

Dr. Ingo Braune (BMELV)

Entwicklungen im ökologischen Landbau und politischer Handlungsbedarf

Stichwortkonzept

Es gilt das gesprochene Wort!

1. Vorbemerkung

1.1 Thema ist reizvoll und vielschichtig.

Entspringt offenbar einem großen inneren Bedürfnis.

Suche nach Orientierung in einer Zeit großer Umbrüche für die Bio-Branche.

Zentrale Frage für die Bio-Bewegung, ob es gelingt, die „alten“ Werte, wie z. B. Fairness,

- für die Zukunft lediglich für eine Nische zu bewahren oder
- auf breiterer Basis damit eine Art Aufbruchstimmung für Erzeuger, Verarbeiter, Händler und Verbraucher zu erzeugen.

1.2 Blick nicht nur nach innen richten, „Entwicklungen im Ökolandbau“. Das wäre „Nabelschau“.

Bogen muss weiter gespannt werden.

Gesellschaftliche Entwicklungen außerhalb des Ökolandbaus beeinflussen ihn viel stärker als manchem in der Branche vielleicht lieb ist.

1.3 Ökolandbau ist nicht nur Landwirtschaft.

Besser ist der Begriff Öko-Lebensmittelwirtschaft einschließlich der Verbraucher.

Und da sind die Interessen sehr viel vielschichtiger.

2. Entwicklungen im ökologischen Landbau

2.1 Keine Historie ausbreiten. „Geschichte“ erleichtert das Verständnis für das Heute. Mehrere Phasen unterscheiden.

Bis Anfang der 70er Jahre:

- Konventionelle Landwirtschaft geprägt durch ständige Technisierung, Intensivierung und Spezialisierung mit den entsprechenden Folgen.
- Ökolandwirtschaft als Gegenentwurf zu einer zunehmenden Naturentfremdung.
- Klare Abgrenzung; kleiner geschlossener Kreis; jeder kennt jeden.
- Ausgrenzung und Ablehnung durch das Umfeld stärken das eigene Zusammengehörigkeitsgefühl.

2.2 70er/80er Jahre geprägt durch starke gesellschaftliche Umbrüche weltweit und in D:

- „Mehr Demokratie wagen“.
- „Grenzen des Wachstums“.
- Umwelt- und Friedensbewegung erstarkt.
- Ökolandbau als alternatives Lebensmodell. Einstieg von „Aussteigern“, insbesondere Bio-Läden, „Zeit der Pioniere“.
- Viele Klischees, die das Image prägen, wirken bis heute nach.

2.3 90er Jahre Anerkennung und Förderung in der Nische durch die EU.

- Hintergrund zunächst Marktentlastung, erst in 2. Linie Umweltaspekte.

- Stärkeres Wachstum in den vorhandenen Strukturen (Landwirtschaft, Direktvermarktung, Fachhandel).
- Staatlicher Schutz, aber auch staatliche Vereinnahmung; eine Tendenz nicht nur in der EU, sondern auch in USA und anderen westlichen Industrieländern.
- Zeit, in der sich der Ökolandbau selbst von innen heraus definiert, ist vorbei.

2.4 Mit BSE Anfang 2001 geraten die Landwirtschaft und der Ökolandbau in das gesellschaftliche Interesse.

- BM'in Künast ruft die Agrarwende aus.
- Neuausrichtung der Agrarpolitik des Bundesministeriums (Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit).
- Zielformulierung 20 % Ökolandbau bis 2010.
- Bio-Siegel und Bundesprogramm Ökologischer Landbau.
- Verbesserung der Förderung in der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“.
- Folge: allgemeine Aufbruchstimmung in der Bio-Branche. Dämpfer durch Nitrofen. Starker Wachstumsschub noch weitgehend in den vorhandenen Strukturen.

2.5 Fast gleitender Übergang.

Entdeckung des ökonomischen Potenzials und Einstieg der Discounter 2005/2006. Klassischer Lebensmitteleinzelhandel will nicht abgehängt werden. Biosupermärkte als Brücke zwischen traditionellen Werten und Kommerz.

3. Wo stehen wir und wo kann die Reise hingehen?

3.1 Thesen

- Der Ökolandbau hat die Nische verlassen.
- Der Ökolandbau ist in der Gesellschaft angekommen, mit allen positiven und negativen Aspekten.
- Der Ökolandbau kann nicht mehr zurück in die Nische.
- Der Ökolandbau kann die Gesellschaft nicht ändern, d. h. Werte der Bio-Bewegung allgemein in die Gesellschaft transformieren.
- Aber gesellschaftliche Entwicklungen werden den Ökolandbau weiter verändern.
- Der Ökolandbau steht in der Gefahr, seine Identität und Glaubwürdigkeit zu verlieren. Wenn er seine Werte und Ideale an der Kasse abgibt, wird Bio zur leeren Worthülse wie der Begriff Nachhaltigkeit.
- Der Ökolandbau wird mit seinen Werten und Idealen nur weiterleben können, wenn er gesellschaftliche Entwicklungen positiv adaptiert.

3.2 Erklärungsversuche

Der Ökolandbau hat die Nische verlassen. Er hat dies nicht aus eigener Kraft getan.

Anlass BSE-Krise – Krise des agrar-industriell ausgerichteten Ernährungssystems.

Vertrauenskrise der Verbraucher gegenüber Landwirtschaft, Futter- und Lebensmittelwirtschaft und staatlichem Kontrollsystem.

Kern: Sicherheit und Gesundheit der Verbraucher nicht gewährleistet.

Krise wesentlich vermittelt durch Medien.

Die Macht der Medien wird deutlich.

3.3 Der Ökolandbau ist in der Gesellschaft angekommen. Er ist Teil der Gesellschaft mit allen ihren Differenzierungen und Widersprüchen. Die meisten ökonomischen Prozesse lassen sich mit dem Begriff Marktwirtschaft umschreiben. Wobei nach der klassischen Lehre das Marktverhalten quasi automatisch die gesellschaftlichen Präferenzen am besten widerspiegelt. Nur unter bestimmten Bedingungen, wie Marktversagen, bedarf es entsprechender staatlicher Korrekturen. Soweit die Theorie.

Trotz der Nachkriegserfindung der „sozialen Marktwirtschaft“ sind wir m. E. seit geraumer Zeit eher auf dem Weg der Ökonomie als von Werten losgelöster Selbstzweck. Shareholder-Value und Geiz ist geil sind zwei Seiten derselben Medaille.

3.4 Die „neuen Pioniere“ oder die Macht des Handels Erfolg hat Neider, und wirtschaftlicher Erfolg allemal. Deshalb ist es eigentlich keine Überraschung, dass mit konventionellen Verarbeitern, LEH und Discountern neue, z. T. globale Player im Öko-markt einsteigen. Über 90 % der Lebensmittel sind heute verarbeitet. Bio-Lebensmittel stehen da nur wenig zurück. Die direkte Vermarktung auf dem Hof erzeugter landwirtschaftlicher Produkte geht beständig zurück. 40 % des Bio-Obstes und –Gemüses wird in Deutschland inzwischen von Discountern vermarktet. Bio wird reduziert zum Renditebringer. Mittlerweile beschäftigen sich Börsenzeitungen mit Bio als Kapitalanlage.

Die „Spielregeln“ der „neuen Pioniere“ sind die gleichen wie im konventionellen Bereich. Wie sollten sie sonst selbst überleben? Rationalisierung und Preisdruck zwingen die bäuerlichen Erzeuger

zu ständig neuen Zugeständnissen, die am ganzheitlichen, ökologischen Ansatz kräftig rütteln oder ihn erst gar nicht aufkommen lassen.

Die „alten Pioniere“ des Ökolandbaus drohen, zu Opfern der neuen Markteroberer zu werden.

Die Umstellungsbereitschaft ist deutlich gedämpft, auch weil NR eine attraktive konventionelle Alternative darstellen. Neuumsteller gehören häufig zu den „pragmatischen Marktstrategen“. Der Anteil der reinen EU-VO-Betriebe in D beträgt mittlerweile über 40 %. Der Wert einer Verbandsmitgliedschaft erschließt sich aber nicht mehr von selbst. Kaum einer zahlt seinen Beitrag dafür, nur um unter Gleichgesinnten zu sein.

3.5 Konsum als Motor oder die Macht der Verbraucher

Die Zahl der Arbeiten über Konsumverhalten und Konsummotive der Verbraucher in Bezug auf Bio-Lebensmittel nimmt ständig zu. Manches Ergebnis stimmt dabei aus Sicht der Öko-Branche hoffnungsvoll, manches eher desillusionierend.

Gesellschaftliche Entwicklung beeinflusst Konsumgewohnheiten:

- demographischer Wandel,
- Single-Haushalte,
- Frauenerwerbstätigkeit,
- geringes Alltagswissen über Lebensmittel und Ernährung.

Ergebnis: zunehmender Trend zu Convenience-Lebensmitteln.

Motive:

- Sicherheit (Krisen: BSE, Schweinepest, Vogelgrippe, Gammelfleisch als vorläufig letzter Höhepunkt),
- Geschmack, Gesundheit, Tierschutz.

Für das tatsächliche Kaufverhalten kommt noch Weiteres hinzu:

- soziale Orientierung,
- Preise, Preisabstand,
- Verfügbarkeit.

Für eine Politik mit dem Einkaufskorb für eine bessere, faire Welt steht der Verbraucher jedoch in einem gewissen Dilemma. Er muss entscheiden zwischen

- Prinzipien oder Niedrigpreisen,
- Natürlichem/Naturlassenem oder Bequemlichkeit,
- regional/saisonal oder global.

Die ganze Gespaltenheit des Verbraucherbewusstseins kann man daran verdeutlichen, dass es keine Akzeptanz mehr für die Käfighaltung von Legehennen in unserer Gesellschaft gibt, trotzdem aber rd. 70 % der Eier aus Käfighaltung stammen.

Verbraucherentscheidungen sind im Alltag mehr oder weniger bewusste Kompromissentscheidungen, mit denen sie ihre Bedürfnisse, Wünsche und Überzeugungen den gegebenen Strukturen und Möglichkeiten anpassen.

3.6 Schlussfolgerungen

Ökolandbau ist mehr als nur die kostengünstigste Produktion von Lebensmitteln.

Ideale und soziale Ziele schließen ökonomischen Erfolg nicht aus. Nachhaltiger ökonomischer Erfolg ist sogar notwendige Voraussetzung, um andere Ziele dauerhaft verfolgen zu können. Zwischen Selbstverwirklichung und Selbstausbeutung ist es häufig nur ein schmaler Grat.

Gesellschaftliche Änderungen und wirtschaftlicher Strukturwandel bedingen einander. Ökolandbau ist nicht abgekoppelt von Wirtschaft und Gesellschaft zu denken. Strukturwandel hat es gegeben und wird es weiter geben. Geschwindigkeit, Ausmaß und Richtung haben aber eine neue Qualität. Marktwachstum birgt nicht nur Risiken, sondern auch Chancen, die sehr viel Kreativität erfordern.

Dabei geht es nicht einfach darum, die konventionellen Vermarktungsstrukturen einfach zu kopieren.

Die Qualitätsdifferenzierung in Bio-Premium und Bio-Massenprodukten ist bereits da.

Die deutschen Verbände müssen das Premiumsegment ausweiten. M. E. gibt es gute Chancen, den Fairness-Aspekt bei Verbrauchern auszuweiten. Die klassischen Fairtrade-Produkte konnten in D im Jahr 2006 einen Umsatzzuwachs um 50 % verbuchen (110 Mio. €). Der Anteil der Bio-Produkte beträgt dabei rd. 70 %.

Inlandsansätze: Upländer Bauernmolkerei mit Fair-Milch und Alnatura.

Regionalansätze: z.B. „Von hier“.

4. (Politischer) Handlungsbedarf

Politikverständnis nicht staatsfixiert

Bio in der Gesellschaft und im Alltag der Menschen stärker verankern. Das bedeutet Eingehen auf die Veränderungen in der Gesellschaft und die Bedürfnisse der Menschen. Bio ist mehr als Rohkost und Müsli. Bio verlangt nicht ein manchmal peinliches Bekenntnis zu einer alternativen Lebenswelt. Bio ist kein Ernährungserziehungsprogramm mit moralisch erhobenem Zeigefinger. Bio muss die demographische Entwicklung und die Veränderungen der Lebens- und Arbeitswelt stärker aufgreifen als bisher. Convenience und Lifestyle sind nicht per se negativ.

Bio muss den Mehr-Wert nicht nur proklamieren, sondern auch verkaufen. Mehr Sicherheit vor Skandalen reicht nicht aus. Verbraucher verdrängen negative Schlagzeilen über Skandale der konventionellen Lebensmittelwirtschaft relativ schnell.

Bio muss seine Strukturen anpassen und stärken.

Dazu gehört, dass der Wert der Verbandsarbeit für Außenstehende deutlicher und an der Beteiligung der Mitglieder weiter gearbeitet wird.

Dazu gehört, dass die Richtlinien in Richtung Umwelt, Arbeits- und Sozialstandards weiterentwickelt werden. Gewerkschaften und Verbraucher(verbände) könnten in die Standardentwicklung einbezogen werden.

Und es geht auch um einen ehrlichen Umgang mit den eigenen inneren Widersprüchen.

Ein Beispiel dafür bietet die Tierhaltung. Tiergesundheit ist oft nicht besser als in konventionellen Betrieben.

Weiteres Stichwort: Anbindehaltung.

Gegenmacht / Marktmacht organisieren: mit 8 Bioverbänden in D?

Rolle des Staates in zwei Kernbereichen:

- rechtliche Rahmenbedingungen,
- Förderung.

Rechtliche Rahmenbedingungen weitgehend auf EU-Ebene.

Auch die am 12. Juni 2007 verabschiedete Neufassung der Öko-VO enthält keine Sozialstandards. VO-Standards sind auf Umwelt-, Tierschutz und gleiche Wettbewerbsregelungen ausgerichtet. Die Frage, was fair oder gerecht ist, kann damit nicht beantwortet werden. Sie bleibt auch weiterhin dem Markt bzw. den Aushandlungsprozessen der Marktakteure überlassen.

Große Bedeutung hat aber auch die Ausgestaltung „konkurrierender“ Rechtsbereiche. Zentral hierbei

- Regelungen zur Gentechnik,
- Entwicklung der allgemeinen Umweltauflagen an die Landwirtschaft (cross-compliance).

Förderung erfolgt durch EU (1. und 2. Säule) und national.

1. Säule bis 2013 festgelegt.

Zukunft der Milchquote auch für Bio-Betriebe von großer Bedeutung.

2. Säule: Ökolandbau nur Teil der Agrarumweltmaßnahmen.

National Gemeinschaftsaufgabe (GAK) und Länderprogramme

entscheidend. Abstand Ökoförderung zu anderen Maßnahmen teilweise gering.

Ergebnis der Förderung: in Biobetrieben erreicht oder übersteigt Einkommenniveau vergleichbarer konventioneller Betriebe.

Auf der anderen Seite Konkurrenz durch massive Förderung nachwachsender Rohstoffe (stoffliche und energetische Verwertung).

Bundesprogramm Ökolandbau 2002 bis 2010.

Ziel: Flankierung der Marktentwicklung, Abbau von Hemmnissen entlang der Wertschöpfungsketten.

30 unterschiedliche Maßnahmen umgesetzt und rd. 400 Forschungsvorhaben unterstützt.

Schwerpunkte:

- Aufklärung und Information unterschiedlicher Zielgruppen,
- Forschung und Entwicklung.

Gesamtvolumen für den Förderzeitraum rd. 176 Mio. €

Einführung des Bio-Siegels (durchaus kontrovers). Mittlerweile über 2.000 Zeichennutzer mit rd. 40.000 Produkten.

Hat zweifelsohne zur Marktentwicklung beigetragen.

Förderpreis Ökolandbau mehr symbolisch bedeutsam.

Schwarz-rote Bundesregierung hat Förderung nicht eingestellt, sondern weitergeführt.

Es gibt keine Absicht, das in Zukunft zu ändern.

