

**Lebensmittelforum Bremerhaven 2017**  
**Interview mit Dr. David Bosshart vom 29. November 2017**

Das Interview führte der TV-Journalist Werner Prill

**Werner Prill.** Die digitale und stationäre Entwicklung treibt die Food-Branche um. Was ist das Faszinierende an diesen Welten und worauf müssen sich Handel und Industrie künftig einstellen?

**David Bosshart.** Faszinierend ist, dass mit der aktuellen Entwicklung ein wirklicher Bruch mit den bisherigen Gegebenheiten einhergeht. Die Agrarwirtschaft hat viel Fläche verbraucht, um sehr bescheiden produktiv zu sein. Die industrielle Welt hat mit sehr viel Aufwand, das heißt mit Düngemitteln und durch Rationalisierungen versucht, mit weniger Fläche produktiver zu werden und große Fabriken aufgebaut. All das sind marginale Fortschritte im Vergleich zu dem, was wir jetzt erleben. Digitalisierung heißt: Alles was industriell bisher eine Einheit darstellte, wird in kleinste Teile zerlegt und von neuen Anbietern, die über die Macht verfügen, Daten zu erheben und zu analysieren, vorangetrieben. Die digitale Welt braucht immer weniger Fläche, um immer produktiver zu sein. Alles was heute innovativ ist, passiert in den großen Städten und wird dort weiterentwickelt, weil die Vernetzung und Dienstleistungen hier am schnellsten vorankommen.

**Werner Prill.** Ihr Credo lautet: Daten sind heute das wichtigste Kapital. Wie gehe ich mit meinen Daten um? Wo gebe ich sie hin und wie stelle ich sicher, dass ich darüber verfügen kann?

**David Bosshart.** In den nächsten fünf bis zehn Jahren muss die Frage geklärt werden, was die Daten wert sind und wem sie gehören. Das ist eine ganz zentrale Frage. Datenproduzenten, wie beispielsweise der Konsument oder Handel bekommen häufig dafür keine Gegenleistung. Und der Wettbewerb wird durch diejenigen entschieden, die die Daten besser analysieren und innovativ nutzen können. Daten sind heute wertvoller als Öl. Öl wird genutzt und ist dann verbraucht. Daten hingegen können kopiert, akkumuliert oder gestohlen werden. Künstliche Intelligenzen können in der Zukunft mit diesen Datensätzen neue Dienstleistungen erfinden. Das kann noch mehrere Jahre dauern, bis wir uns in diese Richtung entwickeln. Aber es ist schon heute ein spannendes, dynamisches Ökosystem. Wir müssen in Europa aufpassen, dass wir nicht den Anschluss verlieren.

**Werner Prill.** Was muss ein Mittelständler tun, der sich bisher mit der Digitalisierung nicht beschäftigt hat? Ist der Zug der Digitalisierungszug für ihn abgefahren?

**David Bosshart.** Nein, er ist nicht abgefahren. Man kann heute Daten kaufen. Die wichtigste Frage: Was muss kann man selbst machen und in welchen Bereichen wäre es besser zu kooperieren. Interne Prozesse können beispielsweise rationalisiert werden währenddessen können die Kundenkontakte ausgebaut werden. Die strategische Grundfrage muss sein, welches Kundenbedürfnis können wir in zehn Jahren nicht mehr umgehen. Eine Gefahr besteht darin, dass die wichtigen Fragen hinausgeschoben werden und dabei vergessen wird, dass letztendlich bewertet wird, was umgesetzt wurde.

**Werner Prill.** Der stationäre Handel kommt in die Bredouille, weil immer mehr Produkte online gekauft werden. Stimmt das und falls ja, welche Chancen haben Offline-Händler?

**David Bosshart.** Wir sehen heute schon in China, den USA und auch in Frankreich, dass die Hemmschwellen zum Online Handel werden weiter sinken. Es entstehen völlig neue Kooperationen. Auch deutsche Händler arbeiten plötzlich mit Alibaba zusammen. Die Industrie in der Schweiz arbeitet mit Alibaba zusammen. Große französische Händler wie Carrefour oder insbesondere Auchan arbeiten inzwischen mit anderen großen Anbietern zusammen. Walmart sieht sich gezwungen mit Google zusammen zu arbeiten, um gegen Amazon antreten zu können. Suchmaschinen sind nun einmal sehr wichtig. Solche Entwicklungen passieren plötzlich, weil die Hemmschwellen sinken, weil man mehr unter Druck kommt und vielfach auch die Fachleute nicht hat, die die neuen Prozesse verstehen und die Fähigkeit haben, die Transformationen im Unternehmen voranzutreiben. Einem innovativen Unternehmensführer empfehle ich meine „Drittelformel“: Ein Drittel traditionelles Bran-

chenwissen. Ein zweites Drittel Transformationswissen, beispielsweise für die Modernisierung eines Unternehmens und das letzte Drittel sind Grundkenntnisse in Technologie.

**Werner Prill.** Aus Online wird oft auch Offline. Beispiel: Amazon kaufte in den USA die Top-Biokette Whole Foods. 456 Filialen. Mit einem Preisabschlag von 20 bis 40 Prozent werden die hochwertigen Bioprodukte in den USA, aber auch in Großbritannien verkauft. Auch in Deutschland arbeitet Amazon Fresh mit vielen klassischen Händlern und der Industrie zusammen. Unter anderem mit Teegut aus Fulda oder mit der Münchener Bio-Supermarktkette Basic.

**David Bosshart.** Hier sehen wir einen Konsolidierungsprozess, wie wir ihn schon im Lebensmittel-Einzelhandel erlebt haben. Wer im Online-Business die Besten hat – also nicht nur Daten, sondern auch hochqualifizierte Mitarbeiter – der ist in der Lage mit diesen Daten etwas zu machen und der gewinnt. Amazon will deshalb nur die besten Leute anstellen. Parallel dazu versuchen sie natürlich mit Zukäufen ihr Imperium der Datenanalyse, und man kann es wirklich Imperium nennen, zu erweitern. Das sollte man nicht unterschätzen. Natürlich hat Whole Foods eine außerordentlich kaufkräftige Kundschaft. Das ist nicht die Walmart-Kundschaft. Bei dieser Klientel kann Amazon natürlich schnell mit Prime und dem Subskriptionsmodell von Prime, sehr, sehr viele neue Kunden gewinnen und sie mit weiteren Streaming- und Clouddiensten locken – das ist natürlich verführerisch. Die Kunden haben sich daran gewöhnt, die Ware sofort zu bekommen und zudem noch Gratisdienstleistungen zu erhalten. Wenn versprochen wird „Okay, ich kann es sofort haben“, spielt der Preis nicht mehr die entscheidende Rolle.

**Werner Prill.** Soll heißen, die Prime-Gebühr ist irgendwann vergessen? Man denkt nicht mehr daran?

**David Bosshart.** Genau.

**David Bosshart.** Bremerhaven richtet dieses Lebensmittelforum aus. Die Stadt arbeitet daran, den Fischereihafen, in dem viele Lebensmittel verarbeitet und gehandelt werden, zu einem Nahrungsmittelzentrum auszubauen. Wie ordnen Sie diese Aktivitäten ein und wie wichtig ist es, dass die Wirtschaftsförderung sich hier so energisch engagiert.

**David Bosshart.** Die Wirtschaftsförderung spielt eine sehr wichtige Rolle. Schauen wir über unseren Tellerrand, dann sehen wir, die Nationen werden machtloser. Klar, das ist eine relative Machtlosigkeit nicht eine absolute. Hinzu kommt: Die weltweiten Metropolen werden immer wichtiger. Schauen Sie nach Paris oder London. Berlin ist ein bisschen ein Spezialfall. Man muss sich die Netzwerke der Städte anschauen. Bremerhaven steht im Wettbewerb mit Hamburg und mit Bremen. Die Stadt muss sich deshalb gut positionieren und überlegen, welche Stärken kann man wo ausnutzen und wo kann man ergänzend etwas machen. Eigentlich ist das ähnlich wie im Fußball: Stellen Sie sich die globale digitale Welt vor, wie die Champions League. In Deutschland gibt es - ich möchte es ohne persönliche Wertung sagen – nur die Bayern, die auf internationaler Ebene auf höchstem Niveau mitspielen. Genauso ist es in Europa. Es gibt einige wenige Städte, die das schaffen, aber es gibt sehr viele regionale Erfolge. Hinzu kommt: Das Niveau in der oberen Liga ist so hoch, dass die anderen Vereine davon lernen können. Kurzum, es kommt darauf an, zwischen den größten Playern das richtige, ergänzende Sortiment zu finden und sich weiter zu entwickeln. Und: Wir leben in einer Wissensgesellschaft und brauchen gute Schulen. Letztendlich ist Digitalisierung stark verbunden mit Humankapital.

**Werner Prill.** Sind Sie das erste Mal in Bremerhaven? Kennen Sie die Stadt?

**David Bosshart.** Ganz wenig. Ich kenne Bremen ein bisschen besser, aber vor allem Hamburg.

**Werner Prill.** Gefällt Ihnen Bremerhaven?

**David Bosshart.** Ja natürlich. Ich denke die Stadt ist sehr schön. Aber wie gesagt, es gibt so viele schöne Orte und wir haben alle in den letzten Jahren gemerkt, dass die urbanen Zentren wichtiger werden. Also es ist sehr wichtig, wer eine Stadt führt und wie die Bürger und Bürgerinnen in der Lage sind, auch im Wettbewerb die richtigen Entscheidungen für die wirtschaftliche Entwicklung zu treffen. Man muss eines sehen: Eine Stadt floriert nur, wenn sie attraktive Arbeitsplätze hat.

**Werner Prill.** Wie wichtig ist es, den Tourismus in die Aktivitäten einer Stadt. einzubinden?

**David Bosshart.** Ganz wichtig. Schauen wir noch einmal auf die Digitalisierung. Bevor die Leute heute ihr Essen verzehren, machen Sie ein Foto und schicken es in der Weltgeschichte herum. Warum wohl hat Eataly Gründer Oscar Farinetti zusammen mit der Coop Italia in Bologna einen Hunderttausend Quadratmeter großen disney-ähnlichen Agrarerlebnispark, die Fico Eataly World, gebaut? Italien will der Welt zeigen, wie haben die besten Lebensmittel, den besten Wein, den besten Käse. Die Besucher machen viele Fotos und schicken sie dann in der Weltgeschichte herum. Das alles trägt zwar nicht direkt zum Umsatz bei, aber die Leute reden darüber und die Medien berichten. Es ist positiv, wenn kontinuierlich über bestimmte Orte gesprochen wird. Eine gute touristische Infrastruktur ist heute sehr, sehr wichtig geworden. Der Städtetourismus boomt überall in Europa. Wer etwas zu zeigen hat, zeigt es auch. Nehmen Sie Hamburg mit dem neuen Symbol, der Elbphilharmonie. Alle haben geflucht wegen der Kosten. Heute spricht niemand mehr davon.

**Werner Prill.** Zur FICO Eataly World im italienischen Bologna gibt es derzeit weltweit nichts Vergleichbares. Auch in Deutschland wäre ein solches Projekt willkommen. Wäre es eine gute Idee, so etwas in Bremerhaven zu machen?

**David Bosshart.** Ja ich denke schon. Wenn man ein gutes Konzept hat, dass mit Wirtschaftsförderung und mit Tourismusförderung verbunden ist und auf Akzeptanz trifft und zudem einen gewissen Enthusiasmus in der Bevölkerung entfachen könnte, dann kann ich mir das gut vorstellen.

**Werner Prill.** Vielen Dank für das Gespräch.