel zwischen Betrieben mit 20 Beschäftigten und mehr sowie kleineren Unternehmen, die weniger als 20 Beschäftigte aufweisen. Nur erstere Gruppe wird standardmäßig durch die amtliche deutsche Statistik als „produzierendes Ernährungs-gewerbe“ oder „Ernährungsindustrie“ erfasst. Kleinere Unternehmen mit weniger als 20 Beschäftigten werden in dieser Systematik i.d.R. zum Ernährungshandwerk (hier gleichbedeutend mit Lebensmittelhandwerk) ge-zählt, wenngleich die Grenzen insbesondere bei der Verarbeitung von Lebensmitteln fließend sind und sich vielmehr an der Frage von Selbstverständnis, Produktionsverfahren und Zugehörigkeiten zu Berufsorganisati-onen von Handwerksbetrieben orientiert. Die gesamte Ernährungswirtschaft umfasst somit nach dieser Defi-nition die Ernährungsindustrie zzgl. dem Ernährungshandwerk.

Abbildung 2: Ernährungsindustrie und Ernährungshandwerk

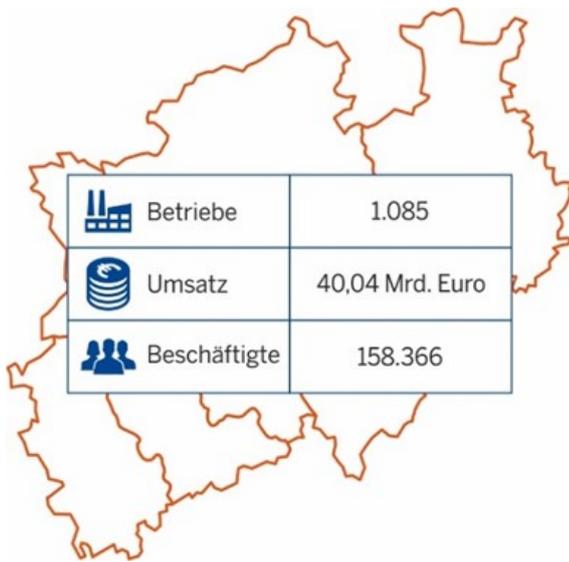


Quelle: Eigene Abbildung.

### Fast jeder 5. Betrieb der deutschen Ernährungsindustrie ist in NRW beheimatet

Die nordrhein-westfälische Ernährungsindustrie zählte 2018 insgesamt 1.085 Betriebe, die zusammen einen Umsatz von rund 40 Milliarden Euro erzielten. Bemerkenswert ist, dass sich die Branche in Nordrhein-Westfalen in den letzten Jahren besser entwickelt hat als der bundesdeutsche Durchschnitt: Die Produktion (in Tonnen) der Nahrungs- und Futtermittelindustrie ist von 2010 bis 2018 um gut 6 % gewachsen (Bund: +3,5 %). Diese positive Entwicklung ist hervorzuheben, da das verarbeitende Gewerbe in Nordrhein-Westfalen insgesamt deutlich weniger stark gewachsen ist als im Bund. Die Nahrungs- und Futtermittelindustrie ist damit die einzige der größten Industriebranchen mit einer im Vergleich zum Bundesdurchschnitt besseren Entwicklung.

Abbildung 3: Übersicht Ernährungsindustrie NRW (2018)

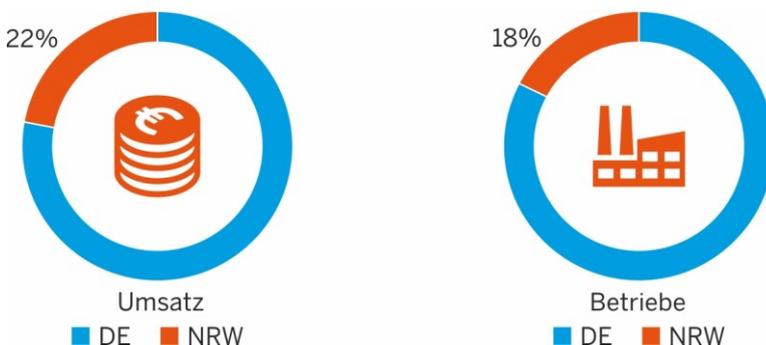


Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Die Ernährungswirtschaft setzt wichtige Impulse für Umsätze und Arbeitsplätze in vor- und nachgelagerte Bereiche. Zudem ist auf Basis der Entwicklungszahlen festzustellen, dass die **Ernährungsindustrie im Allgemeinen „robuster“ erscheint als andere Wirtschaftszweige**. Sie zeichnet sich unter regulären Bedingungen nicht durch kurzfristige Sprünge in den Absatzzahlen aus, sondern ist vielmehr durch eine **kontinuierliche Entwicklung** gekennzeichnet.

Die hohe Bedeutung der nordrhein-westfälischen Ernährungsindustrie für Deutschland zeigt sich insbesondere in den Betriebs- und Umsatzzahlen. Nordrhein-Westfalen weist die umsatzstärkste Ernährungsindustrie in Deutschland auf und ist für die Versorgung mit Lebensmitteln nicht nur für das eigene Land, sondern für die gesamte Bundesrepublik von zentraler Bedeutung.

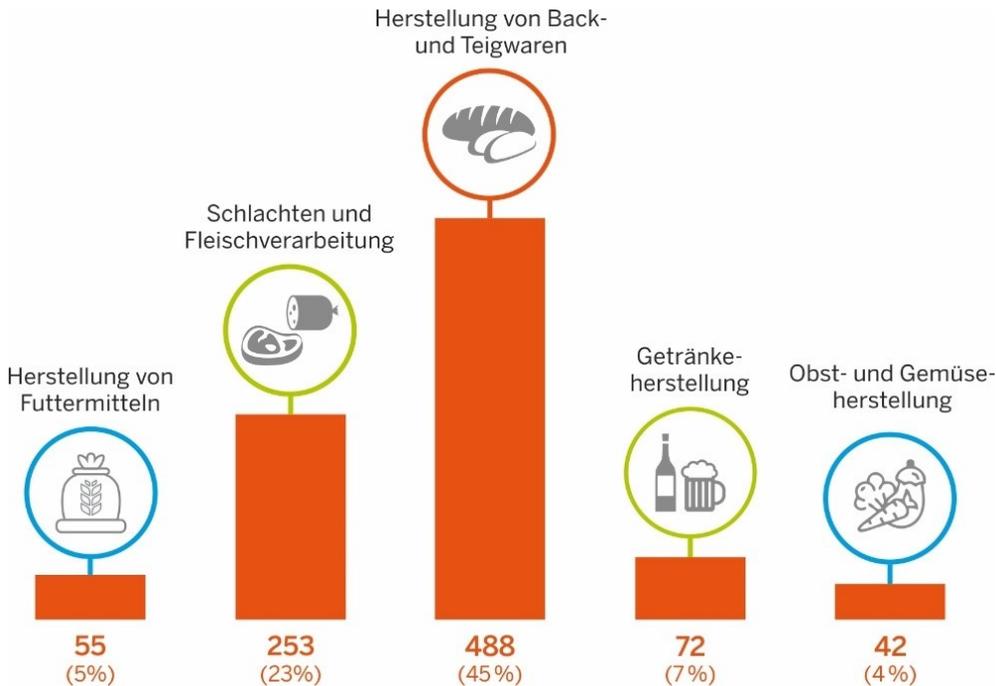
Abbildung 4: Anteile Umsatz und Betriebe der nordrhein-westfälischen Ernährungsindustrie



Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Branchenschwerpunkte der nordrhein-westfälischen Ernährungsindustrie sind, gemessen an der Zahl der Betriebe, vorrangig die Backwarenherstellung sowie die Schlachtung und Fleischverarbeitung. Die **quantitative Verteilung der einzelnen Verarbeitungsbereiche an der Ernährungsindustrie ist in NRW nahezu identisch zur Bundesebene**.

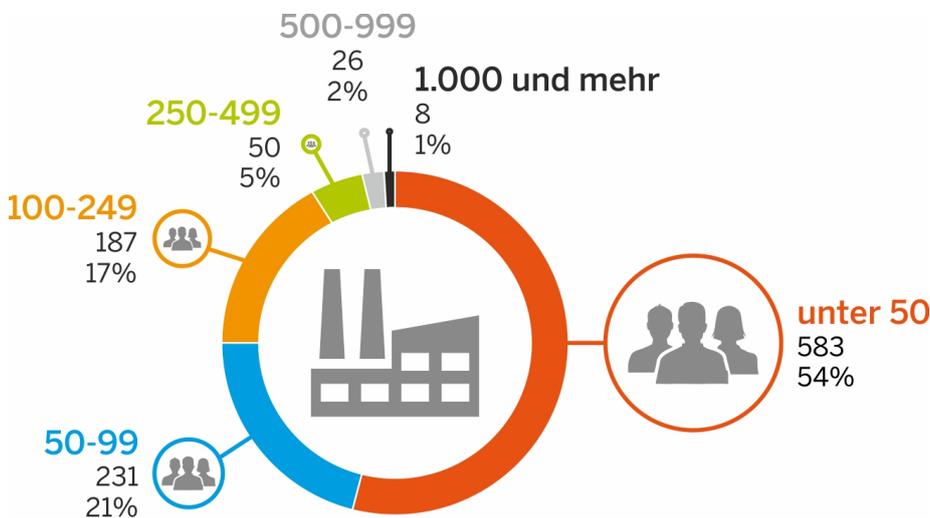
Abbildung 5: Betriebe der Ernährungsindustrie NRW nach Produktionsbereichen (2018)



Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Die Ernährungsindustrie in Deutschland ist mittelständisch geprägt, so auch in Nordrhein-Westfalen. Der Großteil der Betriebe zählt weniger als 50 Beschäftigte, lediglich 1 % der Unternehmen hat mehr als 1.000 Beschäftigte.

Abbildung 6: Übersicht Betriebsstrukturen in Unternehmen der Ernährungsindustrie Nordrhein-Westfalens (2018)



Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Konstitutioneller Kern der nordrhein-westfälischen Ernährungsindustrie ist damit ein **gewachsener Bestand an mittelständischen Betrieben**, die **breit aufgestellt und innovativ** sind. Sie decken ein **ausgedehntes Spektrum an Produktionsarten** ab und zeigen gleichzeitig einen **hohen Spezialisierungsgrad** sowie eine **hohe Profitabilität** auf. Durch die mittelständischen Unternehmen wird eine Vielzahl an Arbeitsplätzen auch im ländlichen Raum geschaffen, womit die Ernährungsindustrie entscheidend zur **regionalen Wertschöpfung**

und zum wirtschaftlichen Wohlstand in den Regionen beiträgt. Gleichzeitig darf nicht vernachlässigt werden, dass eine mittelständisch geprägte Betriebsstruktur oft auch geringe Skaleneffekte, dadurch bedingte Produktivitätsrückstände, einen eingeschränkten Aktionsradius im Absatz sowie geringere Produktionskapazitäten / Produktionsmengen zur Folge haben kann.

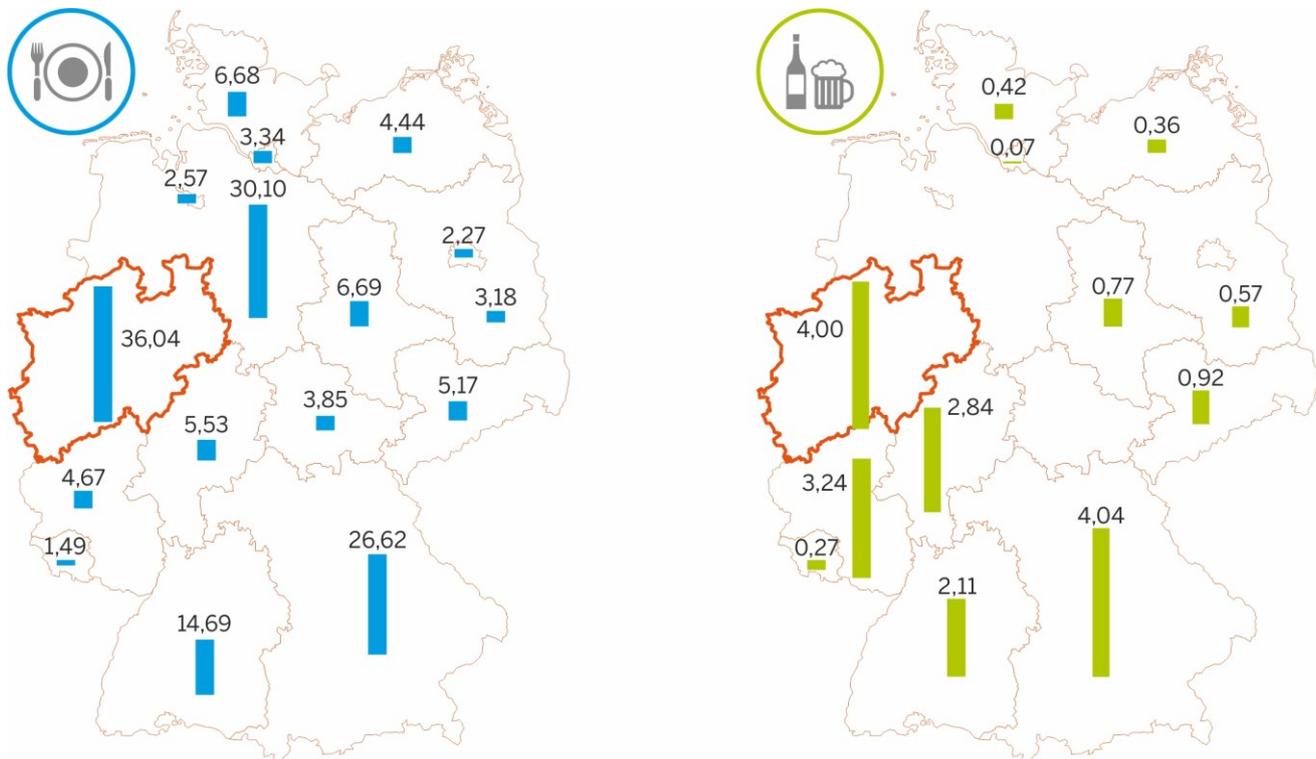
**In der Ernährungsindustrie wird mehr als jeder fünfte Euro in Nordrhein-Westfalen umgesetzt.**



Die nordrhein-westfälische Ernährungsindustrie weist im Vergleich der Bundesländer die höchsten Umsatzzahlen auf. Davon entfielen die Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln circa 36 Mrd. Euro, rund 4 Mrd. Euro entfielen auf die Getränkeherstellung. In der Ernährungsindustrie wird damit mehr als jeder fünfte Euro in Nordrhein-Westfalen erwirtschaftet. Während das Bundesland in der Nahrungs- und Futtermittelherstellung die höchsten Umsätze ausweist, belegt NRW im Jahr 2018 in der Getränkeherstellung den zweiten Platz hinter dem Freistaat Bayern.

„Die nordrhein-westfälische Ernährungsindustrie ist in den vergangenen Jahren, bezogen auf ihre Umsätze, stetig gewachsen.“

Abbildung 7: Umsätze der Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln und Getränkeherstellung in Mrd. Euro (2018) nach Bundesländern

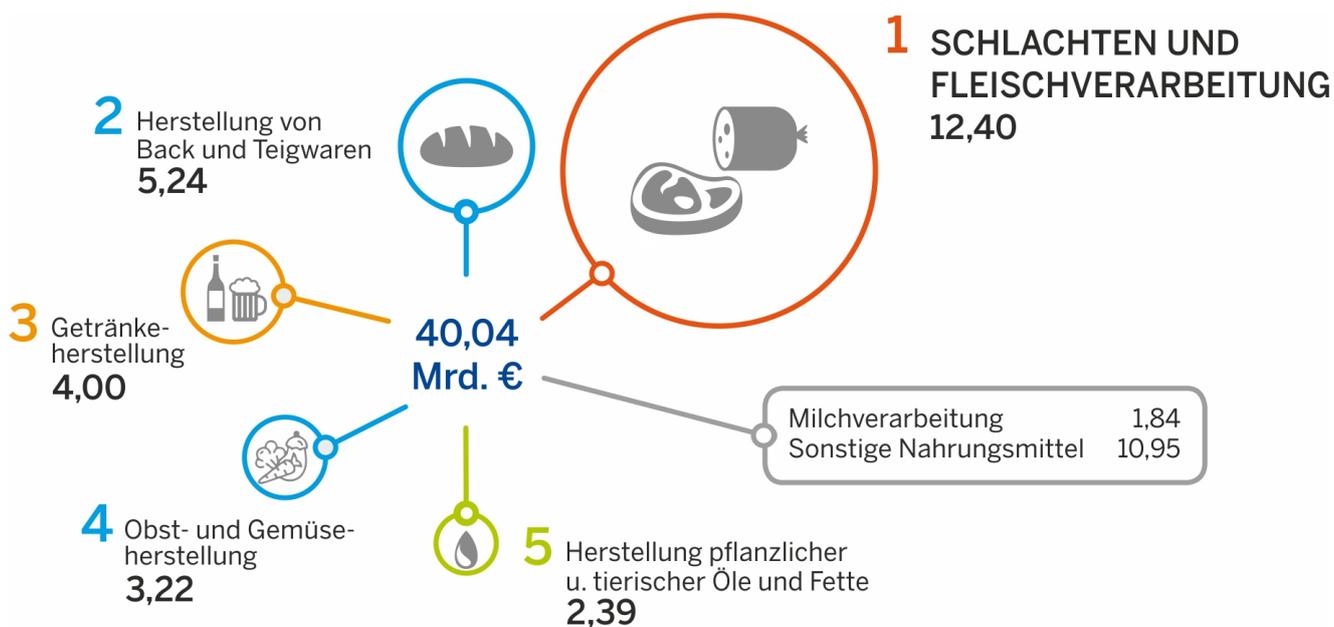


In den Ländern Niedersachsen, Thüringen und Berlin lagen für das Jahr 2018 zum Zeitpunkt der Datenerfassung bei der Getränkeherstellung keine Daten vor. Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW; Statistisches Bundesamt.

Bei der Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln sind in Nordrhein-Westfalen die Umsätze von 2008 bis 2018 um knapp 19 % gestiegen, in der Getränkeherstellung hingegen lediglich um knapp 4 %. Insgesamt ist festzustellen, dass die Wachstumsentwicklung der Ernährungsindustrie in Nordrhein-Westfalen auf lange Sicht ähnlich dem Bundestrend verlaufen ist. Nordrhein-Westfalen konnte damit im **bundesweiten Vergleich in den vergangenen Jahren seine Position als umsatzstärkste Ernährungsindustrie Deutschlands verteidigen und seine Vorreiterrolle unterstreichen**. Es ist davon auszugehen, dass beim fertigen Lebensmittel der Großteil der Wertschöpfung in der Veredelung erzielt wurde, weniger dagegen in der Phase der Erzeugung der landwirtschaftlichen Rohstoffe.

Die Betriebe der Schlachtung und Fleischverarbeitung in Nordrhein-Westfalen weisen mit Abstand die höchsten Umsätze in der Ernährungsindustrie auf, gefolgt von der Herstellung von Back- und Teigwaren sowie der Getränkeherstellung. Insbesondere die Schlachtung und Fleischverarbeitung konnte in den vergangenen Jahren deutliche Umsatzzuwächse verzeichnen. Die Betriebe in der Schlacht- und Fleischverarbeitung erzielen damit durchschnittlich deutlich höhere Umsätze je Betrieb als die Unternehmen in der Herstellung von Back- und Teigwaren.

Abbildung 8: Umsatz in der Ernährungsindustrie NRW je Teilbranche (Umsätze in Mrd. Euro, 2018)



Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

## Der Konzentrationsprozess schreitet voran

In der Ernährungsindustrie Nordrhein-Westfalens waren 2018 insgesamt 136.132 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt.<sup>2</sup> Die durchschnittliche Unternehmensgröße, gemessen an der Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten pro Betrieb, hat dabei in den vergangenen Jahren zugenommen, von 113,8 (2012) auf 125,5 Personen je Betrieb (2018). Insgesamt ist die Anzahl an sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten in der Ernährungsindustrie gestiegen; besonders stark sind die Zuwächse bei der Schlachtung und der Fleischverarbeitung.

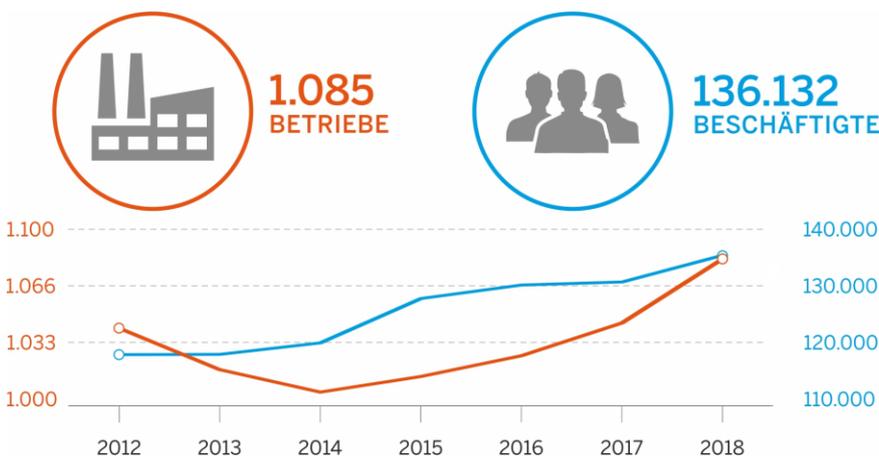
”

„Einerseits ist ein Konzentrationsprozess zu beobachten. Zugleich entstehen neue, kleine Unternehmen, so genannte Startups, mit innovativen Geschäftsideen.“

Starken Einfluss auf die Art der zu leistenden Arbeit hat die fortschreitende **Automatisierung von Prozessen**: Auch in der Ernährungsindustrie werden Arbeitsschritte zunehmend digitalisiert, so dass in ausgewählten Aufgabenbereichen weniger Arbeitskräfte benötigt werden bzw. andere Aufgaben anfallen. Gleichzeitig ist festzustellen, dass die Ernährungswirtschaft auch Beschäftigten mit geringem Qualifikationsniveau Möglichkeiten zur Arbeit bietet, da in diesem Sektor in einzelnen Teilbereichen vermehrt „einfachere“ Aufgaben anfallen.

In der Ernährungsindustrie werden neben sozialversicherungspflichtig Beschäftigten vielfach Teil- oder Kurzarbeitskräfte sowie Fremd-Arbeitskräfte eingesetzt. Im Vergleich mit anderen Industriebranchen sind hier daher häufig weniger Beschäftigte in sozialversicherungspflichtiger Anstellung in den Unternehmen selbst, bedingt durch den **hohen Anteil saisonal-schwankender Arbeiten**. Die Erfassung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stellt daher eine zuverlässige Größe dar, bildet gleichzeitig aber nicht das gesamte Bild des Arbeitsmarkts in der Ernährungsindustrie ab.

Abbildung 9: Entwicklung der Anzahl der Verarbeitungsunternehmen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Ernährungsindustrie (2012 – 2018)



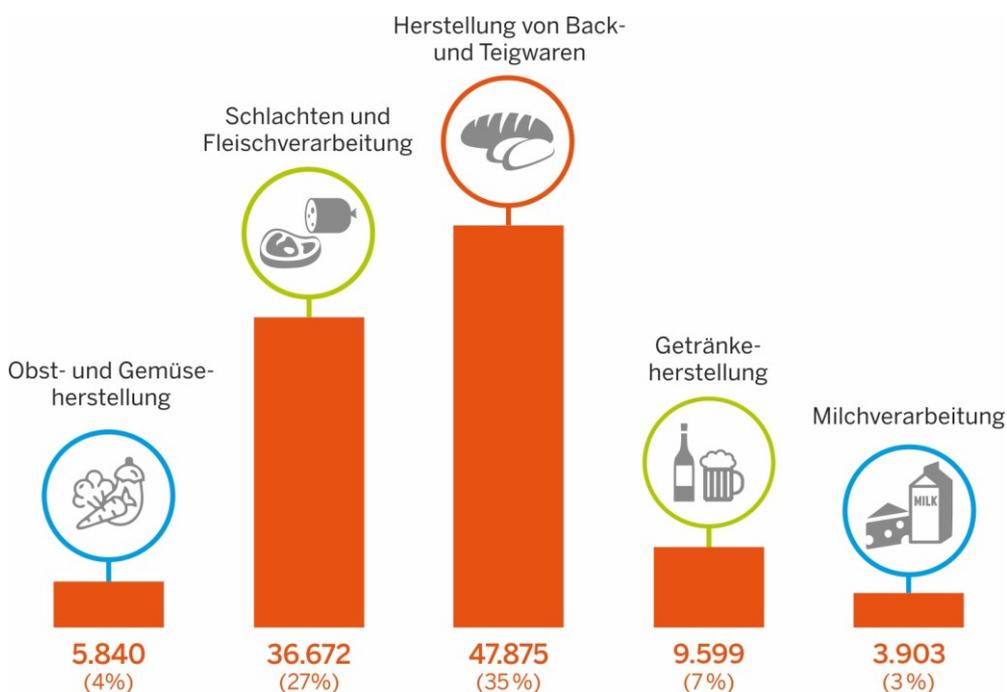
Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

<sup>2</sup> Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte zum Stichtag 30.06.2018. Anzahl basierend auf der Summe der einzelnen Wirtschaftszweige.

Ein besonders starker Anstieg an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist zwischen den Jahren 2014 und 2015 zu erkennen. In diesem Zeitraum wurde auch der Mindestlohn in der Bundesrepublik eingefügt – ob hierzwischen aber ein direkter Zusammenhang besteht, ist nicht eindeutig zu klären. Wettbewerbsvorteile durch Lohndumping, vielfach bedingt durch den Preisdruck nachgelagerter Stufen wie dem Handel, sind durch die Etablierung des Mindestlohns hingegen in der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nicht mehr möglich. Stattdessen müssen die Unternehmen versuchen, sich durch **innovative und hoch-qualitative Produkte von der Konkurrenz** oder andere Beschäftigungssysteme abzuheben.

Der **aktuelle Bedarf an Arbeitskräften, die Entwicklung dieser sowie der Automatisierungsgrad in den unterschiedlichen Teilbranchen der Ernährungsindustrie weist deutliche Unterschiede** auf. So herrscht in einzelnen Teilbranchen wie beispielsweise der Herstellung von Back- und Teigwaren in vielen Arbeitsschritten ein hoher Automatisierungsgrad. In der Schlachtung und Fleischverarbeitung ist der Bedarf an Arbeitskräften dagegen überwiegend höher. Neben sozialversicherungspflichtig Beschäftigten spielt bis jetzt in der Schlachtung und Fleischverarbeitung zudem die Beschäftigung von Hilfskräften bzw. Arbeitnehmern aus Sub-Unternehmen (auch aus dem Ausland) eine große Rolle. Gleiches gilt auch für die Obst- und Gemüseherstellung, in der vielfach Saisonarbeitskräfte beschäftigt werden.

Abbildung 10: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte der Ernährungsindustrie NRW nach Teilbranchen (2018)



Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

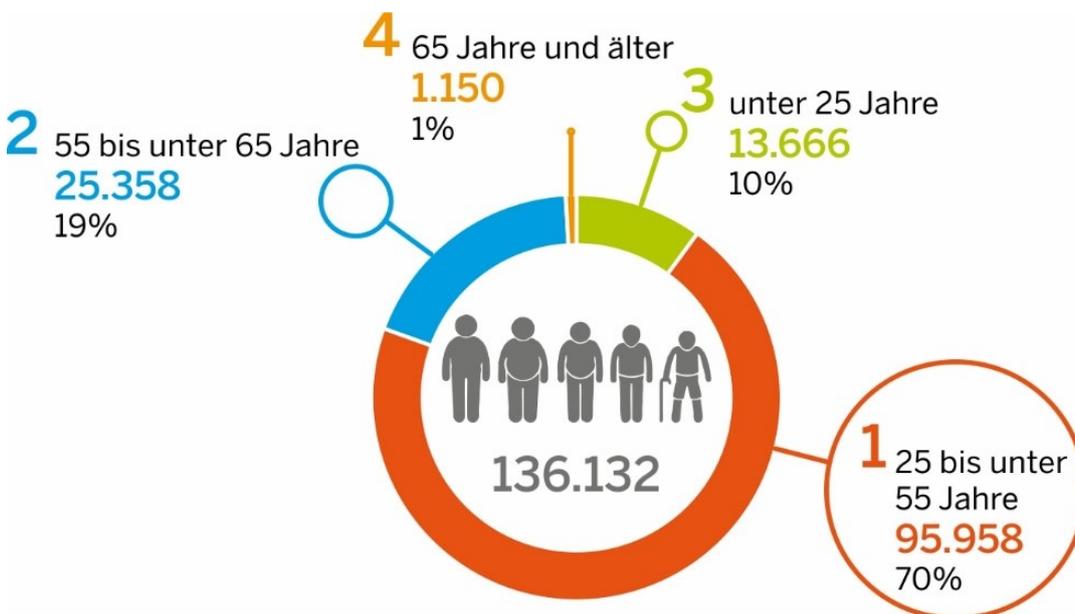
Aktuell scheint **kein flächendeckender Fachkräftemangel** in der Ernährungsindustrie in Nordrhein-Westfalen vorzuliegen. Es zeigen sich jedoch Fachkräftengpässe in der Ernährungswirtschaft auf Stufe der Lebensmittelherstellung und -verarbeitung bei den Stellen mit höherer beruflicher Qualifikation.

Anstatt eines akuten Mangels an Fachkräften existieren demnach vielmehr **„Passungsprobleme“**, die sich in verschiedenen Regionen Nordrhein-Westfalens auf unterschiedliche Weise zeigen. Gebiete, in denen bereits ein hoher Beschäftigungsgrad besteht, wie z. B. Bielefeld, Paderborn und Rheine, sind stärker mit Fachkräftengpässen konfrontiert. Dagegen herrscht im südwestfälischen Kreis Lippe und dem Märkischen Kreis ein Fachkräfteüberschuss im Bereich der Lebensmittelherstellung und -verarbeitung. Dementsprechend besteht die Herausforderung, Fachkräfte und Betriebe effektiv zusammenzubringen.<sup>3</sup>

„Das Image der Berufe in der Ernährungswirtschaft muss verbessert werden, um junge Menschen für eine Beschäftigung in der Ernährungswirtschaft zu interessieren.“

Eine weitere, zentrale Herausforderung für die Ernährungsindustrie ist die sich wandelnde **Altersstruktur**. Durch die Rekrutierung von Nachwuchskräften und einer längerfristigen Bindung soll versucht werden, dem sukzessiven Anstieg des Durchschnittsalters entgegenzuwirken und so die Branchen insgesamt zu verjüngen. Zwar ist der Großteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zwischen 25 und 55 Jahre alt; ein Fünftel der Personen ist jedoch mittlerweile 55 Jahre oder älter.

Abbildung 11: Altersstruktur der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in NRW in der Ernährungsindustrie (2018)



Die Daten beziehen sich auf die WZ 10 und WZ 11, Stichtag: 30. Juni 2018.

Quelle: Eigene Abbildung nach Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008), Land Nordrhein-Westfalen.

<sup>3</sup> Landesregierung NRW (2019)

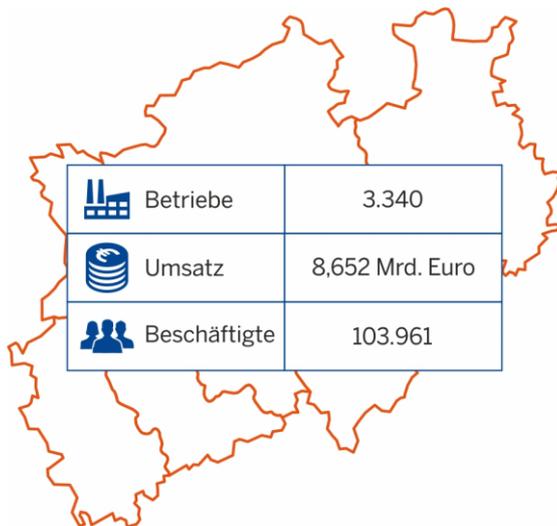
## Lebensmittelhandwerk mit großer Bedeutung im ländlichen Raum

Zur quantitativen Einordnung des Ernährungshandwerks stehen aufgrund der uneinheitlichen Datenerfassung und dem Wunsch nach Entlastung der kleineren Betriebe nur in begrenztem Umfang Informationen zur Verfügung. Gleichwohl sind die Unternehmen des Ernährungshandwerks in Nordrhein-Westfalen aufgrund der zahlreichen kleineren Betriebe von großer Bedeutung. Die Begriffe „Ernährungshandwerk“ und „Lebensmittelgewerbe“ werden in der Handwerkszählung synonym verwendet.<sup>4,5</sup> Dem Ernährungshandwerk in Nordrhein-Westfalen sind insbesondere die Berufsfelder Bäcker, Konditor, Fleischer, Brauer und Mälzer zuzuordnen.

„Handwerkliche Produkte und traditionelle Erzeugnisse mit regionaler Herkunft der Rohstoffe sind sehr gefragt.“

Die Handwerksbetriebe sind maßgeblich an einer **nachhaltigen Entwicklung von wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Mehrwerten in den Regionen** beteiligt. Sie sichern Arbeits- und Ausbildungsplätze, fördern die Zusammenarbeit innerhalb einer Region und sind besonders in ländlichen Regionen ein wichtiger Nahversorger. Das Lebensmittelhandwerk kann mit **Qualität und Vielfalt** überzeugen, dem Erhalt regionaler Traditionen und Spezialitäten sowie der Vermittlung von Identität und Heimat.<sup>6</sup> Im Jahr 2017 umfasste das Ernährungshandwerk in Nordrhein-Westfalen insgesamt 3.340 Betriebe<sup>7</sup> mit 103.961 Beschäftigten<sup>8</sup> (davon 74.606 sozialversicherungspflichtig). Gemeinsam erwirtschafteten sie einen Umsatz von 8,652 Mrd. Euro.<sup>9</sup>

Abbildung 12: Kennzahlen des Ernährungshandwerks NRW (2017)



Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW: Handwerkszählung NRW.

<sup>4</sup> Strecker, Prof. Otto A. et al. (2010): Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte.

<sup>5</sup> Hierbei ist anzumerken, dass Unternehmen verschiedener Branchen in dieser Statistik nicht berücksichtigt werden, obgleich Sie ein Handwerksunternehmen in der Ernährungswirtschafts darstellen. Hierzu zählen z.B. Eisdielen.

<sup>6</sup> MULNV (2020): Ernährungswirtschaft [<https://www.umwelt.nrw.de/landwirtschaft/ernaehrungswirtschaft/>].

<sup>7</sup> Nur Unternehmen (einschließlich der inzwischen inaktiven Unternehmen) mit steuerbarem Umsatz aus Lieferungen und Leistungen und/oder mit sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Berichtsjahr.

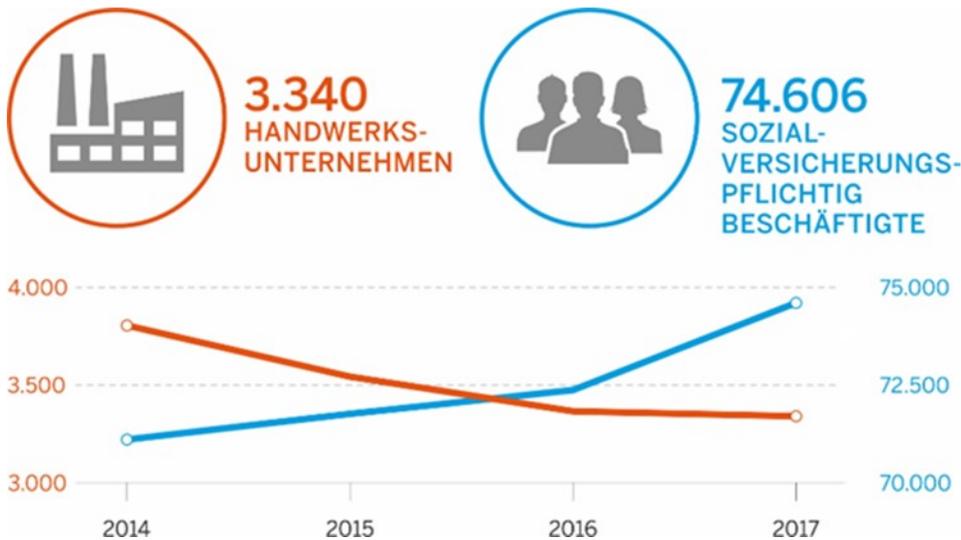
<sup>8</sup> Die 103.961 Beschäftigten umfassen tätige Personen im Lebensmittelgewerbe. Hierzu zählen sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und geringfügig entlohnte Beschäftigte, einschließlich tätiger Unternehmer (geschätzt).

<sup>9</sup> Mit geschätzten Umsätzen bei Organschaftsmitgliedern; ohne Umsatzsteuer.

### Auch im Ernährungshandwerk ist ein zunehmender Konzentrationsprozess zu beobachten

In den Betrieben des nordrhein-westfälischen Ernährungshandwerks waren im Jahr 2017 insgesamt 74.606 Personen in sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung tätig. Dies entspricht seit 2014 einem Zuwachs von rund 3.500 Beschäftigten. Die Anzahl geringfügig Beschäftigter ist von 2014 bis 2017 um rund 11 % zurückgegangen.

Abbildung 13: Anzahl der Unternehmen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten des Ernährungshandwerks NRW (2014 – 2017)



Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW: Handwerkszählung NRW.

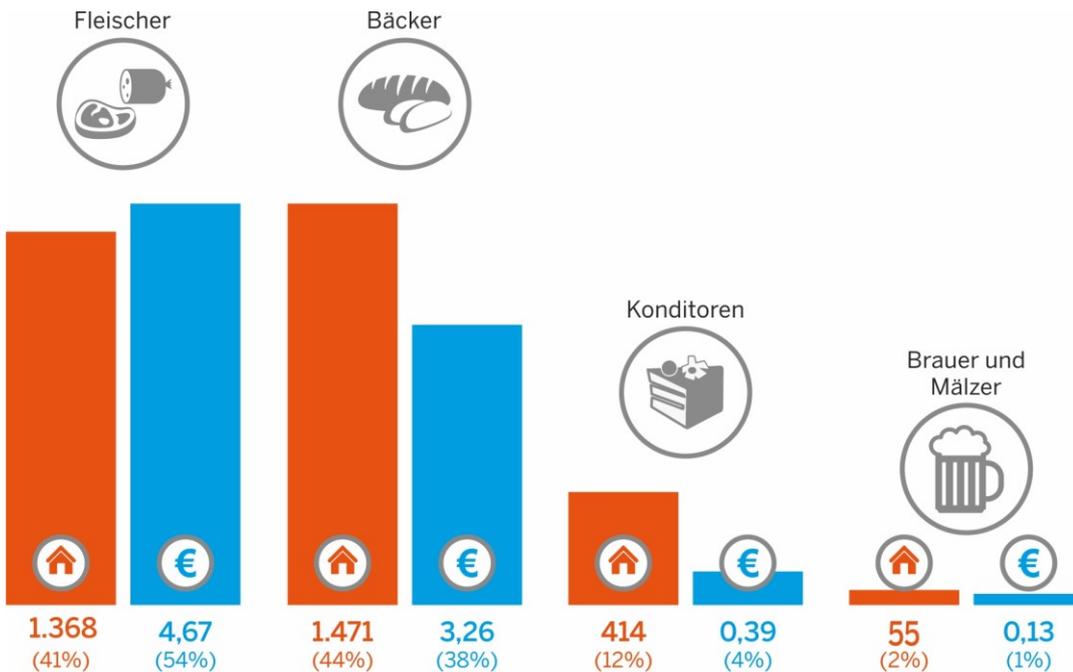
Im gleichen Zeitraum ist die Anzahl an Betrieben im Ernährungshandwerk um circa 12 % gesunken. Wie in der Ernährungsindustrie schreitet damit auch im Ernährungshandwerk der **Konzentrationsprozess in den Marktstrukturen** weiter fort: Insbesondere kleinere Handwerksunternehmen haben es aufgrund des enormen Preis- und Kostendrucks gegenüber größeren Unternehmen immer schwerer, sich wirtschaftlich zu behaupten. Hinzu kommt, dass viele Handwerksunternehmen aufgrund fehlender Nachfolger ihre Betriebe schließen müssen bzw. mit größeren Unternehmen fusionieren.

Gleichzeitig sind die Umsätze im nordrhein-westfälischen Ernährungshandwerk nahezu konstant geblieben. **Lebensmittel aus handwerklicher Erzeugung sind nach wie vor gefragt.** Signifikante Umsatzeinbußen sind im nordrhein-westfälischen Ernährungshandwerk im betrachteten Zeitraum nicht festzustellen.

## Bäcker und Fleischer machen den Großteil des nordrhein-westfälischen Ernährungshandwerks aus

Die meisten Betriebe im nordrhein-westfälischen Ernährungshandwerk sind Bäcker sowie Fleischer. Damit unterscheidet sich die nordrhein-westfälische Struktur im Handwerk nur wenig von der bundesweiten Verteilung. Die höchsten Umsätze werden ebenfalls in Fleischereien und Bäckereien erzielt. Der Umsatz je tätiger Person betrug im Bäckerhandwerk 2017 rund 48.222 Euro, in der Fleischerei fällt dieser Wert mit 183.412 Euro deutlich höher aus.

Abbildung 14: Betriebe und Umsätze (in Mio. Euro) des Ernährungshandwerks NRW nach Produktionsbereich (2017)



Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW: Handwerkszählung NRW

Der Rückgang an Betrieben im gesamten nordrhein-westfälischen Ernährungshandwerk ist auch bei Bäckereien und Fleischereien zu beobachten. Gründe hierfür sind **langfristige Strukturveränderungen im Handwerk aufgrund zunehmender wirtschaftlicher Zwänge. Administrative Auflagen und Dokumentationspflichten** stellen ebenfalls eine Herausforderung gerade für kleine Handwerksbetriebe dar.

”

„Die Anzahl an Fleischerhandwerksbetrieben geht seit Jahren stetig zurück.“

Während im Bäckerhandwerk ein leichter Rückgang der Umsätze zwischen 2014 und 2017 zu beobachten ist (rund 3%), konnten die Fleischer Umsatzgewinne von knapp 6 % verzeichnen. Insbesondere im Produktionsbereich Fleisch sind handwerkliche Erzeugnisse aus regionaler Herkunft bei den Konsumentinnen und Konsumenten sehr gefragt. **Regionale und qualitativ hochwertige Produkte** aus Fleischerfachgeschäften liegen beim Verbrauchenden wieder **stärker im Trend**.

## 2. Marken und Märkte

Für Erzeugnisse der Ernährungswirtschaft aus Nordrhein-Westfalen besteht eine Vielzahl unterschiedlicher Absatzmärkte. Hierbei sind nicht nur internationale Handelspartner (u. a. bedingt durch die geografische Nähe zum EU-Ausland) von Bedeutung, sondern auch der Regionalmarkt im Bundesland selbst. Um die Bekanntheit von Lebensmitteln aus Nordrhein-Westfalen zu erhöhen und diese mit Qualitätsstandards zu hinterlegen, ist **ein Marketing durch Markenschutz** essenziell für die Ernährungswirtschaft des Landes.

### Was braucht der Markt

#### In Nordrhein-Westfalen liegen große Absatzmärkte im eigenen Land

Die **Regionalvermarktung hat im Bewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher als prägender Trend in den vergangenen Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen**, damit verbunden auch die Kommunikation der angestrebten Produkteigenschaften: **Authentizität, hochwertige Qualität, Sicherheit, Nachhaltigkeit sowie Gesundheit**. Um eine zusätzliche Wertschöpfung durch Regionalvermarktung erfolgreich zu realisieren, müssen neben der Herkunftskennzeichnung deshalb auch weitere Kriterien erfüllt werden, darunter Frische, Geschmack, besondere Produktionsweisen, kurze Wege, Identität etc. Nordrhein-Westfalen ist das bevölkerungsreichste Bundesland Deutschlands, weshalb der Bedarf an Lebensmitteln zudem sehr hoch ist.

Obwohl die Ernährungswirtschaft keine „klassische“ Hightechbranche ist, hat sich der **Druck zur Entwicklung neuer, innovativer Produkte beständig erhöht**. Die Produktlebenszyklen werden kürzer. „Neuheit“ drückt sich dabei häufig in einer geänderten Verpackung und in wesentlichen Veränderungen der individuellen Rezeptur aus. Eine entsprechend hohe Bedeutung fällt daher dem Marketing zu.

In den vergangenen Jahren ist die Nachfrage nach regionalen Produkten deutlich gestiegen. Zahlreiche Initiativen stärken die regionale Vermarktung und damit den Standort. Generell achten Konsumentinnen und Konsumenten immer stärker auf die **Herkunft von Lebensmitteln**. Dadurch lassen sich auch Spezialitäten aus Nordrhein-Westfalen besser kommunizieren, sowohl von den Landwirten, den Verarbeitern als auch vom Handel. So sind insbesondere im Handel regionale Produkte in den vergangenen Jahren immer mehr ins Geschäftsfeld geraten. Gemeinsam mit der Gastronomie und dem Tourismus tragen zahlreiche Einzelmaßnahmen zu einem positiveren Image der Produkte Nordrhein-Westfalens bei.

„Regionale Erzeugnisse haben in NRW an Popularität gewonnen.“

## Was macht das Land

### Unterstützung von Verbraucherinformationen und gemeinsamen Werbeaktionen für regionale Produkte

Die Landesregierung unterstützt Verbraucherinformationen und gemeinschaftliche Werbeaktionen für regionale Produkte bereits seit über 20 Jahren. Grundidee der Regionalvermarktung ist die Steigerung der Wertschöpfung in der Region, der Erhalt von Arbeitsplätzen, eine Aufrechterhaltung der Nahversorgung mit Lebensmitteln, Dienstleistungen und Kultur und dadurch den Erhalt eines vielfältigen Kulturräumens. Das MULNV unterstützt die Agrar- und Ernährungswirtschaft ideell und finanziell aber auch, weil

- die Agrar- und Ernährungswirtschaft in NRW eine herausragende Bedeutung hat,
- die Ernährungswirtschaft in NRW geprägt ist durch viele leistungsfähige, vor allem kleine und mittelständische Unternehmen und
- sie auf eine leistungsstarke und hoch produktive Landwirtschaft als Rohstofflieferant zurückgreifen kann.

Das Land Nordrhein-Westfalen bietet den Unternehmen der Ernährungswirtschaft auch vielfältige **Auszeichnungen sowie Beratungs- und Finanzierungshilfen.**

- Die **Unterstützung von Schutzgemeinschaften für regionale Spezialitäten**. Spezialitäten stehen für Genuss und Heimatgefühl und repräsentieren die Vielfalt und Leistungsstärke der Regionen (<https://www.lanuv.nrw.de/landesamt/foerderprogramme/absatzfoerderung>).
- Mit dem **Landesehrenpreis für Lebensmittel NRW** werden die hohe Produktqualität von Lebensmitteln sowie das Engagement der Unternehmen für gesellschaftliche Belange ausgezeichnet ([www.umwelt.nrw.de/landwirtschaft/ernaehrungswirtschaft/landesehrenpreis-nrw](http://www.umwelt.nrw.de/landwirtschaft/ernaehrungswirtschaft/landesehrenpreis-nrw)).
- **„Handwerk-Digital.NRW“**. Ziel des Projektes ist, insbesondere den kleinen Betrieben durch niederschwellige Information und Orientierung die Notwendigkeit und Dringlichkeit der Auseinandersetzung mit dem Thema Digitalisierung bewusst zu machen ([www.handwerk-digital.nrw](http://www.handwerk-digital.nrw)).
- **„Profi-Handwerk.NRW“**. Mit diesem Projekt fördern MWIDE und LGH (Landesgewerbeförderungsstelle des nordrhein-westfälischen Handwerks e.V.) die Teilnahme von Handwerksunternehmen an modularen Beratungs- und Coachingmaßnahmen, u. a. zur Digitalisierung der betrieblichen Wertschöpfungsketten ([www.profi-handwerk.nrw](http://www.profi-handwerk.nrw)).
- **Meistergründungsprämie NRW**. Der Zuschuss begünstigt die erstmalige Gründung einer nachhaltigen Existenz und wird finanziert aus EFRE-Mitteln ([www.lgh.nrw/index.php/meistergruendungspraemie](http://www.lgh.nrw/index.php/meistergruendungspraemie)).



Quelle: MULNV NRW / Foto: Yavuz Arslan

- Mit der Auszeichnung **Meister.Werk.-NRW** werden die besonderen Leistungen im Lebensmittelhandwerk, Bäckerei-, Fleischer-, Konditorei- und Brauhandwerk, gewürdigt und in der Öffentlichkeit bekannt gemacht ([www.meister.werk.nrw.de](http://www.meister.werk.nrw.de)).

In **Zusammenarbeit mit dem Verein Ernährung-NRW** sollen sich die Agrar- und Ernährungswirtschaft NRW durch Netzwerke und starke Partnerschaften verstetigen, denn die Zusammenarbeit schafft Synergien und fördert die Wettbewerbsfähigkeit.

## Effiziente Vermarktungsstrukturen als wichtiger Wettbewerbsfaktor der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen

Effiziente Vermarktungsstrukturen sind ein wichtiger Wettbewerbsfaktor der Ernährungswirtschaft, so auch in Nordrhein-Westfalen. Als Flächenland mit der dichtesten Besiedlung in der Bunderepublik gilt es, den Absatzmarkt vor Ort zu nutzen und dafür Vermarktungsstrukturen auf- bzw. auszubauen. Eine Weiterentwicklung im eigenen Land kann nur dann gelingen, wenn angemessene Verarbeitungsstrukturen in den Regionen NRW geschaffen bzw. verbessert werden. Für funktionierende Vermarktungsstrukturen in Nordrhein-Westfalen selbst sind eine einwandfreie Logistik sowie klare Definitionen von Regionalität und Qualitätskriterien essenziell.

Zur Unterstützung der Branchenakteure bei der Erschließung neuer und nachhaltig geprägter Marktpotenziale bietet das Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen entsprechende Förderprogramme für die überwiegend kleinen und mittelständischen Betriebe an. Primäre Ziele der Förderung der Verbesserung der Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse sind:

- **Investitionen** von Erzeugerzusammenschlüssen oder Unternehmen der Be- und Verarbeitung (mit vertragsbasierten Lieferbeziehungen zur Urerzeugung)
- das **Gründen und Tätigwerden von Erzeugerorganisationen**
- die bereichsübergreifende **Zusammenarbeit**

Damit soll der Aufbau der **Vermarktungsstrukturen unterstützt und die Stellung der heimischen landwirtschaftlichen Erzeuger in der Wertschöpfungskette gestärkt werden**. Ebenso soll der Absatz mit starken Strukturen auf der Basis funktionierender Vermarktungsketten ermöglicht werden. Erlösvorteile für die Land- und Ernährungswirtschaft sichern Existenz und Zukunftsfähigkeit.

Zu den Zielen der NRW-Richtlinie „Absatzförderung“ zählen

- die **Beratung bei der Vermarktung** nordrhein-westfälischer Produkte mit besonderen Qualitätsmerkmalen, beispielsweise Beantragung des EU-Geoschutzes für landestypische Spezialitäten,
- die **Begleitung bei der Entwicklung und Erstellung eines Vermarktungskonzeptes** basierend insbesondere auf Marktstudien und Marktanalysen,
- **Unterstützung der Durchführung von Aus- und Weiterbildungen** zu innovativen Vermarktungsstrategien für die praktische Umsetzung, wie zum Beispiel Verkaufstraining für die Direktvermarktung, Medientraining und Beteiligung an Messe-Auftritten sowie die
- **Gemeinschaftswerbung und Öffentlichkeitsarbeit** (z. B. durch Publikationen und Veröffentlichungen, Informationsveranstaltungen und Verbraucherinformation, Produktpräsentation in Form von Genussstagen, Aktionstagen und Infotainmentprogrammen sowie gemeinsame Messeauftritte).

## Erhöhung der Bekanntheit als zentrales Instrument zur Erschließung neuer Märkte

Gemeinsam auf einer Messe vertreten zu sein, bedeutet geteilte Planung, Organisation und Kosten. Dies verringert den Personaleinsatz, senkt die Kosten für die Unternehmen und stärkt den Austausch zwischen den einzelnen Unternehmen. Das Land NRW beteiligt sich an verschiedenen Messen und Ausstellungen, sowohl

lokal als auch regional und überregional, um die Ernährungswirtschaft zu fördern und den Bekanntheitsgrad von Produkten aus Nordrhein-Westfalen zu erhöhen. Hierzu zählen u. a.:

- „ANUGA“ (Köln) – Internationale Messe für die Ernährungswirtschaft
- „BioFach“ (Nürnberg) – Internationale Messe für den ökologischen Landbau
- „Internationale Grüne Woche“ (Berlin) – Internationale Verbrauchermesse für den grünen Sektor

Darüber hinaus bietet „NRW International“ im Rahmen der **Außenwirtschaftsförderung** für Unternehmen aller Branchen und damit auch für die Ernährungswirtschaft Möglichkeiten zur Beteiligung an Auslandsmessen im Rahmen von Firmengemeinschaftsständen, Info-Service-Centern oder Kleingruppen an. Mit der Kleingruppenförderung richtet sich das Land Nordrhein-Westfalen ganz gezielt an kleine und mittlere Unternehmen. Diese haben sehr individuelle Anforderungen, wenn sie ihre Angebote im Ausland einem breiten Publikum vorstellen möchten, weshalb das Instrument der Außenwirtschaftsförderung besonders flexibel angelegt ist. Im Vordergrund des Kleingruppen-Programms steht der Kooperationsgedanke. NRW-Kleingruppenprogramme auf Auslandsmessen für Nahrungs- und Genussmittel haben im Jahr 2020 beispielsweise auf der Prod Expo (10.02.2020 bis 14.02.2020, Moskau, Russland) stattgefunden.<sup>10</sup>



### **Exkurs: Nordrhein-Westfalen auf der ANUGA**

Mit rund 7.400 Anbietern aus 107 Ländern ist die ANUGA die weltweit größte und wichtigste Messe für die Ernährungswirtschaft. Die ANUGA ist die Leitmesse der Branche, um Geschäfte zu machen, neue Partner zu finden sowie neue Produkte und Marketingkonzepte zu platzieren. Gleichzeitig zeigt sie, wie international, genussvoll und lebendig die Ernährungswirtschaft rund um den Globus ist. Essen und Trinken sind ein Grundbedürfnis, haben gleichzeitig aber auch hohes Trendpotenzial.

Diese einzigartige Branchenmesse ist in NRW angesiedelt. Lebensmittel aus Nordrhein-Westfalen finden auf dem europäischen Binnenmarkt und den Weltmärkten ebenso viel Anerkennung und Zuspruch wie hierzulande. Das belegen die steigenden Exportzahlen. Umgekehrt profitieren viele Verbraucherinnen und Verbraucher aus NRW vom kulinarischen Angebot aus dem Ausland. Ohne weltweiten Handel wäre die Auswahl der Produkte und der kulinarischen Kultur bedeutend geringer. Handel ist auch für Nordrhein-Westfalen ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Deshalb präsentieren sich nordrhein-westfälische Unternehmen auf einem Gemeinschaftsstand des Landes dem internationalen Publikum.

Produktneuentwicklungen mit einer ethischen Positionierung nehmen weltweit zu. Produkte mit einem tier-, menschen- und/oder umweltfreundlichen Produktversprechen verzeichnen in den letzten Jahren einen deutlichen Verkaufsanstieg. Prominente Beispiele hier sind u.a. Fleischprodukte aus artgerechter Tierhaltung oder

---

<sup>10</sup> NRW International [<https://www.nrw-international.de/>].

Obst- und Gemüse aus ökologischem Anbau. Auch ein wichtiger Trend ist die Nachfrage nach regionalen Produkten: Die Region verleiht dem Lebensmittel Charakter. Viele Spezialitäten kann man auf der ANUGA probieren, sie bringen damit ein gutes Stück Wertschöpfung in die Heimat.

### Exkurs: Nordrhein-Westfalen auf der Internationalen Grünen Woche

Das Land Nordrhein-Westfalen beteiligt sich seit vielen Jahren an der weltgrößten Leitmesse für Landwirtschaft, Ernährung und Gartenbau. Im Auftrag des Ministeriums für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz plant und organisiert das Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen, kurz LANUV, seit 2014 den Messeauftritt des Landes. Im Netzwerk des NRW Länderbeitrages Grüne Woche beteiligen sich von Jahr zu Jahr mehr Unternehmen, Initiativen und Verbände, um auf die Vielfalt unseres Bundeslandes aufmerksam zu machen. Exzellente Produkte aus einzigartigen Kulturlandschaften werden von ihren Produzentinnen und Produzenten authentisch zu Markte gebracht und wertgeschätzt. Dem Anlass einer internationalen Verbrauchermesse entsprechend konnte in den vergangenen Jahren das Standort- und Produktmarketing stetig gesteigert werden:



Quelle: MULNV NRW/ Foto: Jürgen Sons.

Auf fast 1.200 m<sup>2</sup> präsentieren Unternehmungen aus Nordrhein-Westfalen Lebensmittel aus der Region. Im Mittelpunkt steht der **Genuss dieser hochwertigen, regionalen Produkte. Zusammen mit dem 10-tägigen Bühnenprogramm werden Infos, Buntes und Unterhaltsames rund um Regionalentwicklung, Wertschätzung von Lebensmitteln, Verbraucherschutz, Nachhaltigkeit und Naturschutz** vermittelt. Zahlreiche Aussteller sowie vielseitige Social-Media-Aktivitäten steigern zudem das positive Marketing für Lebensmittel aus Nordrhein-Westfalen.

Tabelle 1: IGW Ausrichtung in Zahlen im Zeitverlauf (2015 – 2020)

Kriterium	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Steigerung 2016 vs. 2020
m <sup>2</sup> bebaute netto Standfläche	448	652	652	652	713	713	9%
Mitausstellende/ 10 Tage/ eigene Stände	10	17	20	20	24	27	59%
Anzahl Ausstellende tageweise	65	84	78	101	92	103	23%
Mitwirkende Personen insg.	k.A.	222	410	424	470	<b>582</b>	162%
(Tages-)Eintrittskarten	43	30	68	623	756	1067	3457%
Dauerausweise	71	89	144	114	126	146	64%
Social Media					2019	2020	Steigerung 2019 vs. 2020
#MirSchmecktNRW insg.	Aktivitäten zu Social Media erst in 2019 begonnen				60	397	562%

Quelle: LANUV NRW.

### Marketing durch Markenschutz – NRW-Marken

Die Nachfrage nach Produkten aus der Region steigt stetig. Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher wollen wissen, wie und wo Lebensmittel hergestellt wurden, und achten darauf, dass möglichst sichere und qualitativ hochwertige Produkte im Einkaufskorb liegen. Regionale Produkte genießen großes Vertrauen. Zur Abgrenzung von Qualität und Herkunft existieren in Nordrhein-Westfalen unterschiedliche Marken. Deren primäre Ziele sind, **Verbraucherinnen und Verbrauchern die Herkunft der Waren transparent zu machen und Informationen über die Qualität oder Beschaffenheitsmerkmale eines Produktes zu vermitteln.**

Mittlerweile sind zahlreiche **Regionalinitiativen** überall in Nordrhein-Westfalen entstanden, um regional erzeugte Produkte in Zusammenarbeit mit weiteren Wirtschaftspartnern zu verarbeiten und zu vermarkten. Diese sind häufig auch branchenübergreifende Zusammenschlüsse, welche die Entwicklung des ländlichen Raums insgesamt im Fokus haben (z. B. die LEADER-Regionen<sup>11</sup>). Zu klassischen Produktinitiativen gehören beispielhaft die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V. oder die mein-ei.NRW e.V., die die Vorzüge einer bestimmten Warengruppe hervorheben.



<sup>11</sup> ; LEADER steht für Liaison entre actions de développement de l'économie rurale, zu Deutsch Verbindung zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft. Das ist ein Maßnahmenprogramm der Europäischen Union, mit dem seit 1991 modellhaft innovative Aktionen im ländlichen Raum gefördert werden.

Um Produkte aus dem Land kenntlich zu machen und einen Markenschutz für Produkte aus Nordrhein-Westfalen auch bundesweit und im Ausland zu schaffen, existieren zudem **Prüfzeichen für regionale Lebensmittel aus Nordrhein-Westfalen**. Hierfür wurden das „Geprüfte Qualität NRW“ unter dem Motto „NRW is(s)t gut!“ vom Verein Ernährung-NRW ins Leben gerufen.

Das **Prüfzeichen** soll angebracht werden auf Lebensmitteln sowie ausgewählten Werbemitteln mit eindeutigem Bezug zum Lebensmittel. Geprüfte Qualität bedeutet:

- Herkunft der Rohstoffe aus Nordrhein-Westfalen bzw. einer Teilregion
- Stufenübergreifendes, prozessbezogenes Qualitätssicherungssystem
- Regionale Verankerung des Lebensmittelherstellers
- Sitz des Lebensmittelherstellers in Nordrhein-Westfalen bzw. einer Teilregion



Herkunfts- und Qualitätskriterien sind zunächst für die Bereiche Fleisch, Kartoffeln, Obst, Gemüse und Eier definiert worden. Potenzielle Markennutzer müssen sich von akkreditierten Prüfinstituten überwachen lassen. Ein bilateraler Markennutzungsvertrag muss vor Einsatz des Prüfzeichens mit dem Inhaber der Marke, dem Verein Ernährung-NRW e. V., abgeschlossen werden.

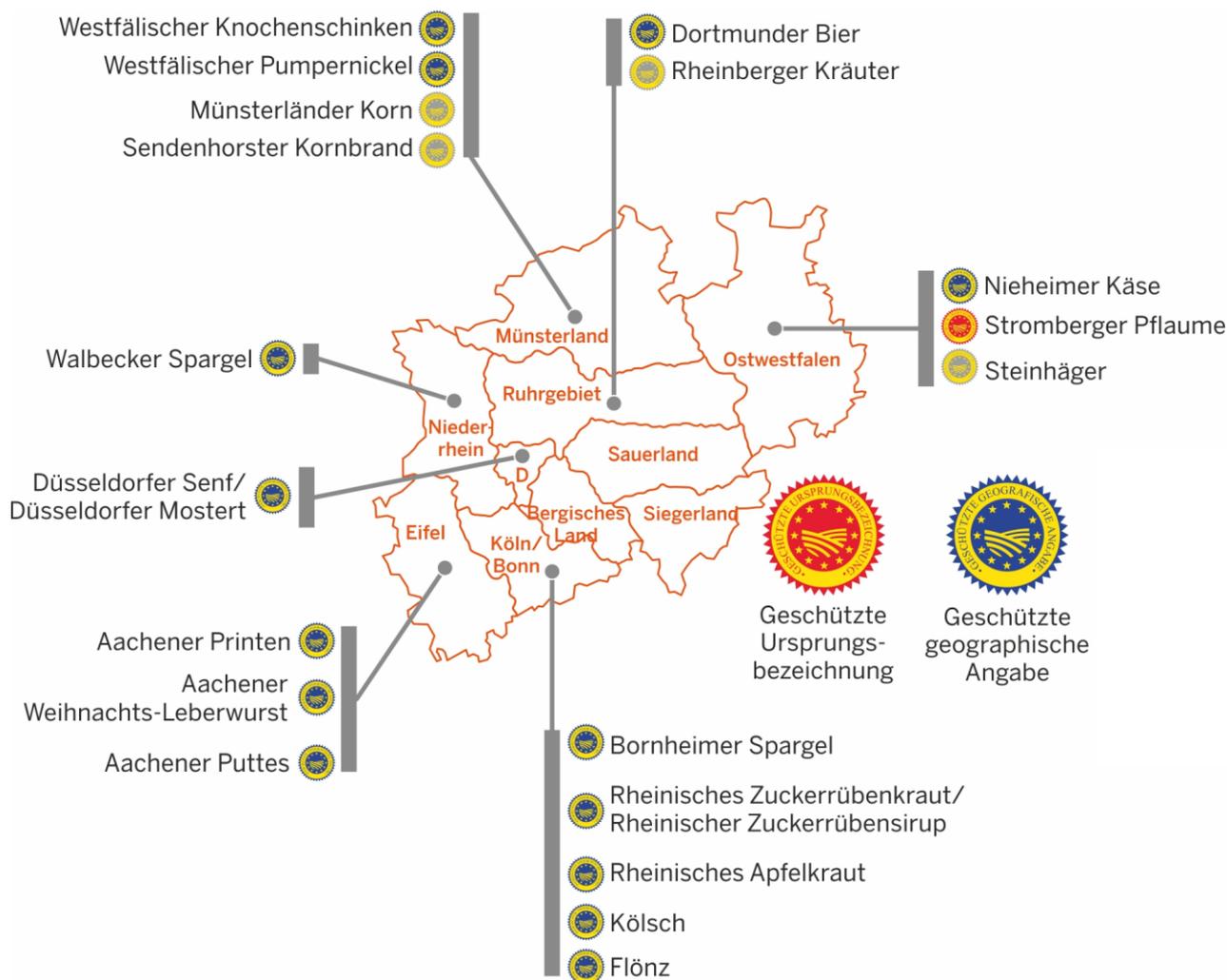
Das **Betriebszeichen** informiert über das regionale Engagement, die Verantwortung für Umwelt- und Arbeitsbedingungen sowie die Transparenz in der Wertschöpfungskette eines Produzenten. Einzigartig ist, dass in das Markenkonzept nicht nur produktspezifische Kriterien aufgenommen werden, sondern auch die besondere Verbundenheit des Unternehmens zur Region (regionale Verankerung) geprüft und attestiert wird. Das Betriebszeichen dient ausschließlich der Profilierung eines Unternehmens, das in Nordrhein-Westfalen Lebensmittel herstellt. Als Zusatz unter dem Vereinszeichen steht der aussagekräftige Claim **„Der Region verpflichtet“**. Im Einzelnen basiert die regionale Verankerung auf vier Bausteinen:

- Engagement in der Region
- Partnerschaftlicher Arbeitgeber
- Verantwortung für Lebens- und Wirtschaftsgrundlagen
- Transparenz in der Wertschöpfungskette



Verschiedene **regionale Spezialitäten** aus Nordrhein-Westfalen stehen unter dem Schutz der Europäischen Union. Sie sind Produkte von besonderer Herkunft, überliefertem Rezept und typischem Geschmack. Sie werden mit engem Bezug zum Ort ihrer ursprünglichen Herkunft in bester Qualität und auf traditionelle Weise produziert. Die so hergestellten Lebensmittel sind durch das europäische Recht vor Missbrauch und Nachahmung geschützt. Dies zeigt die Auszeichnung mit einem entsprechenden EU-Siegel. Der Schutz verhilft Erzeugern aus Nordrhein-Westfalen zu mehr Wertschöpfung und stabilerer wirtschaftlicher Grundlage. Handwerkliche Traditionen der Lebensmittelherstellung können auf diese Weise unverfälscht auf die nachkommenden Generationen übergehen. NRW hat derzeit insgesamt 19 EU geschützte regionale Spezialitäten, davon 4 Spirituosen und 15 Lebensmittel.

Abbildung 15: Geschützte EU-Gütesiegel in Nordrhein-Westfalen



Quelle: Eigene Abbildung.

## Bekanntheit der Marke befördern

Insgesamt ist festzustellen, dass die NRW-Marken ihren Zweck nur erfüllen, sofern sie dem Verbrauchenden beim Kauf einen Informationsmehrwert liefern. Dies ist vielfach nicht eindeutig zu klären. Die zahlreichen unterschiedlichen NRW-Marken für Lebensmittel sind vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern nicht bekannt. Anstatt neue Marken ins Leben zu rufen, sollte es daher vielmehr das Ziel sein, die Bekanntheit der vorhandenen NRW-Marken zu stärken. Nur so können das Image und die Akzeptanz von Lebensmitteln aus Nordrhein-Westfalen durch Markenschutz gesteigert werden.

## Ökologische Lebensmittel gewinnen auf dem regionalen Markt an Bedeutung

Die Herstellung ökologischer Lebensmittel rückt auch in Nordrhein-Westfalen zunehmend in den Fokus der Gesellschaft. Diese Form der Landwirtschaft entspricht in besonderer Weise den Prinzipien einer nachhaltigen, tiergerechten und umweltschonenden Landwirtschaft. So verzichtet der ökologische Landbau bewusst auf den Einsatz mineralischer Stickstoffdünger und chemisch-synthetischer Pflanzenschutzmittel. Weitgehend geschlossene Stoffkreisläufe, vielfältige Fruchtfolgen, tiergerechte Haltungsverfahren und der Verzicht auf genetisch veränderte Organismen sind weitere Kennzeichen des ökologischen Landbaus.<sup>12</sup>

„*Ökologische Lebensmittel bedienen den Wunsch nach nachhaltigen Nahrungsmitteln.*“

Über 4.000 Unternehmen erzeugten, verarbeiteten und handelten 2018 in Nordrhein-Westfalen mit Bio-Produkten und setzen dabei geschätzt über zwei Milliarden Euro jährlich um. Bundesweit lag der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln im Jahr 2018 bei fast elf Milliarden Euro. **Der dynamische Wachstumstrend der letzten Jahre in diesem Marktsegment hält auch weiterhin an**, Marktexperten rechnen auch in den nächsten Jahren mit einer steigenden Nachfrage nach Biolebensmitteln. Ursächlich für dieses Wachstum ist der Wunsch der Verbraucherinnen und Verbraucher nach mehr Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Tierschutz (auch in der *Farm to Fork-Strategie* festgehalten).

Auch in Nordrhein-Westfalen lassen sich eine **hohe Innovationsbereitschaft bei den Bio-Unternehmen der Ernährungswirtschaft sowie eine gute Marktdurchdringung von Biolebensmitteln bis zum Lebensmitteleinzelhandel** feststellen. Beim ökologischen Landbau handelt es sich in Nordrhein-Westfalen bislang um einen Markt, der kontinuierliche Wachstumstendenzen aufweist.

Dies lässt sich auf sämtlichen Stufen der Wertschöpfungskette beobachten. So kann Nordrhein-Westfalen eine breite Basis an **verarbeitenden Unternehmen** im ökologischen Landbau vorweisen. Im Jahr 2018 waren insgesamt 1.879 Unternehmen in der Verarbeitung im ökologischen Landbau tätig. Damit ist mehr als jedes zehnte deutsche Bio-Verarbeitungsunternehmen in Nordrhein-Westfalen beheimatet.

Nordrhein-Westfalen weist grundsätzlich gute Voraussetzungen für das Wachstum des Biomarktes auf Angebot- und Nachfrageseite und eine zunehmende Etablierung von Ökolebensmitteln auf. Nordrhein-Westfalen ist das bevölkerungsreichste Bundesland. Zudem sind mit Blick auf Trends wie Nachhaltigkeit, Natur- und Verbraucherschutz Lebensmittel aus ökologischer Erzeugung zunehmend von Interesse. Eine **Steigerung der Verbrauchernachfrage in Nordrhein-Westfalen, im Handel sowie in der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) scheint also möglich**. Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel ist bereits ein deutliches Umsatzwachstum

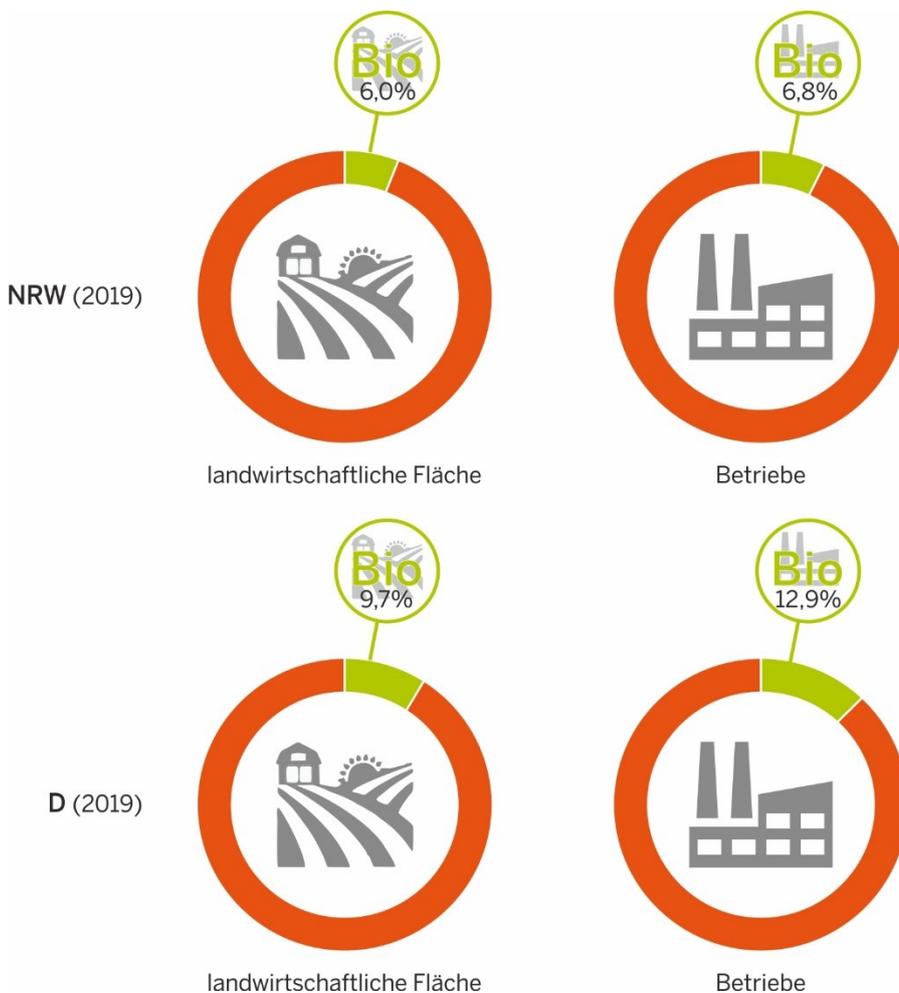
<sup>12</sup> MULNV (2020): Ökologischer Landbau [<https://www.umwelt.nrw.de/landwirtschaft/landwirtschaft-und-umwelt/oekologischer-landbau/>].

mit Biolebensmitteln zu beobachten. Diese nehmen wiederum einen positiven Effekt auf die Erzeugerebene und motivieren mehr erzeugende Unternehmen, in die ökologische Produktion einzusteigen.

### Die ökologische Erzeugung in Nordrhein-Westfalen – ein wachsender Nischensektor

Der mit knapp 6 % im Jahr 2018 unterdurchschnittliche Anteil an ökologisch bewirtschafteter Fläche in Nordrhein-Westfalen ist zum Teil historisch, aber auch geographisch und agrarstrukturell bedingt. Dies zeigt sich auch in den großen regionalen Unterschieden in Nordrhein-Westfalen, bedingt durch naturräumliche Gegebenheiten, eine regional hohe Landnutzungsintensität und damit verbunden große Heterogenität in den Pachtpreisen in Nordrhein-Westfalen. Verantwortlich sind daneben weitere, landesspezifische Herausforderungen: Hierzu gehört beispielsweise, dass in einigen Regionen Nordrhein-Westfalens eine vergleichsweise hohe Arbeitslosigkeit in der Bevölkerung herrscht, die eine geringere Zahlungsbereitschaft für Lebensmittel zur Folge hat.

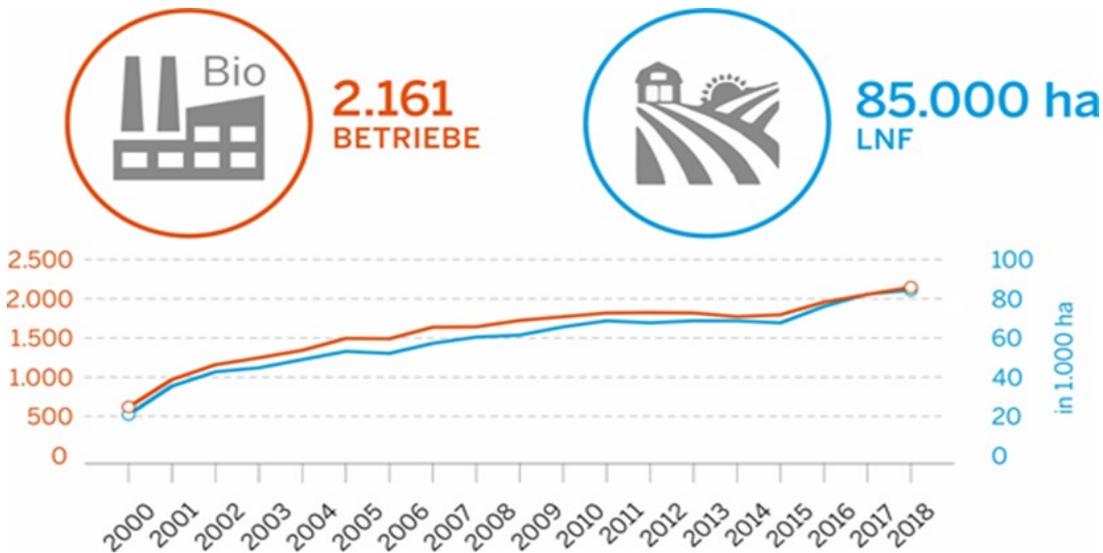
Abbildung 16: Bio-Anteile in der Erzeugung (NRW vs. Deutschland):



Quelle: Eigene Abbildung nach MULNV (2019).

Gleichzeitig ist in der ökologischen Erzeugung obgleich dieser NRW-spezifischen Hemmnisse ein Wachstumstrend zu beobachten. Aufgrund der oben genannten Entwicklungen ist anzunehmen, dass sich dieser Trend auch in den kommenden Jahren fortsetzen wird.

Abbildung 17: Entwicklung Öko-Erzeugerbetriebe und landwirtschaftlicher Fläche in NRW



Quelle: Eigene Abbildung nach BLE/ BMEL (2019).

### Werben für ökologische Lebensmittel: NRW ist auf der BIOFACH aktiv

Das nordrhein-westfälische Landwirtschaftsministerium organisiert seit vielen Jahren auf der Weltleitmesse für Biolebensmittel, der **BIOFACH** in Nürnberg, einen Gemeinschaftsstand, an dem sich mittlerweile gut 50 kleine und mittelständische nordrhein-westfälische Unternehmen der Bio-Branche beteiligen. Mit Bio-Betrieben, welche die landwirtschaftliche Erzeugung, die Ernährungsindustrie, das Handwerk, den Lebensmitteleinzelhandel sowie die Gastronomie repräsentieren, ist die gesamte Wertschöpfungskette der Ernährungswirtschaft Nordrhein-Westfalen einmal jährlich vertreten. Die hohe Spezialisierung und Professionalität der teilnehmenden Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen zeigen dabei deutlich, dass die **Biobranche sich als wichtiger Faktor der nordrhein-westfälischen Land- und Ernährungswirtschaft fest etabliert** hat.

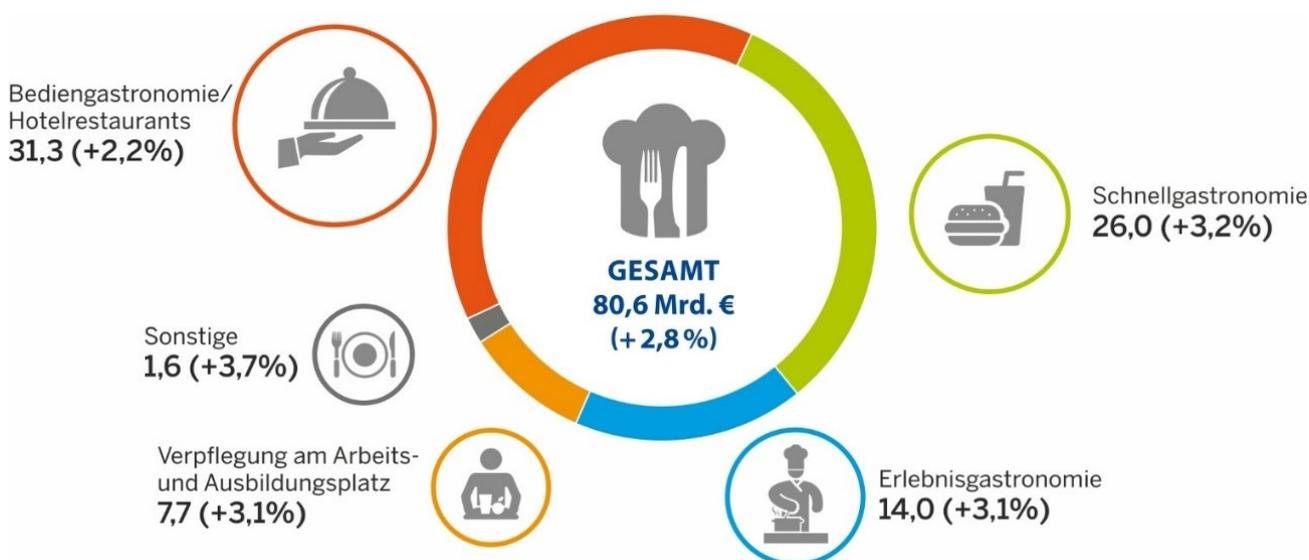
## Die Außer-Haus-Verpflegung hat deutliches Wachstumspotenzial in Nordrhein-Westfalen

Der Markt der Außer-Haus-Verpflegung ist in den zurückliegenden Jahren stetig gewachsen. Immer mehr Menschen verschiedener Altersgruppen und Bevölkerungsteile essen und trinken in der Gastronomie, der Hotellerie oder Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung. Die Übergänge zu anderen Stufen der Wertschöpfungskette werden dabei ebenfalls immer fließender. So bieten beispielsweise Bäcker und Metzger zunehmend belegte Brötchen, Mittagsgerichte und Getränke an, und immer mehr Einzelhändler eröffnen Cafés, Bistros und kleine Snackstationen.

Gemessen am Vorjahr ist der private Außer-Haus-Konsum im Jahr 2018 in Deutschland um knapp 3 % auf insgesamt 80,6 Milliarden Euro gestiegen. Den Großteil machen hierbei die Bediengastronomie sowie Hotelrestaurants aus, gefolgt von der Schnellgastronomie sowie der Erlebnisgastronomie. Das Umsatzplus resultiert aus leicht wachsenden Besucherzahlen sowie steigenden Durchschnittsausgaben pro Person. Im Durchschnitt gab 2018 jeder der rund 11,8 Milliarden Gäste im deutschen Außer-Haus-Markt pro Besuch 6,84 Euro für Essen und Trinken aus. Damit ist die Außer-Haus-Verpflegung für die Ernährungswirtschaft der zweitwichtigste Absatzkanal (nach dem Lebensmitteleinzelhandel).<sup>13</sup>

Begünstigt wurde diese Entwicklung in den zurückliegenden Jahren durch eine grundsätzlich positive gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland. Vor dem Hintergrund des Pandemiegeschehens ist gleichwohl darauf hinzuweisen, dass durch die Einschränkungen u.a. in der Gastronomie der Außer-Haus-Markt im ersten Halbjahr 2020 massiv eingebrochen ist – und damit der Absatz für die Unternehmen der Ernährungswirtschaft als Zulieferer (z. B. H-Milch, Fleischprodukte).

Abbildung 18: Konsumausgaben in der Außer-Haus-Verpflegung in Deutschland (Umsätze in Mrd. Euro, 2018)



\* Hotellerie inkl. Frühstück bei Übernachtung; \*\* inkl. Vending am Arbeits-/Ausbildungsplatz  
Quelle: Eigene Abbildung nach BVE (2019): Jahresbericht 2018/ 2019.

<sup>13</sup> BVE (2019): Jahresbericht 2018/ 2019.

Ein vergleichbares Bild lässt sich auch in Nordrhein-Westfalen erkennen. Auch hier hat die **Bedeutung der Außer-Haus-Verpflegung in den vergangenen Jahren dazu gewonnen und weist auch für die Zukunft weitere Wachstumspotenziale** auf – sofern die pandemiebedingten Restriktionen perspektivisch gelöst werden können.



*100-Kantinen-Programm*

Das Land NRW unterstützte im Rahmen des **100-Kantinen-Programms** Kantinen dabei, regional und artgerecht produzierte Lebensmittel auf die Speisepläne zu bringen. Das Programm setzt wichtige Impulse durch Auszeichnungen und Workshops. Unter dem Motto fördert und begleitet das Programm gezielt die regionale Verankerung von Kantinen. Ziel ist es, den Kantinen **regionale Lebensmittel leichter zugänglich zu machen**.<sup>14</sup>



Quelle: StudioBille/ Foto: Ralf Bille.

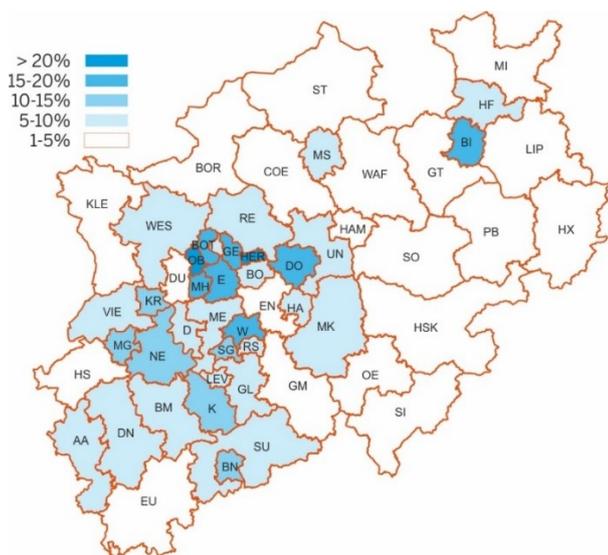
<sup>14</sup> MULNV (20170): Die Pionierkantinen des 100-KantinenProgramm [<https://www.100-kantinen.nrw.de/das-projekt.html>].

## Direktvermarktung in Nordrhein-Westfalen umfasst ein weites Spektrum

Der Direktvermarktung, die auch als Ab-Hof-Verkauf bezeichnet wird, kommt in Nordrhein-Westfalen eine große Bedeutung zu, da sie aufgrund einer **vergleichsweise hohen Bevölkerungsdichte und der Nähe zu den Großstadtreionen an Rhein und Ruhr für viele Landwirtschaftsbetriebe eine interessante Absatzmöglichkeit bietet**. Die Vermarktung trägt zur Wertschöpfung auf den Betrieben selbst sowie in der Region bei. Konsumentinnen und Konsumenten, die direkt beim Erzeuger kaufen, unterstützen damit unmittelbar die eigene Region.

Direktvermarktende Betriebe sind auf eine gute infrastrukturelle Anbindung angewiesen, da sie von der guten Erreichbarkeit durch die Kunden abhängig sind. Ebenfalls sind eine gute Anbindung an die (Weiter-) Verarbeitung sowie mögliche Vermarkter (z. B. Gastronomie) essenziell. Wie die nachfolgende Abbildung zeigt, finden sich die Betriebe daher überwiegend in bevölkerungsreichen Kreisen und Regionen wie dem Ruhrgebiet, der Region Köln/Bonn, dem Bergischen Land, an Rhein und Ruhr sowie Teilen des Niederrheins.

Abbildung 19: Räumliche Verteilung direktvermarktender Betriebe nach Kreisen in NRW (in % der ansässigen Betriebe, 2016)



Quelle: Eigene Abbildung nach IT NRW, 2018 und LANDSERVICE-NRW, 2018.

Kleine Hofläden bzw. Direktvermarkter stellen in den ländlichen Regionen einen wesentlichen Baustein der Grundversorgung dar, da sie zunehmend neben eigenen auch weitere Produkte handeln. Sie avancieren zu kleinen „Vollsortimentlern“. So bieten rund 75 % der direktvermarktenden Betriebe neben Rohprodukten zusätzlich verarbeitete Erzeugnisse an. Kooperationen mit anderen Handwerksbetrieben ermöglichen weitere Synergieeffekte.<sup>15</sup> Die Bedeutung der Direktvermarkter für die Versorgung der Region hat sich vor dem Hintergrund des aktuellen Pandemiegeschehens nochmal gesteigert.

<sup>15</sup> Landwirtschaftskammer NRW (2019): Landservice - Diversifizierte regionale Landwirtschaft und Wertschöpfung für den ländlichen Raum [<https://www.landwirtschaftskammer.de/landwirtschaft/landservice/pdf/lr-regionale-wertschoepfung.pdf>].

### 3. Trends und Entwicklungen der Ernährungswirtschaft

#### Die Ernährungswirtschaft mit immer neuen Trends

Die Ernährungswirtschaft unterliegt seit je her ständigen Veränderungen und ist von daher Trendsetter in den verschiedensten Bereichen, z.B. Convenience, um sich mit den Produkten am Markt abzusetzen. Sie muss aber auch – unterschiedlich auf ihren verschiedenen Handlungsebenen – auf **eine Vielzahl an Trends reagieren und sich insbesondere den veränderten Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten anpassen**. Abhängig sind diese von (geo-) politischen Ereignissen sowie gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen. Diese **Trends bergen Chancen**, die zum erfolgreichen Fortbestand des Sektors genutzt werden können. Eine Grundvoraussetzung für erfolgreiches Wirtschaften ist es daher, Trends frühzeitig zu identifizieren und das eigene Handeln anzupassen.



*„Die Ernährungswirtschaft ist wie kaum ein anderer Sektor von immer neuen Trends geprägt.“*

In Zeiten einer sichergestellten Versorgung mit Lebensmitteln erwarten Verbraucherinnen und Verbraucher, dass ihre Nahrungsmittel qualitativ hochwertig, sicher und preiswert sind. Des Weiteren sollen Produkte die vielfältige Verwirklichung individueller Lebensstile ermöglichen. Eine Herausforderung angesichts sich verändernder und globalisierter Rahmenbedingungen, der Trend zu urbanen Lebensräumen, die Einführung neuer Technologien, die erhöhte Weltnachfrage, die Verknappung natürlicher Ressourcen und der gesellschaftliche Wandel nehmen auf die Lebensmittelproduktion von morgen schon heute Einfluss.

Die Digitalisierung, zunehmende Vernetzung sowie Mobilität haben den Alltag der Verbraucherinnen und Verbraucher schneller, komplexer und individueller gemacht. Die Menschen haben weniger Zeit zum Einkaufen und Kochen, entwickeln jedoch immer höhere Ansprüche an ihre Ernährung. Gegessen wird zudem aus Zeitersparnis immer seltener zu Hause, sondern unterwegs. Zudem lässt das gestiegene Maß an Informationen immer neue Ernährungstrends und -stile entstehen. Am Anfang stand Bio, Veggie – Paleo, Low-carb etc. folgten. Die Ernährungswirtschaft muss mit den abwechslungsreichen Alltags- und Konsumbedürfnissen der Verbrauchenden Schritt halten.

Eine Möglichkeit, diesen Anforderungen zu entsprechen, ist eine **große Auswahl und Vielfaltigkeit an Produkten**. So können Verbraucherinnen und Verbraucher ihre verschiedensten Ernährungsstile verwirklichen, während sie gleichzeitig mobil bleiben. Slowfood und Fastfood müssen hierbei kein Widerspruch sein; die individuellen Verbraucherbedürfnisse sind wesentliche Treiber für Produktinnovationen der Hersteller, egal ob im Supermarkt, im Restaurant oder im Streetfoodsegment. Hinzu kommt die erhöhte Nachfrage nach verarbeiteten Produkten: Convenience-Produkte aller Art haben in den vergangenen Jahren deutlich an Beliebtheit gewonnen, wobei gleichermaßen die Bedeutung von unverarbeiteten Produkten kontinuierlich abgenommen hat.

Eine Auswahl an Trends, die Konsumentinnen und Konsumenten aktuell besonders beschäftigen, ist nachfolgend aufgeführt:

- **Industrie und Verbraucher(innen) 4.0:** Über digitale Kanäle können sich Hersteller und Lieferanten schneller und besser untereinander sowie **mit den Verbrauchenden vernetzen**. Bereits heute laufen laut einer BVE-AFC-Umfrage über 70 % der Kundenkontakte der Unternehmen über Online-Kanäle. Soziale Netzwerke und Chats sind das Kommunikationsmedium der Zukunft. Mehr Transparenz, Produkte, die konkret an die Kundenbedürfnisse angepasst sind, und Produktinformationen halten immer mehr am Lebensmittelmarkt Einzug. Durch die digitale Vernetzung wird es zudem auch für gesundheitsbewusste Konsumentinnen und Konsumenten möglich, die benötigten Nährwerte festzustellen und über digitale Einkaufs- oder Küchenhelfer dazu passende Gerichte und Produkte auszuwählen. Die digitale Transformation in der Ernährungswirtschaft bietet enorme Chancen – und stellt die Akteure gleichzeitig vor große Herausforderungen: Digitalisierung kann einen wesentlichen Beitrag zur Prozessorganisation und Arbeitsteilung leisten. Ressourcen können schonender eingesetzt werden und langfristig zu einer gesteigerten Produktqualität führen.  
Die Digitalisierung birgt jedoch auch Risiken, v. a. aus datenschutzrechtlicher und gesundheitspolitischer Perspektive. Fragen der Datenhoheit und der Datensicherheit müssen zweifelsfrei geregelt sein. Auch die Betriebssicherheit kann durch illegale oder technische Störungen gefährdet werden. Zudem ändern sich durch die technischen Entwicklungen die Anforderungen an die Arbeit. Diese werden tendenziell höher, so dass für hochqualifizierte Fachkräfte die Berufschancen steigen, während einfachere Tätigkeiten zunehmend von Maschinen übernommen werden.
- **Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit:** Mit Konsum geht in den meisten Fällen ein unvermeidbarer Verbrauch an Ressourcen einher. Damit auch zukünftige Generationen unter guten Bedingungen leben können, sind **nachhaltige Produktions- und Konsummuster** von großer Bedeutung. Inwieweit sich Nachhaltigkeit als Leitmotiv der Wertschöpfung durchsetzt, hängt indes maßgeblich von der Akzeptanz und dem Kaufverhalten der Verbrauchenden ab. Nachhaltig erzeugte Lebensmittel weisen vergleichsweise hohe Preise auf, was dem gewohnten Muster eines möglichst kostengünstigen Einkaufs widerspricht.
- **Potenziale neuer Nahrungsquellen:** Globaler Handel und Forschung haben immer wieder neue Produkte als Nahrungsquellen hervorgebracht. Heute gibt es vereinzelt Insekten im deutschen Handel, die im asiatischen Raum längst präsent sind. Besonders tierische Proteine als wichtiger Baustein der menschlichen Ernährung werden in Zukunft ein knappes Gut. Die Bemühungen der Ernährungswirtschaft, Alternativen zum wertvollen Fleisch zu finden, sind daher vielfältig. Sogar die komplett synthetische Herstellung von Nahrung scheint, zumindest laut ausgewählten Forschern, eine mögliche Lösung zu sein.  
Oft ist es aber auch eine Frage der Ernährungsgewohnheiten; so sind pflanzliche Proteinquellen eine echte Alternative und können an die Genussvorstellungen der Verbrauchenden angepasst werden. Neben der Ernährungsphysiologie führen auch die Bedürfnisse einer alternden Gesellschaft zu Veränderungen in der Lebensmittelproduktion. Auch neue Nahrungsquellen mit positiven Eigenschaften für den menschlichen Organismus und die Gesundheit, sogenannte Superfoods, stehen immer häufiger im Fokus von Produktentwicklungen.

- **Vertikale Landwirtschaft und Home Farming:** Sowohl in der Gastronomie als auch im eigenen Haushalt liegt die Kultivierung von pflanzlichen Produkten am Verkaufspunkt oder am Ort des Verzehrs im Trend. Zukunftstechnologien wie „Home Farming“, „Vertical Farming“ oder „Roof Gardening“ dezentralisieren Wertschöpfungsketten. Durch den Wegfall logistischer Prozesse bergen diese Entwicklungen Potenziale für dezentrale Versorgungsstrategien in Großstädten und Ballungszentren. Inwieweit diese Entwicklungen zu flächendeckenden Innovationen führen, hängt unter anderem davon ab, wie die Integration der Ideen mit anderen technologischen Lösungen wie zum Beispiel automatisierten Ernteprozessen und digitalen Anwendungen erfolgt. Auch die Einbettung in Konzepte des E-Commerce und Food Delivery spielen für diese Zukunftstechnologien eine wichtige Rolle.<sup>16</sup>



---

<sup>16</sup> BVE (2017): So schmeckt's in Zukunft –Trends und Innovationen in der Lebensmittelindustrie.

## „Der Verbrauchende“ als zentrale Richtschnur

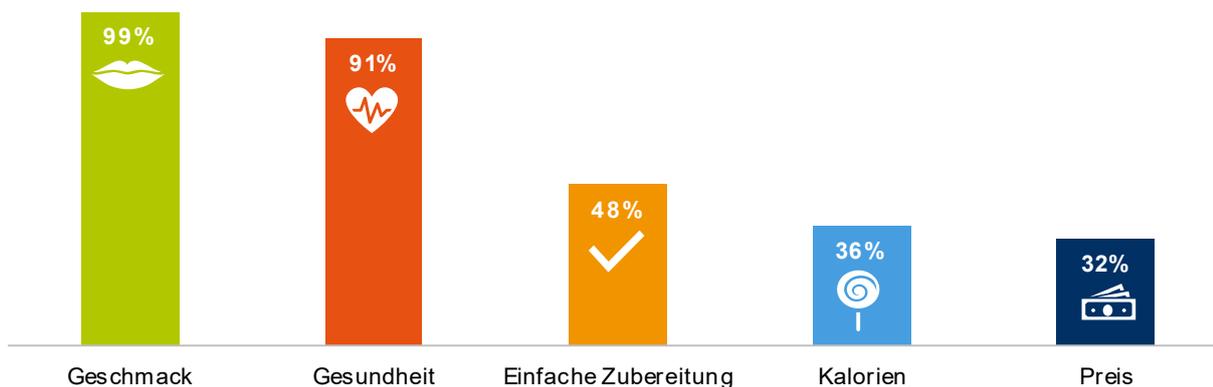
Insbesondere Verbraucherinnen und Verbraucher können durch Präferenzen und Vorlieben großen Einfluss auf Trends und Entwicklungen in der Ernährungswirtschaft nehmen. Es ist daher von besonderer Relevanz für die Unternehmen der Branche, **Vorlieben und Geschmäcker der Konsumentinnen und Konsumenten frühzeitig zu identifizieren und die Marktausrichtung entsprechend anzupassen.**<sup>17</sup>

Laut Verbraucherangaben in der Studie „Deutschland, wie es is(s)t“ ist das wichtigste Kriterium zur Beurteilung von Lebensmitteln der Geschmack, dicht gefolgt von gesundheitsbezogenen Aspekten. Zudem steht die Gesundheit bei der Ernährung häufig im Fokus: Kinder und Jugendliche sollen bereits in der Schule über gesunde Ernährung und die Wertschätzung von Lebensmitteln aufgeklärt werden. Die Kalorienanzahl und der Preis spielen laut dieser Erhebung eine vergleichsweise untergeordnete Rolle. Gleichwohl ist anzumerken, dass Verbrauchende in der unmittelbaren Kaufsituation häufig nicht nach diesen Prämissen handeln, sondern andere Kriterien, v.a. der Preis stärker ins Gewicht fallen.

”

„Die  
Hauptsache beim Essen:  
Es muss gut schmecken!“

Abbildung 20: Entscheidungskriterien für den Kauf von Lebensmitteln



Quelle: Eigene Abbildung nach Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2019).

Auch die Angabe von Informationen zu Lebensmitteln sind für viele Verbrauchende von zentraler Bedeutung. Verpackungsangaben zu Inhalts-, Zusatz- und Hilfsstoffen werden neben den Angaben zur Herkunft und dem Mindesthaltbarkeitsdatum als wichtig eingestuft. Gewünschte (freiwillige) Informationen sind artgerechte Tierhaltung, umweltverträgliche Produktionsweise, faire Produktionsbedingungen und Hinweise auf Gentechnikfreiheit.

<sup>17</sup> In verschiedenen Studien des BMEL wird das Konsumverhalten der Verbraucher untersucht. Vgl. z.B. BMEL (2019): „Deutschland, wie es isst“. Das hier untersuchte gesamtdeutsche Konsumverhalten ist auch auf NRW zu übertragen.

## 4. Vor- und nachgelagerte Sektoren

Die Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen und in Deutschland insgesamt ist eine weit entwickelte Branche und von hoher Bedeutung für die gesamte Volkswirtschaft. Eng mit den „traditionellen“ Kernbranchen der Verarbeitung verknüpft sind daher auch verschiedene vor- und nachgelagerte Bereiche. Üblicherweise bezeichnet die Wertschöpfungskette die verschiedenen Stufen der Produktion von der Rohstoffgewinnung bis zum Endkunden im In- oder Ausland. Das schließt bspw. in der Vorphase die Rohstoffförderung bzw. Ernte ein, in der Endphase den Vertrieb sowie bei Bezug und Auslieferung die Logistik und den Handel. Diese Definition ist grundsätzlich branchenunabhängig.

Dienstleistungen wie Logistik sind für die Unternehmen der Ernährungswirtschaft zur Optimierung von Kosten und Qualität von herausragender Wichtigkeit, z. B. bei Lagerung und Kommissionierung, Transport sowie Distribution. Der Dienstleistungssektor ist u. a. im Bereich der Analytik für die Ernährungswirtschaft von erheblicher Bedeutung. Mit zahlreichen öffentlich-rechtlichen und privaten Laboren verfügt Nordrhein-Westfalen über ein breites Spektrum der Nahrungsmittel- und Umweltanalyse. Viele neue Verfahren, wie z. B. die Stabil-Isotopenanalyse zur Bestimmung von Herkünften, stammen aus NRW.

### Die Wertschöpfungskette für Lebensmittel

Die Wertschöpfungskette der Ernährungswirtschaft stellt alle **zusammenhängenden Unternehmensaktivitäten dar, die zur Produktion von Lebensmitteln** notwendig sind. Dies beginnt bei der Vorleistungsstufe, die Betriebsmittel wie Saatgut, Dünge- und Futtermittel und Agrarmaschinen umfasst, und verläuft sowohl über die Landwirtschaft, den Agrarhandel, die Verarbeitung als auch über den Lebensmitteleinzelhandel, zunehmend die Außer-Haus-Verpflegung bis hin zu den Verbrauchenden.

Die Anteile der einzelnen Stufen der Kette an der gesamten Wertschöpfung werden landesspezifisch nicht erhoben; über Input-Output-Tabellen (IOT)<sup>18</sup> lassen sich Lieferbeziehungen jedoch auf Bundesebene erfassen und verdeutlichen. Eine näherungsweise Ähnlichkeit mit der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft kann hierbei angenommen werden.<sup>19</sup>

Lieferseitig stammt laut Input-Output-Tabellen knapp ein Viertel des gesamten inländischen Güteraufkommens der Ernährungswirtschaft aus dem Ausland (23 %, davon 17 % aus der EU). Die Vorleistungen anderer Branchen machen etwa 59 % aus. Hiervon stammen die größten Teile aus der Landwirtschaft, Fischerei und Forstwirtschaft (16 %), anderen Nahrungsmittelerzeugern (15 %), dem Handel, Gast- und Verkehrsgewerbe (11 %), den IKT-, Finanz-, Unternehmens- und Immobiliendienstleistern (9 %) sowie anderen Industriebranchen (4 %). Die verbleibenden Anteile sind Wertschöpfung der Branche (vor allem Arbeitnehmerentgelte sowie Abschreibungen und Betriebsüberschüsse).

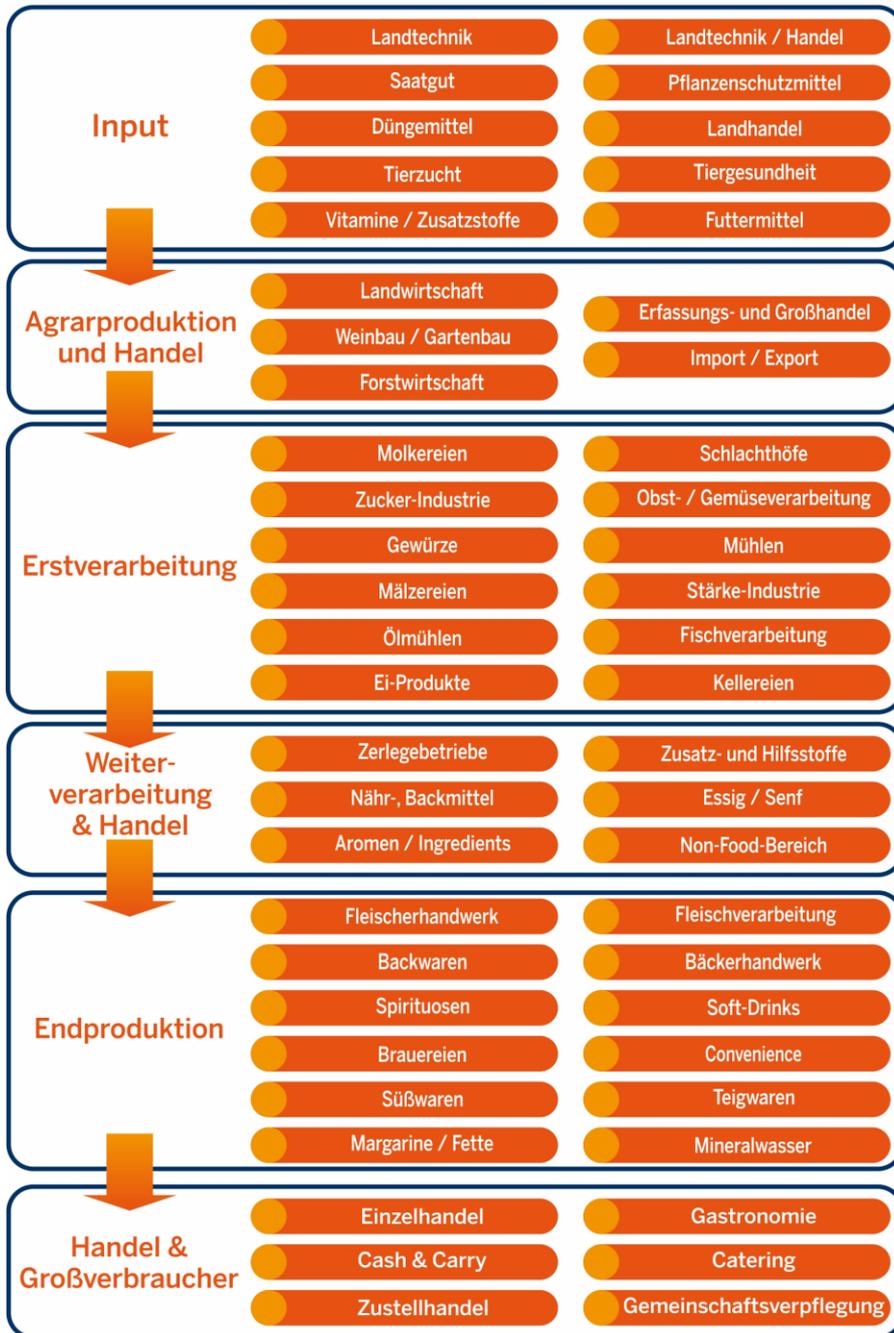
Abnehmerseitig geht den Input-Output-Tabellen zufolge etwas mehr als die Hälfte der Erzeugnisse der Branche direkt an heimische Endkunden (51 %), ein knappes Viertel an ausländische Kunden (24 %, davon 19 Prozentpunkte innerhalb EU). Vom verbleibenden Viertel nimmt die Ernährungswirtschaft selbst rund 15 % ab,

<sup>18</sup> Statistisches Bundesamt (2020): Input-Output-Tabelle.

<sup>19</sup> Zusätzlich zu der Erzeugung von Nahrungs-, Futtermitteln und Getränken werden in diesem Abschnitt die Tabakprodukte als Sektor der Ernährungswirtschaft verstanden.

mehrere Stufen der Wertschöpfung erfolgen also innerhalb der Branche. Weitere 5 % der Erzeugnisse dienen als Vorleistungen für die Dienstleistungsangebote des Handels, des Gastgewerbes und der Verkehrswirtschaft. Darüber hinaus sind öffentliche und sonstige Dienstleister sowie die Landwirtschaft Abnehmer von Erzeugnissen der Ernährungswirtschaft.

Abbildung 21: Wertschöpfungskette Ernährungswirtschaft



Quelle: AFC Consulting Group (2020).

## Die Ernährungswirtschaft kann in NRW auf eine gute Zulieferstruktur bauen

Die Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen ist auf **zahlreiche Wirtschaftsbereiche in direkter oder auch indirekter Weise auf Zulieferer angewiesen**. Dazu gehören die Landwirtschaft inkl. der Betriebsmittel-lieferanten (Saatgut, Tierzucht, Tierärzte, Geräte, IT-Lösungen), Ausrüsterindustrien (Maschinenbau, Anla-gentechnik, Chemie, Verpackungsmittel) sowie Handel und Dienstleister aller Art wie z. B. Gastgewerbe, Lo-gistik, IKT-, Finanzberatung sowie Immobilienverwaltung.

Nordrhein-Westfalen verfügt hier über sehr gute Rahmenbedingungen, um Zulieferbeziehungen für die Ernährungswirt-schaft dauerhaft zu gewährleisten. Im verarbeitenden Gewerbe bei-spielsweise finden sich zahlreiche Hersteller von Maschinen für die Nah-rungs- und Genussmittelerzeugung und von diversen Verpackungsmit-teln. Wichtige Verbindungen unterhält die Ernährungswirtschaft u. a. auch mit Herstellern von elektrischen Ausrüstungen, Armaturen, Hebe-zeugen und Fördermitteln, von kälte- und lufttechnischen Erzeugnissen sowie von Nutzkraftwagen und -motoren. Im Dienstleistungsbereich bestehen Verflechtungen mit dem Transportgewerbe, der Lagerung, Informations- und Kommunikationstechnologien, mit der Beratung und Werbung, dem Finanz-/ Gebäudeservice, Hygienesdienstleistungen und Zeitarbeit.

„NRW weist  
eine gute Infrastruktur hinsicht-  
lich Zulieferer etc. auf.“

## 5. Innovationen, Forschung und Entwicklung

Eine der weitreichendsten gesellschaftlichen Herausforderungen ist die wachsende Weltbevölkerung. 2050 werden über neun Milliarden Menschen auf der Erde leben. Die steigende Zahl an Menschen ballt sich insbe-sondere in den Städten aufgrund von höheren Beschäftigungschancen, höherem Einkommen und gesicherter Versorgung an diesen Standorten. Lebensmittel müssen daher standortunabhängig und zeitlich flexibel pro-duziert werden. Die Lebensmittelproduktion muss gesteigert und abnehmende Anbauflächen müssen effizi-enter genutzt werden. Diese Herausforderungen müssen durch Bildung, Wissenschaft und Forschung gelöst werden. Sie haben zum Ziel, das **Wirtschaftswachstum in der Ernährungswirtschaft effizienter und nachhal-tiger zu gestalten**. Das Ergebnis sind Innovationen und der technologische Fortschritt.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> BVE (2017): So schmeckt's in Zukunft –Trends und Innovationen in der Lebensmittelindustrie.

## Nordrhein-Westfalen ist reich an Bildungsstätten in der Agrar- und Ernährungswirtschaft

Um Innovationsprozesse in der Ernährungswirtschaft durch das Land Nordrhein-Westfalen zu fördern, werden **Universitäten und Forschungseinrichtungen substanziell unterstützt**. Investitionen in Forschung und Entwicklung gewährleisten langfristig eine Verbesserung von Prozessen entlang der Wertschöpfungskette für Nahrungsmittel. Relevante Forschungsleistungen entstehen auch in angrenzenden Bereichen der Ernährungswirtschaft wie Chemie und Pharma/ Nutraceuticals in den privaten Forschungsabteilungen entsprechender großer Unternehmen, die häufig eigene Instrumentarien zur Anbindung von Startups entwickeln.

In Nordrhein-Westfalen werden in neun Universitäten und Fachhochschulen insgesamt 31 fachwissenschaftliche Studiengänge und 28 Lehramtsstudiengänge mit einem agrar- und/ oder ernährungswissenschaftlichen Schwerpunkt angeboten. Nicht nur die hohe Anzahl an Studiengängen und Studienstandorten, sondern auch die Vielfalt an unterschiedlichen Themen in Zusammenhang mit der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen sticht hervor. So werden in einzelnen Studiengängen unterschiedliche Schwerpunkte, beispielsweise auf Technologie, Nachhaltigkeit oder Gesundheit, gelegt.<sup>21</sup> Aktuelle Leitthemen und Trends der Ernährungswirtschaft sind an den Universitäten und Fachhochschulen im Land gut abgedeckt. Die Anzahl der in diesen Studiengängen eingeschriebenen Studierenden lag im Wintersemester 2017/18 bei 6.708. Auch die Anzahl der Studienanfänger hat sich seit dem Jahr 2007 auf 1.987 Studierende (Stand 2017) mehr als verdoppelt.<sup>22</sup>

Abbildung 22: Studienstandorte mit Schwerpunkt in Ernährungs- und Agrarwissenschaften in NRW



Quelle: Eigene Abbildung.

<sup>21</sup> Ein Überblick über die Studiengänge der Agrar- und Ernährungswirtschaft in NRW ist unter „Weitere Informationen“ hinterlegt.

<sup>22</sup> Die 6.708 Studierenden setzen sich zusammen aus Studierenden der Ernährungswirtschaft (5.625) und Lehramtsstudierenden (1.083).

## Intensiver Technologietransfer in die Ernährungswissenschaft

Die Ergebnisse der anwendungsbezogenen Forschung werden von Hochschulen mittels eigener Transfereinrichtungen in die unternehmerische Praxis der Ernährungswirtschaft übermittelt. Diese sogenannten „In-Institute“ zeichnen sich durch ihre besonderen Forschungs- und Entwicklungskompetenzen aus. Darunter zählt bspw.:

- Das **Institut Lebensmitteltechnologie.NRW (ILT.NRW) der Hochschule Ostwestfalen-Lippe** in Lemgo mit ihren Forschungsschwerpunkten in den Bereichen Sicherheit und Qualität von Lebensmitteln und Nachhaltigkeit von Produktionsprozessen und -innovationen. Darüber hinaus bietet es neben Dienstleistungen primär für den Bedarf in der Lebensmittelindustrie und den Zulieferbetrieben auch Fortbildungen und Science-to-Business-Transfers an.
- Das **Institut für nachhaltige Ernährung (ISuN) der Fachhochschule Münster** dagegen bündelt die Fähigkeiten von Ernährungswissenschaft, Mikrobiologie, Ökonomie, Logistik, Ingenieuren und Betriebswirtschaft und stellt Unternehmen Angebote bereit, die es Menschen erleichtern sollen, sich sowohl im privaten Umfeld als auch am Arbeitsplatz und in anderen Lebensbereichen gesund und genussvoll zu ernähren.

## Lebendige Startup Szene in NRW

Unter Startups werden junge Unternehmen gefasst, die sich noch in der ersten Phase des Unternehmenszyklus befinden und auf ein hohes Umsatzwachstum durch Realisierung einer innovativen Geschäftsidee ausgerichtet sind.

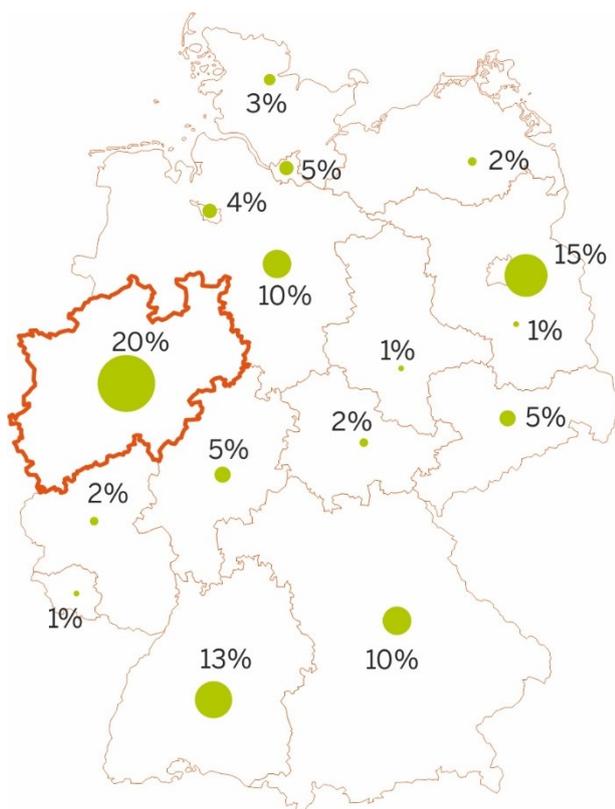
Die Startup Szene in Nordrhein-Westfalen ist gegenwärtig sehr lebendig. Insbesondere im Bereich der grünen Startups zeigt Nordrhein-Westfalen seine Stärken. Bei Betrachtung der Hauptsitze der teilnehmenden **grünen Startups**<sup>23</sup> hebt sich das bevölkerungsreichste Bundesland Nordrhein-Westfalen hervor: Rund jedes fünfte grüne Startup hat sich hier angesiedelt. An zweiter Stelle steht das Bundesland Berlin, gefolgt von Baden-Württemberg, Bayern und Niedersachsen. Die absolute Verteilung der grünen Startups unterscheidet sich damit nicht wesentlich von jener aller Startups in Deutschland.

”

*„Food Startups sind wichtige Impulsgeber für die Ernährungswirtschaft.“*

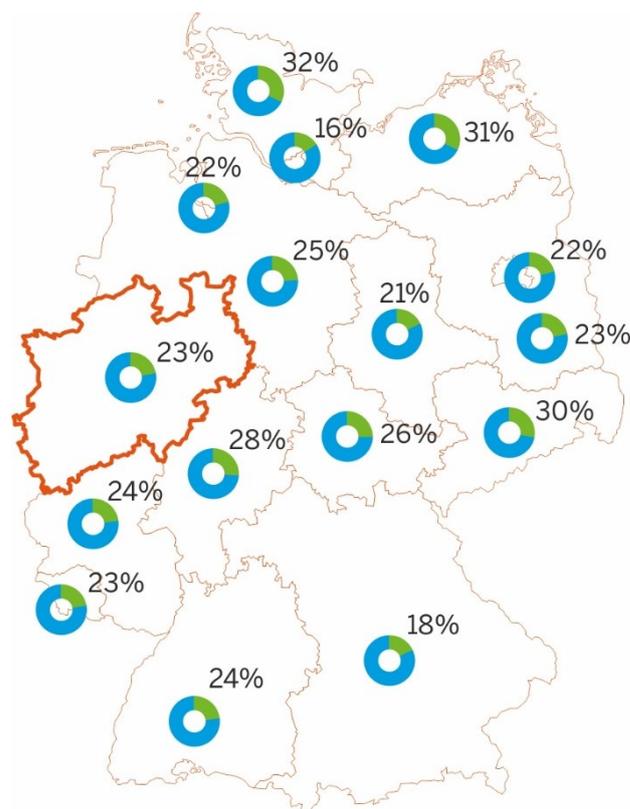
<sup>23</sup> Startups werden als grün eingestuft, wenn sie mit ihren Produkten und Dienstleistungen einen konkreten Beitrag zu Umwelt- und Klimaschutz leisten.

Abbildung 24: Verteilung der Grünen Startups über die Bundesländer (2018 & 2019)



Quelle: Eigene Abbildung nach Bundesverband deutsche Startups (2020): Green Startup Monitor 2020.

Abbildung 23: Anteil Grüner Startups an allen Sektoren in den jeweiligen Bundesländern (2018 & 2019)



Quelle: Eigene Abbildung nach Bundesverband deutsche Startups (2020): Green Startup Monitor 2020.

Auf Bundesebene steht der **Bundesverband Deutsche Startups e.V.** Gründerinnen und Gründern zur Seite und vertritt das Interesse von Startups gegenüber Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Mit Hilfe eines bundesweiten Netzwerks wird ein gleichberechtigter Austausch zwischen Startups, etablierter Wirtschaft und Politik geschaffen. So werden beispielsweise Startups in der Landwirtschaft unterstützt, indem der Startup-Verband mit dem Bauernverband kooperiert. Ziel dieser Kooperation ist ein schneller Wissenstransfer von der Agrar-Forschung in die landwirtschaftliche Praxis, beschleunigt durch eine engere Verknüpfung von Ag-Tech-Startups und praktischer Landwirtschaft.<sup>24</sup>

Auch das Bundesland Nordrhein-Westfalen verfügt über vielfältige Möglichkeiten zur Beratung von Gründern. Für Startups der Ernährungswirtschaft bietet der **Foodhub NRW als erstes und bislang einziges Netzwerk im Lebensmittelbereich in NRW** eine Innovationsplattform zur Verbindung/Zusammenführung von Akteuren der Agrar- und Lebensmittelbranche zur gemeinsamen Entwicklung von zukunftsgerichteten Lösungen. Dazu eingeladen sind nicht nur Experten unterschiedlicher Bereiche der Agrar- und Lebensmittelproduktion, sondern ebenfalls Vertreter aus angrenzenden Sektoren.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Bundesverband Deutsche Startups e.V. [<https://deusthestartups.org/der-verband/unsere-positionen/>].

<sup>25</sup> Foodhub NRW [foodhub-nrw.de].

Zudem bietet das **STARTERCENTER NRW** Existenzgründerinnen und -gründern Starthilfe, damit die ersten Schritte auf dem Weg in die Selbstständigkeit gelingen. Landesweit beraten und informieren sie an 75 Standorten zu Gründung und Firmenentwicklung. Träger der STARTERCENTER NRW sind Handwerkskammern, Industrie- und Handelskammern oder kommunale Wirtschaftsförderungen.

### **Digitalisierung als Innovationstreiber in der Ernährungswirtschaft – Transparenz für Industrie und Verbrauchende**

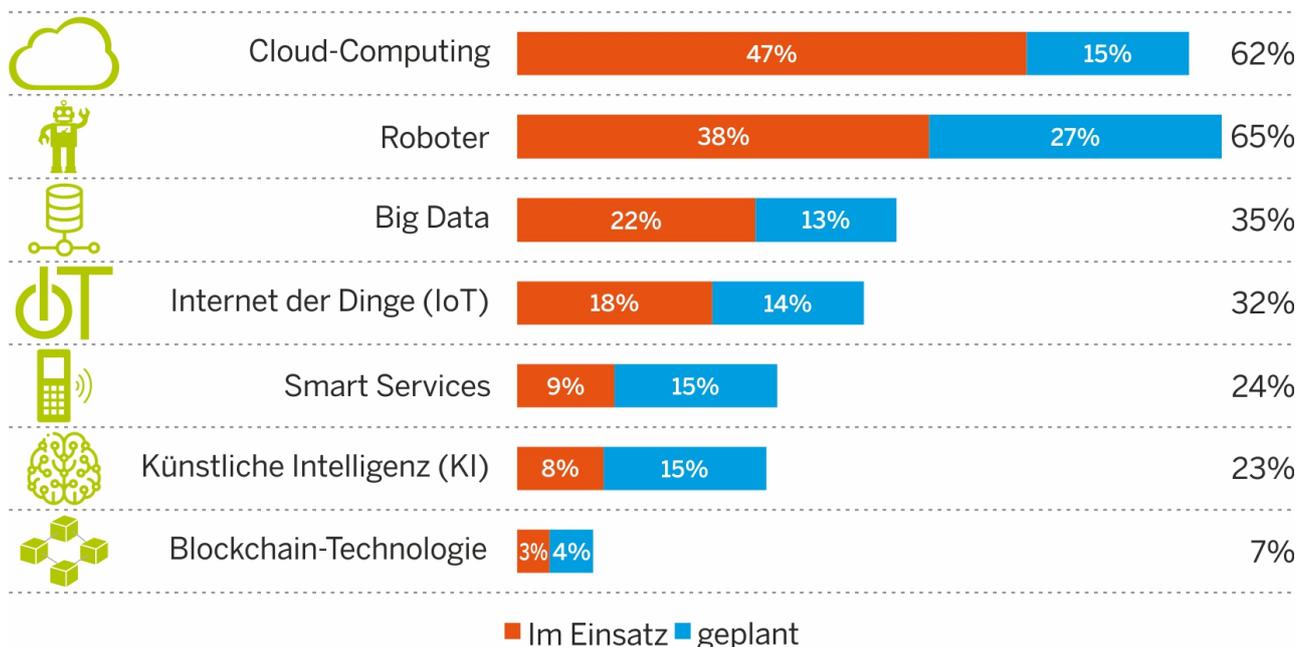
Digitalisierung wird in der Ernährungswirtschaft vielfach als Lösung für Herausforderungen der Branche gesehen. Lebensmittel aus dem 3D-Drucker, intelligente Verpackungen zur Überprüfung der Haltbarkeit und die digitale Rückverfolgung der Produkte vom Teller bis zum Acker – in den kommenden Jahren wird sich die Ernährungswirtschaft deutlich verändern. Digitalisierung bietet der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft die Chance, Arbeitsprozesse effizienter zu gestalten, indem Ressourcen eingespart und die Qualität der Waren verbessert werden.

In einer gemeinsamen Studie von *bitkom* und *BVE* wurden mehr als 300 Unternehmen zur Digitalisierung der Ernährungswirtschaft befragt.

- Die Mehrheit der Unternehmen der Ernährungswirtschaft sehen **Digitalisierung als Chance**. Nahezu alle Unternehmen erwarten durch die Digitalisierung verbesserte Prozesse und höhere Produktionseffizienz. Zudem prognostizieren sie eine verbesserte Qualität von Produkten und mehr Nachhaltigkeit sowie mehr Transparenz in den Prozessen. Zudem gab die Mehrheit der Unternehmen an, dass die Betriebe durch Digitalisierung näher an die Verbraucherinnen und den Verbraucher rücken und eine flexiblere Arbeitsorganisation möglich wird. Ein weiterer Vorteil ist die höhere Individualität von Produkten und Services.
- Gleichzeitig sehen die meisten Unternehmen **Digitalisierung als Herausforderung** für die Ernährungswirtschaft und erkennen große Hürden auf dem Weg dorthin. Fast alle Unternehmen gaben an, dass der Fachkräftemangel ein Hemmnis sei, um die digitale Transformation aktiv zu gestalten. Die meisten Unternehmen haben aktuell intern kein Team, das sich mit Digitalisierungsthemen auseinandersetzt. Weitere Faktoren, die Digitalisierung in der Ernährungswirtschaft hemmen, sind hohe Investitionskosten, mangelnde Praxisreife der Technologien und die Gefahr der Spionage von Betriebsdaten.

Es zeigt sich, dass Digitalisierung bei den meisten Unternehmen als wichtig angesehen wird und Strategien zur Bewältigung des digitalen Wandels digitale Technologien vorbereitet: In der Umfrage gaben zwei von drei Unternehmen an, digitale Lösungen zu nutzen; jedes vierte Unternehmen plant konkret den Einsatz und weitere 5 % diskutieren ihn.

Abbildung 25: Überblick digitaler Technologien, für die sich die Unternehmen einsetzen



Quelle: Eigene Abbildung nach Bitkom Research (2019).

Viele Unternehmen der Ernährungswirtschaft haben sich schon auf den Weg gemacht und sind offen für den digitalen Wandel. Vergleicht man jedoch die Szenarien mit dem heutigen Einsatz und den konkreten Planungen, wird deutlich, dass vieles noch Zukunftsmusik ist. Um die Digitalisierung in der Ernährungswirtschaft zu stärken, wird ein **klarer Rechtsrahmen für Datensicherheit sowie ein besserer Breitbandausbau** gefordert. Hinzu kommen ein **praxistauglicher Datenschutz und Fördermittel für Aus- und Weiterbildung von Beschäftigten**.<sup>26</sup>

### Weniger bzw. nachhaltigere Verpackung benötigt mehr Innovationen in der Ernährungswirtschaft

Neben Innovationen und Forschung im Bereich der Prozessabläufe sowie der Erzeugung rückt auch die **nachhaltige Verpackung von Lebensmitteln** zunehmend in den Fokus der Ernährungswirtschaft. Auch die EU hat ein Maßnahmenpaket verabschiedet, mit dem der Plastikmüll in der Umwelt verringert werden soll. Grundsätzlich kann auf Verpackungen nicht verzichtet werden, um hohe Qualität, Sicherheit und Angebotsvielfalt von Lebensmitteln sicherzustellen. Umso wichtiger ist es, bei der Herstellung **Rohstoffe sorgsam einzusetzen und natürliche Ressourcen zu schonen**. So hat die Verpackungsindustrie im Hinblick auf nachhaltige und innovative Lösungen in den vergangenen Jahren deutliche Fortschritte gemacht. Verpackungen aus Plastik erhalten dadurch immer mehr Konkurrenz.

Die Ernährungswirtschaft ist sich ihrer Verantwortung für Nachhaltigkeit bei der Lebensmittelherstellung bewusst. Dies umfasst auch die Verpackungen, die zur Anpassung an die Haushalts- und Verbrauchergewohnheiten in der Tendenz kleiner werden. Bei länger haltbaren Produkten bieten die Hersteller den Inhalt häufig

<sup>26</sup> BITkom, BVE (2019): Ernährung 4.0 – Digitalisierung bringt Transparenz für Industrie und Verbraucher.

in verschiedenen Portionen an, so dass eine Packung nicht auf einmal konsumiert werden muss. Eine andere Möglichkeit, bedarfsgerecht zu portionieren, sind wiederverschließbare Verpackungen. Diese Angebote sind vor allem aufgrund der hohen Anzahl von Single- oder Zweipersonenhaushalten und einer mobilen Gesellschaft wichtig; sie leisten außerdem einen Beitrag zur Begrenzung von Lebensmittelverschwendung.<sup>27</sup>

**Verpackungsfreie Supermärkte**, die fast vollständig auf die Verpackung von Lebensmitteln verzichten, gibt es längst auch in Nordrhein-Westfalen, und diese entwickeln sich insbesondere in Großstädten wie Köln oder Düsseldorf zu einem Trend.<sup>28</sup> Ziel ist es, weitestgehend ohne Einwegverpackungen auszukommen. Die verpackungsfreien Supermärkte bieten ihre Waren „offen“ oder (falls nicht anders möglich) in wiederverwendbaren (Pfand-) Behältern an. Kunden können sich die gerade benötigte Menge selbst abfüllen oder einpacken und tragen zur Reduktion von Plastikmüll bei.

## 6. Vernetzung

Für die Zusammenarbeit der Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Institutionen entlang der Wertschöpfungskette und auf den einzelnen Wertschöpfungsstufen werden Netzwerke benötigt, um das gesamte Innovationspotenzial der Unternehmen abzurufen und eine Wachstumsdynamik zu schaffen. Für kleine und mittlere Unternehmen bieten Netzwerke die Chance, Synergieeffekte zu nutzen, um die Wertschöpfung der Branche zu verbessern. Darüber hinaus bietet ein breit aufgestelltes Wissenschafts- und Forschungsumfeld gute Voraussetzungen für den Ausbau eines Qualitätsvorsprungs im internationalen Wettbewerb.

Regionale Netzwerke unterstützen die Etablierung regionaler Wertschöpfungsketten, sei es bei der Wiederentdeckung alter Obstsorten für Keltereien, sei es bei der Vermarktung aus der Region für die Region. Hier werden oftmals Vermarktungs- und Prozessinnovationen mit traditioneller Genetik und Verarbeitungskultur verknüpft. Beispiele liefern die diversen Schutzgemeinschaften für Geoschutz-Produkte aus NRW oder Regional-Initiativen wie Bergisch pur, Feines vom Land und mein Ei-NRW.

---

<sup>27</sup> BVE (2016): FAKT: ist Lebensmittelverpackung.

<sup>28</sup> Eine Auswahl an Unverpackt-Läden in NRW finden Sie hier: enorm (letzte Aktualisierung: 12.02.2020): ZERO WASTE - Unverpackt-Läden in Deutschland. [<https://enorm-magazin.de/lebensstil/nachhaltiger-konsum/zero-waste/unverpackt-laeden-deutschland>].

## Vernetzung über Verbände – hohe Verbandsdichte in Nordrhein-Westfalen

In Nordrhein-Westfalen existieren **zahlreiche Branchenverbände**. Diese verfolgen das übergeordnete Ziel, die Unternehmen des Sektors in ihrer Arbeit zu unterstützen. Insbesondere in Nordrhein-Westfalen, wo eine vorrangig mittelständische Struktur der Unternehmen vorherrscht, sind diese Strukturen von besonderer Bedeutung. Für kleine und mittelständische Unternehmen bietet die Netzwerkbildung eine Chance, Synergien zu nutzen und durch Wissenstransfer von anderen zu lernen.

Vernetzungen durch Verbände innerhalb einer Teilbranche lassen sich in Nordrhein-Westfalen jeweils auf verschiedenen Stufen der Wertschöpfung beobachten. Verschiedene bundesweit agierende Verbände sind mit Landesverbänden in Nordrhein-Westfalen vertreten und dienen somit als konkrete Ansprechpartner im Bundesland. So sind im Bereich der Landwirtschaft zwei Landesbauernverbände in Nordrhein-Westfalen ansässig: Der Rheinische Landwirtschaftsverband (RLV) und der Westfälisch-Lippische Landwirtschaftsverband (WLV). Hinzu kommt der Provinzialverband Rheinischer Obst- und Gemüsebauern, eine berufsständische Interessenvertretung der Obst- und Gemüseerzeuger im Landesteil Nordrhein.

Gleichzeitig sind in Nordrhein-Westfalen einschlägige Verbände auf Ebene des Handwerks tätig. Hierzu gehören beispielsweise der Landesinnungsverband des Konditorenhandwerks Nordrhein-Westfalen oder der Verband des rheinischen Bäckerhandwerks. Der Brauereiverband NRW oder der Fleischerverband Nordrhein-Westfalen vernetzen Unternehmen der jeweiligen Branche auf Stufe der Verarbeitung. Auch auf Stufe des Handels in der Ernährungswirtschaft (z. B. Handelsverband Nordrhein-Westfalen) oder im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung (z. B. DEHOGA Nordrhein-Westfalen) unterstützen Verbände die Vermarktung von Lebensmitteln aus Nordrhein-Westfalen.



## Vernetzung zwischen den Wertschöpfungsstufen

Vernetzung in Nordrhein-Westfalen findet aber nicht nur innerhalb einzelner Wertschöpfungsstufen statt. Auch **zwischen verschiedenen Wertschöpfungsstufen ist die Zusammenarbeit von Unternehmen von großer Bedeutung**. Dies gilt insbesondere dort, wo Transparenz, Planungssicherheit und Kundenorientierung in der Lebensmittelherstellung von besonders hoher Bedeutung sind und die Qualität des Produktes sowie die regionale Herkunft im Vordergrund stehen.

**Bespielhaft für eine solche Verknüpfung einzelner Stufen der Wertschöpfung in Nordrhein-Westfalen ist das „Strohschwein“**. Die Schweinehaltung auf Stroh stellt eine neue und besonders artgerechte Aufzucht von Schweinen dar. Das „Strohschwein“ führt zu einer höheren Fleischqualität, die entsprechend vermarktet werden kann. Einzelne Unternehmen in Nordrhein-Westfalen haben sich bereits für die Produktion von „Strohschweinen“ entschieden und stellen so Premiumfleisch unter besonders nachhaltigen Bedingungen her. Das Konzept der Strohschweine kann jedoch nur funktionieren, wenn der Mehraufwand ausreichend vergütet und entlang der gesamten Wertschöpfungskette transparent gemacht wird. Ziel muss es daher sein, für das Lebensmittel eine Wertschöpfungskette zu definieren, die auf jeder Stufe ein Premium-Prädikat verdient. Qualität entsteht durch mehr Anstrengung auf allen Prozessstufen (Erzeugung, Mast, Schlachtung, Zerlegung, Verarbeitung) und muss gleichzeitig auf allen Stufen transparent gemacht werden. Vor diesem Hintergrund erfährt Qualität auch mehr Wertschätzung beim Konsumierenden: Nur so kann bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern ein ausgeprägteres Bewusstsein und eine höhere Zahlungsbereitschaft für hohe Lebensmittelqualitäten geweckt werden.

## Förderung von Vernetzungen von Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Die Unternehmen vernetzen sich nicht nur innerhalb der eigenen (Teil-) Branche, sondern auch quer nach thematischer Ausrichtung mit Netzwerken benachbarter Branchen oder auf regionaler Ebene – und dies durchaus in eigener Initiative. Bestehende Netzwerke umfassen dementsprechend etwa die sich selbst tragenden Vereine

- **FPI e.V.** (Food Processing Initiative, Netzwerk von Lebensmittelherstellern, Ausrüsterindustrien und wissenschaftlichen Einrichtungen) und
- **Ernährung-NRW e.V.** (Schwerpunkt regionale Unternehmen)
- **LVÖ NRW** (Schwerpunkt Ökologischer Landbau)
- **FoodHub NRW** (Schwerpunkt Startups)

Von der Landesregierung geförderte Netzwerke wie **Bio.NRW - The home of biotech** haben Schnittmengen mit Teilbereichen der Ernährungswirtschaft. Über die Landesgrenzen hinaus bestehen ebenfalls internationale Vernetzungen, darunter v. a. innerhalb der Europäischen Union. Die Unternehmen der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft sind dabei über große Konsortien, als Partner bei Projekten aus den Interreg-Programmen, Horizon 2020 und EIT Health, über europäische Verbände wie EuropaBio, über Netzwerke wie NRW.Europa und über EU-Plattformen wie Smart Sensor 4 Agri-Food in der internationalen Landschaft präsent.

## 7. Internationalisierung

### Importe und Exporte der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen weiterhin im Aufwärtstrend

Der Exportwert der Warengruppe der Ernährungswirtschaft betrug 2018 in Nordrhein-Westfalen rund 12 Mrd. Euro und hat sich damit von 2002 bis 2018 mehr als verdoppelt. Auch die Importe von Erzeugnissen der Ernährungswirtschaft nach Nordrhein-Westfalen haben sich deutlich gesteigert, im Jahr 2018 auf rund 19 Mrd. Euro. Damit importierte das Bundesland netto Lebensmittel in Höhe von knapp 7 Mrd. Euro und liegt damit seit 2002 vergleichsweise stabil in einem Bereich von 6 bis 7 Mrd. Euro. Die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft weist damit einen **soliden Export und einen hohen Import an Lebensmitteln** auf.

Abbildung 26: Entwicklung Import-/ Exporte der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen (in Mrd. Euro)



Die Daten stellen den Export/ Import der ausgewählten Warengruppe „Ernährungswirtschaft“ aller Handelspartner insgesamt dar. Die Ernährungswirtschaft beinhaltet hierbei den Wert aus lebenden Tieren, Nahrungsmitteln tierischen Ursprungs, Nahrungsmitteln pflanzlichen Ursprungs und Genussmittel.

Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Diese hohe Importnachfrage ist insbesondere damit zu begründen, dass Nordrhein-Westfalen hohe Bevölkerungszahlen aufweist, die durch die Ernährungswirtschaft im eigenen Land nur teilweise versorgt werden können. Hinzu kommt, dass Nordrhein-Westfalen aufgrund geografischer und klimatischer Bedingungen auf den Import, beispielsweise von Südfrüchten, angewiesen ist.

Die höchsten Importe fallen daher bei Nahrungsmitteln pflanzlichen Ursprungs an. Hierzu gehören primär frisches Gemüse inkl. sonstiger Küchengewächse, Ölfrüchte sowie pflanzliche Öle und Fette sowie Frischobst (ohne Südfrüchte).<sup>29</sup> Über die Hälfte der Ausfuhren sind ebenfalls Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs, darunter primär Backwaren, Kakao und Kakaoerzeugnisse, pflanzliche Öle und Fette sowie Zuckerrüben, Zucker und Zuckererzeugnisse. Hierbei handelt es sich in erster Linie um weiterverarbeitete Waren, wofür die starke verarbeitende Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen die Grundlage legt.

<sup>29</sup> Bei der Importstatistik nach Bundesländern ist zu beachten, dass das letztendliche Bestimmungsland oft noch nicht bekannt ist und dementsprechend nicht erfasst werden kann.

Abbildung 27: Export und Import der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen nach Warengruppen (in Mrd. Euro, 2018)



Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Im bundesdeutschen Vergleich wird deutlich, dass Nordrhein-Westfalen **keine überdurchschnittlich hohen Exporte** in der Ernährungswirtschaft aufweist. Insgesamt kamen im Jahr 2018 circa 17 % der deutschen Exporte aus Nordrhein-Westfalen. Dieser Anteil ist seit 2002 nur minimal gestiegen, da die Nahrungsmittlexporte in Deutschland insgesamt fast ebenso stark gewachsen sind wie in Nordrhein-Westfalen. Der Importanteil NRWs ist dagegen im Bundesvergleich ausgeprägter: Insgesamt flossen 2018 circa 23 % der deutschlandweiten Nahrungsmittelimporte nach Nordrhein-Westfalen.

### Europäische Nachbarländer sind wichtigste Auslandsmärkte

Eine **hohe internationale Vernetzung** weist die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft mit den europäischen Nachbarländern auf. Hierbei sind in erster Linie die Niederlande sowie Frankreich, Großbritannien, Belgien und Italien zu nennen. Nordrhein-Westfalen hat aufgrund der Grenzlage zu verschiedenen europäischen Nachbarländern kurze Lieferwege, die einen effizienten Transport von nordrhein-westfälischen Waren ins EU-Ausland ermöglichen.

Diese **Nähe zum Ausland ist eine wesentliche Stärke der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen**, da hierdurch nicht nur auf dem deutschen, sondern auch auf dem europäischen Binnenmarkt Lebensmittel zu geringen Transportkosten abgesetzt werden können. Die Stärke der Niederlande als Absatzland bedingt sich auch durch den Hafen in Rotterdam, von dem aus Lebensmittel in die ganze Welt verschifft werden.

### Aktuelle Bewegungen auf den Auslandsmärkten: Beispiel Brexit

Der Handel in der Ernährungswirtschaft auf Auslandsmärkten ist grundsätzlich stark von externen Einflüssen gesteuert. Im Außenhandel bestehen vielfach Risiken, die deutlich höher sind als der Kauf und Verkauf im eigenen Land. Dennoch ist der Außenhandel insbesondere für die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft von großer Bedeutung: Die Internationalisierung im Agrar- und Ernährungshandel trägt dazu bei, die Umverteilung von Nahrungsmitteln aus Überschussregionen in Defizitregionen auszugleichen. Der Import/Export von Waren führt zudem zu einem weltweiten Ausgleich zwischen Regionen mit unterschiedlichem Nah-

rungsangebot sowie einer nachhaltigen und standortangepassten Nutzung von Ressourcen. Politische Konflikte stellen dagegen eine Herausforderung dar, die den Handel zweier oder mehrerer Länder negativ beeinflussen können.

So wird aktuell der Effekt des Brexits auf die Ernährungswirtschaft vielfach diskutiert. Großbritannien ist einer der wichtigsten Handelspartner für Deutschland und Nordrhein-Westfalen. Der Importwert von Waren aus Nordrhein-Westfalen in Großbritannien betrug im Jahr 2016 rund 13,2 Mrd. Euro. Es erscheint daher unstrittig, dass der Brexit einen Effekt auf die Ernährungswirtschaft aufweist und die damit verbundene (mögliche) Einführung von Handelsbarrieren einen potenziell starken Einfluss auf die deutschen Agrar- und Ernährungsmärkte haben kann.

Die Auswirkungen auf die nordrhein-westfälische Wirtschaft sind stark davon abhängig, ob es im Anschluss an die aktuelle Übergangsphase zu einem Abkommen zwischen Großbritannien und der EU kommt. Ohne Abkommen würden beispielsweise Zölle nach dem Allgemeinen Zoll- und Handelsabkommen (GATT) erhoben werden.<sup>30</sup> In diesem Szenario besteht ein **hohes Risiko für die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft**, da die Nahrungsmittelexporte in das Vereinigte Königreich deutlich zurückgehen würden. Besonders ausgeprägt wären die Auswirkungen des Brexits für die Ernährungsindustrie, kleinere Handwerksunternehmen sind weniger stark auf den Export von Waren ausgerichtet und blieben daher vom Brexit in weiten Teilen unberührt.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Land NRW: Informationen zum Brexit für Unternehmen [<https://www.land.nrw/de/informationen-zum-brexit-fuer-unternehmen>], Status: 29.05.2020.

<sup>31</sup> Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (2019): Der Brexit und die Potenziale des Binnenmarktes für NRW.

## II. Starke Branchen im Wettbewerb

### 1. Schlachtung und Fleischverarbeitung

Die Tierhaltung in Deutschland konzentriert sich artübergreifend auf drei Bundesländer: Bayern, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen. **Nordrhein-Westfalen ist traditionell ein Zentrum der Fleischverarbeitung** in Deutschland. Die durch gewerbliche Schlachtungen von sowohl inländischen als auch ausländischen Nutztieren produzierte Menge betrug im Jahr 2018 insgesamt über 2 Mio. Tonnen, wobei der Großteil der Schlachtmengen auf Schweine entfällt. Dies ist u. a. auf die hohe Konzentration der Schweinehaltung und -zucht in einzelnen Regionen wie z. B. Westfalen zurückzuführen. Die Anzahl der Betriebe in der Teilbranche Schlachten und Fleischverarbeitung der Ernährungsindustrie ist im Vergleich zu 2008 auf 253 Betriebe (plus ca. 25 %) im Jahr 2018 angestiegen.

Abbildung 28: Übersicht Schlachten und Fleischverarbeitung NRW (2018)



 Betriebe	253
 Umsatz	12,40 Mrd. Euro
 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	36,672

Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Die Umsätze des Sektors Schlachtung und Fleischverarbeitung verbuchten im Jahr 2018 einen Zuwachs von knapp 27 % gegenüber dem Jahr 2008. Damit verzeichnet die Teilbranche den zweithöchsten Umsatzzuwachs der Ernährungsindustrie in Nordrhein-Westfalen in diesem Branchenvergleich. Zudem ist ein stärkerer Umsatzanstieg in diesem Sektor als in Deutschland insgesamt festzustellen. In den Schlachtereien und der Fleischverarbeitung ist die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten seit 2007 um 51 % auf 36.672 gestiegen.

In der Schlachtung und Fleischverarbeitung ist ein **hoher Anteil an Fremd-Arbeitskräften** tätig. In der Fleischindustrie setzten Arbeitgeber immer mehr auf Sub-Unternehmer, die Werkvertragsarbeiter einsetzen, v.a. aus dem EU-Ausland. Die Industrie argumentiert, so besser auf Produktionsschwankungen reagieren zu können. Gleichzeitig ist aber festzustellen, dass die Fremd-Arbeitskräfte häufig mit **schlechten Lohn- und Arbeitsbedingungen beschäftigt** werden – ein Umstand, der im Zuge des aktuellen Pandemiegeschehens besonders offenkundig geworden ist. Als Konsequenz aus dem Pandemiegeschehen ist beabsichtigt, aus der Konstruktion der Werkverträge auszusteigen.

„*„Fleisch aus NRW hat gute Vermarktungsmöglichkeiten – auch ins Ausland.“*“

Die Exporte von Nahrungsmitteln tierischen Ursprungs, insbesondere Fleisch, machen einen signifikanten Anteil der nordrhein-westfälischen Agrarexporte aus, was die Bedeutung der Fleischwirtschaft für den **Außenhandel** Nordrhein-Westfalens unterstreicht. Im Vergleich zum Jahr 2008 sind die Auslandsumsätze 2018 um insgesamt 67 % gestiegen. Auch die Exportquote hat um 4,5 Prozentpunkte zugelegt. Der deutsche Außenhandel mit Fleisch ist seit Jahren gekennzeichnet von einem deutlichen Exportüberhang und spielt sich größtenteils innerhalb des europäischen Wirtschaftsraumes ab. Auch Asien, v.a. China, darf beim Export von Schlachtwaren nicht vernachlässigt werden.

Abbildung 29: Auslandsumsätze und Exportquote der Teilbranche Schlachten und Fleischverarbeitung NRW (2018)



	2018	Veränderung 2008 - 2018
Auslands- umsatz	2,305 Mrd.	67%
Export- quote	19%	4,5%-Pkt.

Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Die **hohe Marktkonzentration** begünstigt die Wettbewerbsfähigkeit der nordrhein-westfälischen Unternehmen, insbesondere auf den Auslandsmärkten. Hinzu kommen gut **ausgebaute** Vermarktungswege, z. B. nach Asien. Aufgrund unterschiedlicher Verzehrgegewohnheiten sowie vielfältigen Möglichkeiten der Weiterverarbeitung besteht ein sehr hoher Grad der Verwertung.

Knapp 30 % der bundesdeutschen Umsätze in der Teilbranche Schlachten und Fleischverarbeitung entfielen 2018 auf Nordrhein-Westfalen. Dieser Anteil am gesamten Bundesaufkommen unterstreicht die Bedeutung Nordrhein-Westfalens für die deutsche Fleischwirtschaft. Den Schweinemästern in Nordrhein-Westfalen steht obgleich der **hohen Konzentration der Veredelungswirtschaft eine überdurchschnittlich große Anzahl an Schlachtunternehmen** in unmittelbarer Umgebung zur Verfügung. Besonders beachtenswert ist dabei, dass mit Tönnies, Vion, Westfleisch, Danish Crown, Tummel, der Willms Gruppe und Manten gleich sieben der zehn national größten Schlachtunternehmen mit Produktionsanlagen in Nordrhein-Westfalen vertreten sind. In der nordrhein-westfälischen Fleischwirtschaft besteht ein **hoher Grad der Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette** und gleichzeitig eine **hohe Arbeitsflexibilität**.

Gleichzeitig ist festzustellen, dass der Sektor bereits aktuell stark von politischen Restriktionen (Düngeverordnung, gesteigerte ökologische Anforderungen) beeinflusst ist. Auch gesellschaftliche Themen wie **Tierschutz und Nachhaltigkeit** in der Fleischproduktion sowie **veränderte Verzehrgegewohnheiten** der Konsumentinnen und Konsumenten sind in diesem Sektor von hoher Relevanz.

Das Wachstum des Sektors geht zu weiten Teilen zu Lasten der landwirtschaftlichen Produktion und der Fleischverarbeitung, die in vielen Bereichen u. a. in der Haltung von Tieren an ihre Grenzen stößt. Für die Zukunft zeigt insbesondere Premiumfleisch Potenziale auf.



## 2. Herstellung von Back- und Teigwaren

Die Herstellung von Back- und Teigwaren hat in Nordrhein-Westfalen **lange Tradition**. Dies zeigt sich unter anderem in der **Vielfalt der verarbeiteten Produkte** dieser Branche. Hierzu gehören diverse Brotsorten, Kuchen oder Gebäck. Mit den „Aachener Printen“ und dem „Westfälischen Pumpernickel“ fallen Back- und Teigwaren aus Nordrhein-Westfalen unter die von der EU geschützten regionalen Spezialitäten.

Zudem zeigt sich die Bedeutung der Herstellung von Back- und Teigwaren für die nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft in den Kennzahlen: Die Branche weist die meisten Betriebe in der nordrhein-westfälischen Ernährungsindustrie auf. Hinzu kommen zahlreiche Bäckerhandwerksbetriebe, in denen Konsumentinnen und Konsumenten Back- und Teigwaren nach der Verarbeitung aus erster Hand erwerben können.

Abbildung 30: Übersicht Back- und Teigwaren NRW (2018)



 Betriebe	488
 Umsatz	5,24 Mrd. Euro
 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	47,875

Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Gleichwohl ist die Anzahl der Betriebe in den Bereichen Back- und Teigwaren im Vergleich zum Jahr 2008 um 27 Betriebe im Jahr 2018 gesunken. Damit macht dieser Sektor mit 45 % zwar nach wie vor den größten Anteil an Betrieben in der Ernährungsindustrie Nordrhein-Westfalens aus, der **Konzentrationsprozess ist hier jedoch u.a. aufgrund von Automatisierungen weiter vorangeschritten**.

Der Umsatz der Teilbranche Back- und Teigwaren betrug im Jahr 2018 rund 5,24 Mrd. Euro und verzeichnete damit gegenüber dem Jahr 2008 eine Steigerung von nahezu 19 %. Ein Viertel der deutschen Umsätze in der Teilbranche Herstellung von Back- und Teigwaren entfiel 2018 auf Nordrhein-Westfalen. Dieser Anteil hat in den vergangenen Jahren jedoch abgenommen, da der Produktbereich in Deutschland höhere Umsatzzuwächse aufweist. Ursächlich für diesen Rückgang ist zum einen eine **Sättigung des Marktes in Nordrhein-Westfalen**, während andere Länder aktuell höhere Wachstumskapazitäten aufweisen. Bei der Herstellung von Back- und Teigwaren ist die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten seit dem Jahr 2007 auf 47.875 (plus 10 %) geringfügig gestiegen.

Der Auslandsumsatz mit nordrhein-westfälischen Back- und Teigwaren ist im selben Zeitraum um gut 34 % angestiegen; auch die Exportquote hat (geringfügig) um knapp 1,2 Prozentpunkte zugelegt. Das gesamte Exportvolumen der Back- und Teigwarenindustrie ist im Vergleich zu anderen Teilbranchen der Lebensmittelindustrie auf einem eher niedrigen Niveau. Aufgrund von teils **sehr unterschiedlich ausgeprägten internationalen Verbraucherverhalten und verschiedener Konsumvorlieben bezüglich Back- und Teigwaren** spielen die Auslandsmärkte in diesem Sektor eine untergeordnete Rolle. Zusätzlich dazu bestehen aus logistischer Betrachtung vor allem bei Backwaren, die zur Selbstbedienung verpackt sind, haltbarkeitsbedingte Probleme, die den Transport über große Distanzen zu einem Risiko machen.<sup>32</sup>

Abbildung 31: Auslandsumsätze und Exportquote der Teilbranche Back- und Teigwaren NRW (2018)



	2018	Veränderung 2008 - 2018
Auslandsumsatz	532,95 Mio.	34%
Exportquote	10%	1,2%-Pkt.

Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.



<sup>32</sup> Hans Böckler Stiftung (2018): Branchenanalyse Brot- und Backwarenindustrie [[https://www.boeckler.de/pdf/p\\_study\\_hbs\\_378.pdf](https://www.boeckler.de/pdf/p_study_hbs_378.pdf)].

### 3. Obst- und Gemüseverarbeitung

Knapp 30 % der bundesdeutschen Umsätze des Sektors Obst- und Gemüseverarbeitung entfielen 2018 auf Nordrhein-Westfalen, wodurch auch die Branche des Landes für die gesamte Bundesrepublik von großer Bedeutung ist.

Die Obst- und Gemüseverarbeitung profitiert hierzulande von einem **starken und vielseitigen Gartenbau**. Zudem besteht eine **gute Zusammenarbeit zwischen Gartenbaubetrieben und den nachgelagerten Stufen**, insbesondere der verarbeitenden Industrie. Nicht nur in der Direktvermarktung (in Hofläden oder auf dem Markt) wird frisches oder verarbeitetes Obst- und Gemüse verkauft; auch der Lebensmitteleinzelhandel steht zunehmend in Kooperation mit Unternehmen aus der Region und bietet diese Waren mit gezielter Kennzeichnung an. Andere Unternehmen der Branche schließen sich zu großen Erzeugergemeinschaften zusammen, um so u.a. Synergien in der Vermarktung der Produkte zu nutzen. Gleichzeitig weist Nordrhein-Westfalen insbesondere bei Südfrüchten hohe Importe auf: Hier besteht eine hohe Nachfrage im Bundesland, die aufgrund von klimatischen Bedingungen nicht durch regionale Produkte bedient werden kann.

„Die Verbraucher in NRW haben großes Interesse an frischem Obst und Gemüse aus der Region.“

In Nordrhein-Westfalen erfreut sich **frisches Obst und Gemüse aus der Region großer Beliebtheit**. Die Produkte mit regionaler Verankerung legen keine langen Transportwege zurück. Das spart Energie und schont damit Klima und Umwelt. Die Produkte kommen frisch von den Feldern und aus den Gewächshäusern des Landes. Darüber hinaus zählen Landwirtschaft und Gartenbau zur Landschaftskultur. Sie bestimmen das Landschaftsbild, spielen auch als Wirtschaftsfaktor der einzelnen Regionen eine wesentliche Rolle und bieten den Menschen Arbeits- und Lebensraum.



Die nordrhein-westfälische Obst- und Gemüseverarbeitung zählte im Jahr 2018 insgesamt 42 Betriebe, ein Zuwachs seit 2008 um rund 20 %. Auch die Umsätze legten in diesem Zeitraum mit über 33 % besonders deutlich zu und markierten den **stärksten Anstieg im Teilbranchenvergleich**. Generell verliefen die Umsatzentwicklungen der Obst- und Gemüseverarbeitung in Nordrhein-Westfalen und Deutschland in den vergangenen Jahren nahezu identisch.

Abbildung 32: Übersicht Obst- und Gemüseverarbeitung NRW (2018)

	 Betriebe	42
	 Umsatz	3,22 Mrd. Euro
	 sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte	5.840

Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Auch die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist um rund 25 % in den vergangenen 10 Jahren gestiegen. Ein besonders hoher Zuwachs deutet sich bei den im Nebenjob geringfügig Beschäftigten an: Hier waren 2018 insgesamt 170 Beschäftigte tätig, was einem Anstieg gegenüber 2007 von rund 62 % entspricht. In der Obst- und Gemüseverarbeitung ist damit die Arbeitsnachfrage insbesondere nach geringfügig Beschäftigten im Nebenjob deutlich angestiegen, was u.a. auf den **hohen Anteil an Saisonarbeiten zurückzuführen** ist. Gleichzeitig ist aber auch hervorzuheben, dass dieser Sektor mehr als andere Produktionsbereiche von Einflüssen wie einem **geringen Lohnniveau, Fachkräftemangel und auch regulativen Rahmenbedingungen** (Einsatz von Pflanzenschutzmitteln etc.) betroffen ist. Ursächlich hierfür ist u. a. die saisonal **stark heterogene Arbeitsnachfrage der Betriebe sowie die hohe körperliche Arbeitsbelastung**. Die Arbeitsnachfrage wird daher zu großen Teilen durch Saisonarbeitskräfte aus dem EU-Ausland bedient. Deren Verfügbarkeit ist daher für die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft von großer Bedeutung.

Dennoch ist festzustellen, dass 2018 mehr als ein Fünftel der nordrhein-westfälischen Umsätze der Obst- und Gemüseverarbeitung im Ausland erzielt wurden und diese in den vergangenen Jahren stetig angestiegen sind. Auch im Bereich der Obst- und Gemüseverarbeitung weist Nordrhein-Westfalen einen **hohen Grad der Veredelung** auf, so dass die Produkte auch im Ausland eine hohe Nachfrage erfahren. Weiterverarbeitete Produkte sind im Gegensatz zu Frischwaren besser für den Transport geeignet. Zudem weisen weiterverarbeitete Obst- und Gemüseprodukte aus Nordrhein-Westfalen eine höhere Produktindividualität auf.

Abbildung 33: Auslandsumsätze und Exportquote der Teilbranche Obst- und Gemüseverarbeitung NRW (2018)

		2018	Veränderung 2008 - 2018
	Auslands- umsatz	723,66 Mio.	42%
	Export- quote	23%	1,4%-Pkt.

Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.



## 4. Getränkeherstellung

Auch die Getränkeherstellung ist einer der zentralen Branchen der nordrhein-westfälischen Ernährungsindustrie. Während sich die Zahl der Betriebe seit 2008 um 11,1 % reduziert hat, sind die Umsätze in der gleichen Zeitspanne gestiegen. Folglich ist der **Konzentrationsprozess** in dieser Branche in den vergangenen Jahren weiter vorangeschritten und der durchschnittliche Umsatz pro Betrieb angestiegen. Die höchsten Produktionswerte erzielen Bier mit über 1,56 Mrd. Euro sowie Erfrischungsgetränke und Mineralwasser mit fast 1,54 Mrd. Euro.

Abbildung 34: Übersicht Getränkeherstellung NRW (2018)



 Betriebe	72
 Umsatz	4,0 Mrd. Euro
 sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte	9.599

Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

In der Getränkeherstellung nahm Nordrhein-Westfalen 2018 im Bundesländervergleich den zweiten Platz knapp hinter Bayern ein. 2018 wurde rund ein Fünftel der in der deutschen Getränkeindustrie erzielten Umsätze in Nordrhein-Westfalen erwirtschaftet. Dabei ist jedoch festzuhalten, dass die gesamtdeutsche Herstellung von Getränken stärkere Zuwächse aufweist als die Branche in Nordrhein-Westfalen. Insbesondere die nordrhein-westfälische Bierherstellung ist durch die stagnierende Verbrauchernachfrage nach Biergetränken unter Druck gesetzt, alkoholfreie Alternativen anzubieten.

In der Getränkeherstellung hat sich im Zeitraum 2007 bis 2018 die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um 10 % verringert. Der allgemeine Rückgang der Beschäftigung in diesem Sektor ist in erster Linie auf die fortschreitende Automatisierung als Folge der zunehmenden technologischen Entwicklung und betrieblichen Strukturanpassungen zurückzuführen.<sup>33</sup> Der Anstieg der Anzahl an geringfügig Beschäftigten im Nebenjob in der Getränkeherstellung weist zudem darauf hin, dass auch hier immer mehr Personen für einfachere Tätigkeiten im Nebenerwerb angestellt sind. Der Auslandsumsatz ist zwischen den Jahren 2008 und 2018 um 9,9 % gewachsen. Die Exportquote hat seit 2008 kaum (um rund 0,4 Prozentpunkte) zugelegt, sie belief sich 2018 auf rund 7 %.

<sup>33</sup> Hans Böckler Stiftung (2017): Branchenanalyse Getränkeindustrie [[https://www.boeckler.de/pdf/p\\_study\\_hbs\\_368.pdf](https://www.boeckler.de/pdf/p_study_hbs_368.pdf)].

Abbildung 35: Auslandsumsätze und Exportquote der Teilbranche Getränkeherstellung NRW (2018)

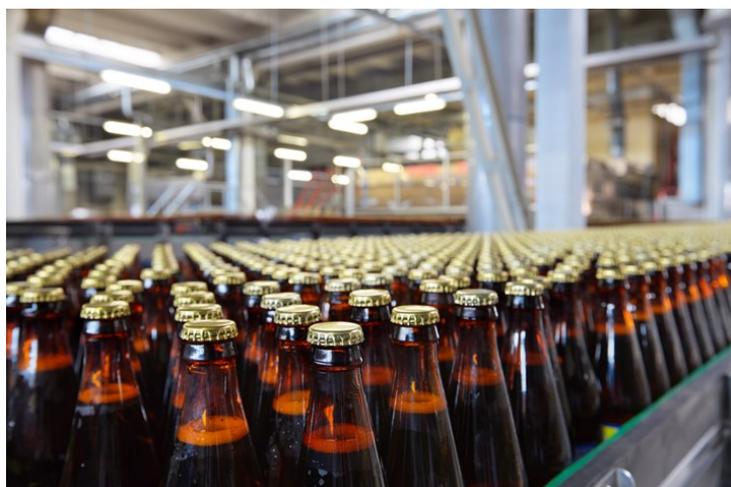


	2018	Veränderung 2008 - 2018
Auslands- umsatz	280,276 Mio.	10%
Export- quote	7%	0,4%-Pkt.

Quelle: Eigene Abbildung nach IT.NRW.

Dieser positiven Entwicklung zum Trotz sind die Auslandsumsätze sowie die Exportquote in der Getränkeherstellung im Vergleich zu anderen Teilbranchen der Ernährungsindustrie gering. Ursächlich hierfür sind insbesondere im Bereich der Erfrischungsgetränke und Mineralwässer vergleichsweise **hohe Transportkosten** sowie die **weitestgehend mittelständisch geprägte Struktur des Sektors**.

Wachstumspotenziale auf den Auslandsmärkten bestehen vorrangig für **Bier**.<sup>34</sup> Nordrhein-Westfälisches Bier erfreut sich im Ausland großer Beliebtheit, zumal in vielen Regionen des Landes **Brauereien mit langen Traditionen** bestehen, die das hiesige Lebensgefühl vermitteln: In Köln ist es das *Kölsch*, in Düsseldorf das *Altbier* und in Bonn das *Bönnsch*. Während diese Biersorten eher lokale Spezialitäten sind, ist Pils aus Nordrhein-Westfalen auf der ganzen Welt bekannt. Gleich mehrere Pilsbrauereien von Weltrang stammen aus NRW, darunter Krombacher, Warsteiner, König Pilsener und Veltins. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl kleinerer Hausbrauereien, darunter bspw. Barre oder Strate.



<sup>34</sup> Hans Böckler Stiftung (2017): Branchenanalyse Getränkeindustrie [[https://www.boeckler.de/pdf/p\\_study\\_hbs\\_368.pdf](https://www.boeckler.de/pdf/p_study_hbs_368.pdf)].

## ZWEITER TEIL: ANALYSEN

*„Die volle Leistungskraft der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft muss stärker genutzt werden.“*

Die Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen ist als Ganzes durch eine Vielzahl von Stärken und Herausforderungen geprägt, die sich teilweise ergänzen und/oder gegenseitig verstärken. Hinzu kommen Chancen und Risiken, die für die zukünftige Entwicklung der Ernährungswirtschaft von Relevanz sind.

Zur Erarbeitung der Stärken/ Herausforderungen und Chancen/ Risiken wurden die in Teil 1 herausgearbeiteten Branchen- und Konsumententrends und die Ergebnisse der Status Quo-Analyse analysiert. Ergänzt wurden die Ergebnisse der Sekundärdatenanalyse durch Primärdaten aus zehn qualitativen Experteninterviews mit Fachleuten unterschiedlicher Stakeholdergruppen und Produktionsbereiche. Informationen zu den Teilnehmern der Interviews sind unter „Weitere Informationen“ zusammengefasst.

Tabelle 2: Framework der SWOT-Analyse

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefestigter Mittelstand</li> <li>• Gute agrarische Rohstoffbasis</li> <li>• Hoher wirtschaftlicher Stellenwert der Kernbranchen (z. B. Fleisch, Obst und Gemüse)</li> <li>• Steigendes Interesse an regionalen Produkten</li> <li>• Nähe zu den Absatzmärkten im In-/ Ausland</li> <li>• Gute Infrastruktur</li> <li>• Viele Verarbeitungsunternehmen, hoher Grad der Veredelung</li> <li>• Hohe Innovationskraft, starker Startup-Sektor</li> <li>• Forschungseinrichtungen vorhanden</li> <li>• Vielfältigkeit und hoher Qualitätsstandard</li> <li>• Intensiver Wettbewerb durch hohe Konkurrenz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoher gesellschaftlicher, politischer und wirtschaftlicher Druck</li> <li>• Teilweise geringe Wertschätzung von Lebensmitteln aus NRW</li> <li>• Ausbaubares Image von Lebensmitteln (bedingt durch „NRW als Industrieland“)</li> <li>• Unsicherheiten zu Zahlungsbereitschaften der Konsumentinnen und Konsumenten</li> <li>• Flächenknappheit</li> <li>• Fehlende Aktivität in Netzwerkstrukturen (horizontal und vertikal)</li> </ul>
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparenz schaffen</li> <li>• Ausbau des Images</li> <li>• Trends frühzeitig erkennen und bedienen</li> <li>• Verbindung von Trends (Bio, Regionalität)</li> <li>• Bedienung von Nachhaltigkeit, Klima-/Umweltschutz</li> <li>• Ausbau lokaler Absatzmöglichkeiten</li> <li>• Innovationen voranbringen (z. B. bei Produkten, Verpackung)</li> <li>• Sicherung der Qualität</li> <li>• Synergien mit anderen Unternehmen nutzen, Kosten senken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Druck des Handels</li> <li>• Externe Krisen wie Klimawandel</li> <li>• Vertrauensverlust in Lebensmittel, Lebensmittelskandale</li> <li>• Traditionelle Branchen (Fleischwirtschaft) vs. steigende Zahl an Vegetariern</li> <li>• Mangelnde Zusammenarbeit der Wertschöpfungsstufen</li> <li>• Fachkräftemangel</li> </ul>

## I. Stärken

### Gefestigter und wettbewerbsstarker Mittelstand

Konstitutioneller Kern der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft ist ein **gewachsener Bestand an mittelständischen (Familien-)Betrieben**, die breit aufgestellt sind und ein großes Spektrum an Produktionsarten abdecken. Ein Großteil dieser Betriebe ist mit der Firmenzentrale fest in der Region verankert und verfügt damit über die Kompetenz, unternehmerische Entscheidungen am Standort NRW zu treffen. In einigen Fällen ist zudem die Betriebsnachfolge bereits geregelt, wodurch der Unternehmensbestand auch zukünftig gesichert werden kann. Auch viele kleinere Unternehmen der Teilbranchen weisen in vielen Fällen eine gefestigte Marktposition und ein gutes Entwicklungspotenzial auf, da sie generell flexibel und kreativ auftreten können und über ein effizientes Management verfügen.

Gleichzeitig weist Nordrhein-Westfalen insgesamt eine Vielzahl an Unternehmen in allen Stufen der Wertschöpfungskette auf: Erzeugung, Verarbeitung und Handel. Der hierdurch entstehende **Wettbewerb setzt Anreize für die Unternehmen**, Produkte von hoher Qualität und Innovationskraft herzustellen. Gleichzeitig bedingt die hohe Anzahl an Unternehmen vielseitige Vernetzungs- und Kooperationsmöglichkeiten entlang der Wertschöpfungskette.

In Nordrhein-Westfalen ist es aufgrund **heterogener Erzeugerstrukturen** möglich, unterschiedliche Lebensmittel von hoher Qualität zu erzeugen. Während Teile des Landes vom Anbau von Obst und Gemüse geprägt sind, werden andere Regionen vorrangig für tierische Erzeugnisse genutzt. Durch regionale Konzentrationen sind hohe, spezialisierte Kompetenzen entstanden: Fleischverarbeitung in Ostwestfalen, Obst- und Gemüseanbau im Rheinland oder auch die Milcherzeugung am Niederrhein. Neben den heterogenen Erzeugerstrukturen haben sich gleichermaßen unterschiedlichste Verarbeiter angesiedelt, die von der Stärke der vielseitigen Erzeugung profitieren. Die **zahlreichen und breitgefächerten Unternehmen im Bereich der Verarbeitung** weisen einen hohen Grad der Veredelung auf. Die regional verfügbaren Rohstoffe werden zu vielseitigen Lebensmitteln weiterverarbeitet.

### Nähe zu Absatzmärkten und hohe Nachfrage nach regionalen Produkten

Die **Nachfrage nach Lebensmitteln aus der Region** ist hoch. Ursächlich hierfür sind zum einen die nachhaltigere Lieferung („kürzere und umweltschonendere Transportwege“) sowie die höhere Transparenz hinsichtlich Herkunft und Weiterverarbeitung („Man weiß, wo es herkommt“). Hinzu kommt, dass auch der Lebensmitteleinzelhandel in Nordrhein-Westfalen diesen Trend erkannt hat und stetig mehr Lebensmittel aus der Region anbietet.

Insbesondere handwerkliche Produkte sowie traditionelle Erzeugnisse sind zunehmend stärker gefragt. Auch die jüngst veröffentlichte **Farm to Fork-Strategie** der Europäischen Kommission macht es sich zum Ziel, die Resilienz der regionalen und lokalen Lebensmittelsysteme zu stärken, indem die Kommission zur Schaffung kürzerer Lieferketten die Abhängigkeit von Langstreckentransporten reduziert.

Nordrhein-Westfalen ist das bevölkerungsreichste Bundesland Deutschlands. Die Nachfrage nach Lebensmitteln ist daher in keinem Bundesland so hoch wie hier. Hinzu kommen **kaufkraftstarke Regionen** in und rund um die Großstädte wie Düsseldorf, Köln oder dem Münsterland. Diese Verbrauchernähe ist eine Stärke der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft, bedingt durch kurze Liefer- und Transportwege. Neben den regionalen Absatzmärkten haben zahlreiche nordrhein-westfälische Unternehmen ausländische Absatzmärkte gut erschlossen. Dies gilt insbesondere für große Unternehmen der Fleischverarbeitung, die sehr gute Vermarktungsbeziehungen beispielsweise nach Asien unterhalten. Neben der Nähe zu den regionalen Märkten ist auch die geografische Lage Nordrhein-Westfalens im Zentrum der EU positiv hervorzuheben. Die Nähe zu den EU-Nachbarländern Frankreich, Belgien und die Niederlande inkl. dem Hafen in Rotterdam, aber auch die eigenen Häfen wie Düsseldorf/ Neuss und Duisburg stellen einen weiteren Standortvorteil Nordrhein-Westfalens dar.

Die Bedeutung der **geographischen Lage** wird ferner verstärkt durch eine sehr gut ausgebaute Infrastruktur mit optimaler Verkehrsanbindung (Straße, Schiene, Flughafen). Diese begünstigt nicht nur die Erschließung neuer Absatzmärkte und Vertriebskanäle in die benachbarten Länder, sondern auch die Erreichbarkeit für Lieferanten. Als infrastrukturelle Rahmenbedingung im weiteren Sinn kann auch die Verfügbarkeit von Dienstleistern gelten, die für die Beschaffung, Produktion und den Vertrieb der Ernährungswirtschaft wichtig sind. Hier weist Nordrhein-Westfalen ein solides Spektrum an Logistik- und Dienstleistungsunternehmen etc. auf, die als Standortfaktor für die Branche relevant sind.

Von der erhöhten Nachfrage nach Lebensmitteln aus der Region profitieren in erster Linie die **Direktvermarkter** in Nordrhein-Westfalen. Der Direktvermarktung kommt in Nordrhein-Westfalen eine große Bedeutung zu: Kleine Hofläden bzw. Direktvermarkter stellen in den ländlichen Regionen einen wesentlichen Baustein der Grundversorgung dar, da sie zunehmend neben eigenen auch weitere Produkte handeln. Daneben hat jedoch auch der Lebensmitteleinzelhandel diesen Trend erkannt, indem dieser in seinem Sortiment immer mehr Lebensmittel aus der Region anbietet und diese auch entsprechend gekennzeichnet vermarktet. Von der erhöhten Nachfrage des Handels profitieren wiederum die vorgelagerten Produktionsbereiche in Nordrhein-Westfalen, u. a. die landwirtschaftlichen Erzeugerbetriebe. Hinzu kommt, dass der Markt der Außer-Haus-Verpflegung in den zurückliegenden Jahren stetig gewachsen ist und somit ebenfalls eine starke Absatzmöglichkeit für die Ernährungswirtschaft darstellt.

Um Lebensmittel aus Nordrhein-Westfalen (auch im nahen Ausland) gezielt anzupreisen, ist die Kenntlichmachung der nordrhein-westfälischen Herkunft essenziell. Hierbei ist eine **Vermarktung durch Markenschutz** besonders hoch einzuschätzen: Durch verschiedene Herkunftsetiketten, wie z. B. NRW is(s)t gut!, wird die regionale Herkunft für die Verbraucherin und den Verbraucher transparent(er). Nordrhein-Westfalen verfügt über eine Vielzahl unterschiedlicher Herkunftskennzeichnungen, was ebenfalls als Stärke der Ernährungswirtschaft des Landes zu identifizieren ist.

### **Hohe Innovationsfähigkeit**

Die Ernährungswirtschaft befindet sich im stetigen Wandel und ist geprägt von hoher Innovationskraft. Die Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten sowie das Angebot des Handels wird stark von gesellschaftlichen Entwicklungen und Bedürfnissen beeinflusst. Nordrhein-Westfalen weist eine **Vielzahl innovativer Unternehmen** auf. Zudem ist hier **knapp ein Dutzend Universitäten und Fachhochschulen mit Branchenbezug oder verwandten Fachbereichen** ansässig, so dass auch

von dieser Seite innovative Impulse für die Ernährungswirtschaft bereitgestellt werden. Außerdem profitieren die Unternehmen von einem **intensiven Technologietransfer** in der nordrhein-westfälischen Ernährungswissenschaft. Die Ergebnisse der anwendungsbezogenen Forschung werden von manchen Hochschulen mittels eigener Transfereinrichtungen in die unternehmerische

Praxis der Ernährungswirtschaft übermittelt. Diese sogenannten „In-Institute“ zeichnen sich durch ihre besonderen Forschungs- und Entwicklungskompetenzen aus.

Nordrhein-Westfalen weist eine starke (grüne) **Startup**-Branche auf, die der Ernährungswirtschaft kontinuierlich neue Impulse verleiht. Besonders hohe Innovationskraft zeigt die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft auf Stufe der Verarbeitung bzw. Veredelung der Lebensmittel. Die vom Verbrauchenden vielfach erwartete Flexibilität im Konsum (z. B. die Nachfrage nach Convenience-Produkten) kann hierdurch zu einer hohen Zufriedenheit gestillt werden.

Aufgrund der mittelständischen Branchenstruktur fällt es einzelnen Unternehmen gleichzeitig schwer, viel Zeit und Kosten in Forschung und Entwicklung zu investieren. Um dennoch eine hohe Innovationsfähigkeit sicherzustellen, ist die Bildung von Netzwerken zum Austausch von Unternehmen und/ oder Forschungseinrichtungen essenziell. Zur branchenspezifischen Vernetzung und Kooperation konnten in den zurückliegenden Jahren entsprechende Strukturen auf- und weiter ausgebaut werden, in die ein solider Bestand der Unternehmen engagiert eingebunden ist (u.a. diverse NRW-spezifische Verbände). Auch die überregionale Vernetzung ist durch zahlreiche Veranstaltungen und Kongresse weiter vertieft und verstetigt worden.

## II. Schwächen

### **Technologietransfer und Vernetzung der Unternehmen ausbaufähig**

Wenngleich in den zurückliegenden Jahren Konzentrationsprozesse in einigen Teilbranchen zu verzeichnen sind, bleibt die Branche insgesamt von geringen Betriebsgrößen geprägt. Die sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Wettbewerbsfähigkeit wie geringe Eigenkapitalausstattung, geringe Skaleneffekte und dadurch bedingte Produktivitätsrückstände, ein begrenzter Aktionsradius im Absatz sowie zu geringe Produktionskapazität / Produktionsmengen, um im LEH gelistet zu werden etc. bestehen damit unvermindert fort und beeinträchtigen die Entwicklungsmöglichkeiten eines Teils der Unternehmen.

Auch die Möglichkeiten dieser Unternehmen, in Forschung und Entwicklung zu investieren, sind vergleichsweise gering. Der Aufwand der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft für Forschung und Entwicklung neuer Verfahren und Produkte ist – der Branche in Deutschland entsprechend – gering. Nur ein kleiner Teil der Unternehmen verfügt über eigenständige Forschungs- und Entwicklungskapazitäten. Es besteht daher ein **erhöhter Bedarf an Vernetzung** bei diesen Unternehmen – auf der eigenen Produktionsstufe sowie entlang der Wertschöpfungskette, um die Zusammenarbeit in der Region zu stärken und Kooperationen mit Unternehmen aus der Region attraktiv zu machen.

Zur Weiterentwicklung von Herstellungsverfahren sowie neuer Produkte ist die Ernährungswirtschaft somit besonders auf externe Innovationstreiber (z. B. Unternehmen des spezialisierten Maschinenbaus) und – angesichts **fehlender eigener FuE-Strukturen** – Kooperationen angewiesen. In den Bereichen Verpackung,

Produktinnovationen, Markenbildung, der Suche nach Marktnischen sowie einer kundenspezifischen Ausrichtung liegen potenzielle Anknüpfungspunkte für einen Technologietransfer zwischen Ernährungswirtschaft und Forschung in NRW.

Die vorhandenen Potenziale hinsichtlich **Kooperationen und Technologietransfer** werden jedoch aktuell durch verschiedene Faktoren behindert, die sich einerseits zwischen den Unternehmen der Wertschöpfungskette (horizontal), andererseits aber auch zwischen den Unternehmen und den wissenschaftlichen Einrichtungen (vertikal) zeigen. Auf horizontaler Ebene existiert beispielsweise ein Hemmnis in der fehlenden Akzeptanz der Unternehmen. Weitere Beeinträchtigungen sind der Mangel an speziellen Fachkräften, die Kleingliedrigkeit der Unternehmen und das Fehlen von Best Practices. Auf vertikaler Ebene mangelt es in erster Linie an der Kommunikation. Unternehmen müssen ihren Bedarf deutlicher artikulieren, während Forschungseinrichtungen ihren Mehrwert besser kommunizieren müssen.

Die zwischenbetriebliche Kooperation der Unternehmen untereinander sowie auch zwischen Unternehmen und Forschungseinrichtungen hat sich in den zurückliegenden Jahren zwar verbessert. Insgesamt bestehen gleichwohl noch zu wenige Schnittstellen zu anderen Branchenkompetenzfeldern (z. B. Tourismus, Gesundheitswirtschaft etc.) sowie eine **zu geringe Ausnutzung von Synergieeffekten** zwischen Unternehmen und Forschungseinrichtungen, um von einem Technologietransfer bzw. einem gegenseitigen Austausch zu profitieren.

### **Hohe gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Erwartungen**

**Hoher Druck** auf die mittelständischen Verarbeiter sowie auf das Lebensmittelhandwerk entsteht auch durch die zunehmende Konzentration am Markt. Die Entwicklung zu größeren Betrieben und ein Wegfall von Kleinunternehmen in Nordrhein-Westfalen ist in den vergangenen Jahren deutlich zu beobachten und wird sich zukünftig fortsetzen. Der **Handel** kann aufgrund seiner Schnittstellenposition zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie der bereits weit vorangeschrittenen Marktkonzentration hohen wirtschaftlichen Druck auf die vorgelagerten Wertschöpfungsstufen hinsichtlich der Preise und Mengen ausüben und gilt als ein wichtiger Treiber für diesen Konzentrationsprozess.

Die Nachfrage nach Lebensmitteln ist bedeutend von gesellschaftlichen Bedürfnissen beeinflusst. Aktuell sind beispielsweise Verbesserungen im Bereich des Umwelt- und Ressourcenschutzes, der Nachhaltigkeit und des Tierwohls intensiv diskutierte Themen und somit auch zielgebend in der Ernährungswirtschaft. **Gesetzliche Verpflichtungen** hinsichtlich der Kennzeichnung von Produkten, Vorgaben bezüglich der Produktionsabläufe/ -methoden sowie politische Rahmenbedingungen erschweren insbesondere das Wirtschaften für kleinere Betriebe. So legt z. B. die Europäische Kommission im Rahmen der **Biodiversitätsstrategie** eine Vielzahl an Richtlinien und Grenzwerten fest, um den Einsatz chemischer Pestizide in der Landwirtschaft zu vermindern, der unmittelbar zur Verschmutzung und nachhaltigen Schädigung von Böden, Wasser und Luft sowie zum Verlust der biologischen Vielfalt beiträgt. Auch der Klimawandel und die damit verbundenen Folgen stellen eine Herausforderung für die Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen dar.

### Starke Konkurrenz am Markt

Aufgrund der städtischen Ballungsgebiete stößt die flächenintensive landwirtschaftliche Produktion in Nordrhein-Westfalen an Grenzen. Die **durchschnittlichen Bodenpreise für landwirtschaftliche Nutzflächen haben einen enormen Anstieg** erfahren und stehen in einigen Kreisen Nordrhein-Westfalens seit Jahren bundesweit an der Spitze. Dies schließt den Flächenzukauf als sinnvolle Option der Betriebsentwicklung häufig aus, um neue Impulse im Betrieb zu setzen.

### Teilweise geringe Wertschätzung und Zahlungsbereitschaft für Lebensmittel, Vertrauensverluste, ausbaubares Image

In weiten Teilen der Bevölkerung Nordrhein-Westfalens ist die **allgemeine Wertschätzung für Lebensmittel geringer ausgeprägt** als in anderen Regionen Deutschlands. Der Grund hierfür ist u. a. historisch bedingt: Während in Bundesländern wie Bayern durch heimische Lebensmittel das Image der Region transportiert wird, weist Nordrhein-Westfalen in weiten Teilen, wie z. B. dem Ruhrgebiet, traditionelle Industriestrukturen auf. Landwirtschaftliche Produkte spielen daher im Bewusstsein weite Teile der Bevölkerung eine eher untergeordnete Rolle, weshalb auch die Wertschätzung gegenüber diesen Produkten vergleichsweise geringer ist.

Der **Grad an Wertschätzung für Lebensmittel drückt sich auch im Preis aus**. Zwar ist Nordrhein-Westfalen das bevölkerungsreichste Bundesland, gleichzeitig liegt jedoch in vielen Regionen eine strukturell hohe Arbeitslosigkeit vor, die zu einer vergleichsweise geringeren Zahlungsbereitschaft dieser Konsumentinnen und Konsumenten führt.

Insgesamt ist in diesem Zusammenhang auch festzustellen, dass eine allgemeine Abschwächung der wirtschaftlichen Lage ein Risiko für die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft darstellt. Produkte von hoher Qualität zeichnen sich in den meisten Fällen durch ein erhöhtes Preisniveau aus. In einem unvermindert preissensiblen Umfeld der nordrhein-westfälischen Verbraucherinnen und Verbrauchern ist es möglich, dass die Zahlungsbereitschaft für Qualitätsprodukte aus der Region abnimmt.

Gleichzeitig muss es das Ziel sein, mit hoch-qualitativen Produkten aus regionaler Erzeugung zu überzeugen. Vertrauen in die Qualität und damit verbunden ein hoher Grad an Qualitätssicherung sind hierbei essenziell. Im Falle von Lebensmittelkrisen bedarf es einer dezidierten Ausklärungsarbeit. Die mittelständische Struktur der Ernährungswirtschaft wirkt sich jedoch auch negativ auf das Potenzial aus, ein **modernes Risiko- und Krisenmanagement zu etablieren und aufrecht zu erhalten**. Zwar sind kleinere und mittlere Unternehmen nicht generell schlechter bei Warenrückrufen etc. aufgestellt – vielfach sind sie den Großkonzernen hierbei sogar überlegen. Gleichwohl stellen die seit einigen Jahren zunehmenden Lebensmittelskandale, Verbraucherschutzkampagnen u.ä.m. neue Anforderungen an die Unternehmen, die vielfach nur im gemeinsamen Verbund zu bewältigen sind. Beispielsweise ist eine glaubhafte und offensive Kommunikationsstrategie (auch präventiv) angesichts sensibilisierter Verbraucherinnen und Verbraucher ein wesentlicher Faktor, um im Krisenfall Vertrauen in der Bevölkerung zu bewahren. Die hierzu erforderliche, brancheninterne Abstimmung und Vernetzung können in der Regel nur durch übergeordnete Institutionen wie Politik und Verwaltung gewährleistet werden.

### III. Chancen

#### Transparenz schaffen

Nordrhein-Westfalen verfügt über eine Vielzahl an landestypischen Produkten, die für Qualität und Regionalität stehen. Hinzu kommen deutschlandweit einzigartige Erzeugnisse, deren *überregionale* Bekanntheit jedoch eher gering ist. Die Image- und Markenbildung der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft ist daher – vor allem im Vergleich zu den Initiativen süddeutscher Bundesländer – für eine Vielzahl an Produkten noch weiter ausbaufähig.

Um Wertschätzung und Vertrauen in regionale Erzeugnisse zu erhöhen ist **Transparenz** wichtig. Konsumentinnen und Konsumenten können hierzu mehr darüber aufgeklärt werden, wo und unter welchen Bedingungen Lebensmittel in der Region hergestellt werden. Hierfür müssen die nordrhein-westfälischen Unternehmen in der Ernährungswirtschaft eine gemeinsame Basis schaffen und andere Stakeholdergruppen wie NGOs, Verbraucherverbände und Medien verstärkt miteinbeziehen.

#### Trends erkennen, bedienen und verknüpfen

Die Ernährungswirtschaft ist eine Branche mit überwiegend starker Innovationskraft, insbesondere in der Verarbeitung. Gesteuert werden die Trends primär durch die Verbraucherinnen und Verbraucher, die die Lebensmittel kaufen. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, dass Unternehmen (**Verbraucher-**)Trends **frühzeitig erkennen**, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Hierin besteht eine Chance für die Unternehmen in Nordrhein-Westfalen, da diese durch einen direkten Kontakt zu den Verbrauchenden vor Ort und zahlreichen Forschungs- und Bildungseinrichtungen grundsätzlich großes Gespür für Neuerungen aufweisen. Insbesondere für kleinere Unternehmen stellt dies jedoch gleichzeitig eine Herausforderung dar, da sie häufig keine finanziellen und personellen Kapazitäten haben, um Verbrauchertrends systematisch zu erfassen bzw. interne Prozesse umzustellen.

Themen wie **Nachhaltigkeit sowie Klima- und Umweltschutz** rücken in Deutschland insgesamt und in Nordrhein-Westfalen im Speziellen zunehmend in den Fokus des Ernährungssektors. Unterstrichen wird diese zunehmende Bedeutung auch durch die neue *Farm to Fork-Strategie* der Europäischen Kommission, die für ein faires, gesundes und umweltfreundliches Lebensmittelsystem plädiert. Hiervon profitiert insbesondere der **ökologische Landbau**, da dieser in besonderer Weise den Prinzipien der umwelt- und klimaschonenden Landwirtschaft entspricht. Mit den neuen Öko-Regelungen wird eine wichtige Finanzierungsquelle zur Förderung nachhaltiger Verfahren wie Präzisionslandwirtschaft, Agrarökologie (einschließlich ökologischem Landbau), klimateffiziente Landwirtschaft und Agrarforstwirtschaft bereitgestellt.

Nordrhein-Westfalen ist heute einer der größten Absatzmärkte für biologisch erzeugte und v. a. auch gesunde Lebensmittel. Dieser Trend wird getragen durch einen sich wandelnden Lebensstil vor allem in urbanen Zentren, der Gesundheit und Ernährung immer stärker im Zusammenhang betrachtet. Für die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft besteht die Chance, diesen Markt stärker zu bedienen und die Erzeugung im qualitativ hochwertigen Bereich als Alleinstellungsmerkmal der Region zu besetzen. Hierbei bedarf es einer **Verknüpfung von Bio und Regionalität**.

Die **Farm to Fork-Strategie** hebt hervor, dass eine Umstellung auf ein nachhaltiges Lebensmittelsystem ökologischen, gesundheitlichen und gesellschaftlichen Gewinn mit sich bringt sowie wirtschaftliche Chancen eröffnen kann. Ein nachhaltiges Lebensmittelsystem sei demnach die Voraussetzung dafür, dass Klima- und Umweltziele des Green Deals erreicht und gleichzeitig die Einkommen der Primärerzeuger verbessert sowie die Wettbewerbsfähigkeit der EU gestärkt werden. Mit der vorliegenden *Farm to Fork-Strategie* wird der Übergang aufgezeigt, indem die für die Bürgerinnen und Bürger sowie die Lebensmittelunternehmer gleichermaßen neu entstehenden Chancen in den Mittelpunkt gestellt werden.

Auch die **Anpassung der Ernährungswirtschaft an die aktuellen Lebensverhältnisse** der Bevölkerung stellt eine Chance für die Ernährungswirtschaft dar. Die gesellschaftlichen Veränderungen und modernen Bedürfnisse der Verbraucherinnen und Verbraucher schaffen weitere Chancen für die Ernährungswirtschaft zur Erschließung neuer Marktsegmente. So variieren nicht nur die Verpackungsgrößen im Supermarkt, sondern auch das Spektrum an Convenience-Produkten hat stark zugenommen. Die Produktpalette reicht von einfachen Fertigprodukten über Tiefkühlkost und frische Kühlkost (chilled food) bis hin zu ethisch unbedenklichen und qualitativ-hochwertigen Premium-Produkten. Mit steigender Nachfrage nach Fertigprodukten kann auch eine hohe Zahlungsbereitschaft für gute Qualität unterstellt werden.

Dieser Trend könnte sich positiv auf die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft auswirken, bspw. ist die fleischverarbeitende Industrie für die Produktion von Convenience-Produkten gut aufgestellt. Wenn es den heimischen Branchen gelingt, sich auch auf besondere Verbraucheransprüche wie laktosefreie Produkte oder glutenfreie Produkte („Frei von“-Artikel) einzustellen und anzupassen, bieten auch diese Nischenprodukte eine Chance für die Unternehmen.

### Qualität sichern

In den vergangenen Jahren haben die **Qualität und Sicherheit von Lebensmitteln** an Bedeutung gewonnen. Lebensmittelskandale, die Verschärfung rechtlicher Verarbeitungs- und Kennzeichnungsbestimmungen sowie eine zunehmende Sensibilität der Verbraucherinnen und Verbraucher für Qualitätsmerkmale haben dazu beigetragen, diese Aspekte für die betroffenen Branchen (aktuell insbesondere der Fleischwirtschaft) noch stärker in den Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns zu rücken.

Für Unternehmen der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft ist es essenziell, einen hohen Standard für Lebensmittel zu gewährleisten bzw. die Qualität der Produkte weiter zu steigern – trotz des bereits beschriebenen Preis- und Kostendrucks. Dies gilt für alle Produktionsbereiche, besonders aber für den Fleischsektor. Die Schlachtung und Fleischverarbeitung stellt eine der zentralen Teilbranchen der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft dar – mit hoher Strahlkraft im In- und Ausland. Skandale in der Lebensmittelverarbeitung, wie aktuell zu den Beschäftigungsbedingungen der Mitarbeiter in den Schlachthöfen, erschüttern das Vertrauen der Konsumierenden und senken gleichermaßen die Nachfrage nach den Produkten. Durch eine hohe Qualität der Produkte und des Prozesses sowie Transparenz in der Lieferkette können sich Lebensmittel aus Nordrhein-Westfalen einen Vorteil gegenüber importierten Waren verschaffen.

### Weitere Effizienzen in der Lieferkette ausschöpfen

Aufgrund des hohen Anteils der Kosten für Lagerung, Transport, Kommissionierung etc. an den Produktionskosten ist die Optimierung der Logistik ein zentrales Querschnittsthema für die Unternehmen der Ernährungswirtschaft. Die sich ergebenden Chancen sind dabei mehrdimensional: erstens eröffnen **Effizienzsteigerungen bei logistischen Kernprozessen** Potenziale, dem Kostendruck zu begegnen, der durch eine Verteuerung der Treibstoffpreise sowie der Internalisierung externer Verkehrskosten weiter zunehmen wird. Zweitens bedingt das Angebot von „Regionalität“ und „Frische“ (s. o.) eine reibungslose Transportkette, insbesondere bei schnell verderblichen Nahrungsmitteln. Drittens ist u. a. die Logistik ein wesentlicher Teilbaustein, um die Rückverfolgbarkeit von verarbeiteten Produkten zu gewährleisten.

Nordrhein-Westfalen verfügt aufgrund seiner infrastrukturellen Voraussetzungen sowie der geographischen Lage über das Potenzial, das im Rahmen einer engeren und systematischeren Kooperation entfaltet werden kann. Hierzu sind insbesondere ein intensiver Austausch sowie eine stärkere Zusammenarbeit mit den Branchen der Logistik wichtig, aber auch Verpackungsindustrie und Maschinenbau stellen vielversprechende Anknüpfungspunkte dar.

Die **Verbesserung der Energieeffizienz** ist in allen Branchen des verarbeitenden Gewerbes ein zentrales Handlungsfeld. Die beständige Optimierung des Energieeinsatzes für Produktion, Lagerung und Transport gilt als zentraler Ansatz zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.

Ebenfalls unverändert aktuell bleibt die **Fortentwicklung innovativer Techniken und Methoden** zur Verwertung von Reststoffen und Abfällen, die in der ernährungswirtschaftlichen Produktion in größeren Mengen anfallen und unter besonderen Bestimmungen entsorgt werden müssen. Die weitere und alternative Nutzung der Rest-, Zwischen- und Nebenprodukte (u. a. in die Bioökonomie) gewinnt dabei vor dem Hintergrund der seit einigen Jahren forcierten Förderung alternativer Energien an Bedeutung.

## IV. Risiken

### Marktdruck des Handels

Im Lebensmitteleinzelhandel ist der Konzentrationsprozess bereits weit fortgeschritten und insbesondere die großen Handelsketten<sup>35</sup> haben aufgrund ihrer Schlüsselposition in der Wertschöpfungskette, nämlich an der Schnittstelle zu den Konsumierenden, bedeutenden Einfluss auf Mengen und Preise. Es ist nicht davon auszugehen, dass sich dieses **Ungleichgewicht in den Handelsbeziehungen** in den kommenden Jahren abschwächen wird.

Der dadurch induzierte Druck auf Erzeuger und Verarbeiter wird damit bestehen bleiben und ggf. noch weiter zunehmen. Davon besonders betroffen sind kleinere Unternehmen. Regionale Wertschöpfungsketten, in denen kleinere (Handwerks-)Betriebe wichtige Akteure sind, werden

---

<sup>35</sup> Anteile am Lebensmittelumsatz im Einzelhandel (2018): Edeka-Gruppe (26,2 %), REWE-Gruppe (16,1 %), Schwarz-Gruppe (15,7 %), ALDI (12 %). Quelle: BVE (2019): Jahresbericht 2018/2019.

dadurch weiter zurückgedrängt. Der bereits heute zu beobachtende Konzentrationsprozess in der Ernährungswirtschaft wird daher auch zukünftig zunehmen.

### **Traditionelle Branchen geraten zunehmend unter Rechtfertigungsdruck**

Innerhalb der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft kommt **traditionellen Branchen** wie der Fleischverarbeitung eine hervorgehobene Bedeutung zu. Fleisch aus Nordrhein-Westfalen bedient nicht nur den heimischen Markt, sondern stellt zudem die Branche mit den höchsten Auslandsexporten dar. Der gesamtgesellschaftliche Trend des Vegetarismus wirkt dieser Stellung prinzipiell entgegen. Immer mehr Teile der Bevölkerung reduzieren den Fleischkonsum und setzen vielmehr auf Fleischersatzprodukte.

Die Ausrichtung auf traditionelle Produkte birgt das Risiko, dass eine Anpassung an die gesellschaftliche Akzeptanz hier nur zögerlich vollzogen wird. Bisher zeigen die heimischen Betriebe nur wenige Absichten, bspw. vegetarische Alternativen herzustellen. Gleichzeitig ist jedoch wichtig herauszustellen, dass sich die Unternehmen den veränderten Konsumbedürfnissen und gesellschaftlichen Anforderungen zunehmend stellen müssen, um langfristig am Markt bestehen zu bleiben.

### **Vernachlässigung der Kommunikation in der gesamten Wertschöpfungskette**

In der regional wirtschaftenden Ernährungswirtschaft sind **Kommunikation und Zusammenarbeit** einzelner Unternehmen auch entlang verschiedenen Wertschöpfungsstufen wichtig. Dies gilt insbesondere für kleinere und mittelständische Unternehmen in Nordrhein-Westfalen, die so Synergien in verschiedenen Unternehmensbereichen mit anderen Betrieben nutzen können. Fehlende Kommunikation zwischen einzelnen Wertschöpfungsstufen kann daher ein Risiko bedeuten, da Synergien nicht genutzt werden und zusätzliche Kosten auf Seiten der Unternehmen entstehen, die wiederum die Wettbewerbsfähigkeit senken. Es muss zukünftig stattdessen das Ziel sein, Informationen effizient für alle Unternehmen verfügbar zu machen sowie den Wissensaustausch zu intensivieren.

Gleichzeitig muss auch die Kommunikation mit den Konsumentinnen und Konsumenten zunehmen, um die Wertschätzung gegenüber Lebensmitteln aus Nordrhein-Westfalen zu erhöhen. Es darf sich keine „Betriebsblindheit“ in den Unternehmen einstellen, sodass Verbraucherinnen und Verbraucher auch zukünftig bereit sind, Lebensmittel aus der Region zu konsumieren. Es besteht hierbei das Risiko, dass Marken und Vermarktungsstrukturen in Nordrhein-Westfalen nicht ausreichend transparent gemacht bzw. nur mangelhaft kommuniziert werden.

Insbesondere vor dem Hintergrund **immer häufiger auftretender Krisen** wird die Kommunikation in der Ernährungswirtschaft an Bedeutung gewinnen. Bedingt durch Klimawandel, Ernteauffälle und Börsenspekulationen werden die Rohstoffpreise insbesondere für die kleinen und mittelständischen Unternehmen schwer kalkulierbare Faktoren bleiben. Auch die stärkere Volatilität der Energiepreise schlägt hier besonders ins Gewicht, zumal die gestiegenen Kosten nur sehr begrenzt an die Verbrauchenden weitergegeben werden können.

Die Nutzung des nordrhein-westfälischen Potenzials regionaler, qualitativ hochwertiger und traditioneller Produkte beruht essenziell auf dem Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher. Dieses wird durch

Lebensmittelkrisen erschüttert, z. T. sogar dauerhaft entzogen, so dass dieser Markt unablässig latent bedroht bleibt. Als Gegenstrategie ist der Aufbau eines vernetzten, auf die Entemotionalisierung der Kommunikation zielenden Risiko- und Krisenmanagements für die regionalen Verarbeiter wichtig.

### Fachkräftemangel

Durch den demografischen Wandel sieht sich der Arbeitsmarkt in den kommenden Jahren mit einem **zurückgehenden Arbeitskräfteangebot** konfrontiert. Viele Berufe der Ernährungswirtschaft, vor allem im Handwerk, verzeichnen seit einigen Jahren einen Rückgang an Bewerbungen, der sich in den kommenden Jahren weiter fortsetzen wird. Ursächlich hierfür ist unter anderem ein **vergleichsweise schlechtes Image** vieler Berufe (z. B. Metzger, Bäcker) hinsichtlich Entlohnung sowie Arbeitszeiten. Zukünftig muss es hierbei das Ziel der Unternehmen sein, mehr für Berufe im Ernährungssektor zu werben.

## DRITTER TEIL: PERSPEKTIVEN

### I. Mögliche Szenarien: Die Ernährungswirtschaft Nordrhein-Westfalens im Jahr 2030

Die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft wird zukünftig durch eine Vielzahl an Trends und übergeordneten Entwicklungen bestimmt sein. Für die einzelnen Unternehmen wird es notwendig sein, ihr Handeln darauf auszurichten und durch Innovationen eigene Impulse zu setzen.

Die vorgestellten Szenarien stellen mögliche Entwicklungen für die Ernährungswirtschaft dar, denen weder quantifizierbare Wahrscheinlichkeiten noch qualitative Aussagen zur Erwartungshaltung zugeordnet sind. Dabei sind die möglichen Szenarien nicht als lineare, abgegrenzte Entwicklungen zu verstehen, sondern sie sind eher fließend ineinander übergehend zu erwarten.

Basierend auf den gesammelten Sekundärdaten und den Analysen lassen sich mögliche Szenarien zur weiteren Entwicklung der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen ableiten. Die Szenarien bauen zudem auf den Ergebnissen der Studie „Die Zukunft der Ernährungswirtschaft. Wie essen wir 2030“ auf, die im Jahr 2017 im Auftrag des Clusters Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) für den Freistaat Bayern durchgeführt wurde.



## 1

**Hohe Nachfrage nach regionaler Vielfalt**

Die Wiederentdeckung traditioneller, regionaler Werte und Lebensmittel führt in diesem Szenario zu einer neuen Vielfalt in der Ernährungswirtschaft. Protektionistische Tendenzen setzen sich auch in der Ernährungswirtschaft zunehmend durch; regionale und lokale Wirtschaftsnetzwerke etablieren sich immer mehr. Nordrhein-Westfälische Verbraucherinnen und Verbraucher mit individuellen Konsumbedürfnissen führen zu einer Ernährungswirtschaft, die stark in regionalen Strukturen verankert ist und weniger auf globalen Standards basiert.

Regionale Lebensmittel aus Nordrhein-Westfalen bedienen in diesem Szenario den Wunsch der Bevölkerung nach mehr Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein. Insbesondere die Verknüpfung von Regionalität und Bio gewinnt hierbei an Relevanz. Verbraucherinnen und Verbraucher weisen für hochwertige und regionale Lebensmittel eine höhere Zahlungsbereitschaft auf, da die Wertschätzung gegenüber landwirtschaftlichen Erzeugnissen aus der Region steigt. Gleichzeitig sehnen sich die Konsumentinnen und Konsumenten nach einem direkten Bezug zu Rohstoffen und Herstellern, so dass der Verarbeitungsgrad der Lebensmittel eher rückläufig ist und sich vielerorts regionale oder lokale Logistiknetze entwickeln.

Die Direktvermarktung sowie die Transparenz im Handel gewinnen vor diesem Hintergrund an Bedeutung. Handwerkliche und mittelständische Unternehmen stärken den regionalen Markt, während Im- und Exporte in diesem Szenario an Bedeutung verlieren.

## 2

**Innovationen und Digitalisierung führen zu Vielfalt am Markt**

Die digitale Transformation ist in diesem Szenario Leitmotiv der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft. Immer mehr (auch international vernetzte) Unternehmen setzen Innovationen am Markt durch. Eine hohe Vielfalt sowie ein hoher Verarbeitungsgrad der Lebensmittel prägt die Branche.

Hierdurch ergeben sich für Verbrauchende eine große Vielfalt an Nahrungsmitteln sowie Produkte, die individuell auf die Bedürfnisse der nordrhein-westfälischen Verbraucherinnen und Verbraucher abgestimmt sind. Ernährung wird zunehmend zum Lifestyleprodukt und dient dazu, der vielseitigen Persönlichkeit der Konsumierenden Ausdruck zu verleihen. Die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft würde in diesem Szenario jedoch keine signifikanten Veränderungen von Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards erfahren; auch die Bedeutung von Herkunft und Regionalität wäre unwesentlich.

Lebensmittel werden in diesem Denkansatz in globalen und hoch vernetzten Systemen produziert. Hierbei finden digitale Innovationen auf allen Stufen der Wertschöpfungskette statt. Ein weiterer Treiber für Innovationen sind massive Fortschritte der Forschung, die von der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen umgesetzt werden.

## 3

**Eigenversorgung als primäre Aufgabe der Ernährungswirtschaft**

Über Jahrzehnte hinweg war die Versorgung mit Lebensmitteln in Europa gesichert; internationale Warenströme garantierten eine Allverfügbarkeit an Produkten. Sobald internationale Konflikte oder Epidemien die global vernetzte Weltwirtschaft jedoch nachhaltig erschüttern, so dass die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln (wieder) primäre Aufgabe der Ernährungswirtschaft wird: Heimatmärkte schotten sich durch protektionistische Maßnahmen ab, und die Mobilität von Waren verliert deutlich an Bedeutung.

In diesem Szenario treten Erlebnis und Werteorientierung für die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft zunehmend in den Hintergrund. Die Gesellschaft entfernt sich immer weiter von den Werten einer offenen Gemeinschaft sowie von den Konsummustern der globalen Wirtschaft. Ursprung und Herkunft spielen für die Konsumentinnen und Konsumenten eine große Rolle; dies ist aber nicht auf eine ausgeprägte Werteorientierung zurückzuführen.

Der Verarbeitungsgrad von Lebensmittel in Nordrhein-Westfalen ist in diesem Szenario tendenziell gering. Forschung und Wissenschaft in der Ernährungswirtschaft stagnieren. Staatliche Regulierung vermindert die Aufmerksamkeit von Investoren, und auch die Verbraucherinnen und Verbraucher zeigen wenig Interesse an Neuerungen. Während die regionale Abschottung in der Ernährungswirtschaft die landwirtschaftlichen Erzeugerbetriebe schützt, erfolgt auf den nationalen Lebensmittelmärkten ein deutlicher Konzentrationsprozess, u. a. aufgrund eines hohen Preiswettbewerbs.

## 4

**(Globale) Brancheninnovationen  
durch internationale Konzerne und nationale Innovationschampions**

In diesem Szenario ist die Ernährungswirtschaft geprägt von disruptiven Technologien und neuen Geschäftsmodellen, mit denen zum einen international vernetzte, kapital- und dividendengetriebene Konzerne massive Veränderungen in der Branche vorantreiben. Gleichzeitig schaffen es auch nationale Innovationschampions aus Nordrhein-Westfalen, im Nischenbereich Innovationen voranzubringen. Hierbei gewinnen regionale Marktspezifika oder nationale Regulierungen zunehmend an Bedeutung, so dass es auch in der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft zu einer Vereinheitlichung der Lebensmittel und einem Rückgang der Produktvielfalt kommt. Hierbei können diese Unternehmen neue Geschäftsmodelle durchsetzen oder lukrative Nischen besetzen. Dieses Szenario der Brancheninnovationen durch nationale Innovationschampions ist umso realistischer, je mehr kleinere Unternehmen ihre Flexibilität und Agilität im Vergleich zu den Großkonzernen nutzen können.

Die Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen wird aktuell stark von einer mittelständischen Struktur geprägt und gilt global als Exportweltmeister. Deutsche „Hidden Champions“ hätten in diesem Szenario folglich gute Voraussetzungen, immer mehr (Nischen-) Segmente zu erobern und die insgesamt starke Wettbewerbsposition zu stabilisieren. Hinzu kommt, dass die Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen geprägt ist durch einen hohen Grad der Automatisierung sowie durch eine zunehmende Konzentration auf nahezu allen Stufen der Wertschöpfungskette.

## II. Szenariobewertung: Stimmen aus der Praxis

Die Ernährungswirtschaft wird häufig nicht zu den zukunftssträchtigen Wachstumsbranchen gezählt. Gerade aber für den Standort Nordrhein-Westfalen besitzt diese Branche eine große Bedeutung und steht z. B. durch neue technologische Möglichkeiten, veränderte Marktstrukturen und durch ein verändertes gesellschaftliches Ernährungsverhalten vor einem beträchtlichen Innovationsdruck. Auf Basis der gesammelten Ergebnisse und möglichen Szenarien gilt es nachfolgend zu erarbeiten, wie sich die Ernährungswirtschaft in NRW in den kommenden Jahren unter realistischen Annahmen entwickeln könnte bzw. welche Trends und Innovationen zukünftig an Bedeutung gewinnen werden. Gleichwohl kann die Prognose unvorhersehbare, externe Einflüsse nur eingeschränkt berücksichtigen.

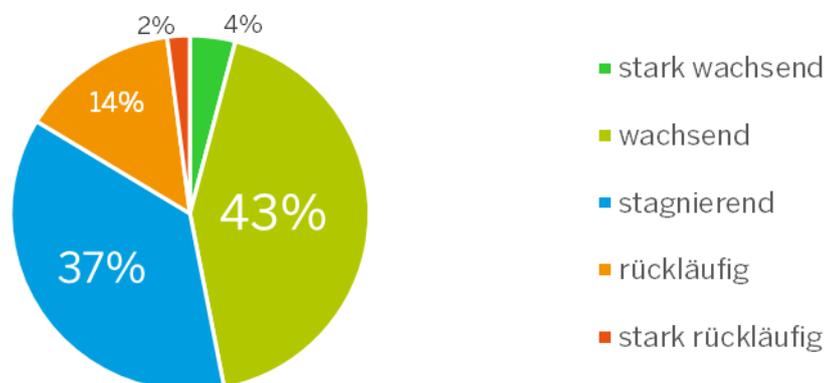
Die Prognosen basieren dabei im Wesentlichen auf den Ergebnissen der quantitativen und qualitativen Erhebungen mit Unternehmen und Experten der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft. Kernziel dieser Erhebungen war es abzubilden, wie die Praxis die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft einordnet und welche zukünftigen Entwicklungen für wahrscheinlich gehalten werden.

Im Rahmen der Onlinebefragung wurden verschiedene Unternehmen der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen kontaktiert, 65 Personen aus verschiedenen Branchen und Wertschöpfungsstufen haben an der Befragung teilgenommen. Differenziertere Informationen zur Stichprobe sind unter „Weitere Informationen“ aufgeführt. Die Befragung fand überwiegend vor dem Auftreten der Corona-Krise und den damit verbundenen Schutzmaßnahmen statt.

### Marktentwicklung

Die Unternehmen der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft gehen insgesamt von einem tendenziellen Wachstum aus. Grund hierfür ist in erster Linie das veränderte Einkaufsverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten, die Lebensmittel aus der Region wieder zunehmend nachfragen. Folglich kommt es zu einem erhöhten Bedarf und einem steigenden regionalen Absatzmarkt für Lebensmittel aus Nordrhein-Westfalen.

Abbildung 36: Bewertung der zukünftigen Entwicklung der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen

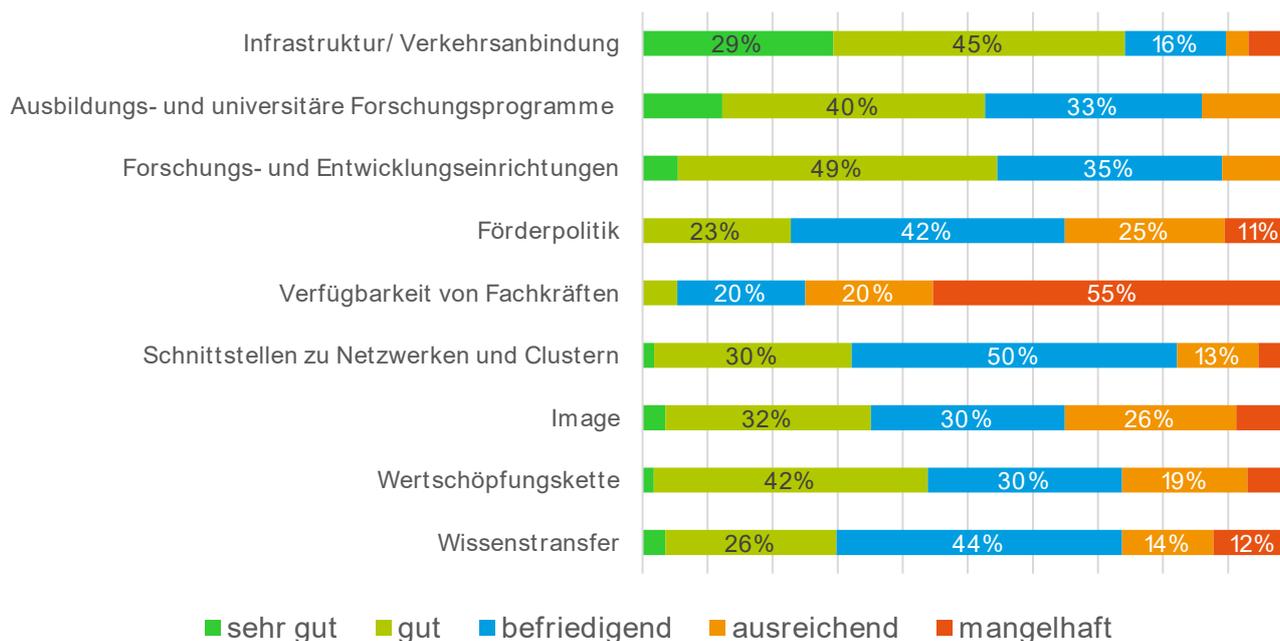


Quelle: AFC-Onlinebefragung, Frage 4: Wie bewerten Sie die zukünftige Entwicklung Ihrer Teilbranche in NRW? N=49.

### DRITTER TEIL: PERSPEKTIVEN

Förderlich für diesen verhaltenen Optimismus sind nach Einschätzung der Branche verschiedene Rahmenbedingungen in Nordrhein-Westfalen. Infrastruktur und Verkehrsanbindung, Ausbildungs- und universitäre Forschungsprogramme sowie Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen schaffen insgesamt gute Voraussetzungen für die zukünftige Entwicklung in Nordrhein-Westfalen. Die mangelhafte Verfügbarkeit von Fachkräften wird dagegen in Teilen der Branche als ein Risiko wahrgenommen.

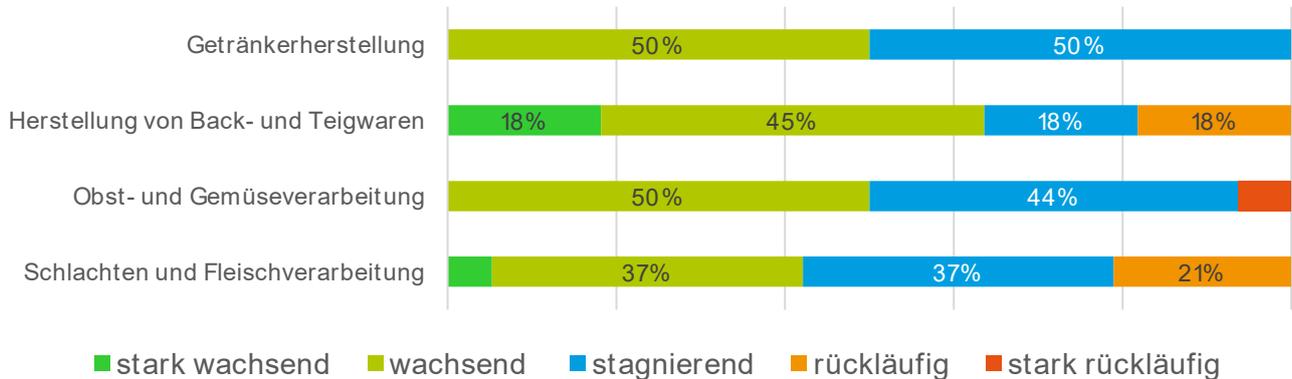
Abbildung 37: Bewertung der Rahmenbedingungen für die Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen



Quelle: AFC-Onlinebefragung, Frage 3: Wie bewerten Sie die Rahmenbedingungen für die Ernährungswirtschaft in NRW? Infrastruktur/Verkehrsanbindung N=58; Ausbildungs- und universitäre Forschungsprogramme N=57; Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen N=55; Förderpolitik N=57; Verfügbarkeit von Fachkräften N=56; Schnittstellen zu Netzwerken und Clustern N=56; Image N=57; Wertschöpfungskette N=57; Wissenstransfer N=57.

Die im Kern positive Grundstimmung betrifft die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft insgesamt, gleichwohl ist sie in einzelnen Branchen unterschiedlich stark ausgeprägt. Während die Hersteller von Back- und Teigwaren überwiegend optimistisch sind, bleiben die Erwartungen in der Schlachtung und Fleischverarbeitung etwas zurückhaltender. Denn gerade der Fleischsektor wird sich in Nordrhein-Westfalen ebenso wie in Gesamtdeutschland durch Forderungen nach artgerechter Tierhaltung sowie veränderten Essgewohnheiten der Bevölkerung (z. B. Vegetarismus) verändern bzw. neu aufstellen.

Abbildung 38: Bewertung der zukünftigen Entwicklung der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen nach Branchen



Quelle: AFC-Onlinebefragung, Frage 4: Wie bewerten Sie die zukünftige Entwicklung Ihrer Teilbranche in NRW? Schlachten und Fleischverarbeitung N=19; Obst- und Gemüseverarbeitung N=16; Herstellung von Back- und Teigwaren N=11; Getränkeherstellung (alkoholisch und nicht-alkoholisch) N=6.

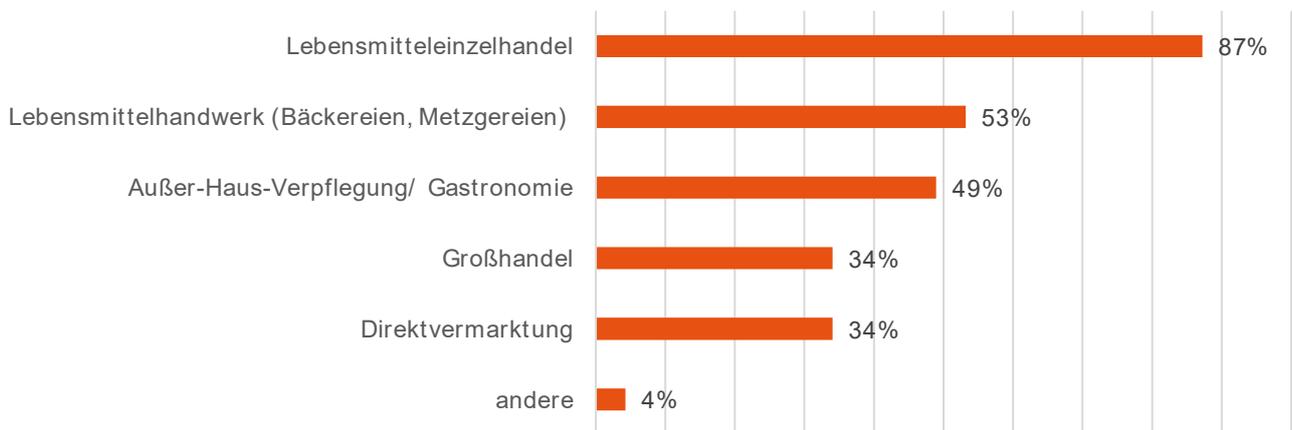
Darüber hinaus bewerten die Unternehmen auf den verschiedenen Wertschöpfungsstufen die Entwicklung der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen unterschiedlich. Auf der Ebene der Erzeugerbetriebe ist eine zunehmende Konzentration in den Betriebsstrukturen zu erwarten: kleinere Unternehmen werden vom Markt verdrängt, größere Unternehmen hingegen an Marktmacht gewinnen. Der Strukturwandel wird sich auf dieser Stufe der Wertschöpfungskette folglich weiter fortsetzen. Auf der Ebene der Verarbeitung ist Nordrhein-Westfalen traditionell stark, wobei auch diese Unternehmen einem immer stärkeren Konkurrenzdruck ausgesetzt sind. Im Bereich der Außer-Haus-Verpflegung ist zukünftig ein vergleichsweise starker Wachstumstrend zu erwarten: Immer mehr Menschen unterschiedlicher Altersklassen essen außerhalb des Zuhauses. Herausforderung wird es sein, regionale Lebensmittel zukünftig mehr in der Außer-Haus-Verpflegung zu etablieren.

Aktuell ist der Lebensmitteleinzelhandel der wichtigste Absatzweg für Lebensmittel aus Nordrhein-Westfalen. Gleichzeitig ist aber auch die Rolle des Lebensmittelhandwerks (d. h. Bäcker- und Metzgereien) in Nordrhein-Westfalen nicht zu vernachlässigen. Die Direktvermarktung ist aktuell als Absatzweg für Lebensmittel aus Nordrhein-Westfalen von untergeordneter Rolle, kann jedoch zukünftig durch die stärkere Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln an Bedeutung gewinnen.<sup>36</sup> Auch die Außer-Haus-Verpflegung/ Gastronomie darf an dritter Stelle als Absatzweg für Lebensmittel in Nordrhein-Westfalen nicht vernachlässigt werden.

<sup>36</sup> Absatzwege wie die Industrie scheinen auf Basis dieser Umfrageergebnisse keine Rolle zu spielen. Dies steht im Konflikt mit anderen Branchenkenntnissen, wonach die (weiterverarbeitende) Industrie für viele Unternehmen in der Ernährungswirtschaft einen wichtigen Absatzweg darstellt.

## DRITTER TEIL: PERSPEKTIVEN

Abbildung 39: Wichtigste Absatzwege für Lebensmittel in Nordrhein-Westfalen



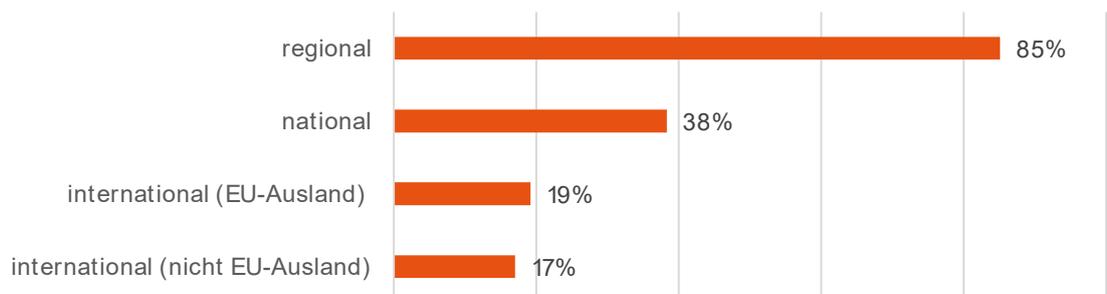
„andere“: Onlinehandel, Schulkantinen

Quelle: AFC-Onlinebefragung, Frage 6: Was sind Ihrer Einschätzung nach die wichtigsten Absatzwege für Lebensmittel aus NRW? N=47.

### Zukünftige Absatzmärkte der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft

Die Regionalvermarktung wird in Nordrhein-Westfalen nach Einschätzungen der Branche weiter an Bedeutung gewinnen. Gleichzeitig werden die Unternehmen in einzelnen Teilsektoren weiterhin auf den Export von Waren angewiesen sein. Dies gilt z. B. für die Fleischwirtschaft, die vergleichsweise hohe Exportwerte aufweist.

Abbildung 40: Wichtigste zukünftige Absatzmärkte für Lebensmittel in Nordrhein-Westfalen



Quelle: AFC-Onlinebefragung, Frage 7: In welchen Regionen liegen aus Ihrer Sicht zukünftig die wichtigsten Absatzmärkte für Ihre Teilbranche? N=47.

Darüber hinaus ist zu erwarten, dass der Export auch in den kommenden Jahren ein wichtiger Geschäftszweig der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft bleiben wird. Insbesondere die Fleischwirtschaft weist bereits aktuell eine vergleichsweise hohe Zusammenarbeit mit dem Ausland auf, die zukünftig noch an Bedeutung gewinnt. Steigende Ausfuhren sind ebenfalls in der Obst- und Gemüseverarbeitung sowie der Herstellung von Getränken (alkoholisch und nicht-alkoholisch) zu erwarten. In der nordrhein-westfälischen Back- und Teigwarenbranche sind die Auslandsmärkte dagegen auch in Zukunft von eher untergeordneter Bedeutung.

Abbildung 41: Entwicklung des Exports der Ernährungswirtschaft in den kommenden fünf Jahren in Nordrhein-Westfalen



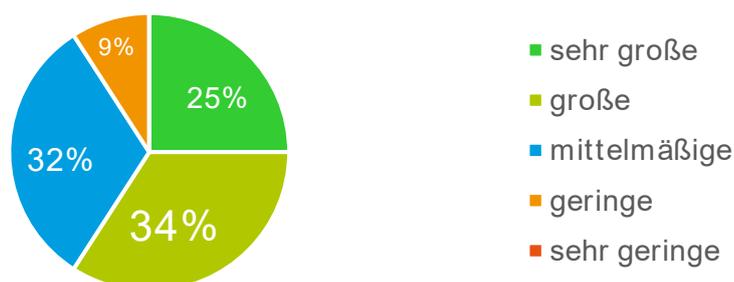
Quelle: AFC-Onlinebefragung, Frage 8: Wie wird sich Ihrer Einschätzung nach der Export Ihrer Branche in den kommenden fünf Jahren entwickeln? N=40.

### Innovationen und Startups

Aktuelle Trends werden auch in Zukunft die Ernährungswirtschaft prägen: Gesundheit, Nachhaltigkeit, Bio und Regional sind hierbei an erster Stelle zu nennen, vielfach auch in überschneidender Form. In der Fleischwirtschaft spielen Themen wie Tierwohl und Tierschutz zunehmend eine Rolle; zudem weist der ökologische Landbau Wachstumspotenziale auf. Auch werden Trends an Bedeutung gewinnen, die eine spezifische Nische bedienen, nur einzelne Teile der Bevölkerung ansprechen – und damit ein ideales Experimentierfeld für die Startup-Szene in Nordrhein-Westfalen bietet.

Die Ernährungswirtschaft wird damit auch zukünftig ein Sektor sein, der auf Innovationen angewiesen ist. Hierbei spielen nicht nur die Erzeugung und Verarbeitung der Produkte eine Rolle, sondern auch eine möglichst innovative Verpackung und neuartige Zutaten.

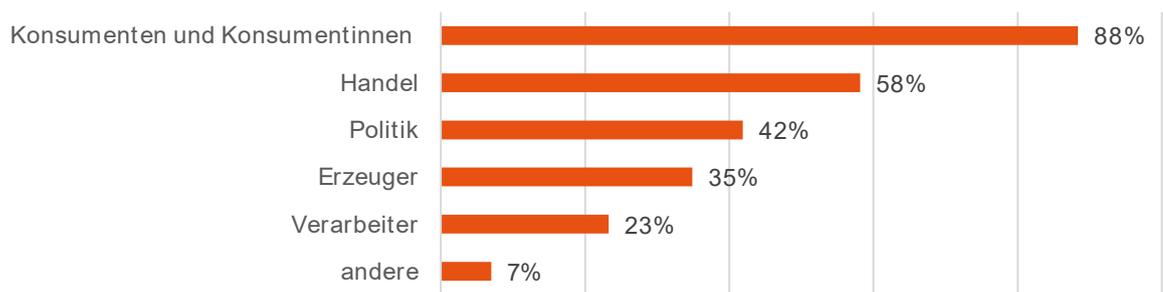
Abbildung 42: Rolle von Trends in der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen



Quelle: AFC-Onlinebefragung, Frage 13: Welche Rolle nehmen Ihrer Einschätzung nach Innovationen in der Ernährungswirtschaft in NRW ein? N=44.

Treiber für Veränderungen und Innovationen in der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft sind in erster Linie die Konsumentinnen und Konsumenten. Ein großer Teil davon scheint zukünftig bereit zu sein, mehr Geld für (innovative) Produkte hoher Qualität aus der Region auszugeben. Nicht zuletzt nimmt auch der Handel durch seine Position an der Schnittstelle zu den Verbrauchenden und die Sortimentsgestaltung weiterhin großen Einfluss auf das Innovationsgeschehen der Branche.

Abbildung 43: Treiber für Veränderungen mit Blick auf Innovationen in der Ernährungswirtschaft in NRW



„andere“: NGOs, Lebensmittelindustrie

Quelle: AFC-Onlinebefragung, Frage 12: Wer sind die Treiber für diese Veränderungen? N=43.

### III. Mögliche Effekte des Pandemiegeschehens

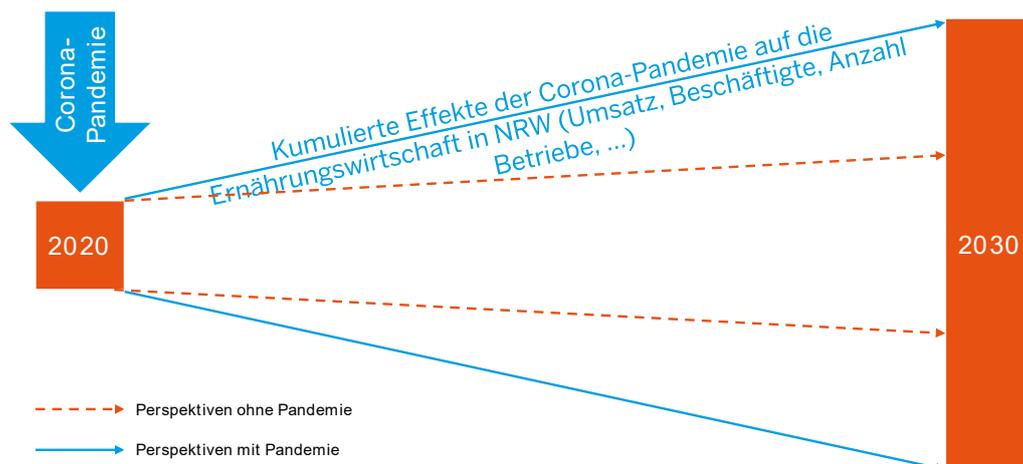
Durch die Ausbreitung der Viruserkrankung COVID-19 und der damit einhergehenden Einschränkungen ist die Ernährungswirtschaft aktuell mit einem externen Effekt unmittelbar konfrontiert, der die Entwicklung auch in Nordrhein-Westfalen maßgeblich beeinflussen wird. Wenngleich die durchgeführten Erhebungen dieser Studie den Stand vor der Pandemie wiedergeben, soll der Einfluss von COVID-19 in diesem Branchenbericht durch ergänzende Einschätzungen nicht unberücksichtigt bleiben.

Die Herausarbeitung möglicher Effekte des Pandemiegeschehens auf die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft basiert zum einen auf dem aktuellen Wissens- und Forschungsstand. Zum anderen sind einzelne Ergebnisse der Interviews sowie der Onlinebefragung berücksichtigt, da diese teilweise zu Beginn der Ausbreitung des Coronavirus in Deutschland geführt wurden und somit erste Entwicklungen in Zusammenhang mit der Pandemie von Seiten der Praxis aufgedeckt wurden.

Insgesamt ist festzustellen, dass eine Prognose, wie sich das aktuelle Pandemiegeschehen auf die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft auswirkt, aus heutiger Sicht sehr unsicher ist. Nachfolgend ist es daher das Ziel, mögliche Effekte des Pandemiegeschehens auf die nordrhein-westfälische Ernährungswirtschaft zu skizzieren.

Es ist bereits heute zu beobachten, dass **einzelne Sektoren der Ernährungswirtschaft einen Strukturwandel** durchleben. Gleichwohl sind **nicht alle Branchen und Wertschöpfungsstufen gleichermaßen von der Krise betroffen**. Zentrale Treiber für veränderte Strukturen in der Ernährungswirtschaft durch das Pandemiegeschehen sind **veränderte ökonomische Rahmenbedingungen**, eine **(De-)Globalisierung der Wertschöpfungskette** sowie **modifizierte Wertvorstellungen** der Gesellschaft (mehr Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz, Unterstützung der Unternehmen in der Region). Durch die Pandemie ergeben sich deutlich mehr Möglichkeiten, wie sich die Ernährungswirtschaft bis 2030 entwickeln kann.

Abbildung 44: Effekt der Pandemie auf die Perspektiven der nordrhein-westfälischen Ernährungswirtschaft



Quelle: Eigene Abbildung.

Die im Wesentlichen optimistische Grundstimmung zur Entwicklung der Märkte spiegelt die Einschätzung der Ernährungswirtschaft Nordrhein-Westfalens unmittelbar vor der Verbreitung des COVID-19-Erregers wider. Mit anhaltender Dauer der mit der Pandemie verbundenen Einschränkungen sind ergänzend weitere Annahmen zu berücksichtigen. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass die Unternehmen der Ernährungswirtschaft mit zum Teil bedeutenden Veränderungen konfrontiert sind, gleichzeitig aber auch eine enorme Systemrelevanz aufweisen. Es ergibt sich eine differenzierte Betrachtung nicht nur der Risiken, sondern auch von Chancen.

Auch die **Europäische Kommission** hat sich bereits mit dem aktuellen Pandemiegeschehen auseinandergesetzt. So hat die Kommission dargelegt, dass das Coronavirus die **Bedeutung eines robusten und widerstandsfähigen Nahrungsmittelsystems und der Sicherheit der Nahrungsmittelversorgung(schlechte) schlagartig verdeutlicht**. Es sei in der Krise besonders relevant, Nahrungsmittelversorgungsketten zu verkürzen. Initiativen zur Reduzierung der Abhängigkeit von Langstreckentransporten gedenkt die Kommission daher auch zur Stärkung der Widerstandsfähigkeit regionaler und lokaler Nahrungsmittelsysteme zu unterstützen. Die Pandemie habe dazu beigetragen, dass die **Zusammenhänge zwischen menschlicher Gesundheit, Ökosystemen, Lieferketten, Konsummustern und den planetaren Grenzen gestärkt werden**. Insofern sei die **Farm to Fork-Strategie** laut Kommission auch eine Antwort auf die gesellschaftlichen Herausforderungen, die im Kontext der Pandemie erkennbar geworden seien.

## Mögliche Effekte des Pandemiegeschehens auf

### ...die Marktentwicklung der Ernährungswirtschaft NRW

Eine regional ausgerichtete Ernährungswirtschaft kann einen höheren Stellenwert erringen, sofern der Fokus der Verbraucherinnen und Verbraucher stärker auf die Unterstützung der heimischen Märkte gerichtet wird, da die globalisierten Warenströme beeinträchtigt sind. Insbesondere die Erzeugerebene profitiert von der **Nachfrage nach Lebensmitteln aus der Region**. Gleichwohl sind die unmittelbaren Herausforderungen für viele Betriebe bedeutend, bspw. durch fehlende Erntehelfer und andere Fremd-Arbeitskräfte aus dem Ausland, die insbesondere in der Obst- und Gemüseerzeugung oder der Fleischwirtschaft wichtig sind.

Durch die flächendeckende Schließung von Restaurants, Kantinen etc. **bricht der Markt für Außer-Haus-Verpflegung stark ein, während der LEH an Leistungsgrenzen stößt**. Unternehmen der Ernährungswirtschaft, die den AHV-Markt beliefern, geraten dadurch unter Druck, während Hersteller von Convenience-Produkten davon profitieren, dass die Menschen mehr zuhause essen (müssen).

Durch die Einschränkungen globaler Warenströme müssen **Lieferketten neu organisiert** werden. Wertschöpfungsketten, die ins Ausland gehen, sind nicht mehr so stabil. Die Lieferung ausländischer Zulieferer kann sich verzögern. Gleichzeitig können Absatzmärkte im Ausland möglicherweise nicht problemlos erreicht werden. Regionale Wertschöpfungsketten müssen vor diesem Hintergrund gestärkt werden. Auch der Vertrieb über das Internet gewinnt an Bedeutung, ebenso die Direktvermarktung (Hofläden etc.). Für das Handwerk (Bäcker- und Metzgereien) bieten sich ebenfalls langfristig Chancen, als **lokale Versorger wieder einen höheren Stellenwert** zu erringen.

## IV. Positionen des MULNV zur Ernährungswirtschaft

Die für den Standort Nordrhein-Westfalen spezifischen Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken bestimmen als Rahmenbedingungen ebenso wie die übergeordneten Trends und spezifischen Bedürfnisse der Unternehmen die zukünftige Entwicklung der Branche. Für die Landesregierung Nordrhein-Westfalen lassen sich daraus konkrete Maßnahmen ableiten:

### 1. Nachhaltige Lebensmittelwertschöpfungskette

Die Ernährungswirtschaft in NRW ist ein besonders wichtiger Arbeitgeber im ländlichen Raum und maßgeblich für die Wertschöpfung in der gesamten Produktionskette von der Urproduktion über die Verarbeitung, den Handel bis zum Verbraucher zuständig. Sie muss sich immer neuen Herausforderungen durch Politik, Gesellschaft und Marktsituation stellen. Der allgemeine Trend zum nachhaltigen Wirtschaften fordert von der Ernährungswirtschaft eine nachhaltige Produktion und das Angebot immer stärker individualisierter Produkte.

Die Strategiepapiere der EU-Kommission geben die Leitbilder der Zukunft eindeutig vor. Sie setzen klare Ziele für Klimaneutralität und Nachhaltigkeit. Auch die Ernährungswirtschaft muss sich konsequent dieser Herausforderung stellen. Dabei wird es für die Verarbeitungsindustrie ein anderer Weg sein als für das Ernährungshandwerk. Die Landesregierung sieht großen Handlungsbedarf und wird die Ernährungswirtschaft bei der Vorbereitung mit verschiedenen Maßnahmen flankieren.

Wichtige Farm to fork Ziele für die Ernährungswirtschaft:

- Neuformulierung von Lebensmitteln im Einklang mit den Leitlinien für eine gesunde und nachhaltige Ernährung; Verkleinerung ihres ökologischen Fußabdrucks und ihres Energieverbrauchs durch mehr Energieeffizienz;
- Anpassung der Marketing- und Werbestrategien unter Berücksichtigung der Bedürfnisse von Risikogruppen;
- Sicherstellung, dass Preiskämpfe im Lebensmittelbereich in der Bevölkerung nicht zu einer geringeren Wertschätzung von Lebensmitteln führen;
- weniger Verpackung im Einklang mit dem neuen Aktionsplan für die Kreislaufwirtschaft.

Wenn NRW die Klimaziele 2030 und 2050 erreichen will, müssen unsere Landwirtschaft, unser Ernährungshandwerk und unsere Ernährungswirtschaft gemeinsam die Gunst des Standorts nutzen und ausbauen.

### 2. Vernetzung und Wissenstransfer

Die Stärken der Ernährungsbranche in Nordrhein-Westfalen liegen in der Nähe zu Millionen Kunden im In- und Ausland, einer sehr guten Verkehrsinfrastruktur, einer qualitativ hochwertigen und innovativen Produktpalette und dem Vorhandensein leistungsfähiger Zulieferer aller Art. Diese Standortvorteile werden

durch Produkt- und Prozessinnovationen sowie durch neue Marktstrategien gehalten und gefördert. Insgesamt ergibt sich eine wachsende Komplexität. Die Anforderungen an die Ernährungswirtschaft steigen außerordentlich, von den Rohstoffen über die Logistik bis zur Verpackung.

Zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit in diesem komplexen Umfeld ist die Schaffung eines Kompetenznetzwerkes von großer Bedeutung. Ein Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft soll im Rahmen der nächsten EFRE-Förderperiode für die gesamte Ernährungswirtschaft zur Verfügung stehen und diesen Prozess gestalten. Es soll vor allem für kleinere und mittelständische Unternehmen aus der Ernährungsbranche Antworten und Möglichkeiten aufzeigen, sich den Neuerungen der Märkte erfolgreich zu stellen, auf veränderte Rahmenbedingungen zu reagieren und neue Erkenntnisse und Trends zu implementieren. Es soll zusammen mit der Ernährungswissenschaft vernetzen und dabei unterstützen, Innovationen zu entwickeln, Lösungen v.a. für politische, gesellschaftliche und marktrelevante Themen zu finden und somit ihre Marktvorteile weiter auszubauen. Dabei soll die gesamte Wertschöpfungskette vom Produzenten bis zum Konsumenten dabei unterstützt werden, ihre Potentiale zu nutzen und bessere Wirkungen zu erzielen.

### 3. Den Wandel ermöglichen: Trends, Forschung, Innovation, Digitalisierung

Drängende Herausforderungen sind bereits jetzt an Bedeutung gewinnende Themen: Neben Nachhaltigkeit wird auch die Digitalisierung zunehmend das unternehmerische Wirtschaften gestalten. Forschung und Innovationen sind hier im erheblichen Maße gefordert, um den Wandel erfolgreich zu flankieren. Es sind wichtige Triebkräfte, die den Übergang zu nachhaltigen, gesunden und integrativen Lebensmittelsystemen – von der Primärerzeugung bis zum Verzehr – beschleunigen. Forschung und Innovationen können dazu beitragen, Lösungen zu entwickeln und zu testen, Hindernisse zu überwinden und neue Marktchancen zu eröffnen. Neue Erkenntnisse und Innovationen werden vor dem Hintergrund der Schwerpunktsetzung der EU-Politik insbesondere in folgenden Themenfeldern erforderlich sein:

- Ressourceneffizienz, Rohstoffe (u.a. Kreislaufwirtschaft, Bioökonomie),
- Klimaanpassung, v.a. im Hinblick auf die Rohstoffe im gesamten Produktionsprozess,
- Versorgung mit gesunden Nahrungsmitteln aus nachhaltiger Produktion,
- kreislauforientiertere und ressourceneffizientere Gestaltung der Wirtschaft, z. B. durch die Förderung von Öko-Innovationen und Geschäftsmodellen für nachhaltigere Produkte und Produktionssysteme
- Intelligente, umweltfreundliche und integrierte Logistik

Auch bei der Festigung regionaler Wertschöpfung sollten Ansatzpunkte zur Verknüpfung mit aktuellen Trends und Themen wie z. B. Bioökonomie, Nachhaltigkeit oder Tierwohl intensiv(er) genutzt werden. Dies bietet sogar Potenzial für mehr Wertschöpfung und Absatzalternativen.

Die Landesregierung wird die Ernährungswirtschaft vernetzen, damit sie in die innovativen Erkenntnisse der Forschung eingebunden sind. Dies kann über ein Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft erfolgen und gerade die kleinen und mittelgroßen Unternehmen der Ernährungswirtschaft NRW ansprechen, die die Infrastruktur und die Arbeitsplätze im ländlichen Raum und die besonderen regionalen Spezialitäten produzieren und erhalten.

#### 4. Fachkräftemangel gemeinsam angehen

Ein Mangel an Fachkräften ist in einigen Branchen und Regionen bereits heute virulent und wird eine der zentralen Herausforderung werden, der im Rahmen der Standortpolitik gemeinsam begegnet werden muss. Hierzu müssen positive Aspekte der ernährungswirtschaftlichen Berufe (z. B. der teilweise hohe Grad an Digitalisierung) wieder stärker in den Vordergrund gerückt werden. Nicht zuletzt müssen in den Unternehmen die Arbeitsbedingungen attraktiv und die Entlohnung wettbewerbsfähig gestaltet sein. Ein Ziel ist es, die Ausbildung einer multifunktionalen, diversifizierten und stärker auf die regionalen Märkte ausgerichteten Land- und Ernährungswirtschaft zu unterstützen.

#### 5. Förderung regionaler Wertschöpfungsketten

Die durch kleine und mittelständische Unternehmen geprägte Struktur der Ernährungswirtschaft besitzt erhebliches Potenzial. Angesichts dessen richten sich die Maßnahmen der Landesregierung auf die Weiterentwicklung des Standorts NRW und die Stärkung regionaler Wertschöpfung. Um die Vermarktung von regionalen Produkten zu fördern, bedarf es eines abgestimmten Konzepts bzw. einer Strategie zwischen den einzelnen Wertschöpfungsstufen. Dazu zählen auch Kennzeichen, die eine Zugehörigkeit der Lebensmittel zu NRW eindeutig erkennen lassen. Die Marke NRW is(s)t gut! Ist dafür gut geeignet, die Wirtschaft sollte sie in Zukunft deutlich mehr nutzen. Zudem müssen strategische Partnerschaften im LEH, der Tourismuswirtschaft und der Gastronomie weiterentwickelt werden. Mit verschiedenen Förderangeboten zur Verbesserung der Vermarktungsstrukturen soll es auch in Zukunft gelingen, die Akteure der Ernährungswirtschaft NRW dabei zu unterstützen.

# WEITERE INFORMATIONEN

## Methodik

- Die statistische Betrachtung der Ernährungswirtschaft differenziert in diesem Branchenbericht zwischen Betrieben mit 20 Beschäftigten und mehr (*hier: Ernährungsindustrie*) sowie kleineren Unternehmen, die weniger als 20 Mitarbeiter aufweisen (*hier: Ernährungshandwerk*), wenngleich die Grenzen insbesondere bei der Verarbeitung von Lebensmitteln fließend sind und sich vielmehr an der Frage von Selbstverständnis, Produktionsverfahren und Zugehörigkeiten zu Berufsorganisationen von Handwerksbetrieben orientiert.
- Statistische Ergebnisse im Bereich der Ernährungsindustrie basieren auf Daten von IT.NRW sowie eigenen Berechnungen des Landes NRW. Die fachliche Gliederung erfolgt anhand der Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008). Die Lebensmittelindustrie umfasst die Subbranchen Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln (WZ 10) sowie die Getränkeherstellung (WZ 11).
- Statistische Ergebnisse des Ernährungshandwerks basieren auf Daten der Datenlandesbank NRW. Die verwendeten Statistiken wurden im Rahmen der Handwerkszählung erhoben. Das Lebensmittelgewerbe umfasst die Gewerbegruppe GEWGR-05.
- Die statistische Auswertung wurde ergänzt durch qualitative Experteneinschätzungen. Insgesamt wurden 10 Interviews mit Fachleuten unterschiedlicher Stakeholdergruppen und Produktionsbereiche geführt: Landwirtschaftliche Verbände, Vertreter öffentlicher Einrichtungen, Unternehmen aus Industrie und Handwerk, sowie Fachleute aus der Forschung.
- Zudem wurde eine Onlinebefragung von Unternehmen der Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen durchgeführt, die vom 1. März 2020 bis zum 3. April 2020 geöffnet war. Daran teilgenommen haben 65 Personen und mindestens eine Frage beantwortet, wobei es keine Pflichtfragen gab.

An der Befragung haben Unternehmen verschiedener Wertschöpfungsstufen teilgenommen; die meisten Unternehmen waren in der *Verarbeitung* (N=26), dem *Handel* (N=22) und der *Erzeugung* (N=19) tätig. Zudem wurden unterschiedliche Produktgruppen berücksichtigt. Die meisten Unternehmen sind hierbei in der *Schlachtung und Fleischverarbeitung* (N=19), der *Obst- und Gemüseverarbeitung* (N=16) sowie der Herstellung von *Back- und Teigwaren* (N=11) zu zählen.

## Studiengänge mit agrar- und ernährungswissenschaftlichem Schwerpunkt

Hochschule nach Standort	Bezeichnung Studiengang	angestrebte Abschlussprüfung
Universität Bonn	Agrarwissenschaften	Bachelor
	Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaften	Bachelor
	Agricultural and Food Economics	Master
	Agricultural Sciences and Resource Management in the Tropics and Subtropics - ARTS	Master
	Humanernährung	Master
	Lebensmitteltechnologie	Master
	Nutzpflanzenwissenschaften	Master
	Tierwissenschaften	Master
FH Münster, Standort Münster	Oecotrophologie	Bachelor
	Ernährung und Gesundheit	Master
	Nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft	Master
FH Niederrhein, Standort Mönchengladbach	Ernährungswissenschaften (grundständig)	Bachelor
	Ernährungswissenschaften (Praxis-/Auslandssemester)	Bachelor
	Lebensmittelwissenschaften	Bachelor
	Lebensmittelwissenschaften (Praxis-/Auslandssemester)	Bachelor
	Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaften	Master
FH Ostwestfalen - Lippe, Standort Lemgo	Industrielle Lebensmittel- und Bioproduktion	Bachelor
	Lebensmitteltechnologie	Bachelor
	Lebensmitteltechnologie (Praxissemester)	Bachelor
FH Rhein-Waal, Standort Kleve	Agribusiness	Bachelor
	Agribusiness (berufsbegleitend)	Bachelor
	Agribusiness (dual)	Bachelor
	Sustainable Agriculture	Bachelor
	Sustainable Agriculture (berufsbegleitend)	Bachelor
	Sustainable Agriculture (dual)	Bachelor
	Lebensmittelwissenschaften	Master
	Lebensmittelwissenschaften (Teilzeit)	Master
FH Südwestfalen, Standort Soest	Agrarwirtschaft	Bachelor
	Agrarwirtschaft	Master
FH des Mittelstands, Standort Bielefeld	Vegan Food Management	Bachelor
FH des Mittelstands, Standort Köln	Vegan Food Management	Bachelor

Quelle: Eigene Darstellung nach Auswertungen des Landes NRW (2019).

## Lehramtsstudiengänge mit ernährungswissenschaftlichem Schwerpunkt

Hochschule nach Standort	Bezeichnung Studiengang	angestrebte Abschlussprüfung
Universität Bonn	Agrarwissenschaft (Große Fachrichtung)	LA Bachelor Berufskolleg
		LA Master Berufskolleg
	Ernährungs- und Hauswirtschaftswissenschaft (Große Fachrichtung)	LA Bachelor Berufskolleg
		LA Master Berufskolleg
	Lebensmitteltechnologie (Lebensmitteltechnik) (Kleine Fachrichtung)	LA Bachelor Berufskolleg
		LA Master Berufskolleg
	Markt und Konsum (Kleine Fachrichtung)	LA Bachelor Berufskolleg
		LA Master Berufskolleg
	Pflanzenwissenschaften (Pflanzenbau) (Kleine Fachrichtung)	LA Bachelor Berufskolleg
		LA Master Berufskolleg
	Tierwissenschaften (Tierhaltung) (Kleine Fachrichtung)	LA Bachelor Berufskolleg
		LA Master Berufskolleg
	Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus (Kleine Fachrichtung)	LA Bachelor Berufskolleg
		LA Master Berufskolleg
Universität Paderborn	Ernährungs- und Hauswirtschaftswissenschaft	LA Bachelor Berufskolleg
	Ernährungs- und Hauswirtschaftswissenschaft (Große Fachrichtung)	LA Master Berufskolleg
	Ernährungslehre	LA Bachelor Gymnasien u. Gesamtschulen
		LA Master an Gymnasien u. Gesamtschulen
	Hauswirtschaft	LA Bachelor Haupt-, Real-, Sekundar- u. Gesamtschulen
		LA Master Haupt-, Real-, Sekundar- u. Gesamtschulen
Lebensmitteltechnologie (Lebensmitteltechnik)	LA Bachelor Berufskolleg	
	LA Master Berufskolleg	
Fachhochschule Münster, Standort Münster	Ernährungs- und Hauswirtschaftswissenschaft	LA Bachelor Berufskolleg
		LA Master Berufskolleg
Fachhochschule Ostwestfalen-Lippe, Standort Lemgo	Ernährungs- und Hauswirtschaftswissenschaft	LA Bachelor Berufskolleg
	Ernährungs- und Hauswirtschaftswissenschaft (Große Fachrichtung)	LA Master Berufskolleg
	Lebensmitteltechnologie (Lebensmitteltechnik)	LA Bachelor Berufskolleg
		LA Master Berufskolleg

Quelle: Eigene Darstellung nach Auswertungen des Landes NRW (2019).

## Zentrale Literaturquellen

- Bundesanstalt für Ernährung und Landwirtschaft (2020):** EU-Qualitätskennzeichen [https://www.ble.de/DE/Themen/Ernaehrung-Lebensmittel/EU-Qualitaetskennzeichen/eu-qualitaetskennzeichen\_node.html].
- Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2019):** „Deutschland, wie es isst“.
- Bundesministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie (2020):** Gründung [https://www.wirtschaft.nrw/gruendung].
- Bundesverband deutsche Startups (2020):** Green Startup Monitor 2020.
- Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie (2019):** Ernährung 4.0 – Digitalisierung bringt Transparenz für Industrie und Verbraucher.
- Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie (2019):** Jahresbericht 2018/ 2019.
- Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie (2017):** So schmeckt’s in Zukunft –Trends und Innovationen in der Lebensmittelindustrie.
- Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie (2016):** FAKT: ist Lebensmittelverpackung.
- Cluster Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung (Kern) (2017):** Die Zukunft der Ernährungswirtschaft. Wie essen wir 2030? [https://www.kern.bayern.de/mam/cms03/wirtschaft/dateien/zukunftstage2017\_szenariobrosch%C3%BCre.pdf].
- Foodhub NRW** [https://foodhub-nrw.de/].
- Hans Böckler Stiftung (2018):** Branchenanalyse Brot- und Backwarenindustrie [https://www.boeckler.de/pdf/p\_study\_hbs\_378.pdf].
- Hans Böckler Stiftung (2017):** Branchenanalyse Getränkeindustrie [https://www.boeckler.de/pdf/p\_study\_hbs\_368.pdf].
- Hans Böckler Stiftung (2017): Branchenmonitor Fleischwirtschaft** [https://www.mitbestimmung.de/assets/downloads/Branchenmonitor\_Schlachten\_und\_Fleischverarbeitung.pdf].
- IHK-Fachkräftemonitor (2018).**
- Landesregierung NRW (2019):** Antwort der Landesregierung auf die große Anfrage 11. Ernährungswirtschaft in NRW. Drucksache 17/6320.
- Landwirtschaftskammer NRW (2019):** Landservice - Diversifizierte regionale Landwirtschaft und Wertefekte für den ländlichen Raum [https://www.landwirtschaftskammer.de/landwirtschaft/landservice/pdf/ls-regionale-wertschoepfung.pdf].
- NRW International** [https://www.nrw-international.de/].
- Ernährung.NRW e.V. (2020):** Prüfzeichen zur Bewerbung von Lebensmitteln – Verbriefung von Herkunft und Qualität! [https://www.nrw-isst-gut.de/die-pruefzeichen/das-produktzeichen/].
- NRW.INVEST (2017):** Ernährungswirtschaft in Nordrhein-Westfalen. Daten. Fakten.
- Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz NRW (2020):** Ernährungswirtschaft [https://www.umwelt.nrw.de/landwirtschaft/ernaehrungswirtschaft/].

## WEITERE INFORMATIONEN

**Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz NRW (2020):** Ökologischer Landbau [<https://www.umwelt.nrw.de/landwirtschaft/landwirtschaft-und-umwelt/oekologischer-landbau/>].

**Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz NRW (2020):** Ökologischer Landbau in Deutschland. Verordnung (EG) Nr. 834/2007 i.V.m. Verordnung (EG) Nr. 889/2008.

**Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz NRW (2020):** Die Pionierkantinen des 100-Kantinen-Programm [<https://www.100-kantinen.nrw.de/das-projekt.html>].

**Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz NRW (2020):** Meister.Werk.NRW – Ehrenpreis des Landes NRW [<https://www.umwelt.nrw.de/landwirtschaft/ernaerungswirtschaft/meisterwerknrw-ehrenpreis-des-landes-nrw/>].

**Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz NRW (2019):** So schmeckt Heimat. Spezialitäten aus Nordrhein-Westfalen.

**Strecker, Prof. Otto A. et al. (2010):** Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte.

## Zentrale Datenquellen

**Bitkom Research (2019).**

**Bundesagentur für Arbeit (2020):** Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen (WZ 2008).

**DEStatis (2020):** Statistiken zum verarbeitenden Gewerbe.

**IT.NRW (2020):** Statistiken zum verarbeitenden Gewerbe.

**IT.NRW (2020):** Handwerkszählung.

# IMPRESSUM

## Herausgeber

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen (MULNV)  
40190 Düsseldorf, Referat Öffentlichkeitsarbeit

## Fachredaktion

Referat II- 5 Agrarmarkt, Ernährungswirtschaft

## Kontakt:

Dr. Ingrid Wallfahrt

Tel. 0211 -4566 757

E-Mail: [\\_Ingrid.Wallfahrt@mulnv.nrw.de](mailto:_Ingrid.Wallfahrt@mulnv.nrw.de)

Simone Wildner

Tel. 0211 – 4566 246

E-Mail: [Simone.Wildner@mulnv.nrw.de](mailto:Simone.Wildner@mulnv.nrw.de)

## Durchführung



AFC Public Services

AFC Public Services GmbH  
Dottendorfer Straße 82  
53129 Bonn

Dr. Volker Ebert, Elisabeth Gerwing

## Bildnachweise

Angela Buser – Shutterstock.com (*Titel*), Anke Jacob - MULNV NRW (S. 3), Alaettin YILDIRIM – Shutterstock.com (S. 5), Sergey\_Bogomyako – Shutterstock.com (S. 6), Yavuz Arslan - MULNV NRW (S. 20), Jürgen Sons - MULNV NRW (S. 25), Ralf Bille – StudioBille (S. 33), YuRi Photolife – Shutterstock.com (S. 37), margouillat photo – Shutterstock.com (S. 54), industryviews – Shutterstock.com (S. 54), stockfour – Shutterstock.com (S. 56), Retan – Shutterstock.com (S. 56), 279photo Studio – Shutterstock.com (S. 57), Volkova – Shutterstock.com (S. 57), Paula Cobleigh – Shutterstock.com (S. 58), ID1974 – Shutterstock.com (S. 60), Syda Productions – Shutterstock.com (S. 60), Mikko Lemola – Shutterstock.com (S. 72).

Stand: Oktober 2020

*Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch Auszüge- ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.*



[umwelt.nrw.de](http://umwelt.nrw.de)

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,  
Natur- und Verbraucherschutz  
des Landes Nordrhein-Westfalen



Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,  
Natur- und Verbraucherschutz  
des Landes Nordrhein-Westfalen  
40190 Düsseldorf  
Telefon 0211 45 66-0  
Telefax 0211 45 66-388  
[poststelle@mulnv.nrw.de](mailto:poststelle@mulnv.nrw.de)  
[www.umwelt.nrw.de](http://www.umwelt.nrw.de)