



Bischofstraße 85
47809 Krefeld

Telefon: 0 21 51-41 11-400
Telefax: 0 21 51-41 11-499
info@milch-nrw.de

www.milch-nrw.de

Milch: altbewährt – neu gedacht Verändert KI, was wir essen?

Keynote von Food-Vordenker Hendrik Haase setzte auf dem 11. Nordwestdeutschen Milchtreff frische Impulse für die Branche

Wie verändern Künstliche Intelligenz, algorithmische Empfehlungen und „Soziale Medien“ unsere Wahrnehmung von Lebensmitteln? Und welche Rolle spielt dabei ein traditionsreiches Produkt wie Milch? Mit diesen Fragen setzte sich der Kommunikationsdesigner und Berater Hendrik Haase in seiner Keynote auf dem 11. Nordwestdeutschen Milchtreff am 20. Januar 2026 in der Landesvertretung Nordrhein-Westfalen beim Bund in Berlin auseinander. Rund 300 Gäste folgten der Einladung der Landesvereinigungen der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen (Milch NRW), Niedersachsen (LVN) sowie der Milcherzeugervereinigung Schleswig-Holstein (MEV).

Dr. Matthias Roßbach, Bevollmächtigter des Landes Nordrhein-Westfalen beim Bund, begrüßte die Vertreterinnen und Vertreter aus der landwirtschaftlichen Praxis, dem Molkereiwesen, dem LEH und von Verbänden und Politik und betonte die Bedeutung der Landwirtschaft für NRW. Der Rheinische Vorsitzende der Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen (Milch NRW), Hans Stöcker betonte bei seiner Begrüßung die Bedeutung des Themas KI für die Branche.

Kulturwandel mitgestalten

„Die entscheidenden Debatten über Ernährung finden heute nicht mehr in Talkshows des linearen Fernsehens statt, sondern in Millionen personalisierten Newsstreams und KI-Gesprächen mit Chatbots“, so Haase. „Was Menschen künftig über Milch wissen, glauben oder hinterfragen, entsteht zunehmend in Dialogen mit KI-Systemen. Das geschieht leise, personalisiert und jenseits klassischer Öffentlichkeit.“

Milch sei damit zugleich ein vertrautes Lebensmittel und Teil eines tiefgreifenden kulturellen Wandels. Entscheidend sei nicht mehr allein, was kommuniziert wird, sondern wie Inhalte von Algorithmen als relevant eingeordnet, gewichtet und ausgespielt werden. Wer diese Mechanismen nicht verstehe, laufe Gefahr, im gesellschaftlichen Diskurs an Sichtbarkeit zu verlieren.

Wahrnehmung, Vertrauen und Konsumverhalten

Haase plädierte dafür, den digitalen Wandel nicht als technisches Randthema zu betrachten, sondern als kulturelle Verschiebung mit direkten Folgen für Wahrnehmung, Vertrauen und Konsumverhalten. „Künstliche Intelligenz verändert nicht nur Prozesse, sondern auch Deutungsmacht“, so Haase. „Wer heute nicht algorithmisch verstanden wird, findet morgen kaum noch statt.“

Chancen für regionale Produkte

Zugleich zeigte Haase die Chancen auf, die in dieser Entwicklung liegen, insbesondere für Landwirtschaft, regionale Erzeugung und eine glaubwürdige Kommunikation entlang der gesamten Wertschöpfungskette. KI könne Transparenz, Differenzierung und neue Formen des Dialogs ermöglichen, wenn sie bewusst und verantwortungsvoll eingesetzt werde.

„Lebensmittel bleiben analoge Produkte“, betonte Haase. „Geschmack, Genuss und Gemeinschaft lassen sich nur schwer digitalisieren. Aber wie darüber gesprochen, gesucht und entschieden wird, verändert sich grundlegend – und genau hier liegt die strategische Aufgabe für die Branche.“

Hendrik Haase schreibt und spricht über Lebensmittel, Esskultur und eine genießbare Zukunft in Zeiten ökologischen und technologischen Wandels. Als Kommunikationsdesigner und Berater begleitet er Politik, Wirtschaft und Institutionen auf dem Weg zu glaubwürdiger Kommunikation und innovativem Handeln – immer mit Leidenschaft für regionale Lebensmittel.

Der 11. Nordwestdeutsche Milchtreff in Berlin wurde unterstützt von: Arbeitsgemeinschaft der Volksbanken und Raiffeisenbanken Weser-Ems; Genoverband e.V.; Landeskontrollverband Nordrhein-Westfalen e.V.; Volksbanken und Raiffeisenbanken in Schleswig-Holstein.

Pressekontakt: Landesvereinigung Milch NRW, Krefeld
Frank Maurer,
Leitung
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
☎ 02151 – 4111-410 ✉ maurer@milch-nrw.de