

Upper Food 2024: Unsere Lebensmittel und die Technologien der Zukunft



© Upper Food

Jede:r sechste Österreicher:in ist direkt oder indirekt in der **Lebensmittelbranche** tätig. Allein in der oberösterreichischen Lebensmittelindustrie sind in 110 Betrieben fast 7.000 Menschen beschäftigt, die jährlich 3,3 Milliarden Euro erwirtschaften. Mit der Landwirtschaft, den Gewerbe- und Handwerksbetrieben und dem Handel kommen noch rund 6.000 Arbeitsplätze dazu. „Die Lebensmittelbranche ist also ein starker Motor für den Wirtschaftsstandort Oberösterreich. Und sie ist bereit für die Zukunft – dank **intelligenter Technologien**“, sagte **Heidrun Hochreiter**, Managerin des **Lebensmittel-Clusters**, bei der Eröffnung der „**Upper Food 2024**“.

Das lesen Sie in diesem Artikel

- **Elektronische Nase als Chance**
- **Nachhaltig durch Digitalisierung**
- **Zwischen Tradition und Trend**
- **Neue Zielgruppen in der Lebensmittelbranche**
- **Greenwashing, Bäckersterben und Ernährungsbildung**

Elektronische Nase als Chance

Eines dieser intelligenten, smarten Tools der Zukunft könnte die elektronische Nase sein, die bei der „Upper Food“ vom Tullner Start-up **NOSI** (Network for Olfactory System Intelligence) vorgestellt wurde. „Wir bringen Maschinen das Riechen bei“, formulierte es Gründer Patrik Aspermair. Polymersensoren wird sozusagen ein Geruchssinn antrainiert, die smarten Sensoren können mittlerweile 300 verschiedene Geruchsmuster erkennen. „Unsere smarten Sensoren haben schon Bettwanzen in Hotels und im Schlafwagen erschnüffelt und wurden bereits im Pflegebereich bei inkontinenten Patient:innen getestet“, erklärt der Jungunternehmer. Enormes Potenzial sieht Aspermair in der Lebensmittelindustrie: „Die Sensoren können die Qualität von Lebensmitteln oder Prozessen präzise und effizient überwachen. Das ermöglicht ein schnelles Erkennen von Verunreinigungen oder Qualitätsproblemen sowie das rasche Gegensteuern.“ Ein großer Vorteil sei auch die berührungslose Analyse.

Nachhaltig durch Digitalisierung

„Wir befinden uns mitten in einer Twin-Transformation, hin zu einer nachhaltigen Wirtschaft, die von modernen Technologien und **digitalen Lösungen** unterstützt wird. Dazu ist die branchenübergreifende Vernetzungsarbeit des Lebensmittel-Clusters enorm wichtig, um voneinander zu lernen und sich auszutauschen“, betonte Wirtschafts-Landesrat **Markus Achleitner**. „**Nachhaltigkeit** trifft alle Branchen. Wir müssen dabei die Wettbewerbsfähigkeit und Sozialverträglichkeit aufrechterhalten. Intelligente Technologien ermöglichen hier nachhaltige Chancen für Oberösterreich durch die Digitalisierung von Prozessen.“

Rainer Danereder, Head of Food & Beverage Industry CEE bei Siemens,

gab dem Landesrat recht: „Bei aller Nachhaltigkeit muss die **Wirtschaftlichkeit** erhalten bleiben. Die Digitalisierung liefert einen wesentlichen Beitrag dazu.“ Gleichzeitig müsse die **Lebensmittelindustrie** ihren Teil zum **Klimaschutz** beitragen, den Energieverbrauch weiter optimieren und die Ressourcen effizienter nutzen. Danereder betonte: „Kein Unternehmen kann die Digitalisierung allein bewerkstelligen. Um die Digitalisierung zu beschleunigen ist die Datentransparenz einer der wesentlichsten Faktoren. Es braucht ein offenes Ökosystem, das die besten Marktteilnehmer und offenen Technologien zusammenbringt und digitale und IoT-fähige Angebote bietet.“

Zwischen Tradition und Trend

Unternehmen müssen die Balance zwischen Bewahrung traditioneller Werte und Anpassung an neue Trends finden. Das machte Marketing- und Trendexpertin Nina Mohimi deutlich. In ihrem Vortrag berichtete sie von zahlreichen Trends in der Ernährung. Einer dieser Trends ist die Transparenz: „Heute geht es auch darum, was passiert, bevor Lebensmittel zu Lebensmitteln werden – die Art und Weise, wie die Zutaten angebaut, beschafft, hergestellt, verarbeitet, gekocht und serviert werden. Als ‚gute‘ Lebensmittel gelten heute ethische, nachhaltige und inklusive Produkte.“

Neue Zielgruppen in der Lebensmittelbranche

Der Trend zur **veganen Ernährung** eröffnete Unternehmen neue Zielgruppen über vegan lebende Menschen hinaus. Vegane Produkte seien auch für Vegetarier:innen und Flexitarier:innen sowie für „Social Omnivores“ interessant. Das sind Menschen, die sich zwar vegetarisch ernähren, aber außer Haus oder in Gesellschaft auch Fleisch essen. Auch laktoseintolerante Menschen greifen gern zu veganen Produkten, weil sie hier beim Essen nicht „aufpassen“ müssen. Mohimi empfahl Gastronomen, vegane Gerichte auf die Speisekarte zu setzen, und zwar aus folgenden Gründen: „Es ist gastfreundlich und bringt mehr Gäste, denn vegan lebende Menschen sind extrem gut digital vernetzt, neue

Angebote sprechen sich daher rasch herum. Das sind Zielgruppen, die dankbar sind für Abwechslung und Neues.“ Und der dritte Grund ist ebenfalls ein ökonomischer: „Wenn in einer Gruppe nur eine Person vegan ist, verliert man die Reservierung der ganzen Gruppe, wenn man kein veganes Speisenangebot bietet. Alleine deshalb lohnt sich die Investition.“

Greenwashing, Bäckersterben und Ernährungsbildung

Im Live-Podcast, organisiert vom „BauertothePeople“-Gründer Wilhelm Geiger, diskutierten Nina Mohimi, Markus Scharner von **Genussland Oberösterreich**, „Die Pflanzerei“-Gründerin **Nadina Ruedl** und Gabriela Straka von der **Brau Union Österreich AG** über zahlreiche Nachhaltigkeitsthemen, Lebensmittel und die Menschen dahinter. Mohimi provozierte mit der Aussage: „Ich bin pro **Greenwashing**. Wenn ein Konzern das Gefühl hat, er braucht Greenwashing, dann ist der erste, wichtigste Schritt Richtung Nachhaltigkeit getan.“ Straka konterte: „Greenwashing ist ein klarer Wettbewerbsverstoß.“ Auch das Publikum beteiligte sich rege am Live-Podcast und setzte sich an den improvisierten Studiotisch. Diskutiert wurde über weitere Themen wie Ursachen des Bäcker- und Fleischersterbens, den Begriff Regionalität und die Notwendigkeit von Ernährungsbildung.

Hier geht es zum Podcast

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at