Grüne Woche 2020 – Vorläufiges Fazit

Beitrag

Ein intensiv geführter agrarpolitischer Dialog, eine globale Übersicht der nationalen und internationalen Agrar- und Ernährungswirtschaft sowie ein überaus hoher Erlebniswert für das Publikum: Die Internationale Grüne Woche Berlin hat auch 2020 ihren Stellenwert als globale Leitmesse für Landwirtschaft, Ernährung und Gartenbau unterstrichen. Bis Sonntagabend werden wie im Vorjahr über 400.000 Messe- und Kongressbesucher in den Messehallen am Berliner Funkturm erwartet, darunter etwa 90.000 Fachbesucher (2019: 85.000) aus 75 Ländern. Im Zentrum der Diskussionen standen die Herausforderungen des Klimawandels für die Land- und Ernährungswirtschaft sowie Lösungsansätze für nachhaltige, ressourcenschonende und umweltfreundliche Produktions-verfahren. Die Qualität und Sicherheit von Nahrungsmitteln, das Tierwohl und die Sicherung der Welternährung waren viel diskutierte Themen der Messe. Erstmals beteiligte sich auch die Bewegung „Fridays for Future“ an der Grünen Woche. Großen Anklang fand auch der neue Gemeinschaftsstand mit Produzenten aus 14 afrikanischen Ländern, die exportfähige Waren auf dem europäischen Markt vorstellten.

Länder und Bundesländer berichten von einer starken Ordertätigkeit und guten Kontakten zum Lebensmitteleinzelhandel. Das schließt auch bilaterale Geschäftsanbahnungen zwischen einzelnen Ländern mit ein.

Das Publikum zeigte sich konsumfreudig und gab mehr als 52 Millionen Euro (2019: 51 Mio. €) für den Verzehr vor Ort beziehungsweise für den Kauf von Waren aus. Die 85. Grüne Woche fand vom 17. bis 26. Januar 2020 mit der Rekordbeteiligung von 1.810 Ausstellern (2019: 1.751) aus 72 Ländern (2019: 61) auf 129.000 Quadratmetern Hallenfläche (2019 125.000 qm) statt.

Dr. Christian Göke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH: „Die Grüne Woche 2020 hat mehr denn je ihre Funktion als wichtigste Dialogplattform für die Herausforderungen der Land- und Ernährungswirtschaft unterstrichen. Sie vereint alle Marktteilnehmer und bietet allen gesellschaftlichen Gruppen eine Bühne, um lösungsorientiert die Zukunftsfragen der Land- und Ernährungswirtschaft im nationalen und globalen Kontext zu erörtern. So war die Grüne Woche ein Spiegelbild der aktuell geführten gesellschaftlichen Auseinander-setzung um Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz. Dieser Dialog wurde nicht nur intensiv auf dem Messegelände, sondern auch

landesweit bei zahlreichen Kundgebungen geführt. Dies belegt die besondere gesellschaftspolitische und mediale Ausstrahlung der Grünen Woche. Für tausende Vertreter des Lebensmittelhandels war die Grüne Woche Kontakt- und Geschäftsbörse, für die Aussteller Testmarkt für Produkte und Marketingkonzepte mit hunderttausenden Verbrauchern, für Trendsetter und Startups medienwirksame Präsentationsbühne. Und den Konsumenten – das sind die Entscheider an der Ladentheke – bot die Grüne Woche hohen Informationswert und Erlebnischarakter. Für die Messe Berlin war die Grüne Woche 2020 ein Traumstart ins neue Messejahr."

Partnerland Kroatien erwartet Exportschub

Das diesjährige Partnerland Kroatien präsentierte die Spitzenprodukte seiner Land- und Ernährungswirtschaft aus den Regionen Istrien, Slawonien, Dalmatien und Zentralkroatien unter dem Slogan „Die Kultur der Agrikultur". Der Premierminister des Landes, Andrej Plenkovi?, nannte die Partnerschaft mit der Grünen Woche „die Krone unserer Teilnahme". Da sich Kroatien und Deutschland 2020 die EU-Ratspräsidentschaft teilten, setzten sie sich auch gemeinsam für die Verabschiedung der neuen Gemeinsamen Agrarpolitik gemäß den Wünschen der Landwirtschaft ein. Europäische Lebensmittel müssten den globalen Standard setzen, forderte er. Die kroatische Landwirtschaftsministerin Marija Vu?kovi? gab sich sicher, dass die Partnerschaft mit der Grünen Woche zu einem Schub bei den kroatischen Lebensmittelexporten führe. Das letztjährige Partnerland Finnland verzeichnete in den ersten fünf Monaten nach der Grünen Woche 2019 nach Aussagen der finnischen Botschafterin in Berlin einen Anstieg von 48 Prozent.

Starkes Engagement der Bundesregierung

Besonders hervorzuheben war in diesem Jahr das Engagement der Bundesregierung.
Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, resümierte: „Mit unserem Hallenmotto ‚Du entscheidest' haben wir den Besuchern einen Perspektivenwechsel ermöglicht. Sie konnten bei uns erfahren, was sie als Verbraucher im Alltag mitbestimmen und entscheiden können – und damit Einfluss ausüben, was auf Dauer produziert wird. Die Grüne Woche war zudem Startpunkt für unsere Dialogreihe. Landwirte und Verbraucher fühlen sich häufig missverstanden, den Bauern fehlt es an Wertschätzung. Deshalb werden wir ab dem Frühjahr bundesweit einladen, alle gemeinsam an einen Tisch – Umweltverbände, Politik, Medien, Verbraucher und natürlich unsere Bauern. Wir müssen offen sein für die Position, die Haltung des anderen." Neben dem Bundes-landwirtschaftsministerium präsentierten sich das Bundesentwicklungs-, Bundesumwelt- und Bundesforschungs-ministerium in eigenen Sonderschauen. Insgesamt sieben Bundesministerinnen und Bundesminister informierten sich mit eigenen Rundgängen auf der Grünen Woche 2020: Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, Gerd Müller, Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, Svenja Schulze, Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit, Franziska Giffey, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Anja Karliczek, Bundesministerin für Bildung und Forschung, Annegret Kramp-Karrenbauer, Bundesministerin der Verteidigung, sowie Dorothee Bär, Staatsministerin für Digitalisierung. Zahlreiche Ministerpräsidenten der Bundesländer sowie Spitzenvertreter der im Bundestag vertretenen Parteien informierten sich auf gesonderten Rundgängen. Zu den hochrangigen Gästen zählten außerdem Janusz Wojciechowski, EU-Kommissar für Landwirtschaft, und Stella Kyriakides, EU-Kommissarin für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit.

GFFA widmete sich der Sicherung der Welternährung

Die Auswirkungen des Klimawandels und die rasant wachsende Weltbevölkerung verschärfen den Druck auf die knappen und zudem ungleich verteilten Ressourcen. Wie kann der Handel hier einen Ausgleich schaffen? Und wie muss er gestaltet werden, damit er eine sichere, vielfältige und nachhaltige Ernährung für alle Menschen ermöglicht? Diese Fragen standen im Zentrum des 12. Global Forum for Food and Agriculture (GFFA). Rund 2.000 Vertreter aus Politik und Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft diskutierten vom 16. bis 18. Januar auf Einladung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft zum Leitthema „Nahrung für alle – vielfältig, sicher und nachhaltig“. Den Höhepunkt des GFFA bildete die 12. Berliner Agrarministerkonferenz, zu der Bundeslandwirtschaftsministerin Julia Klöckner 71 Amtskollegen aus aller Welt sowie Vertreter von zwo?lf internationalen Organisationen begru?ßte. Dazu zählten die Afrikanische Union (AU), die Codex Alimentarius-Kommission (CAC), das Committee on World Food Security (CFS), die Europäische Kommission, die Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO), das International Food Policy Research Institute (IFPRI), die Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung (UNCTAD), die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), die Weltorganisation für Tiergesundheit (OIE), die Weltbank, die Welthandelsorganisation (WTO) sowie das World Food Programme (WFP). Die Ergebnisse ihrer Beratungen hielten die Beteiligten in einem gemeinsamen Kommunique? fest. Hier verpflichten sie sich, den internationalen Agrarhandel zu fördern und ihn gleichzeitig nachhaltig zu gestalten.

Trägerverbände im Dialog mit Politik und Verbrauchern

Die ideellen Träger der Grünen Woche werteten den Verlauf der Grünen Woche 2020 wie folgt:
Joachim Rukwied, Präsident des Deutschen Bauernverbandes: „Für den Deutschen Bauernverband war die Grüne Woche wieder ein großer Erfolg. Der Dialog mit den Verbrauchern und der Politik war uns, nach diesem schwierigen Jahr für die Landwirtschaft, besonders wichtig. In den vielen Gesprächen mit Verbrauchern und Politik konnten wir erklären, wie wichtig verlässliche Rahmenbedingungen sind und dass es notwendig ist, beispielsweise für mehr Tierwohl an der Ladentheke etwas mehr Geld auszugeben. Und wir konnten zeigen, wie viel wir inzwischen in unseren Betrieben für den Erhalt des Klimas und der Artenvielfalt machen.“

Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie: „Unser Schlagwort „Wie schmeckt die Zukunft“ wurde zum Leitmotiv der Messe. Unter dieser Überschrift hat die deutsche Ernährungs-industrie eindrucksvoll belegt, dass sie sich der Zivilgesellschaft nachhaltig geöffnet hat. Sowohl an unserem Stand als auch in den Hallen der Bundesländer konnten Verbraucher Produkte der Zukunft und Gegenwart erleben und schmecken! Die Branche zeigt so, dass sie die Wünsche, Hoffnungen und Sorgen der Menschen ernst nimmt und sich auf den Weg gemacht hat, diese gemeinsam mit den Verbrauchern zu lösen. So wird die Grüne Woche für unsere Unternehmen eine der wichtigsten Plattformen zum Dialog mit Kunden, Politik und Gesellschaft, über Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Ob Plastikvermeidung, Bekämpfung von Lebensmittelverlusten bis zur Veggie-Wurst – wir haben in Berlin als Produzenten der Lebensmittel gezeigt, dass die Produkte und Unternehmen Wertschätzung verdient haben.“

Regionale Produkte im Trend

Regionalität kommt beim Publikum, vor allem aber auch bei den Fachbesuchern sehr gut an. Die

kleineren und mittleren Unternehmen in nationalen und internationalen Länder-präsentationen verzeichneten ein gestiegenes Interesse an regionalen Produkten von Vertretern aus Handel und Gastronomie, das zu einem weiteren Nachmessegeschäft führen wird.

Markenartikler und LEH zeigen Flagge

Auch Markenartikler aus dem Ernährungsbereich äußerten sich lobend zum Stellenwert der Grünen Woche als Test- und Marketingplattform: **Miguel Serrano, Nestlé, Business Manager Plant-Based Food EMENA**: „Es ist klasse, so viele interessierte Leute seitens des Handels als auch des Verbrauchers zu treffen. Man sieht eine große Entwicklung der Messe. Sie ist nachhaltig und steht für die Zukunft und man sieht die Innovationskraft von so vielen Leuten. Für uns ist es wichtig dabei zu sein, um zu lernen, zu diskutieren, Kontakte zu knüpfen und anderen zuzuhören.“
Wiebke Moebus, Unternehmenssprecherin Danone Germany, Austria, Switzerland: „Die Internationale Grüne Woche ist für uns ein fester Termin im Jahr. Wir freuen uns sehr, dass wir uns rund um das Thema Nachhaltigkeit präsentieren dürfen. **Dr. Sven Spork, Bereichsvorstand Corporate Affairs, REWE Group**: „Die Grüne Woche ist DIE Plattform, um mit den Vertretern der Landwirtschaft in Kontakt zu kommen. Das ist eines unserer Kernziele. Hier rufen wir die REWE Lokal-Partnerschaft ins Leben, denn es gibt dafür keinen besseren Ort als auf der Internationalen Grünen Woche.“ **Markus Weiß, Department Head Corporate Affairs, McDonald’s Deutschland LLC**: „Wir als McDonald’s Deutschland sind jedes Jahr dabei und das aus einem guten Grund: Wir kommen in einen hervorragenden Austausch mit allen Zielgruppen. Der Austausch ist für uns wahnsinnig interessant und wo sonst findet man solch eine Plattform wie die Internationale Grüne Woche?“

Zum Start der Grünen Woche hatten die deutschen Lebensmittel-händler **Aldi, Lidl, Kaufland, Rewe, dm und Tegut** bekannt gegeben, dass sie sich für existenzsichernde Löhne für Bauern in weltweiten Lieferketten einsetzen wollen. Sie unterzeichneten eine entsprechende freiwillige Erklärung gemeinsam mit Bundes-entwicklungsminister Dr. Gerd Müller. Die Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) soll die Koordination der Arbeitsgruppe übernehmen.

Branchenpreis Regional-Star und Sieger Startup-Days

Die Zeitschrift Lebensmittelpraxis und die Messe Berlin vergaben im Rahmen der Grünen Woche 2020 zum fünften Mal den Branchenpreis **Regional-Star**. Ausgezeichnet wurden die besten Konzepte mit regionaler Prägung aus Handel, Industrie und Landwirtschaft, die unter nachhaltigen Aspekten die Vermarktung regionaler Produkte voranbringen. In der Kategorie Innovation gewann Mustergeflügelhof Leonhard Häde. In der Kategorie Präsentation ging der Preis an Landgard Obst & Gemüse. Den ersten Preis in der Kategorie Organisation teilten sich Hieber’s Frische Center und Meierhof Möllgaard. Mit dem ersten Platz im Branchenwettbewerb Regional-Star 2020 in der Kategorie Kooperation wurde Edeka Südwest Fleisch ausgezeichnet.

Sieger der **Startup-Days** war Frachtpilot für eine Software, mit der Landwirte ihre Direktvermarktung komplett digitalisieren und automatisieren können. Platz 2 belegte das Startup Fairment mit Starter-Sets zur Herstellung des Teegetränks Kombucha. Den dritten Preis belegte Yumbau mit Dim Sums nach chinesischem Rezept hergestellt. Die Startup-Days fanden zum dritten Mal statt. Ziel ist es, auf der Grünen Woche Startup-Gründer mit Multiplikatoren aus Lebensmittelindustrie, Landwirtschaft und Handel zu vernetzen.

Das **Schülerprogramm** der Messe Berlin bot rund 20.000 Schülern praxisnahen Unterricht auf der

Grünen Woche. Die Schulkinder aller Altersstufen wurden hier anhand lehrreicher Beispiele an die Themen der Land- und Ernährungswirtschaft herangeführt. Viele Workshops griffen Themen rund um den Klimaschutz auf.

Grüne Woche: Wirtschaftsmotor mit weltweitem Werbeeffekt

Durch die Ausgaben der auswärtigen Besucher und Aussteller generierte die Grüne Woche einen Kaufkraftzufluss von rund 200 Millionen Euro für die Hauptstadtregion. Rund 3.000 Medien-vertreter aus 75 Ländern akkreditierten sich in diesem Jahr. Vor allem die vielfältigen Reportagen internationaler Berichterstattung, die auch die Wirtschaft und Kultur, die Unterhaltungs- und Freizeitangebote der Hauptstadt beinhaltet, bescherte Berlin einen zusätzlichen Werbeeffekt, von dem die Stadt nachhaltig profitiert.

Nächster Termin: 15. bis 24. Januar 2021

Veranstaltet wurde die Internationale Grüne Woche Berlin 2020 von der Messe Berlin GmbH. Ideelle Träger waren der Deutsche Bauernverband (DBV) sowie die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE). Die 86. Internationale Grüne Woche Berlin findet vom 15. bis 24. Januar 2021 auf dem Berliner Messegelände statt.

Bericht: Messe Berlin – **Foto:** Hötzelsperger

Kategorie

1. Grüne Woche Berlin

Schlagworte

1. Berlin
2. Grüne Woche