



Bayer CropScience
Deutschland GmbH
Pressestelle
Alfred-Nobel-Straße 50
D-40789 Monheim

Presse-Information

Bayer auf der Digital Farming Conference in Berlin

- Mehr Praxis, weniger Vision
 - Bayer unterstützt bei der letzten Meile
-

Monheim, 25. Mai 2022 – Der Branchenverband der deutschen Informations- und Telekommunikationsbranche Bitkom e. V. nimmt sich seit Jahren des Themas Digitalisierung in der Landwirtschaft an. Auf der erstmals wieder in Präsenz abgehaltenen Digital Farming Conference 2022 in Berlin versammelte der Verband sein Netzwerk aus Startups und Unternehmen der Digital-, Landwirtschafts- und Ernährungsindustrie. Bayer, Mitglied bei Bitkom und Partner der diesjährigen Digital Farming Conference, brach eine Lanze für praxisrelevante Innovationen.

Landwirte unterstützen beim lebenslangen Lernen

Die beiden Sprecher für Bayer, Katharina Au, Vertriebsleiterin für Saatgut/Climate FieldView in Deutschland und Österreich, und Tilman Puls, Climate Field Product Specialist, hatten ihren Vortrag etwas provokativ unter das Motto „Mehr Praxis, weniger Vision“ gestellt. Im voll besetzten Saal erklärte Katharina Au die Wahl des Titels so: „Digitalisierung, Künstliche Intelligenz und Sensortechnik können heute schon unendlich viel. Wir landen aber in vielen Gesprächen, intern und mit Landwirten, bei der Frage: Wie müsste es sein, damit es in zehn Jahren perfekt ist? Dabei stoßen wir auf viele Themen, beispielsweise Vernetzung und Dateninfrastruktur und vieles mehr.“ Au fährt fort: „Wir merken aber auch, dass wir uns darauf fokussieren müssen, was als nächstes zu tun ist und wie wir das in die Praxis bringen. Denn nur dann können wir die Potenziale auch heben.“

Bayer, fasst Katharina Au zusammen, beschäftige sich im Bereich Digitalisierung im Pflanzenbau mit drei Kernthemen:

- bestmögliche Entscheidung und präzise Planung,
- automatisierte Umsetzung und
- Erfolgsmessung und Dokumentation.

„Es gibt schon unfassbar viele Angebote. Deshalb ist es auch so wichtig, dass wir uns darauf konzentrieren, wie wir sie in die Fläche bringen“, fordert Au. Tilman Puls vertieft diese Aussage mit Beispielen: „Welche Faktoren müssen wir kennen und bedenken, die Einfluss auf gemessene Daten haben können? Wie verknüpfen wir diese Daten anschließend sinnvoll, um die bestmöglichen Entscheidungen daraus abzuleiten? Wie wichtig ist unser agronomisches Wissen, um diese Auswertung korrekt zu interpretieren?“

Insgesamt zeigen sich die beiden Digitalexperten überzeugt, gibt es Möglichkeiten und Lösungen, um auf jedem Betrieb mit Digitalisierung im Pflanzenbau zu starten. Immerhin hätten, wie eine Umfrage unter Landwirten ergab, zwei Drittel von ihnen die Vorteile der Technologie verstanden. Viele scheuten jedoch noch die Komplexität des Themas und fürchteten daher die ersten Schritte.

Gemeinsam auf die letzte Meile

Daher sei es nun an der Zeit, unabhängig von den künftigen technologischen Erfolgen der Praxis, heute beim bestmöglichen Ausnutzen zu helfen: „Lasst uns nicht warten, bis in zehn Jahren alles perfekt ist“, forderte Au das Publikum auf. „Unserer Meinung nach ist es das Mindset, das Verständnis des Landwirts, was ihn heute noch an der Beschäftigung mit dem Thema hindert.“ Es gelte, den Landwirten bei dem Verständnis zu helfen, dass Digitalisierung eine Investition in die Zukunft ist.

Dieses Navigieren, das Begleiten der Landwirte auf dieser letzten Meile bis zur Verwirklichung, das sei eine Kraftanstrengung, die nicht ein Unternehmen allein stemmen könne. So fordert Au alle Anbieter auf, sich mit einzubringen und „neue Wege der Kooperation“ gemeinsam zu gehen.

Puls fügte an, dass für das Verständnis und die Zustimmung der Landwirte die Messbarkeit entscheidend sei: „In dem Moment, wo ich auf meinem Standort, den ich seit Jahrzehnten kenne, die Vorteile der Digitalisierung erlebe und sehe, dass ich hier besser werden kann, bringt das eine intrinsische Motivation.“ Unerlässlich dafür ist, den Landwirten mit Inhalten und Ausbildungsangeboten zur Seite zu stehen. Denn lebenslanges Lernen und digitale Entwicklung gehen nur zusammen.

Die Referate und Paneldiskussionen der Konferenz können auf dem YouTube-Kanal der Digital Farming Conference 2022 nachgehört werden.

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.de.

Die Bayer CropScience Deutschland GmbH mit Sitz in Langenfeld ist die deutsche Vertriebsgesellschaft der Division CropScience. Das innovative Produktsortiment umfasst neben Herbiziden, Fungiziden, Insektiziden sowie Produkten zur Saatgutbehandlung und hochwertigem Raps- und Maissaatgut auch Anwendungen im nicht-landwirtschaftlichen Bereich, beispielsweise Schädlingsbekämpfungsmittel sowie Unkrautkontrolle für die gewerbliche Nutzung.

Kontakt für Medien:

Heinz Breuer, Tel. 02173 / 2076-298

E-Mail: heinz.breuer@bayer.com

Mehr Informationen finden Sie unter www.agrar.bayer.de/presse

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Presseinformation 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.de zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.