



FAQ Food Chain Partnership

Worum geht es beim Food Chain Partnership-Geschäftsmodell von Bayer?

Food Chain Partnership wurde im Jahr 2005 gegründet und ist ein von Bayer entwickeltes, innovatives Geschäftsmodell, in dem Landwirte, Großhändler, Verarbeitungsbetriebe und Einzelhändler gemeinsam an maßgeschneiderten Lösungen nach den Grundsätzen nachhaltiger Landwirtschaft arbeiten. Food Chain Partnership verfolgt das Ziel, die besten landwirtschaftlichen Prinzipien umzusetzen, um den Anforderungen der Konsumenten hinsichtlich Nahrungsmittelqualität, Nahrungsmittelsicherheit und Rückverfolgbarkeit zu entsprechen.

Die Initiativen konzentrieren sich auf über 70 Kulturen, vorwiegend Obst und Gemüse. Mit seinen verschiedenen Initiativen im Rahmen von Food Chain Partnership bietet Bayer maßgeschneiderte Lösungen auf Grundlage hochwertigen Saatguts, effektiver chemischer und biologischer Pflanzenschutzmittel und ergänzender Dienstleistungen und Expertise in den Bereichen Umweltschutz, Effizienz und Sicherheit. Diese maßgeschneiderten Lösungen werden von proaktiven Maßnahmen begleitet, die eine verantwortungsvolle Produkthandhabung zum Schutz von Menschen und Umwelt gewährleisten.

Wie groß ist das internationale Food Chain Partnership Team und wie unterstützt es die Landwirte vor Ort?

Etwa 70 Food-Chain-Manager von Bayer arbeiten in 44 Ländern rund um die Welt mit Landwirten zusammen: über Spanien und Griechenland in Europa, China, Indien und Australien in der Asien-Pazifik-Region bis hin zu Initiativen in Afrika wie Marokko und Südafrika oder beispielsweise Initiativen in latein-amerikanischen Ländern wie Brasilien, Kolumbien und Guatemala. Die Food-Chain-Manager arbeiten vor Ort mit den Landwirten zusammen, um ihnen praktische Ratschläge bei der Implementierung maßgeschneiderter Lösungen zu bieten und so für bessere Biodiversität zu sorgen oder beispielsweise die Wasserversorgung zu verbessern. Zusätzlich unterstützen sie Landwirte bei der Erfüllung von Entsorgungsvorschriften in den Importländern und bei der Erfüllung von Qualitätsstandards und den Anforderungen der Kunden. Gleichzeitig haben die Food Chain Partnership-Initiativen das Bewusstsein für Hygiene und Umweltprobleme geschärft und Landwirten eine höhere Lebensqualität und besseren Zugang zu Märkten ermöglicht.

Wer profitiert am meisten von Food Chain Partnership?

Food Chain Partnership nützt nicht einem einzelnen Partner, sondern allen Partnern, die in Sicherheit, Qualität, Quantität, Erträgen und Rückverfolgbarkeit involviert sind. Das heißt, Erzeuger und Händler profitieren ebenso wie Verarbeitungsbetriebe und Einzelhändler. Bayer unterstützt all diese Partner vom Saatgut bis zum fertigen Produkt, wo sich diese Vorteile am deutlichsten zeigen. Dies führt zu einer breiteren, nachhaltigeren Art von Sicherheit, Gesundheit und bezahlbarem Obst und Gemüse das ganze Jahr über. Somit nützt Bayers Food Chain Partnership-Geschäftsmodell letztlich auch den Verbrauchern. Das gemeinsame Ziel aller Food Chain Partnership-Initiativen besteht darin, die Erträge und die Qualität der geernteten Produkte zu erhöhen und so dabei zu helfen, die Produktivität und Effizienz nachhaltiger landwirtschaftlicher Prinzipien zu erhöhen.





Warum unterstützt ein Unternehmen wie Bayer, ein Experte im Bereich Pflanzenschutzmittel, ein Geschäftsmodell, das nachhaltige Praktiken fördert?

Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil der Geschäftsstrategie des Unternehmens im Kontext der gesamten Wertschöpfungskette – um durch Innovation einen Mehrwert für Kunden, das Unternehmen und seine Mitarbeiter weltweit zu schaffen. Bayer unterstützt die Prinzipien einer nachhaltigen Landwirtschaft mit dem Ziel, Herausforderungen wie das Bevölkerungswachstum, den steigenden Nahrungsmittelbedarf, den Anbau nachhaltiger Rohstoffe, begrenzte natürliche Ressourcen und den Klimawandel zu überwinden. Bayer ist der Überzeugung, dass die Sicherung der weltweiten Nahrungsmittelversorgung einen holistischen Ansatz erfordert, der wirtschaftliche Interessen mit sozialer Verantwortung und Umweltschutz in Einklang bringt.

Hat Bayer Food Chain Partnership nur mit dem Ziel ins Leben gerufen, mehr Pflanzenschutzprodukte zu verkaufen?

Mit seinem Engagement für die Prinzipien einer nachhaltigen Landwirtschaft strebt Bayer das Gleichgewicht zwischen ökonomischem Wachstum und sozialer Unternehmensverantwortung an. Food Chain Partnership basiert auf dieser Verantwortung. Durch die Implementierung maßgeschneiderter Lösungen auf Bauernhöfen sind Landwirte in der Lage, die Anwendung von Pflanzenschutzprodukten in einigen Fällen um bis zu 10 % zu reduzieren. Dies führt zu einer geringeren Umweltbelastung und entspricht den Nachhaltigkeitsstandards des Unternehmens.

Warum konzentriert sich das Food Chain Partnership-Geschäftsmodell so stark auf Obst und Gemüse?

Food Chain Partnership wurde im Jahr 2005 in erster Linie als Reaktion auf Bedenken der Öffentlichkeit hinsichtlich der Lebensmittelsicherheit ins Leben gerufen, insbesondere Rückstände in Obst und Gemüse. Zu diesem Zeitpunkt wurde die Branche auf die steigende Nachfrage nach höherer Lebensmittelsicherheit aufmerksam, da Verbraucher mehr Wert auf Produkte legen, die nachhaltig produziert werden und bis zum Hersteller zurückverfolgt werden können. Daher lag der ursprüngliche Fokus auf Obst und Gemüse. Das Geschäftsmodell wurde mittlerweile auf Feldfrüchte wie etwa Raps, Weizen und Reis ausgeweitet.

Ist das Engagement von Bayer im Bereich Food Chain Partnership auf bestimmte Länder beschränkt?

Nein, es ist nicht beschränkt. Food Chain Partnership nützt allen Mitgliedern der Wertschöpfungskette in mehr als 40 Ländern und wird stetig größer. Von Lateinamerika über Europa bis Asien und Afrika dienen Food Chain Partnership-Initiativen dem langfristigen Nutzen der teilnehmenden landwirtschaftlichen Betriebe und Gemeinden in aller Welt.

Was sind die wichtigsten Themen, auf die sich die verschiedenen Food Chain Partnership-Initiativen konzentrieren?

Food Chain Partnership konzentriert sich hauptsächlich auf Nachhaltigkeit, genauer gesagt auf die Umsetzung nachhaltiger Praktiken in der Landwirtschaft im größeren Maßstab. Dies wird durch Einführung integrierter, maßgeschneiderter Lösungen und proaktiver Maßnahmen für Betriebe aller Größen weltweit erreicht. Da nur 30 % der landwirtschaftlichen Produktion heutzutage aus Großbetrieben stammen, wohingegen 50 % der Anbauflächen kleinen Betrieben gehören, bleibt die Unterstützung kleiner Betriebe ein wichtiges Anliegen im Food Chain Partnership-Geschäftsmodell. Außerdem sind die Förderung der biologischen Vielfalt, etwa durch Schutzprogramme für Pflanzen und Bienen, und das Bewusstsein für soziale Verantwortung wichtige Komponenten des ganzheitlichen Ansatzes von Food Chain Partnership.





Wodurch unterscheidet sich das Food Chain Partnership-Geschäftsmodell von anderen Projekten auf dem Markt?

Food Chain Partnership ist das einzige Geschäftsmodell seiner Art in dieser Form und Größe und mit einem ganzheitlichen Ansatz.

Was ist mit MRL und sekundären Standards? Sind diese auch Teil des ganzheitlichen Ansatzes von Food Chain Partnership?

Bayer unterstützt Importeure und Exporteure, indem gewährleistet wird, dass Erzeuger die marktüblichen Qualitätsanforderungen für den Handel erfüllen, einschließlich Empfehlungen zur Einhaltung von Rückstandshöchstgehalten (MRLs), die ihnen den Zugang zu einem globalen Markt ermöglichen. Der Jahresbericht 2016 der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) über Pestizidrückstände enthält Ergebnisse von Tests, die an 83.000 Proben durchgeführt wurden, und ergab, dass insgesamt 97 % dieser Lebensmittelprodukte innerhalb der in der EU zulässigen Höchstwerte für Pestizidrückstände lagen. Dies ist eine sehr hohe Einhaltungquote und bestärkt die Auffassung, dass Lebensmittel in Europa zu den sichersten der Welt gehören.

Die Festlegung individueller Standards für private Einzelhändler (Sekundärstandards, d. h. individuell definierte niedrigere Höchstwerte für Rückstände), die den Einsatz bestimmter Pestizide einfach verbieten, die Verwendung auf bestimmte Produkte limitieren oder die Anzahl der Wirkstoffe beschränken, ist kein geeignetes Mittel, um nachhaltige Produktionsmethoden und hohe Produktqualität zu gewährleisten. Diese Maßnahmen unterstützen keine guten landwirtschaftlichen Prinzipien. Die eingeschränkte Verwendung bestimmter Pflanzenschutzmittel ohne die Möglichkeit, die Anwendung von Wirkstoffen zu wechseln, führt letztendlich zu Resistenzen und einem höheren Einsatz von Produkten – genau das Gegenteil des gewünschten Ergebnisses! Darüber hinaus untergraben einzelne strengere Standards das Vertrauen in den bestehenden wissenschaftsbasierten europäischen Genehmigungsprozess. Dennoch arbeiten wir eng mit verschiedenen Partnern der Wertschöpfungskette zusammen, um die individuell definierten Standards in ihren Programmen zu unterstützen.

Was ist BayG.A.P. und wie fügt es sich in das Food Chain Partnership-Geschäftsmodell ein?

BayG.A.P. ist ein Trainingsprogramm, mit dem Landwirte Qualitätsstandards und internationale Zertifizierungssysteme einhalten können. Lokale und globale Zertifizierungssysteme sorgen dafür, dass Produzenten internationale Standards einhalten und nachhaltige Anbaupraktiken befolgen, z. B. GLOBALG.A.P. Eine Herausforderung für eine breite Umsetzung bleibt: Viele Kleinbauern, insbesondere in Entwicklungsländern, haben keine Expertise in guter landwirtschaftlicher Praxis und brauchen Unterstützung und Beratung im Anbau während der Saison. GLOBALG.A.P. hat daher eine Reihe von lokalen Bewertungsschemata entwickelt, genannt localg.a.p., die als Einstiegskriterien auf dem Weg zur stufenweisen Anerkennung dienen sollen. In Zusammenarbeit mit GLOBALG.A.P. passt Bayer sein Serviceprogramm BayG.A.P. den Anforderungen des neuen Standards localg.a.p. an.

Das BayG.A.P.-Serviceprogramm besteht aus drei Säulen: intensives Gruppentraining, individuelle Pflanzenberatung und Farm Assurance mit localg.a.p. Teilnehmende Landwirte profitieren von zertifizierten, qualitativ hochwertigen Produkten, die sie zu höheren Preisen verkaufen können, um so ihr Einkommen zu verbessern, während Händler und Einzelhändler von gleichbleibend hoher Produktqualität, Sicherheit und Rückverfolgbarkeit profitieren.

Wie kommen Food Chain Partnership-Initiativen den Verbrauchern zugute?

Verbraucher sorgen sich zunehmend über Belange hinsichtlich Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft. Die Botschaft von Food Chain Partnership ist einfach: Konsumenten können darauf vertrauen, dass die von ihnen erworbenen Nahrungsmittel nachhaltig produziert wurden. Food Chain Partnership sorgt dafür, dass Partner über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zur Wahrung einer qualitativ hochwertigen, vielfältigen und gesunden Nahrungsmittelversorgung zusammenarbeiten können und dabei das Wohlergehen künftiger Generationen sicherstellen.

