

3. Nordrhein-Westfälischer Tierärztetag 2008 Vortrag am 30. August 2008

Überflussgesellschaft seit 40 Jahren - wie lange noch? Prof. Dr. Carola Strassner, MBA, FH Münster

Kurzfassung

Es wird vorgestellt, in welchem Umfeld Lebensmittel, Nahrung und Ernährung gestern bewertet wurden, heute bewertet und morgen möglicherweise bewertet werden. Dahinter steht die Überlegung, dass wir gestern nicht wussten, was heute sein wird und morgen vielleicht sein wird, was wir heute noch nicht einmal denken können. Das gilt gleichermaßen für Produkte, Dienstleistungen und Wertmassstäbe.

Anfang des 19. Jahrhunderts wurden Makronährstoffe entdeckt und benannt. Es folgten Mikronährstoffe, sekundäre Pflanzenstoffe und viele weitere Inhaltsstoffe. Heute beginnen wir, CO₂-Werte zu messen und zu berechnen - für ganze Unternehmen und Prozessketten und auch für einzelne Lebensmittel. Weitere Messwerte werden dazukommen.

Unser Handeln wird allerdings nicht allein durch Messwerte bestimmt sondern sehr viel stärker durch grundsätzliche Wertvorstellungen oder Grundwerte. Oder wie es der amerikanische Management-Guru Stephen R. Covey formuliert: „Unsere Welt wird von universellen Prinzipien und Naturgesetzen geleitet. Ebenso wie die Schwerkraft unsere Erde beeinflusst, wirken Werte auf unser Leben ein. Prinzipien wie Vertrauen, Fairness, Verständnis, Integrität, Ehrlichkeit, Gerechtigkeit und Mitgefühl sind zeitlos, selbstverständlich und universell – sie überschreiten Nationen, Geschlecht, Alter, ethnische Zugehörigkeit, Religionen, Politik und Wirtschaft. (...)“

Dass dies auch für Deutschland gilt, bestätigt eine repräsentative Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Emnid aus dem vergangenen Jahr. Im Auftrag von Readers Digest wurde erhoben, welche Werte uns Deutschen wichtig sind. Von 24 vorgegebenen Werten, ergab das Ranking an 1. Stelle: Ehrlichkeit, an 2. Stelle: Familie, an 3. Stelle: Gerechtigkeit und an 4. Stelle: Respekt vor anderen. Dies sind Werte, die offensichtlich heute wichtig sind und sich in heutigen Konsumhandlungen wieder spiegeln. Auf Labels wie *Ethisch*, *Sozial*, *Fairer Handel* wird zunehmend geachtet.

Über die Zukunft unserer Nahrung haben wir viele Entscheidungen zu treffen. Wir wissen heute noch nicht alles über diese Zukunft und auch nicht über unsere zukünftigen Be-Wertungen. Es gibt aber Methoden, die für eine Gesamtbetrachtung geeignet sind. Eine, die Kennzahlen, Trends und Wertvorstellungen gleichermaßen berücksichtigt, ist die Szenarioanalyse. Mittels dieser Technik möchte ich Ihnen drei alternative Bilder aus unserer Nahrungs-Zukunft in 20 Jahren vorstellen: "Big (Nutri)Brother", "Milliways" und "Friedens Reich".