



Bayer AG
Communications
51368 Leverkusen
Deutschland
Tel. +49 214 30-1
media.bayer.de

Presse-Information

Bayer verstärkt sein Engagement zur Steigerung des Obst- und Gemüsekonsums

- Strategie für das Gartenbau-Geschäft umfasst Maßnahmen vom Feld bis auf den Teller und setzt auf digitale Transformation sowie auf Portfolio-Innovationen
 - Engagement ist ein wichtiges Element der Vision „Health for All, Hunger for None“
 - Bayer tritt der Nachhaltigkeitsinitiative für Obst und Gemüse „SIFAV“ bei
-

Monheim, 21. Juli 2021 – Mit der Ankündigung von Portfolio-Innovationen und einer angepassten Geschäftsstrategie für den Gartenbau bekräftigt Bayer heute sein Engagement für die Steigerung des weltweiten Konsums von Obst und Gemüse. Schwerpunkte der Strategie sind maßgeschneiderte Lösungen für landwirtschaftliche Betriebe, nachhaltige Innovationen und Maßnahmen, die die Anforderungen der Wertschöpfungskette und die Bedürfnisse der Verbraucher in den Mittelpunkt stellen.

„Nur ein Bruchteil der Weltbevölkerung konsumiert auch nur annähernd die täglich empfohlene Menge an Obst und Gemüse“, sagt Inci Dannenberg, Leiterin des globalen Obst- und Gemüse-Saatgutgeschäfts bei Bayer Crop Science. „Im internationalen Jahr für Obst und Gemüse der UN verstärkt Bayer daher sein Engagement in diesem Bereich spürbar. Wir wollen gemeinsam mit Landwirten und Partnern daran arbeiten, den Obst- und Gemüsekonsum zu steigern. So setzen wir unsere Vision ‚Health for all, hunger for none‘ in die Tat um.“ Die Strategie im Gartenbau wird durch die führenden Genetik-, Pflanzenschutz- und Digitalkompetenzen von Bayer getragen. Damit bekommen Landwirte die Werkzeuge, die sie für eine bessere Entscheidungsfindung in ihren Betrieben benötigen und können Verbrauchern die Qualität und die Nahrungsmittel bieten, die einen gesunden Lebensstil fördern.

Hochwertiges Saatgut und Lösungen für die Betriebe

Mit den branchenweit höchsten Investitionen in Forschung und Entwicklung arbeitet Bayer an einem zentralen Element seiner Gartenbau-Strategie: Der Bereitstellung von Innovationen in den Bereichen Genetik, Pflanzenschutz und Digitalisierung. „Mit innovativen und maßgeschneiderten Lösungen helfen wir Obst- und Gemüsebauern auf der ganzen Welt, marktfähige Erträge zu erzielen, die dabei den Sicherheits-, Qualitäts- und Ernährungsanforderungen ihrer Kunden entsprechen“, sagte Kamel Beliazi, Strategie-Leiter Obst- und Gemüse bei Bayer Crop Science. „Dies ist ein ganz zentraler Bestandteil unserer Geschäftsstrategie.“

Das Ergebnis dieser Investitionen in Forschung und Entwicklung ist bei den jüngsten Portfolio-Innovationen sichtbar. [Vynyty Citrus®](#) beispielsweise ist ein innovatives Produkt zur Schädlingsbekämpfung auf Zitrusfarmen, mit dem sich Rückstände auf Früchten sowie Resistenzen vermeiden lassen. Das mit einer aktiven Flüssigkeit gefüllte Behältnis ist das erste biologische Produkt seiner Art, das mit Pheromonen und natürlichem Pyrethrin Schädlinge bei Zitrusfrüchten bekämpft. Das Produkt wird derzeit in Spanien eingesetzt und soll bald auch in anderen Mittelmeerländern für den Anbau von Zitrusfrüchten und anderen Kulturen verfügbar sein.

Bayer investiert zudem weiterhin in seine Gemüsesaatgut-Pipeline, um den veränderten Bedürfnissen von Landwirten, Partnern und Verbrauchern Rechnung zu tragen. Das Unternehmen nutzt in jeder Phase der Entwicklung vorausschauende Modelle für Verbraucherwünsche und sensorische Erkenntnisse aus der ganzen Welt. So lassen sich geschmacksreiche Sorten entwickeln und gleichzeitig wichtige agronomische Eigenschaften erhalten, die für gesunde Ernten unerlässlich sind.

Förderung nachhaltiger Innovationen auf dem Bauernhof

Bei der Entwicklung jeder Innovation verfolgt Bayer zwei Ziele – die nachhaltige Unterstützung der Landwirte bei ihrer Arbeit und den Schutz der Umwelt. Besonders wichtig ist das für Kleinbauern, die für die Ernährung von mehr als der Hälfte der Bevölkerung in Ländern mit niedrigem und mittlerem Einkommen verantwortlich sind. Im Rahmen des Ziels, bis 2030 100 Millionen Kleinbauern zu unterstützen, arbeitet Bayer mit verschiedenen Organisationen zusammen, um den Zugang zu landwirtschaftlichem

Know-how, Produkten, Dienstleistungen und Partnerschaften zu verbessern. So können die Landwirte ihre Risiken minimieren und ihr Geschäft nachhaltig ausbauen.

Mithilfe von [datengestützten Innovationen](#) arbeitet Bayer gemeinsam mit Rabobank an der Entwicklung digitaler Lösungen für Kleinbauern in Südostasien. Vor allem sie brauchen Zugang zu digitalen Tools, um ihr landwirtschaftliches Potenzial auszuschöpfen. Die Kooperation mit Rabobank sieht unter anderem zwei Pilotprojekte in Vietnam und auf den Philippinen in den kommenden Monaten vor – ein weiterer Schritt auf dem Weg zur Ernährungssicherheit für eine wachsende Bevölkerung.

Im Rahmen der „[Bridging the Seed Gap](#)“-Initiative bieten Fair Planet und Bayer außerdem Schulungen an, die Kleinbauern in Afrika helfen, hybrides, an die lokalen Anbaubedingungen angepasstes Gemüsesaatgut, optimal anzubauen. Kombiniert mit nachhaltigen Praktiken können die Landwirte dadurch Aufwand und Zeit reduzieren, während sie gleichzeitig eine bessere Ertragsqualität und ein höheres Einkommen erzielen.

Kooperationen über die Landwirtschaft hinaus

Neben den Landwirten legen auch Verbraucher großen Wert auf sichere, gesunde und nachhaltig produzierte Lebensmittel. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, arbeitet Bayer vom Feld bis auf den Teller daran, Landwirten auf der ganzen Welt den Marktzugang zu erleichtern. Das Unternehmen bringt sie mit Partnern aus der Lebensmittel-Wertschöpfungskette zusammen und hilft ihnen, sich an die veränderten Verbraucherwünsche anzupassen.

Kürzlich gab Bayer zudem seine Mitgliedschaft in der Nachhaltigkeitsinitiative für Obst und Gemüse ([Sustainability Initiative for Fruits and Vegetables](#), SIFAV) bekannt, in der sich auch andere führende Unternehmen der Branche engagieren. SIFAV ist eine branchenübergreifende Plattform, die die Zusammenarbeit verbessern und gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck von frischen Lebensmitteln reduzieren möchte. Durch einen gemeinschaftlichen, handlungsorientierten Ansatz und klar definierte Nachhaltigkeitsziele konzentrieren sich Bayer und SIFAV darauf, neue Lösungen zu finden, die den CO₂-Fußabdruck bei den wichtigsten Anbaukulturen reduzieren, Lebensmittelverluste und -abfälle verringern und den Wasserverbrauch senken.

Rund um das Thema Obst und Gemüse veranstaltet Bayer heute um 15:30 Uhr das Online-Event „[It's Crunch Time: Solving the world's nutritional crisis through increased produce consumption](#)“, als Teil der virtuellen Veranstaltungsreihe [Future of Farming Dialogue](#). An der Veranstaltung nehmen Inci Dannenberg, Leiterin des globalen Obst- und Gemüse-Saatgutgeschäfts bei Bayer Crop Science, sowie führende Vertreterinnen und Vertreter aus der landwirtschaftlichen Wertschöpfungskette teil. Darunter Barbara Bray MBE, Alo Solutions, Shoshan Haran, CEO von Fair Planet, und Paul Mastronardi, President und Chief Executive Officer von Mastronardi Produce Limited.

„Bei dieser Diskussion wird es darum gehen, wie Zusammenarbeit und Innovationen dazu beitragen können, den Konsum von Obst und zu steigern“, fasst Dannenberg zusammen. „Als einer der weltweit führenden Hersteller von Gemüsesaatgut und von Lösungen für den Gartenbau möchte Bayer den Landwirten Werkzeuge zur Verbesserung der Ernteproduktivität zur Verfügung stellen und gleichzeitig die Bedürfnisse der Verbraucher und der gesamten Lebensmittelwertschöpfungskette berücksichtigen.“

Über Bayer

Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen auf den Life-Science-Gebieten Gesundheit und Ernährung. Mit seinen Produkten und Dienstleistungen will das Unternehmen Menschen nützen und die Umwelt schonen, indem es zur Lösung grundlegender Herausforderungen einer stetig wachsenden und alternden Weltbevölkerung beiträgt. Bayer verpflichtet sich dazu, mit seinen Geschäften einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Gleichzeitig will der Konzern seine Ertragskraft steigern sowie Werte durch Innovation und Wachstum schaffen. Die Marke Bayer steht weltweit für Vertrauen, Zuverlässigkeit und Qualität. Im Geschäftsjahr 2020 erzielte der Konzern mit rund 100.000 Beschäftigten einen Umsatz von 41,4 Milliarden Euro. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung beliefen sich bereinigt um Sondereinflüsse auf 4,9 Milliarden Euro. Weitere Informationen sind im Internet zu finden unter www.bayer.de

Kontakt für Medien:

Carly Scaduto, Tel. +1 314 439 6978

E-Mail: carly.scaduto@bayer.com

Alexander Hennig, Tel. +49 175 3089736

E-Mail: alexander.hennig@bayer.com

Mehr Informationen finden Sie unter www.bayer.de.

Folgen Sie uns auf Twitter: twitter.com/BayerDialog

cs (2021-0142)

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Presse-Information kann bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung von Bayer beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannte Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaft wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Diese Faktoren schließen diejenigen ein, die Bayer in veröffentlichten Berichten beschrieben hat. Diese Berichte stehen auf der Bayer-Webseite www.bayer.de zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.