

Konsumenten müssen den Lebensmitteln vertrauen

IBET 2010 – Impulsforum rückt Zukunft der Lebensmittel in den Mittelpunkt – Experten analysieren Trend für Produzenten, Handel, Konsumenten und Tourismus

Die ursprünglichste Form der Milcherzeugung oder Nanotechnologie im Joghurt? Bio-Emmentaler oder Analog-Tilsiter? Nationale und internationale Experten beantworteten beim Impulsforum ibet 2010 im Congress Innsbruck vor rund 120 Entscheidungsträgern aus Politik, Wirtschaft, Landwirtschaft und Tourismus die Frage, was die Lebensmittelzukunft den heimischen Produzenten, Händlern, Konsumenten und Touristikern bringt.

Bekenntnis zu Innovation

„Bewusste Ernährung und der Wunsch nach Gesundheit und Wohlbefinden werden das Konsumentenverhalten zunehmend bestimmen“, sagte Klaus Zimmermann, der Leiter der Entwicklungszentren von Nestlé, in denen weltweit mehr als 3800 Mitarbeiter forschen. Der international tätige Konzern bekenne sich zu Forschung und Entwicklung sowie den daraus resultierenden Innovationen, erläuterte Zimmermann: „Wir haben das Ziel, mit unseren Produkten die Lebensqualität der Konsumenten zu steigern. Dabei legen wir den Fokus auch auf Menschen mit speziellen Ernährungsbedürfnissen und Kunden mit geringem Einkommen.“

Ein weiterer Faktor, der das Konsumentenverhalten beeinflusst, seien ethische und ökologische Themen: „Unsere Produkte sollen möglichst wenig negative Einflüsse auf die Umwelt haben“, sagte Zimmermann.



*Ulrich Müller (wiko), Dr. David Bosshart (GDI Gottlieb Duttweiler Institute), Mag. Martina Hörmer (REWE International AG) und Dr. Klaus Zimmermann (Nestlé S.A.) analysieren Trends.

FOTO: WIKO

Vertrauen durch Verständlichkeit

Regionale Spezialitäten und das damit verbundene Konsumentenvertrauen seien ein essentieller Wettbewerbsvorteil für Tirol, sagte David Bosshart, CEO des Schweizer Gottlieb Duttweiler Institutes. „Dass lokale Produkte wieder einen hohen Stellenwert haben, liegt an ihrer Verständlichkeit. Und Verständlichkeit generiert das Wichtigste überhaupt: Vertrauen“, erläuterte der Trend- und Handelsforscher, der auf die Zukunft des Konsums spezialisiert ist.

Wo die Wissenschaft darüber entscheidet, was wir essen sollen, werde der Gegentrend Romantik stärker. Bosshart: „Wir sehnen uns nach dem Echten und einem neuen Lebensgefühl, nach Handwerksarbeit und Herkunftsbezeichnung. Nicht mehr der Starkoch, sondern

der Bauer ist der neue Held. Denn er verkörpert noch Ursprung.“

Bio weiterhin im Trend

Mit einer weiterhin dynamischen Entwicklung der Bio-Branche rechnet Martina Hörmer, Geschäftsführerin von „Ja! Natürlich“ bei der REWE International AG. „Bio hat sich in den vergangenen 20 Jahren von einer belächelten Nische zu einer nicht mehr wegzudenkenden Bewegung in unserer Gesellschaft entwickelt. Mittlerweile boomt nicht mehr nur der Markt mit Bio-Lebensmitteln, sondern auch Biokosmetik, Öko-Mode mit Moral, saubere grüne Energie und Ethik-Investmentfonds.“

BILLA und MERKUR waren 1994 unter den ersten Supermarktketten weltweit, die mit rund 30 „Ja! Natürlich“-Produkten in den biologischen Milch-, Obst-

und Gemüsemarkt einstiegen. „Mittlerweile stellt Ja! Natürlich mit mehr als 1.000 Produkten die größte und umsatzstärkste Marke im österreichischen Lebensmittel-einzelhandel“, so Hörmer. „Mit der jüngsten Erweiterung um biologische Gartenprodukte entwickeln wir die Marke entlang der Wertschöpfungskette weiter. Wir antworten damit auf die Renaissance des Do-it-yourself.“

Über die ibet

Das Impulsforum ibet ist eine Veranstaltung von wiko, einem Unternehmen für Öffentlichkeitsarbeit und Wirtschaftskommunikation mit Standorten in Innsbruck, Bregenz und Wien. Seit dem Jahr 2000 setzt das Impulsforum aktuelle Themen auf die Agenda. Das Spektrum reicht von Public Private Partnership bis zu grünen Energien.