

Ein Jahrhundert US-amerikanische Nachhaltigkeit



September 2019

WUSSTEN SIE DAS?

Statistische Erhebungen der USDA zeigen, dass 89 Prozent der Landwirtschaftsbetriebe in den USA [klein](#) sind und mehr als die Hälfte (52 %) der landwirtschaftlichen Flächen bewirtschaften.

Welche Gemeinsamkeit haben die Berichterstattung über Treibhausgasemissionen, der Flüssigkeitshaushalt im Körper und Kinder unter fünf Jahren? Milch!

US-amerikanische Milchproduzenten werden bald Zugang zu den Leitlinien für die Bilanzierung von Treibhausgasen (GHG) und das dazugehörige Berichtswesen haben und so ihre Treibhausgasbilanz besser glaubhaft darlegen können.



Im U.S. Dairy Stewardship Commitment (US-amerikanische Verpflichtung zu Nachhaltigkeit in der Milchwirtschaft) wurde das System hierzu ausgearbeitet - die erste Richtlinie für den landwirtschaftlichen Sektor, die die Kennzeichnung „basierend auf dem GHG-Protokoll“ erhält. Und es gibt noch mehr gute Nachrichten für Milchproduzenten: Eine [Studie](#) der St. Andrews University (Schottland) ergab, dass Milch noch hydratisierender wirkt als reines Wasser.

Außerdem empfiehlt ein richtungsweisender [Bericht](#) reine Milch zusammen mit Muttermilch, Wasser und Säuglingsanfangsnahrung als Teil eines neuen Empfehlungspakets für die Trinkgewohnheiten von Kindern.

[Details zu diesen guten Nachrichten für die Milchwirtschaft.](#)

Anhaltende Dürre könnte die Brotpreise in die Höhe treiben

Eine neue Studie prognostiziert, dass Dürren sich auf mehr als die Hälfte der Weizenfelder weltweit auszuwirken drohen, weshalb die Forscher, „vor potentiellen Turbulenzen auf dem Markt sowie vor politischen Unruhen warnen“.

Die weltweit größten Weizenexporteure könnten „sich ernstzunehmender Wasserknappheit ausgesetzt sehen, während Landwirte in Südamerika womöglich nur am Rande betroffen sein könnten“, [wie der Studie zu entnehmen ist](#).



Nachhaltigkeit ist eine geschäftliche Notwendigkeit, so Euromonitor International

Laut einem Bericht des Marktforschungsanbieters [Euromonitor International](#) ist Nachhaltigkeit nicht länger ein schmückendes Beiwerk, sondern eine geschäftliche Notwendigkeit.



„[How to Become a Sustainable Brand](#)“ („So werden Sie eine nachhaltige Marke“) erforscht die Megatrends, die Betriebe zwingen, aktiv zu werden, vom Wunsch der Verbraucher, „mit weniger zu leben“ zur Erwartung, auf mehr transparente Markeninformationen zugreifen zu können, und [unterstreicht fünf wesentliche Bereiche, auf die diese sich konzentrieren sollten, um sich umzustellen](#).

Terminankündigung für den 19. November: Wie kann die Wissenschaft uns retten?

Wie können Innovationen dazu verhelfen, eine wachsende Bevölkerung nachhaltig zu ernähren? Expertengremien diskutieren und untersuchen potentielle Lösungen bei der Einführung zum [Ernährungsgipfel](#) in London.

Der Gipfel befasst sich mit den wesentlichen Problemen, die sich der Branche stellen sowie mit der Frage, wie Innovationen und Technologie dazu beitragen können, diese zu lösen.



David Green von der U.S. Sustainability Alliance ist Teilnehmer bei der Diskussion „Wie kann die Wissenschaft uns retten?“, die der Frage nachgehen wird, wie die nächste Revolution in Sachen Ernährung und Landwirtschaft aussehen wird und wie die Wissenschaft sie möglich machen wird. [Erfahren Sie mehr](#).

USSA LANDWIRTE-SPOTLIGHT: Christine Gemperle, The Almond Board of California



Christine Gemperle ist Mandelanbauerin in der zweiten Generation und Hobby-Barkeeperin. Sie und ihr Bruder Erich bewirtschaften 16 Hektar Mandeln in der Nähe von Turlock im Stanislaus County, Kalifornien, sowie 37 Hektar in der Nähe von Gustine.

[Sie spricht mit uns](#) über die Herausforderungen, die die Arbeit in einem der risikoreichsten Berufe der Welt mit sich bringt und teilt ihren Stolz darüber, einem Gewerbe anzugehören, das sich für den Schutz des Landes engagiert.

Die Fakten über ökologische Landwirtschaft

Bio-Landwirte in den USA wissen nur zu gut, dass das, was ‚man in den Boden hineinsteckt auch großen Einfluss auf das hat, was man dort herausholt‘.

Deshalb vertrauen sie bei der Entwicklung von Anbausystemen auf natürliche Prozesse und Materialien, die zur Ernährung des Bodens, der Felder und des Viehbestands, zur Schädlings- und Unkrautbekämpfung, zur Biodiversität und zur Verwirklichung von Produktionszeiten beitragen.



Lesen Sie mehr über die [Verpflichtung der Bio-Landwirte](#) gegenüber der Umwelt und nachfolgenden Generationen.

Mehr Einsatz ist nötig, um die SDGs bis 2030 zu erreichen

Die Nahrungsmittelindustrie muss mehr tun, um gegen Lebensmittelverluste und -verschwendung auf dem Weg vom Erzeuger zum Verbraucher anzugehen, sagt Qu Dongyu, Generaldirektor der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO).



Der FAO-Chef sprach bei der Veranstaltung [Fixing the Business of Food: The Food Industry and the SDG Challenge](#) („Die Nahrungsmittelindustrie und die SDG-Herausforderung“) und sagte, Nahrungsmittelindustrie und -handel spielten eine „kritische Rolle in Bezug auf das Erreichen von Nahrungsmittelsicherheit und Ernährung, da sie Einfluss nehmen auf Produktion, Verarbeitung, Verkauf und Marketing der Nahrungsmittel, die wir essen“.

Bei der Veranstaltung wurde durch das Barilla Center for Food and Nutrition und Partner [ein Bericht herausgebracht](#), der Maßnahmen für schnellere Fortschritte in Richtung der 2030 Sustainable Development Goals zusammenfasst.

Verbesserung der Weinqualität mittels Nachhaltigkeit

„Mir fällt nicht ein einziges Beispiel ein, bei dem Nachhaltigkeitspraktiken die Weinqualität nicht verbessern würden.“

Das sagte Weinbauer [Steve Matthiasson](#) jüngst bei einem gemeinsamen Seminar von Harpers und California Wine Institute über nachhaltige Weine.

Steve ist überzeugt, dass Verbraucher Wein als Luxusgut sehen und daher bereit sind, für die Qualität zu bezahlen, was Weinbauern erlaubt, [noch mehr in Nachhaltigkeit zu investieren](#).





Die U.S. Sustainability Alliance versucht, möglichst aktuelle und wichtige Artikel über die US-amerikanischen Farmer, Fischer und Forstwirte der USA zusammenzutragen. Bitte beantworten Sie unsere Umfrage, die nur 1 Minute Zeit in Anspruch nimmt und uns Auskunft darüber gibt, wie uns das gelingt.

UMFRAGE

USSA Member Organizations:

Alaska Seafood Marketing Institute; Almond Board of California; American Hardwood Export Council; American Peanut Council; Cotton Council International; Food Export Association of the Midwest; Food Export USA Northeast; National Renderers Association; North American Export Grain Association; Organic Trade Association; Softwood Export Council; USA Poultry & Egg Export Council; USA Rice Federation; U.S. Dairy Export Council; U.S. Dry Bean Council; U.S. Grains Council; U.S. Hide, Skin and Leather Association; U.S. Meat Export Federation; U.S. Soybean Export Council; and U.S. Wheat Associates



Copyright © 2019 | The U.S. Sustainability Alliance, Alle Rechte vorbehalten.

Unter der Voraussetzung, dass die übliche Quellenangabe erfolgt, dürfen die Informationen auf der Website der USSA ganz oder auszugsweise nachgedruckt werden.

Die U.S. Sustainability Alliance (USSA) ist ein Zusammenschluss US-amerikanischer Landwirte, Fischer und Forstwirte, die sich zusammengetan haben, um unsere Werte in Bezug auf nachhaltige Praktiken und Naturschutz-Programme zu erforschen und zu teilen.

Kontaktieren Sie uns: <https://thesustainabilityalliance.us/contact-us/>