

[Basel, Schweiz/Monheim, Deutschland](#) (Agrar-PR) - Neben Nahrungsergänzungsmitteln setzt die Initiative künftig auch auf Zugang zu Lebensmitteln und Ernährung / Bis 2030 soll die Versorgung mit essenziellen Nährstoffen für 50 Millionen Menschen weltweit verbessert werden

Als Teil der Unternehmensvision „Health for all, hunger for none“ weitet Bayer mit der „Nutrient Gap Initiative“ eines der wichtigsten Nachhaltigkeitsprogramme des Unternehmens aus. Ziel der Initiative ist es nun, in unterversorgten Gebieten auch den Zugang zu nahrhaften Lebensmitteln zu verbessern. Der Schwerpunkt hatte zunächst auf Nahrungsergänzung gelegen – einem wichtigen Instrument, um Mangelernährung in diesen Gebieten zu begegnen. Anlässlich des zweiten Jahrestags der Initiative entwickelt das Unternehmen das Programm nun weiter, um die Nährstofflücke auch über die grundlegendste Quelle zu schließen: Lebensmittel, vor allem Obst, Gemüse und Getreide. Bis zum Jahr 2030 sollen so 50 Millionen Menschen Zugang zu lebenswichtigen Vitaminen und Mineralien erhalten.

Vitamin- und Mineralstoffmangel, oft als „versteckter Hunger“ bezeichnet, ist in unterversorgten Gebieten weit verbreitet, wobei Frauen und Kinder besonders gefährdet sind. Diese Art der Mangelernährung entwickelt sich schleichend im Laufe der Zeit und oft werden die Auswirkungen erst dann sichtbar, wenn irreversible Schäden entstanden sind. Der Mangel an lebenswichtigen Vitaminen und Mineralien kann zum Beispiel zu Immunschwäche, Geburtsfehlern, verminderter Arbeitsfähigkeit, Lernbehinderungen oder Entwicklungsstörungen führen, was den Kreislauf der Armut oft noch verschlimmert. Sowohl COVID-19 als auch der Krieg gegen die Ukraine haben dieses Gesundheitsproblem weiter verschärft.

„Als weltweit führendes Unternehmen in den Bereichen Gesundheit und Ernährung ist Bayer in einer einzigartigen Position, um Menschen den Zugang zu Nahrungsmitteln zu ermöglichen. Die Ursachen von Mangelernährung sind komplex und vielfältig. Daher nutzen wir Kompetenzen aus unserem gesamten Unternehmen, um sie zu bekämpfen. Wir wollen die Barrieren für eine gesunde Ernährung für diejenigen beseitigen, die sie am dringendsten benötigen“, sagt Heiko Schipper, Leiter der Bayer-Division Consumer Health und Mitglied des Vorstands.

„Für Menschen in unterversorgten Gebieten ist der Zugang zu nahrhaften Lebensmitteln aufgrund der Kosten und der lokalen Verfügbarkeit von Getreide und frischen Produkten oft eine Herausforderung. Als Teil unserer wichtigen Arbeit für Ernährungssicherheit und Kleinbauern wird die Nutrient Gap Initiative dazu beitragen, die Lebensbedingungen von Menschen zu verbessern, die keinen Zugang zu Vitaminen und Mineralien haben. Dafür werden wir auch unsere Better Life Farming-Zentren nutzen“, sagt Rodrigo Santos, Leiter der Bayer-Division Crop Science und Mitglied des Vorstands.

Mit der „Nutrient Gap Initiative“ stärkt Bayer das Engagement für Ernährungssicherheit, indem sowohl die Quantität der verfügbaren Nahrungsmittel als auch die Qualität der Nahrung mit wichtigen Vitaminen und Mineralien unterstützt wird. Bestimmte Gesellschaftsgruppen sind von Mangelernährung überdurchschnittlich stark betroffen. Das betrifft insbesondere Frauen und Mädchen, aber auch ländliche Regionen. In diesem Bereich ist Bayer bereits sehr aktiv, um die Lebensgrundlage von Kleinbauern zu verbessern.

Kleinbauern bilden das Rückgrat der Nahrungsversorgung in vielen Teilen der Welt, aber die Gemeinden, in denen sie leben, leiden oft unter Mangelernährung und defizitären Gesundheitssystemen. Aufbauend auf der bestehenden Infrastruktur der „Better Life Farming“-Zentren werden Kleinbauern nun auch zu einer wichtigen Zielgruppe der „Nutrient Gap Initiative“. Die Better Life Farming-Zentren bieten Kleinbauern in abgelegenen ländlichen Regionen, aktuell vor allem im asiatisch-pazifischen Raum, Zugang zu essenziellen landwirtschaftlichen Produkten. Die Zentren sind eine wichtige Säule der Kleinbauern-Initiative von Bayer, mit der das Unternehmen bis 2030 100 Millionen Kleinbauern in Ländern mit niedrigen und mittleren Einkommen erreichen will. Bayer wird in Pilotversuchen das Angebot der Zentren ausbauen und auch Produkte und Beratung rund um das Thema gesunde Ernährung anbieten. Denn der faire Zugang zu Gesundheit ist ein wichtiger Faktor von Ernährungssicherheit.

Durch direkte Maßnahmen und in Partnerschaft mit wichtigen Nichtregierungsorganisationen und dem öffentlichen Sektor wird die Initiative dazu beitragen, die Nährstofflücke zu schließen, indem die drei größten Hindernisse für den Zugang zu lebenswichtigen Vitaminen und Mineralien angegangen werden:

1. **Versorgung:** Viele Menschen in unterversorgten Gebieten haben keinen Zugang zu Vitaminen und Mineralien, weil sie sich diese nicht leisten können oder weil sie nicht verfügbar sind. Bayer verschafft denjenigen, die sie am meisten benötigen, physischen und finanziellen Zugang zu nahrhaften Lebensmitteln (frische Waren und Getreide) und Nahrungsergänzungsmitteln (essenzielle Vitamine und Mineralien aus der Liste der unentbehrlichen Arzneimittel der Weltgesundheitsorganisation).
2. **Aufklärung:** Vielen Bevölkerungsgruppen mangelt es an Wissen über die richtige Ernährung, die Bedeutung von Vitaminen und Mineralien, deren Integration in die Ernährung und, wenn erforderlich, den Wert von Nahrungsergänzungsmitteln. Sowohl durch direkte Aufklärung als auch in Zusammenarbeit mit Gesundheitsdienstleistern und Landwirten wird Bayer darüber informieren und mehr Menschen in die Lage versetzen, ihre Gesundheit selbst in die Hand zu nehmen.
3. **Dialog:** Regierungen und Politiker können viel bewirken, wenn sie dem Zugang zu erschwinglichen und nahrhaften Lebensmitteln sowie auch der Gesundheitskompetenz Priorität einräumen und essenzielle Nahrungsergänzungen zum

Versorgungsstandard machen. Bayer wird sich mit Partnern zusammenschließen, um ein Ökosystem zu schaffen, das sich für den Zugang zu guter Ernährung einsetzt.

Im Jahr 2022 hat die „Nutrient Gap Initiative“ mehr als 19 Millionen Menschen in unterversorgten Gebieten erreicht und damit einen großen Zwischenschritt für das Ziel von Bayer, 100 Millionen Menschen den Zugang zu täglicher Gesundheit zu ermöglichen. Mit der Weiterentwicklung des Programms um den Zugang zu nährstoffreichen Lebensmitteln wird Bayer in der Lage sein, mehr Instrumente, Dienstleistungen und Programme anzubieten, die zum Aufbau gesünderer und resilienterer Gesellschaften beitragen.

Zu den Programmen, die Bayer 2023 umsetzen wird, gehören:

- Zugang zu pränatalen Nahrungsergänzungsmitteln: Eine Partnerschaft mit der internationalen gemeinnützigen Gesundheitsorganisation Vitamin Angels zielt darauf ab, den Zugang zu verschiedenen Mikronährstoffen (MMS oder pränatale Vitamine und Mineralien) auszubauen. Unsere Zusammenarbeit umfasst die Bereitstellung eines 180-Tage-Vorrats an MMS sowie eine bewährte Ernährungsaufklärung für Gesundheitsdienstleister und schwangere Frauen. Hinzu kommt technische Unterstützung für lokale Regierungen, um MMS in die Versorgungsstandards zu integrieren. Das Programm erreicht jedes Jahr vier Millionen Frauen und ihre Babys.
- Ernährungsaufklärung für Kleinbauern: Die Better Life Farming-Zentren werden nicht nur mehr Kleinbauern in mehr Ländern Zugang zu landwirtschaftlichen Produkten, Schulung und Ausbildung verschaffen. Sie werden nun auch damit beginnen, allgemeine und pränatale Ernährungsaufklärung in Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen sowie Gesundheitsprodukte zur Selbstversorgung anzubieten. Pilotprojekte dazu haben in Indonesien bereits begonnen.
- Saatgutverteilung und Aufklärung in Indien: Ein Programm bietet städtischen Bauern (Menschen, die auf ihren Balkonen/Terrassen gärtnern) hochwertiges Saatgut an, um ihnen den Zugang zu selbst angebautem Gemüse zu ermöglichen. Darüber hinaus spendet Bayer Saatgut, um Menschen in unterversorgten Gebieten mit nahrhaften Lebensmitteln zu unterstützen und sie gleichzeitig über den gesundheitlichen Nutzen von Vitaminen und Mineralien aufzuklären.
- Digitale Beratung für Kleinbauern: Bayer hat eine digitale Plattform eingeführt, die Kleinbauern in Indien dabei hilft, ihre Anbaupraktiken zu verbessern. So können sie ihre Erträge steigern und mehr nährstoffreiches Gemüse für ihr direktes Umfeld liefern.
- Zusammenarbeit mit Gesundheitshelfern in Afrika: In Zusammenarbeit mit reach52, einem sozialen Technologieunternehmen, das Gesundheitsdienste in unterversorgten Märkten anbietet, schult Bayer kommunale Gesundheitshelfer in Kenia und Südafrika darin, die reach52-App zu nutzen. Die damit gewonnenen Daten zu wichtigen Ernährungskennzahlen tragen zum Verständnis von lokalen Ernährungsdefiziten bei. Damit kann die App dann gezielte Ernährungsaufklärung und Nahrungsergänzungsmittel empfehlen, die speziell auf die lokalen Bedürfnisse zugeschnitten sind.
- Forschung und Entwicklung im Bereich Ernährung: In den Vereinigten Staaten investiert Bayer mehr als 400 Millionen US-Dollar in Innovationen, um den Hunger zu bekämpfen und die Gesundheit und Ernährung im Land zu verbessern. Diese Investitionen umfassen die Entwicklung nachhaltiger Nutzpflanzen in der gesamten Landwirtschaft und einen verstärkten Fokus auf Gemüse, um Landwirten zu helfen, den Herausforderungen des Klimawandels zu begegnen und gleichzeitig nahrhafte Produkte anzubieten.
- Erschwingliches Portfolio für Nahrungsergänzungsmittel: Bayer passt sein Portfolio für Nahrungsergänzungsmittel an die Bedürfnisse einkommensschwacher Verbraucherinnen und Verbraucher an und ermöglicht ihnen so den finanziellen und physischen Zugang zu den Produkten. Der Großteil des an diese Zielgruppe gerichteten Portfolios enthält mindestens einen Inhaltsstoff aus der Liste der unentbehrlichen Arzneimittel der Weltgesundheitsorganisation.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.bayer.com/de/die-nutrient-gap-initiative](http://www.bayer.com/de/die-nutrient-gap-initiative)

#### 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 2021 erzielte der Konzern mit rund 100.000 Beschäftigten einen Umsatz von 44,1 Milliarden Euro. Die Ausgaben für Forschung und Entwicklung beliefen sich bereinigt um Sondereinflüsse auf 5,3 Milliarden Euro. Weitere Informationen sind im Internet zu finden unter [www.bayer.com/de](http://www.bayer.com/de)

#### Über Better Life Farming

Die „Better Life Farming“-Zentren (BLF) helfen Kleinbauern dabei, ihre Betriebe zu kommerziell profitablen und nachhaltigen Unternehmen auszubauen. Bayer ist Teil der Better Life Farming Alliance, einer langfristigen öffentlich-privaten Partnerschaft mit der International Finance Corporation der Weltbank, Netafim und mehr als 30 lokalen Partnern. Der BLF-Ansatz eines lokalen Ökosystems ist eine wichtige Säule der Bayer Smallholder Initiative, die bis 2030 insgesamt 100 Millionen Kleinbauern in Ländern mit niedrigen und mittleren Einkommen unterstützen will. Im Jahr 2022 hat Bayer das Netzwerk lokaler BLFs von der Asien-Pazifik-Region auf Mexiko und Honduras ausgeweitet. Die ersten BLFs auf dem afrikanischen Kontinent werden im Laufe dieses Jahres eröffnet.

Folgen Sie uns auf Twitter: [twitter.com/BayerDialog](https://twitter.com/BayerDialog)

#### 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 unbekannt 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.com/de](http://www.bayer.com/de) zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.

Pressekontakt:

Jennifer Kaczmarek

Head of Strategic Messaging and Sustainability, Consumer Health

[jennifer.kaczmarek@bayer.com](mailto:jennifer.kaczmarek@bayer.com)

+1 862 404-6314

Alexander Gutmann

Media Relations

[alexander.gutmann@bayer.com](mailto:alexander.gutmann@bayer.com)

+49 174 7306349



[Agrar-PR](#)

Postfach 131003 70068 Stuttgart Deutschland

Telefon: +49 0711 63379810

E-Mail: [redaktion@agrar-presseportal.de](mailto:redaktion@agrar-presseportal.de) Web: [www.agrar-presseportal.de](http://www.agrar-presseportal.de) >>> [Pressefach](#)