

---

# Rapid Future Shaping

Workshop-Ergebnisse  
foodRegio Trendtag am 18. Februar 2010

---

## Konzept

Der Workshop "Rapid Future Shaping" nähert sich dem Thema „Innovation“ auf spielerische und anschauliche Art und Weise: Die Teilnehmer begeben sich auf eine Zeitreise in die Zukunft. Anhand von Kurznachrichten aus dem Jahr 2020, die unterschiedliche Nachhaltigkeitsdimensionen (sozial, ökologisch, ökonomisch) entlang der Ernährungswirtschafts-Wertschöpfungskette (Produktion, Verarbeitung, Absatz, Lagerung, Konsum und Entsorgung) kurz und unterhaltsam beleuchten, entwickeln sie innerhalb von zwei Stunden Produkt-, Service- oder Prozessideen. Nach getaner Kopfarbeit wird Hand angelegt: Die Ideen werden direkt umgesetzt - und zwar in Form einer Fotostory oder eines dreidimensionalen Objekts. Der Visionszeichner Heyko Stöber begleitet den Innovationsprozess und unterstützt die Arbeitsgruppen mit seinen High-Speed-Illustrationen.

Ziel des Workshops ist es, einen Dialog über mögliche zukünftige Entwicklungen und nachhaltige Innovationen in der Ernährungswirtschaft unter den Teilnehmern anzuregen.

# Übersicht über die Zukunftsnachrichten 2020

	Produktion	Verarbeitung	Absatz	Lagerung	Konsum	Entsorgung
Soziale Dimension von Nachhaltigkeit		Future News 2: Landwirtschaft in der Stadt	Future News 3: Internationales Wettrennen um den besten Social-Eco-Index			
Ökologische Dimension von Nachhaltigkeit	Future News 1: Für Fleischkonsum muss kein Tier mehr sterben				Future News 5: Edeka Gruppe unterstützt klimafreundlichen Konsum	
Ökonomische Dimension von Nachhaltigkeit			Future News 4: Europas Pionier der nachhaltigen Logistik			Future News 6: Abfall? Das war gestern

Alle Zukunftsnachrichten greifen aktuelle Trends auf und inspirieren mit Fragen zum Weiterdenken.

Hinweis: Die meisten News lassen sich an mehreren Orten in der Tabelle entlang der drei Nachhaltigkeitsdimensionen (sozial, ökologisch, ökonomisch) und der Ernährungswirtschafts-Wertschöpfungskette (Produktion, Verarbeitung, Absatz, Lagerung, Konsum und Entsorgung) einordnen.

---

# Daily Soap Food Family

## Produkte für moderne Familien

Sören Kayser, Dr. Iris Kläßen, Hans Christoph Meyer, Dr. F.J.A. Wagenhäuser,  
Benjamin Bosse

---

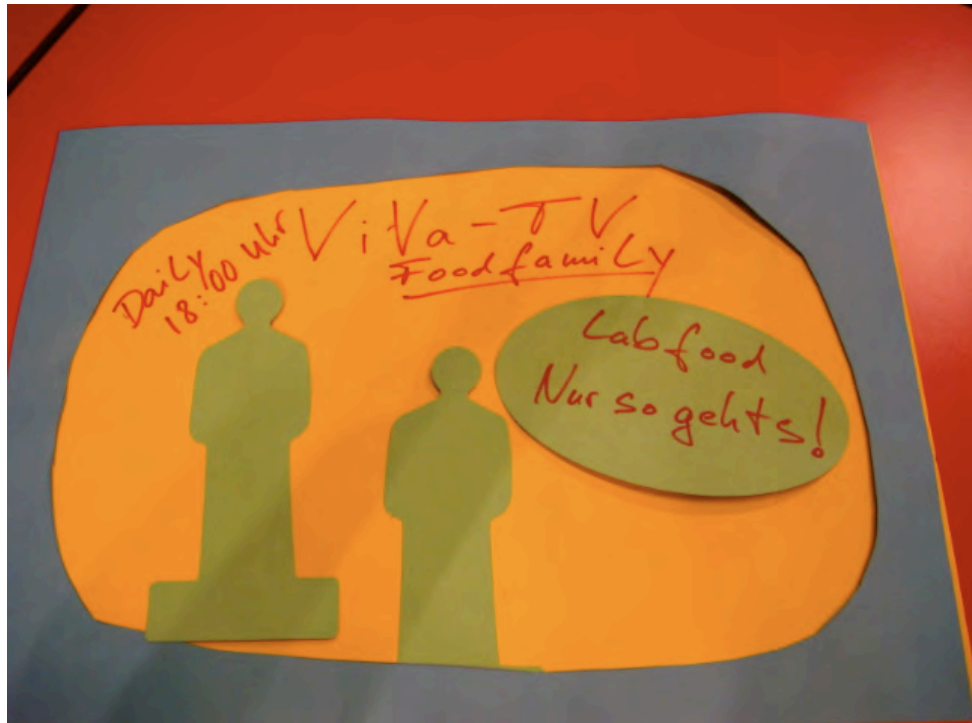
**Future News 1: Artikel aus der „Europe Food Times“:**

Lübeck, 18.02.2020

### **Für Fleischkonsum muss kein Tier mehr sterben**

Dem führenden Lebensmittelhersteller Best Food ist der Durchbruch bei der In-Vitro-Produktion von Fleisch gelungen. Professor Dr. Werner Stein, Leiter der Forschungs- und Entwicklungsabteilung, bei der gestrigen Presskonferenz: „Der Massenproduktion von tierlosem Fleisch steht nichts mehr im Wege. Wir sind in der Lage, bestes Kobe-Filet zum Preis und der Ökobilanz von Kartoffeln herzustellen, ohne dass dafür ein Tier getötet werden muss.“ Ein wesentliches Hindernis stellt allerdings die fehlende Akzeptanz der Konsumenten dar: „Die Menschen haben noch Abneigungen gegenüber Nahrungsmitteln, die aus dem Labor statt vom Feld kommen. Dabei stellen wir heute Lebensmittel her, die satt machen, kein Gesundheitsrisiko darstellen und nebenbei auch Schutz für Tier und Umwelt bieten“, erläutert Stein. Wichtig sei es jetzt, das Vertrauen der Verbraucher zu gewinnen.

Mit welchen anderen Produkten kann die Ernährungswirtschaft einen Beitrag zur Lösung globaler Probleme leisten? Und wie meistert sie dabei den Balanceakt zwischen dem Erhalt des Verbrauchervertrauens und ganz neuen, innovativen Wegen?



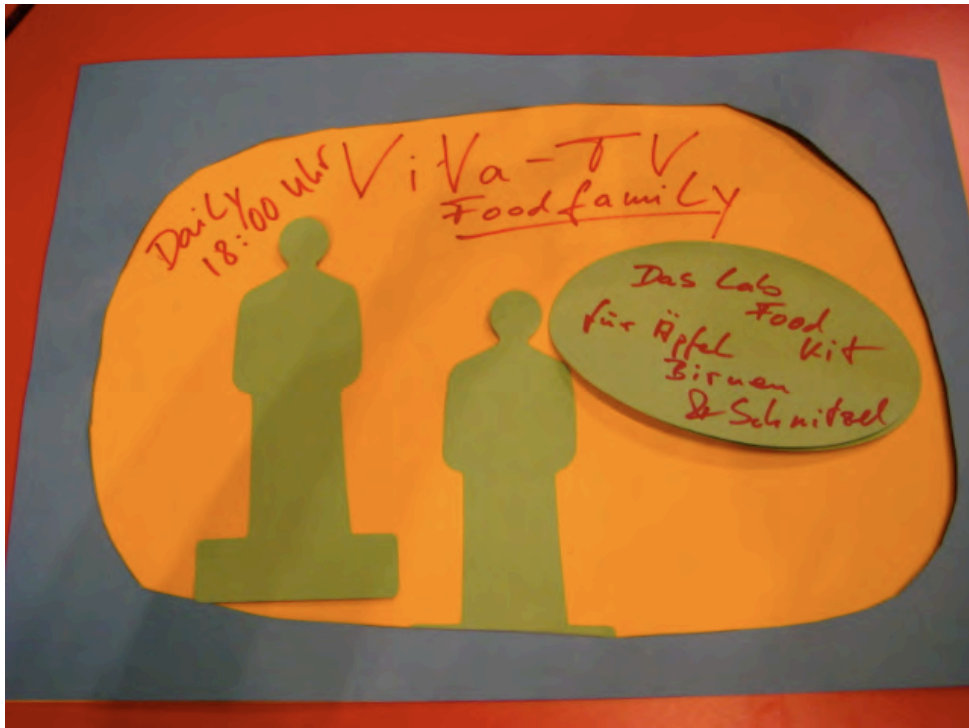
Spass am Kochen

Labfood-Cooking ist  
der neue Trend

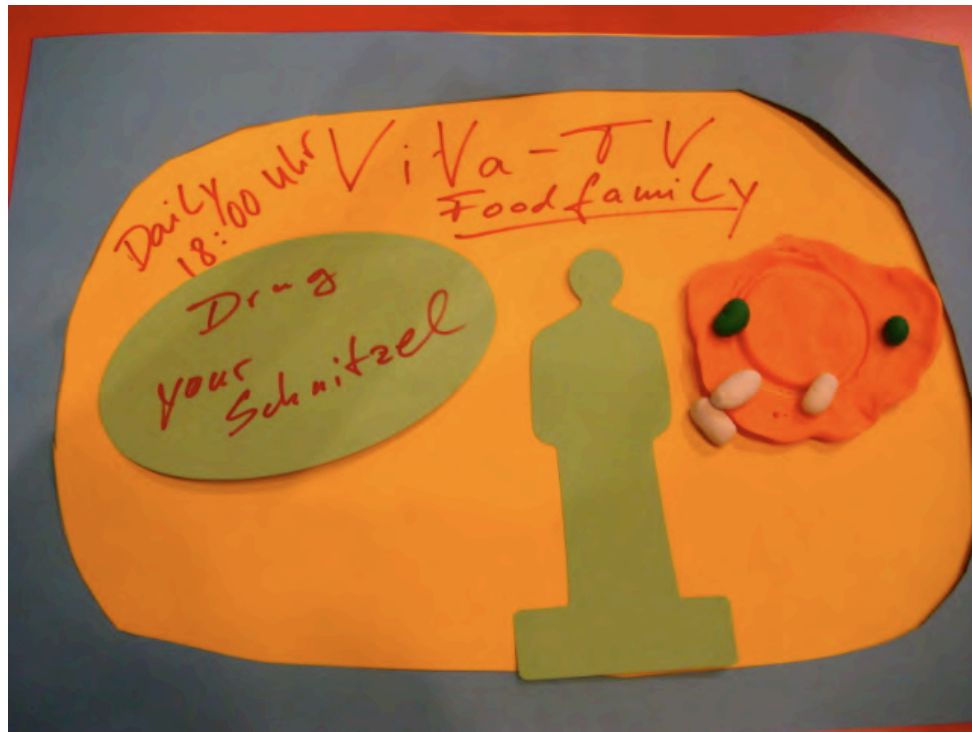
Neue Küchenformen  
und Tools werden für  
Freunde dieser  
Kochart kreiert



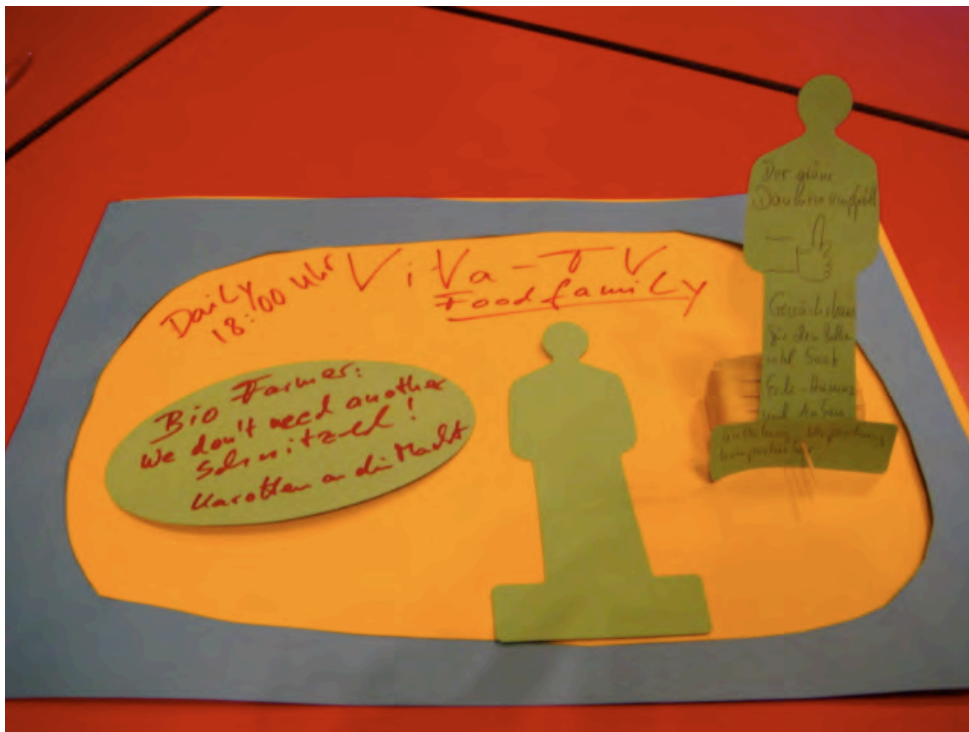
Molekulares Kochen  
wird vorgelebt in einer  
Daily Soap mit coolen  
Personen und gewinnt  
an Akzeptanz



Das Labfood Kit ist ein „Must-have“ in der Küche 2030



Wozu kochen?  
Diese Hauptdarsteller  
unserer Serie haben  
keine Zeit dafür. Sie  
pressen ihr Schnitzel  
in Pillen.



Die Biofarmer setzen auf Biofood und verteidigen in der Serie ihren Lebensstil gegenüber Lab-cooking und Drugs. Sie bauen ihr Gemüse an.



---

# PUR 13

## Das Selbstversorger-Netzwerk in der Megacity

Patrick Pikura, Sebastian Gauglitz, Thomas Lauenroth, Bernd Heiden, Dr. Axel Huffziger

---

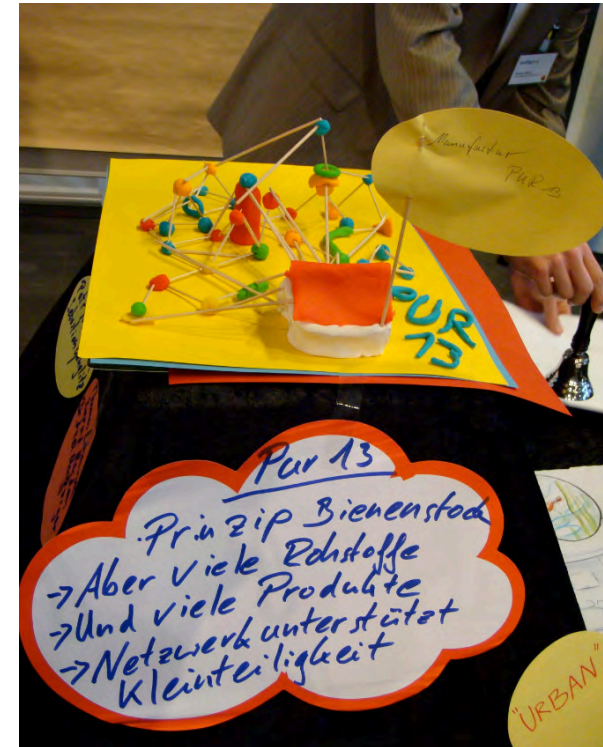
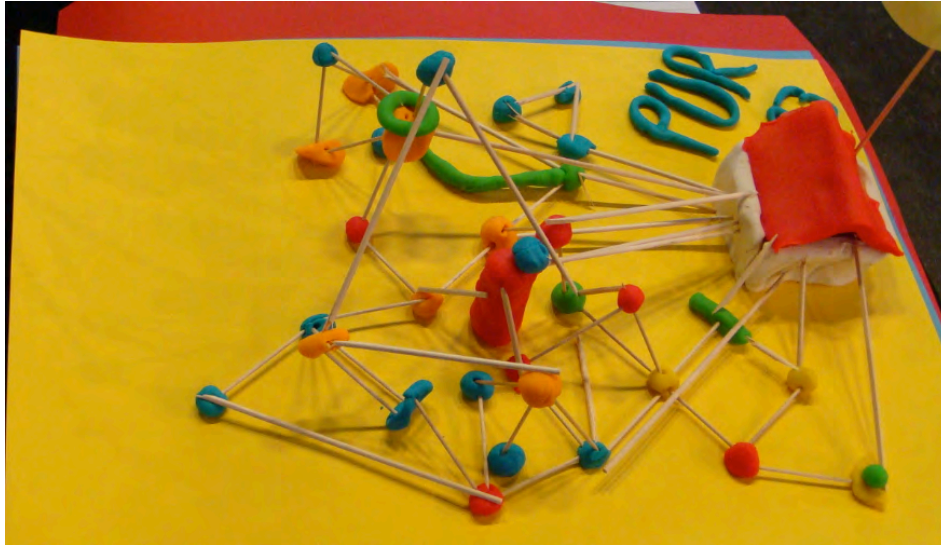
**Future News 2: Artikel aus der „Mein Schöner Garten“:**

Lübeck, 18.02.2020

**Urbane Trends: Landwirtschaft in der Stadt**

„Vertical Urban Farming“ heißt ein neuer Trend in vielen Großstädten: In speziell konstruierten Hochhäusern wird direkt in den Stadtzentren Obst und Gemüse angebaut. Die Vorteile liegen auf der Hand: Die Transportkosten sinken, und im Gegensatz zur traditionellen Landwirtschaft gibt es keine Abwasserbelastung. Durch die Rückkehr der Natur in die Städte hat sich die Luftqualität bereits spürbar verbessert. Überraschend: Die Menschen lernen Lebensmittel wieder mehr zu schätzen und haben einen neuen Zugang zu „ihrem“ Gemüse gefunden: Immer mehr Nahrungsmittelkonzerne bieten Patenschaften für Gemüsebeete oder Obststräucher an und schreiben Besuchszeiten aus, Do-it-Yourself-Farming-Produkte für den Balkon oder das Flachdach sind der neuste Renner. Auch die bis vor kurzem noch von der Schließung bedrohten Volkshochschulen profitieren: Die Anmeldungen für Fitness-Gartenarbeitskurse steigen rasant.

Mit welchen Dienstleistungen und Produkten kann die Lebensmittelindustrie außerdem dazu beitragen, das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Bürger zu fördern?



Viele kleine urbane Selbstversorger werden über eine virtuelle Plattform miteinander vernetzt. Manche Netzwerke verpflichten sich bestimmte nachhaltige Grundsätze einzuhalten, z.B. produziert „Pur 13“ nur ökologische Produkte ohne Zusatzstoffe.

---

# Dialog als Index

Dr. Christian Geßner, Matthias Kück, Sonja Petersmeier, Dr. Gabriela Schumann,  
Stephan Zechner

---

**Future News 3: Artikel aus dem „Social Mirror“:**

Lübeck, 18.02.2020

### **Internationales Wettrennen um den besten Social-Eco-Index**

Frankreich und England sind Vorreiter in Sachen Öko-Transparenz: Beide Länder haben bereits eigene Social-Eco-Indizes für die Landwirtschafts- und Nahrungsmittelindustrie eingeführt. Die Ansätze unterscheiden sich jedoch deutlich: In Frankreich zahlen Firmen, die besonders sozial- und umweltverträglich sind, weniger Steuern. Bewertungsgrundlage sind zentrale Indikatoren: vom Beitrag zu THG-Minderungsleistung, über Tierschutz bis zum Lohnniveau und der Arbeitszufriedenheit der Angestellten. Das Unternehmen mit der besten Bewertung dient im Rahmen eines sogenannten Top-Runner-Programmes als Benchmark: Alle anderen Betriebe müssen diesen Standard innerhalb von fünf Jahren ebenfalls erreichen. England dagegen lässt lieber die Kunden und nicht den Staat entscheiden: Alle Lebensmittel sind mit Labels versehen, die per Ampelfarben Auskunft über den ökologischen Fußabdruck geben. Auch soziale Kriterien werden berücksichtigt. Welcher Index die Produktionsabläufe in den Betrieben langfristig auf höchstes sozial-ökologisches Niveau hebt, ist noch unklar. Ebenso die Frage, ob eines der beiden Systeme sinnvoll auf Deutschland oder die gesamte EU übertragbar ist.

Auf welchem Wege sollten Betriebe gefördert werden, um ganzheitlich nachhaltig (ökologisch, sozial, ökonomisch) zu produzieren? Und welche Indikatoren müsste ein ganzheitlicher sozio-ökologischer Index einbeziehen?













---

# Bedarfsorientierte Supply Chain

Dr. Marina Gebert, Alexander Nest, Heike Duisberg, Christina Arnold, Kathrin Ostertag

---

**Future News 4: Artikel aus dem „Logistikblatt“:**

Lübeck, 18.02.2020

**Niederlande: Europas Pionier der nachhaltigen Logistik**

Der Exportweltmeister Europas wagt einen weiteren Schritt in Richtung nachhaltige Logistik: Die niederländische Regierung verkündete heute ein neues Gesetz zum Transport von Frischeprodukten. In den Niederlanden ansässige Transportunternehmen müssen bis zum Jahr 2030 ihre Lieferungen zu mindestens 50% mit Elektrofahrzeugen abwickeln. Nach dem Boom von Elektroautos unterstützen die Niederlande nun auch die Anschaffung von E-LKWs. Die Resonanz der betroffenen Unternehmen fällt weitgehend positiv aus. Restrukturierungs- und Finanzierungspläne wurden bereits veröffentlicht. Als Pionier gilt der nationale Marktführer „NHL Frisse“, der mit 25% Elektrotransportfahrzeugen den bisher größten E-Fuhrpark vorzuweisen hat. Logistikdienstleister, die die Auflage bis 2030 nicht erfüllen, werden mit einer Begrenzung des inländischen Transportvolumens bestraft. Sie dürfen nur noch eine bestimmte Menge an Frischeprodukten transportieren. Eine Umfrage belegt, dass Kunden bei gleichbleibenden Preisen ihren Logistikdienstleister wechseln würden, wenn sie damit die Niederlande als vorbildlich umweltbewussten EU-Staat unterstützen können.

Mit welchen Produkten oder Dienstleistungen, kann die Lebensmittelindustrie zu einer nachhaltigeren Distribution von Lebensmitteln beitragen?



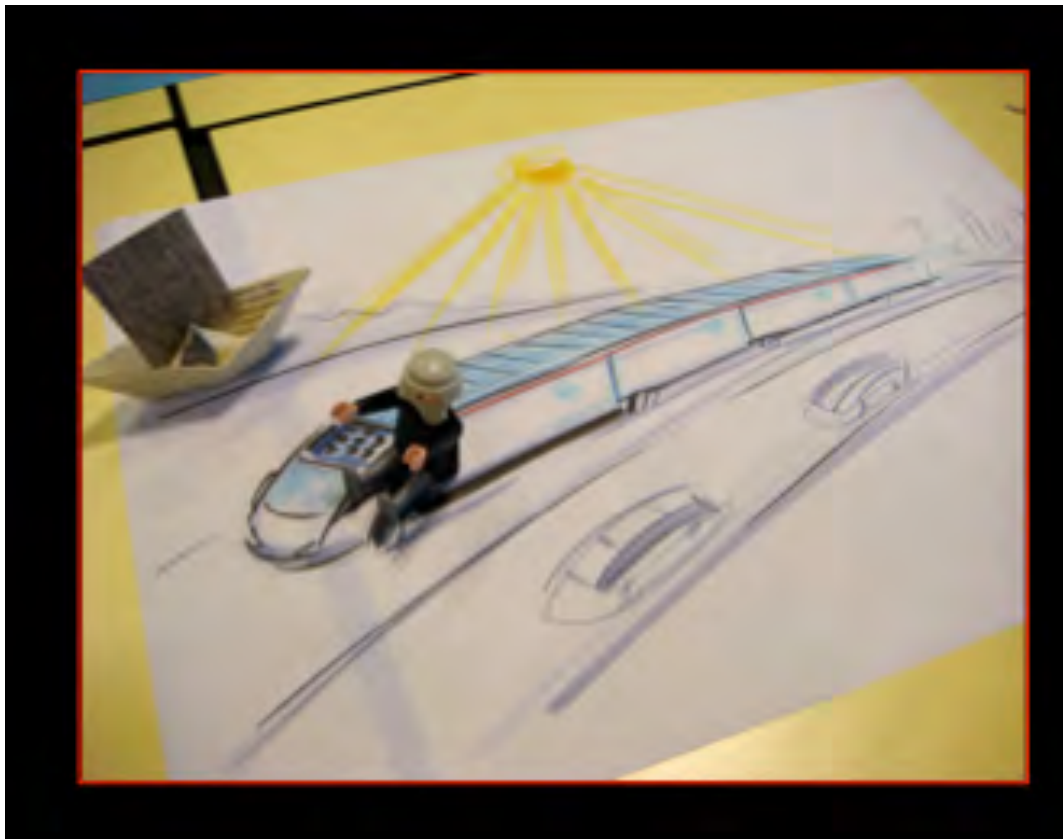
Personalisierter  
Kühlschrank

Bedarfsorientierte  
Bestellung

Situativer Bedarf wird  
ermittelt



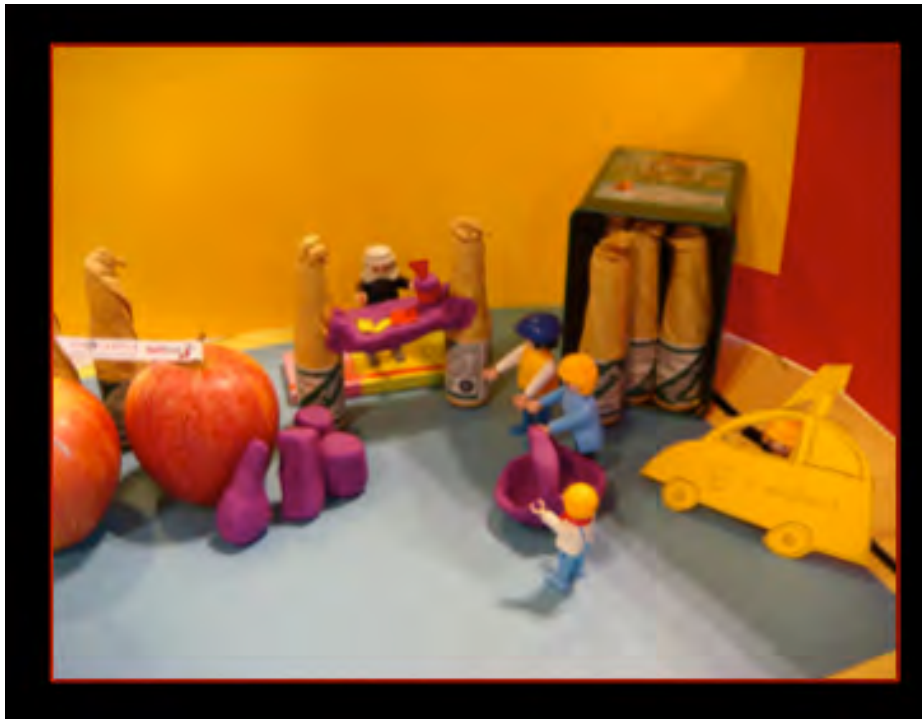
Regionallager – aus  
der Region, für die  
Region



„Ökoliner“

(LKW mit Solardach)

Kombinierter Verkehr  
zu Lande/Wasser/Luft  
mit erneuerbaren  
Energien



Einkaufs-  
Fahrgemeinschaft mit  
E-Mobil

---

# Nachhaltiger Konsum bei EDEKA

## GRUPPE „Konsum“

Dr. Imke Lode, Cornelia Pieper, Eva Koßmann, Olivier Kölsch, Martin Schüring

---

**Future News 5: Artikel aus dem „Handelsspiegel“:**

Lübeck, 18.02.2020

### **Edeka-Gruppe unterstützt klimafreundlichen Konsum**

Die Edeka-Gruppe, größter deutscher Verbund im Einzelhandel, hat im Vergleich zum Jahr 2009 in diesem Quartal 30% ihrer Treibhausgas-Emissionen reduziert. Dieses selbst auferlegte Ziel wurde durch schrittweise Erneuerung des Sortiments erreicht: Angeboten werden nur noch nachweislich klimafreundliche Produkte. Zusätzlich haben Edeka-Märkte in den letzten Jahren zahlreiche Maßnahmen eingeführt, die den Kunden einen nachhaltigen Konsum erleichtern oder überhaupt ermöglichen. So informiert z.B. ein Sensorglas am Einkaufswagen über den ökologischen Fußabdruck des getätigten Einkaufs und zeigt alternative umweltfreundlichere Angebote an. Auf Wunsch kann der Kunde zahlreiche Zusatzinformationen über die Herstellungsart und das soziale Engagement des Hersteller-Unternehmens anfordern. Das nächste Ziel der Edeka-Gruppe ist schon gesteckt: Bis 2050 möchte man komplett klimaneutral sein.

Mit welchen weiteren Dienstleistungen (und Produkten) kann die Nahrungsmittelindustrie es den Konsumenten erleichtern nachhaltiger zu konsumieren?

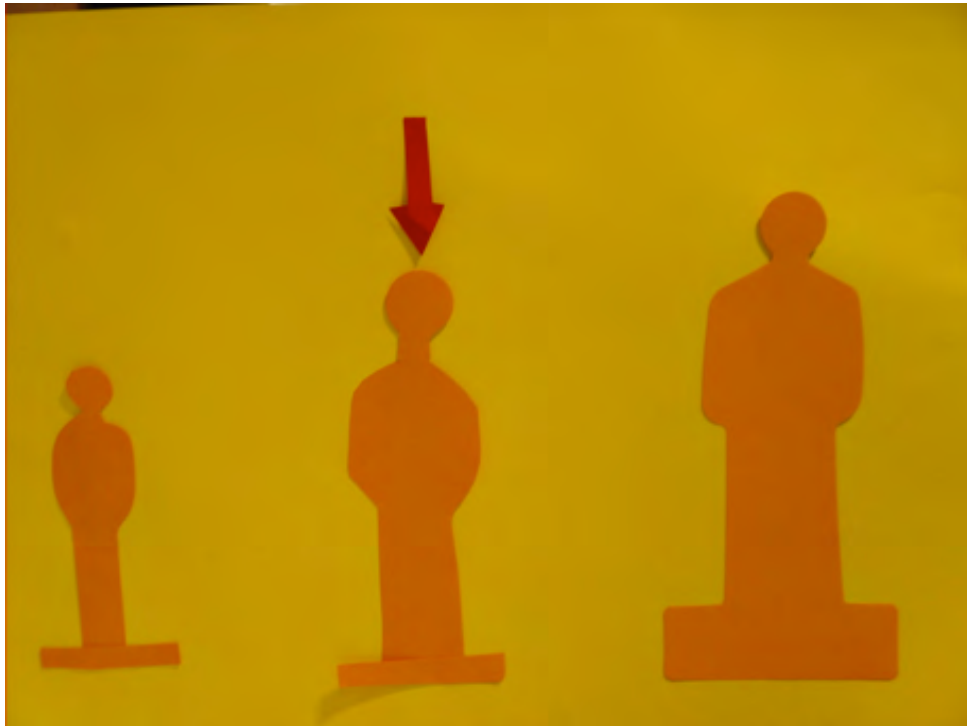


## Lebenszyklus Stufe 1



EDEKita

Frühförderung  
Nachhaltigkeits-  
erziehung



## Lebenszyklus Stufe 2



Angelockt zur  
Nachhaltigkeit



Nachhaltiger Einkauf  
mit EDEKard



Lebenszyklus Stufe 3



Profitieren durch nachhaltigen Konsum



## Team Konsum

---

# Das Perpetuum Mobile der Ernährungswirtschaft

## Die Anonyme Abfall-Entsorger

Erik Dietzel, Robert Bethke, Spiridon Aslanidis, Anja Deiters, Wolfgang Schey

---

**Future News 6: Artikel aus der „Technology Review“:**

Lübeck, 18.02.2020

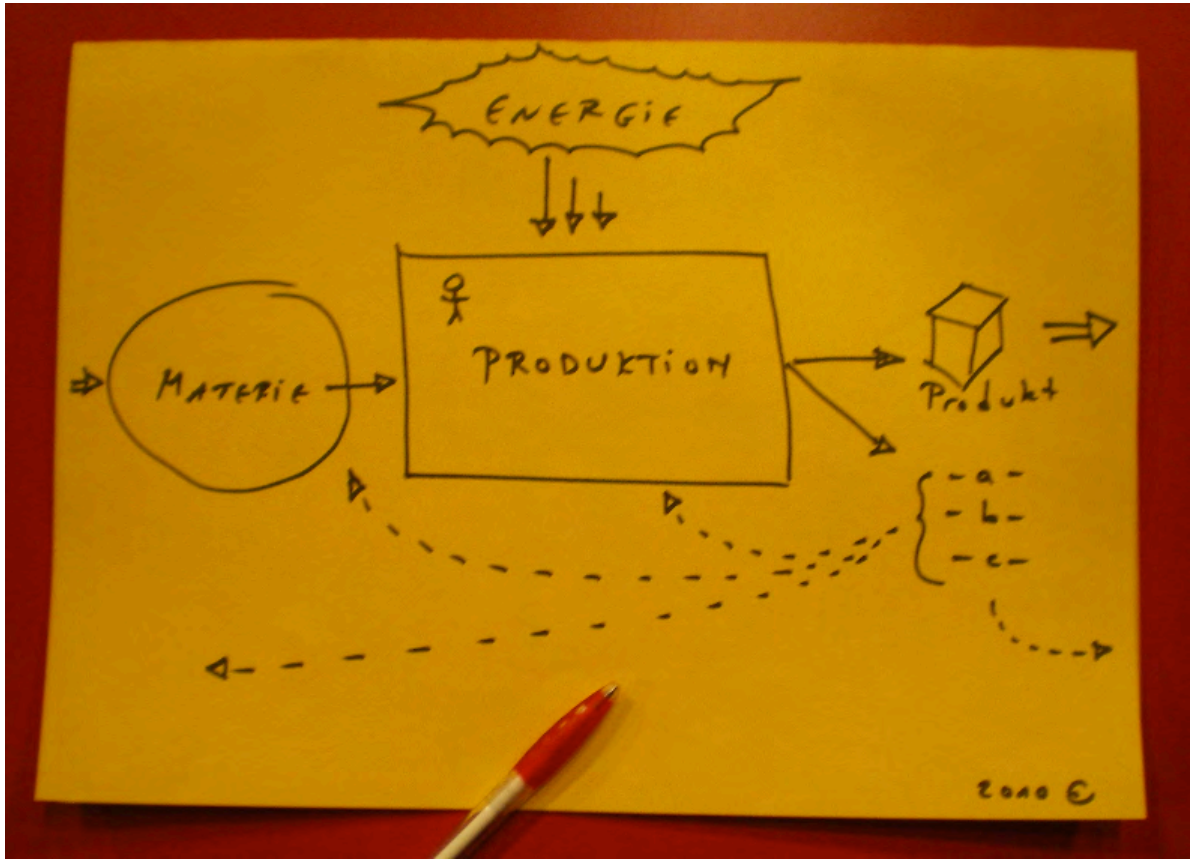
**Abfall? Das war gestern**

Die Ernährungswirtschaft erneuert ihre Maschinenparks: Bereits 60% aller Betriebe haben auf die neue Generation der sogenannten Biomasse-Mampfer umgestellt. Die Maschinen, ursprünglich entwickelt für die nachhaltige Landwirtschaft, werden mit Unkraut und Pflanzenschädlingen betrieben und übernehmen Aufgaben wie z.B. die Düngung von Pflanzen. Im Jahr 2015 wurden Biomasse-Mampfer zum ersten Mal in der Lebensmittel verarbeitenden Industrie angewandt. Konrad Grünspan, Produktionsleiter der Yummy GmbH, zeigt sich von dieser Entwicklung begeistert. Sein mittelständischer Betrieb profitiert nicht nur von der Reststoff- und Abfallminimierung, sondern auch von den wesentlich niedrigeren Energiekosten: „Abfall? Das Wort gibt es in unserem Betrieb nicht mehr.“

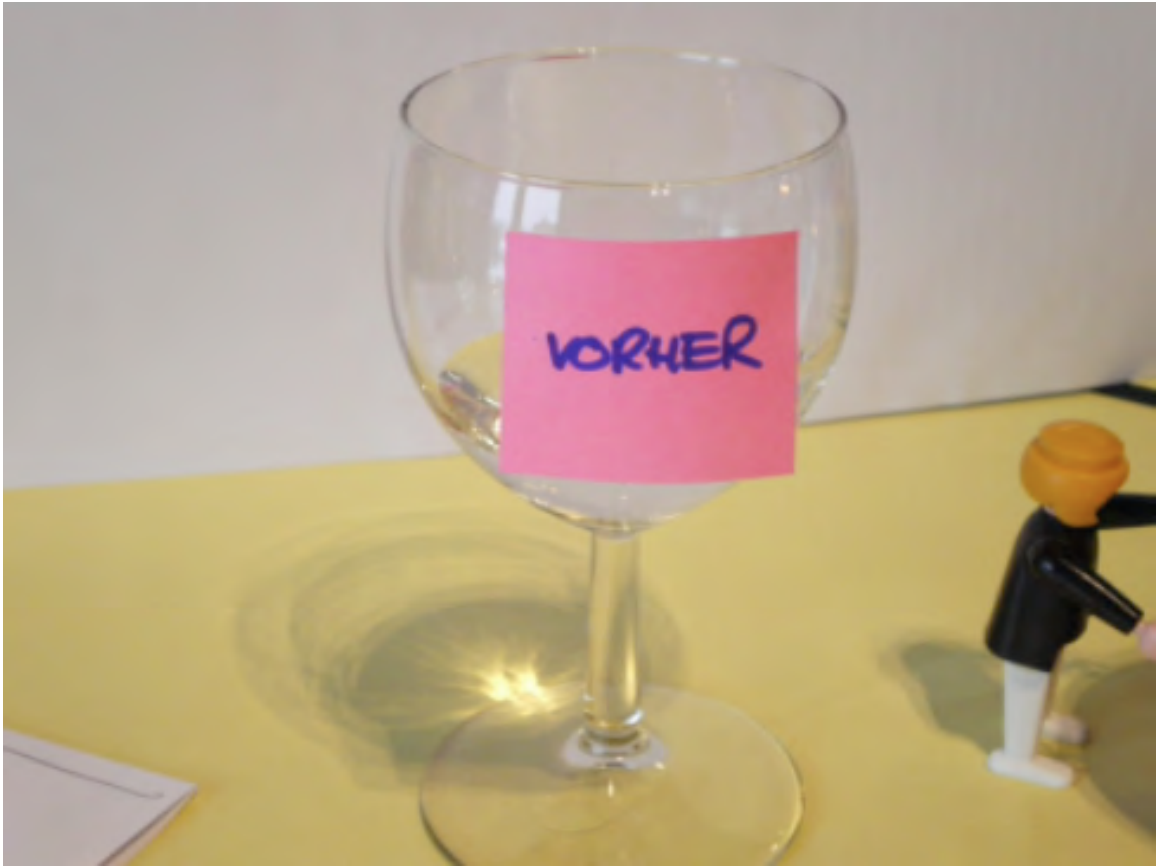
Mit welchen weiteren Mitteln und Möglichkeiten können Produktionsabläufe nachhaltiger gestaltet werden?  
Ernährungswirtschaft in der Abfall ein Fremdwort ist - welche weiteren Innovationen bräuchte sie?

---

DAS  
PERPETUUM MOBILE  
DER  
ERNÄHRUNGS-  
WIRTSCHAFT

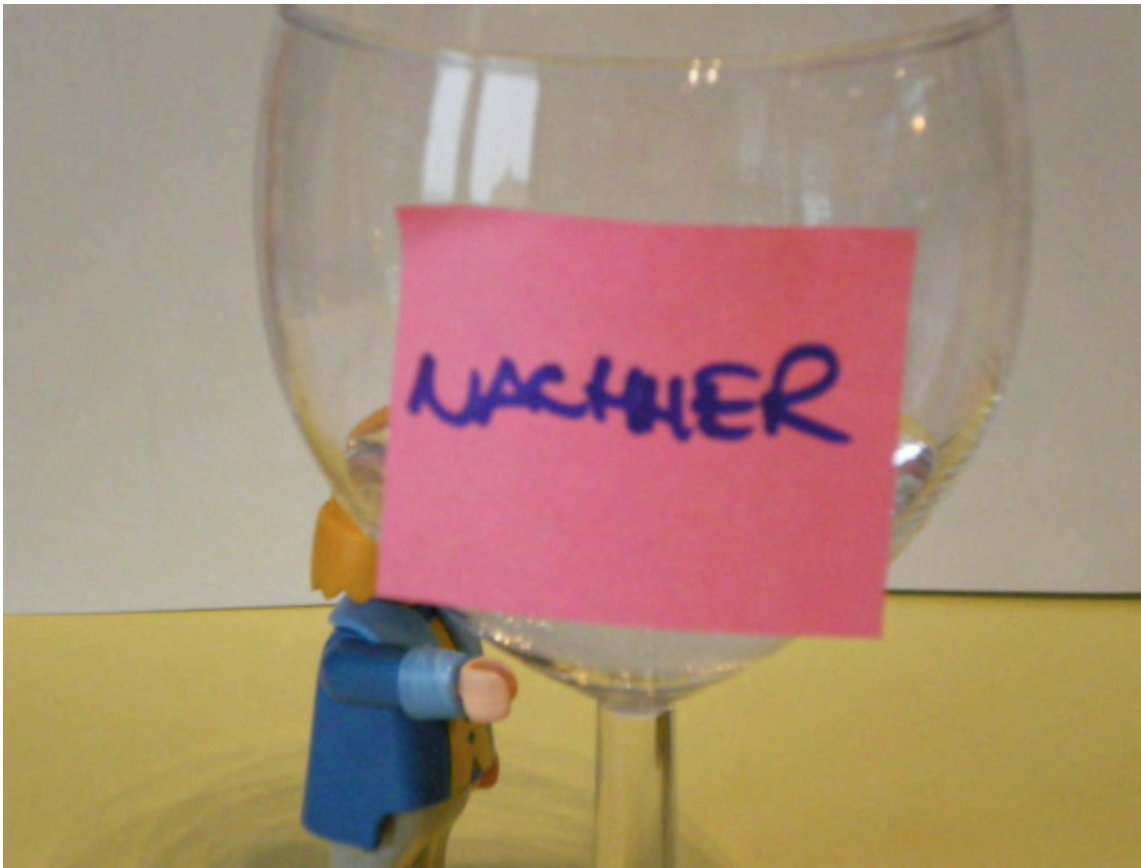


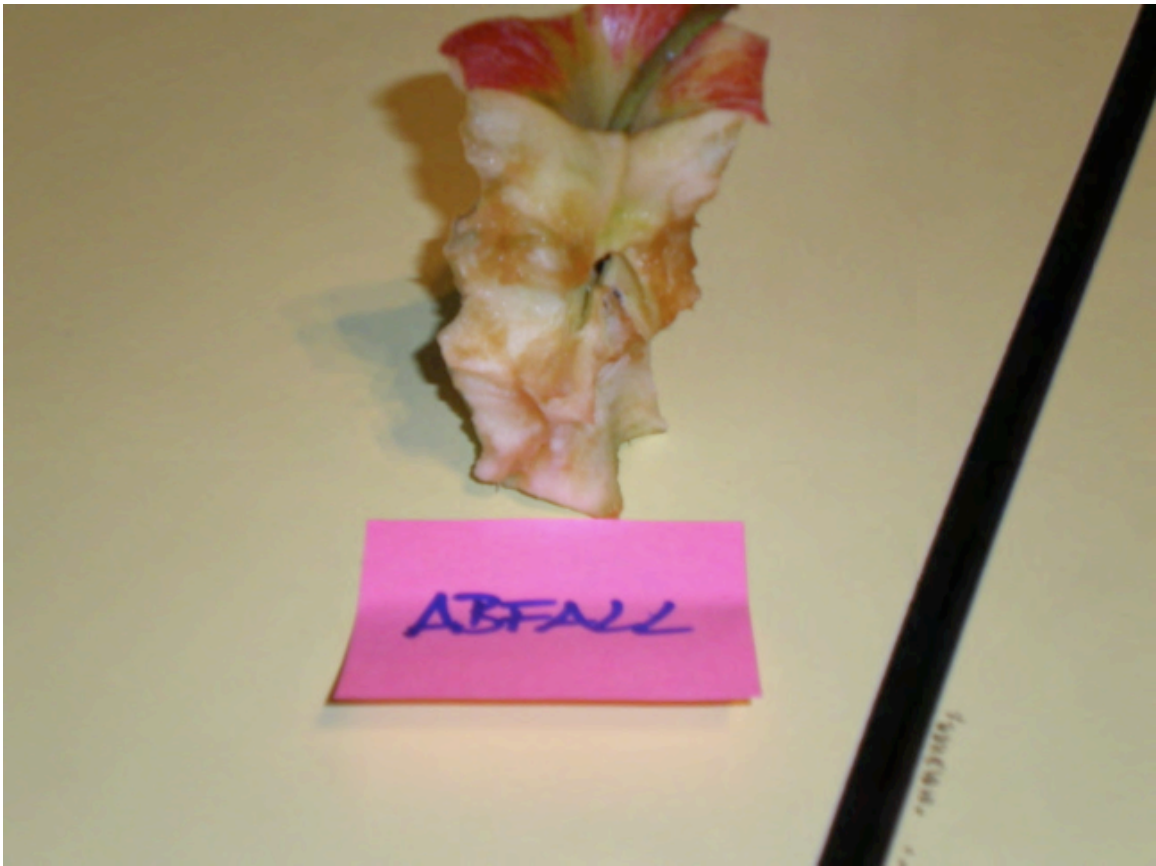




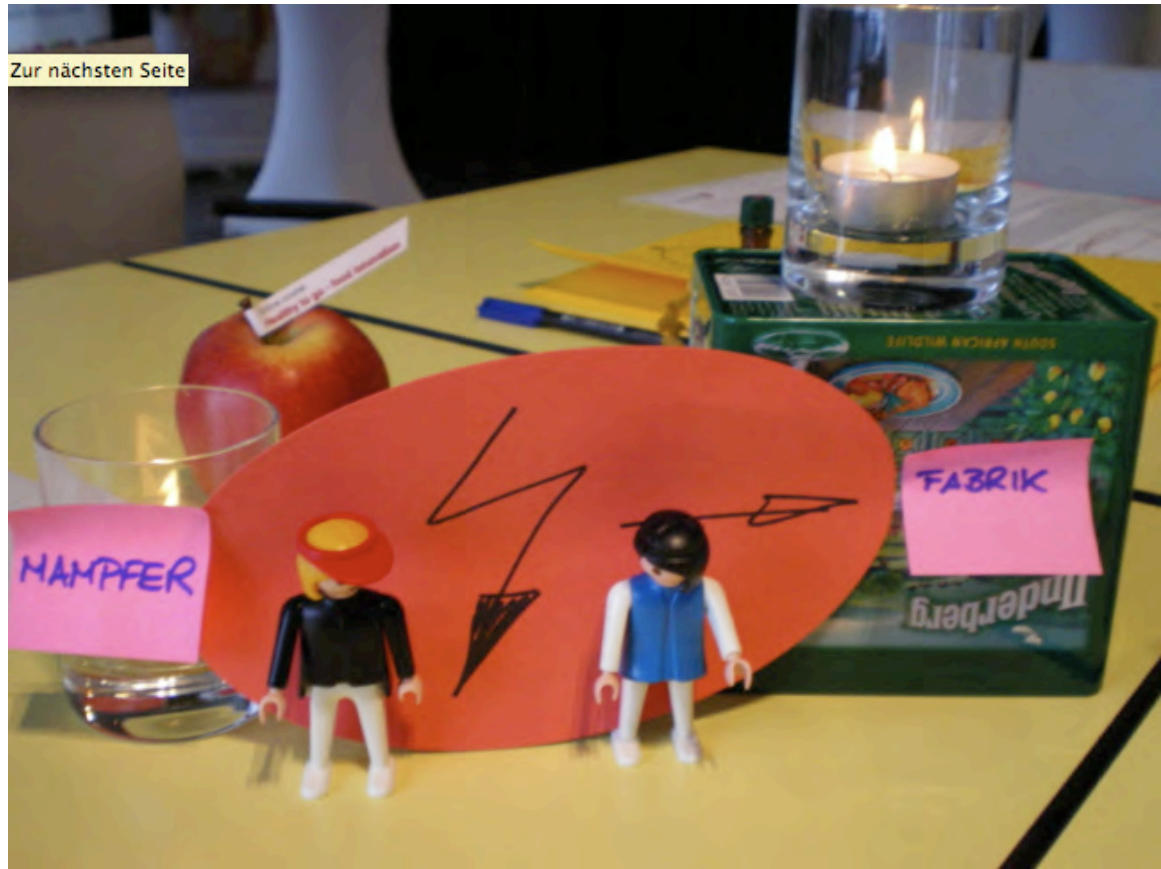


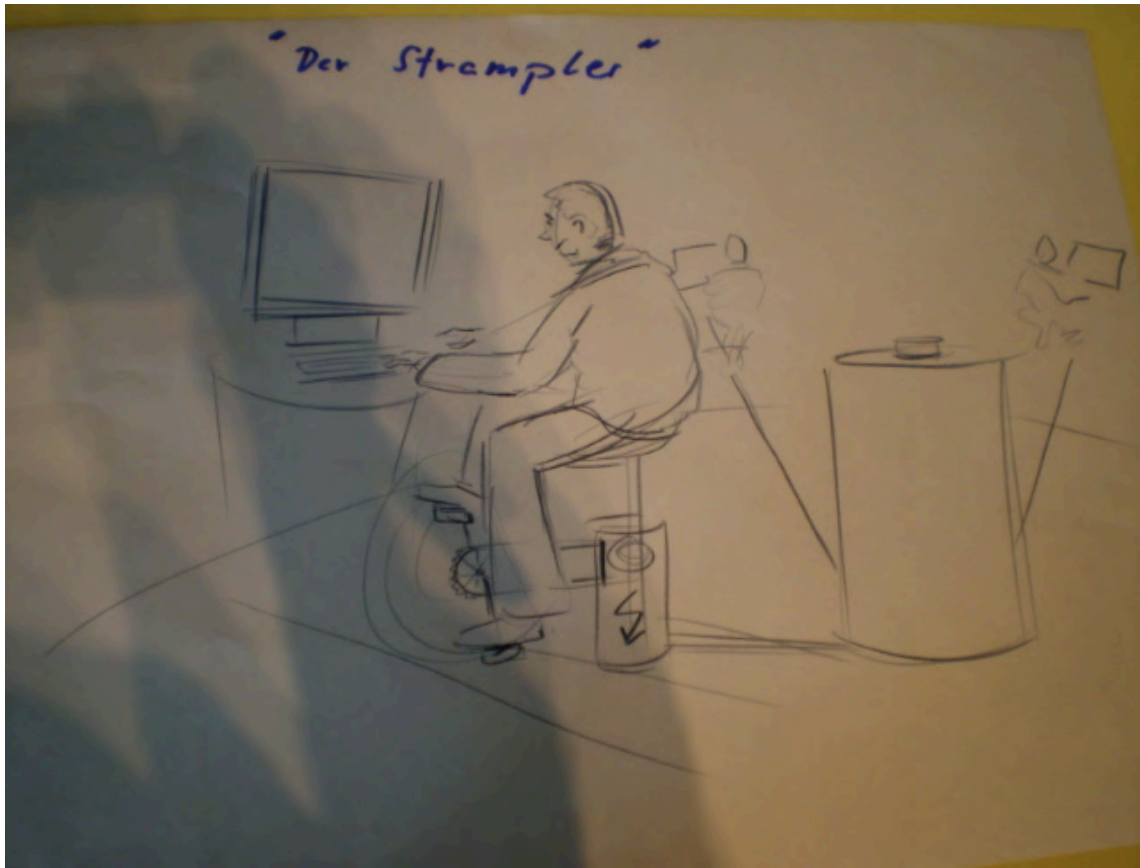












**Köln**  
Robert Bethke  
Business Development  
Project Manager Packaging  
Friedr. Köhn, Köln  
Weydenstraße 22-24  
50739 Köln  
Tel: +49 (0) 41 21 648 3118  
Fax: +49 (0) 41 21 648 4263  
www.bethke.com  
e-mail: r.bethke@kohn.com

**Unternehmensgruppe Deiters & Florin**  
ANJA DEITERS  
Marketing Manager  
Mühlweg 10, 31064 Hannover, Germany  
Tel: +49 (0) 51 31 31 31  
www.deiters-florin.de

**Fraunhofer Institute for Factory Operation and Automation IFF**  
Erik Dietzel  
Marketing Manager  
Sandstr. 22 | 91096 Regensburg | Germany  
Phone: +49 90 201 4200-140 | Fax: +49 90 201 4200-140  
ink\_dietzel@iff.fraunhofer.de

**LÜBECK Business Development Corp.**  
Spyridon Astanidis  
project manager  
regional business and  
area promotion  
LÜBECK Business  
Development Corporation  
Falkenstr. 11 | D 23544 Lübeck  
Phone: +49 004 51 77 06 55-35  
Fax: +49 004 51 77 06 55-20  
e-mail: astanidis@luebeck.org  
Internet: www.luebeck.org

**Campbell's**  
Wolfgang Schey  
Director R&D/Quality  
Campbell's Germany GmbH  
Gernerstr. 59 | 88-100  
D-33064 Lübbecke  
+49-05451-5106-348 Phone  
+49-05451-5106-330 Fax  
wolfgang.schey@campbell.com

**Grasco**

**PERPETUUM MOBILE INCORPORATION**

---

**Links zum Weiterlesen:**

**Robots That Eat Bugs and Plants for Power:**

<http://www.popsci.com/military-aviation-amp-space/article/2009-09/robots-eat-bugs-and-plants-power>

**Urban beekeeping kit for honey lovers:**

[http://www.springwise.com/food\\_beverage/beehaus](http://www.springwise.com/food_beverage/beehaus)

**The High-Rise Urban Farms of the Future:**

<http://www.greenbiz.com/news/2009/11/24/high-rise-urban-farms-future>

**Chris Chapman's Roll-Out Veg Mat:**

<http://www.psfk.com/2009/10/chris-chapmans-roll-out-veg-mat.html>

**Tesco sets goal to be zero-carbon business by 2050:**

<http://www.reuters.com/article/cyclicalConsumerGoodsSector/idUSLG53594320091016>

**Scientists grow pork meat in a laboratory:**

<http://www.timesonline.co.uk/tol/news/science/article6936352.ece>

---

## Kontakt

Z\_punkt GmbH  
Rheinauhafen, Anna-Schneider-Steig 2  
50678 Köln  
fon+49.221.355534.0  
fax+49.221.355534.22

[www.z-punkt.de](http://www.z-punkt.de)

Vanessa Watkins, Senior Foresight Consultant  
[watkins@z-punkt.de](mailto:watkins@z-punkt.de)

Marnie Luise Müller, Foresight Analyst  
[mueller@z-punkt.de](mailto:mueller@z-punkt.de)