



Interview

Sind 30 Prozent Bio noch zu schaffen?

Energiekrise und Inflation verteuern auch Lebensmittel. Wer aufs Geld achten will oder muss, überlegt sich genau, was und wo eingekauft wird. Ist damit die so dringend notwendige Entwicklung hin zu mehr Bio und einer nachhaltigeren Ernährung in Gefahr? **Kathrin Jäckel**, Geschäftsführerin beim Bundesverband Naturkost Naturwaren, und **Nina Wolff**, Vorsitzende von Slow Food Deutschland, bleiben im Gespräch mit **Birgit Schumacher** trotz einiger Sorgen verhalten optimistisch.

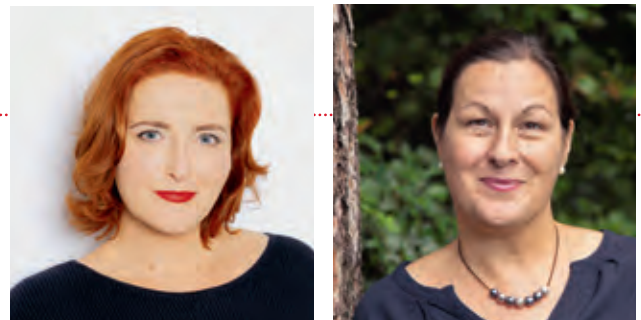
Slow Food Magazin: Wie stark sind die Biobranche und die Betriebe des Slow Food-Netzwerks derzeit von Inflation, Kaufzurückhaltung und Energiekrise betroffen?

Kathrin Jäckel: Wir stellen fest, dass der Mengenabsatz von Bio, bezogen auf alle Vertriebskanäle, nicht zurückgeht. Aber: Was und wo eingekauft wird, das verändert sich. Die Konsumenten und Konsumentinnen kaufen weiter Bio, aber sie kaufen die Ware noch mehr als bisher im Supermarkt oder im Discounter. Da verschiebt sich was, und es verschiebt sich auch in Richtung Handelsmarken, hin zu den sogenannten No-Name-Produkten. Das geht natürlich zu Lasten der Herstellermarken. Für den Biofachhandel ist das eine sehr herausfordernde Situation, weil die Händler*innen nicht nur mit Umsatzrückgängen zu tun haben – die könnten sie wohl stemmen, das sagen sie auch. Hinzu kommen allerdings noch die drastisch gestiegenen Energiekosten.

Uns macht aber Hoffnung, dass inzwischen immer mehr Menschen merken, dass die Preise im Bioladen jetzt teilweise günstiger sind als beispielsweise bei Rewe oder Lidl, auf jeden Fall aber gar nicht so viel teurer. Denn es stimmt ja nicht mehr, dass es im Discounter immer billig ist. Wenn man sich die Preisentwicklung anschaut, sieht man, dass die Preise bei Bio dieses Jahr um etwa 5 Prozent gestiegen sind, die Preise im konventionellen Lebensmittelhandel aber locker um 15 Prozent oder mehr. Und bei den Handelsmarken ist die Preissteigerung sogar teilweise noch höher. Das heißt, die Preise von Bio- und konventioneller Ware gleichen sich an. Das hat ganz wesentlich mit den Preiserhöhungen bei Pestiziden und synthetischen Düngemitteln zu tun, deren Herstellung ja sehr energieintensiv ist und die Kosten für konventionell erzeugte Lebensmittel in die Höhe treibt.

Frau Wolff, wie nehmen Sie die Situation wahr?

Nina Wolff: Auch ich würde sagen, die Situation ist sehr schwierig, aber nicht hoffnungslos. Die steigenden Energiekosten treffen insbesondere das Lebensmittelhandwerk. Gerade kleine Handwerksunternehmen wie Bäckereien oder Fleischereien, deren Erzeugnisse ohnehin mehr kosten als Supermarktware, können das kaum weitergeben an ihre Kundschaft und stehen deshalb unter Druck. In der Gastronomie ist es ähnlich: Die Restaurants



30 Prozent ökologische Landwirtschaft in 2030, dazu gibt es für Kathrin Jäckel, Geschäftsführerin beim Bundesverband Naturkost Naturwaren (li.), und Nina Wolff, Vorsitzende von Slow Food Deutschland (re.), keine Alternative. Sie fordern die Politik auf, handwerklichen Betrieben und Bio-Unternehmen jetzt zu helfen, damit die wichtigen lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen nicht wegbrechen.

sind nicht mehr so voll wie noch vor einigen Monaten, die Menschen halten das Geld zusammen. Wir sehen aber auch, dass es eine gute Bindung gibt zwischen kleineren Playern und ihrer treuen Kundschaft, die ihre Lebensmittelhandwerker*innen auch und gerade in Krisenzeiten nach Kräften unterstützt, sofern das irgend geht.

Aber insgesamt ist unsere Sorge schon sehr groß, dass uns vieles wegbriecht, was wir in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten mühevoll aufgebaut haben. Was wir jetzt an ökologischen Erzeuger*innen und handwerklichen Betrieben, an lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen aufgrund steigender Kosten und verändertem Kaufverhalten verlieren, das werden wir nicht so schnell wieder zurückbekommen.

KJ: Ich teile da Ihre Ansicht, Frau Wolff, und appelliere immer wieder an die Politik: Wenn jetzt nicht konsequent gehandelt wird, dann wird die Infrastruktur für das erklärte politische Ziel, 30 Prozent Biolandwirtschaft im Jahr 2030 zu haben, nicht mehr da sein. Denn ökologisch erzeugte Ware braucht ja auch eine gute handwerkliche Verarbeitung, die möglichst in der Region



stattfinden sollte. Gerade die Probleme der kleinen und mittelständischen Betriebe in der jetzigen Krisensituation werden nicht wirklich gesehen und wahrgenommen.

Sie haben ja schon öffentlich die Befürchtung geäußert, dass selbst gesunde, regional verwurzelte Bio-Unternehmen in existenzielle Bedrängnis kommen könnten...

KJ: Es gibt viele Faktoren, die die Situation schwierig machen. Viele Bio-Unternehmen haben seit Jahrzehnten in die Optimierung ihres Energiebedarfs investiert, da gibt es nicht mehr sehr viel Einsparpotenzial, um die Kosten zu senken. Darüber hinaus gibt es noch etliche weitere Baustellen: fehlende oder extrem teure Verpackungsmaterialien zum Beispiel, aber auch Logistik, Personal und Nachwuchs. Trotzdem gibt es ein ganz starkes »Jetzt erst recht«-Gefühl in den Reihen unserer Mitglieder und die ungebrochene Überzeugung, dass Bio jetzt dran ist, dass eine ökologische Landwirtschaft jetzt dran ist, dass auch ein anderes Handeln und Wirtschaften im Lebensmittelbereich dran ist.

NW: Ich schätze das ähnlich ein. Unsere Ziele einer ökologischen Erzeugung werden sicher nicht kurzfristig in Zweifel gezogen. 30 Prozent Bio, das steht weiterhin. Und wir müssen auch daran festhalten, um die ganz großen Herausforderungen unserer Zeit bewältigen zu können. Wie sollten wir das Artensterben und den Verlust an biologischer Vielfalt, wie sollten wir die Klimakrise in den Griff bekommen, wenn nicht mit ökologischer Landwirtschaft? Ich glaube, dieses Bewusstsein ist sehr stark vorhanden bei den politischen Entscheidungsträger*innen, aber auch gesamtgesellschaftlich wird das inzwischen besser verstanden.

Trotzdem habe ich die Befürchtung, dass die Biobranche die Rolle, die sie eigentlich einnehmen könnte, im Moment zu verlieren droht. Die Möglichkeiten, die in dieser Krise auch stecken,

werden noch nicht gespielt und ausgeschöpft. Der Beitrag, den Bio zur Lösung unserer Probleme leisten kann, ist groß – und das sollte viel besser dargestellt werden. Die Biobranche könnte sich auf jeden Fall das Narrativ der Planetengesundheit noch viel mehr zu eigen machen. Denn auf der anderen Seite ist auch der gesellschaftliche Wunsch nach einem gesünderen Planeten groß.

Müssten nachhaltig und ökologisch wirtschaftende Höfe, Unternehmen und Läden also gerade jetzt noch viel lauter damit werben, wofür sie stehen und warum sie so wichtig sind?

KJ: Das ist sicher ein nächster notwendiger Schritt für die Branche. Planetengesundheit, Umweltschutz und der Erhalt eines guten Klimas gehörten so sehr zur DNA von Bio-Unternehmen, dass sie das als selbstverständlich empfinden und vielleicht vergessen, dies auch ausreichend nach außen darzustellen. Es ist aber mindestens genauso wichtig, jungen Menschen klarzumachen, dass Bio eben nicht nur die Abwesenheit von Pestiziden und Gentechnik bedeutet, sondern dass Bio aktiver Klima- und Umweltschutz ist. Das ist bei den Jüngeren nicht so fest verankert wie beim älteren Publikum. Da müssen wir ran – der Biobegriff muss um diese Parameter ergänzt und aufgeladen werden. Und dafür brauchen wir eine größere Kampagne, die das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft aufsetzen sollte, weil sie dadurch eine ganz andere Reichweite bekommt.

Welche Schritte erwarten Sie noch von der Politik?

NW: An erster Stelle steht für mich, dass Landwirtschafts- und Ernährungspolitik zusammen gedacht werden müssen. Und Ernährungspolitik müsste eigentlich erst einmal stattfinden: Im Moment ist es ja so, dass wir in der Landwirtschaft ein Bio-Ziel

Schenken Sie sich achtsame Momente.

Ihr exklusives
GRATIS-EXEMPLAR

- kostenloses Probelesen
- keine Portokosten
- Lieferung bequem nach Hause

Jetzt einfach online oder per Telefon bestellen:

www.moment-by-moment.de/gratisexemplar

Tel.: +49 (0)40-386 66 63 38



Gönnen Sie sich inspirierende und bewusste Momente mit vielen praktischen Tipps für Ihren Alltag.

Nürnberg, Germany

14.-17.2.2023

BIOFACH2023

into organic

Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel

haben von 30 Prozent, das sich aber nicht fortsetzt in einem ernährungspolitischen Ziel. Da hätte der Bund durchaus die Möglichkeit, in der Gemeinschaftsverpflegung – also beim Mittagessen in Schulen, Kitas, Universitäten, in Betriebskantinen oder Krankenhäusern – den Bio-Anteil ordentlich nach oben zu bringen. Dänemark ist hier ein gutes Vorbild, wo sukzessive der Bio-Anteil in der Gemeinschaftsverpflegung nach oben geschraubt wird. Bei uns hat sich da leider in der Vergangenheit nicht allzu viel getan.

Wichtig ist aber ebenfalls eine bessere Ernährungsbildung an den Schulen, die auch die Bedeutung der ökologischen Produktion erklärt. Wir sind gerade dabei, in Deutschland eine Ernährungsstrategie auf den Weg zu bringen und ich wünsche mir, dass die Bundesregierung die Chance nutzt und die Ernährungsbildung in diesem Sinne gestaltet.

KJ: Wir als Verband unterstützen die Kampagne des Vereins »True Cost Economy«, auf Produkte mit dem EU-Bio-Siegel keine Mehrwertsteuer zu erheben. Auch abgestufte Verfahren bei der Mehrwertsteuersenkung sind für uns denkbar. Das wäre einerseits ein Signal hin zu einem nachhaltigeren Konsum im Lebensmittelbereich, aber andererseits auch das Ende einer doppelten Ungerechtigkeit. Denn konventionelle Lebensmittel richten Umweltschäden an, deren Kosten von der Allgemeinheit getragen werden müssen. Bio vermeidet solche Umweltschäden weitgehend, gleichwohl wird der gleiche Mehrwertsteuersatz fällig. Das ist kein fairer Wettbewerb.

NW: Es muss aber auch in die Strukturen investiert werden. Wir haben nicht genug ausgebildete Fachkräfte, die einen gesteigerten Bio-Anteil überhaupt bewältigen können. Wenn wir 30 Prozent Bio wollen, dann müssen wir auch in Ausbildung investieren, in Landwirtschaft, Handwerk, Gastronomie und Handel. Da könnte es durchaus unterstützende Förderprogramme der Politik geben.

Eine Krise ist immer auch eine Chance, heißt es. Diese auch?

KJ: Renate Künast hat bei der Einführung des Biosiegels vor 20 Jahren als Ziel ausgegeben: 20 Prozent Bio in 2020. Das haben wir nicht geschafft, obwohl die zwei Jahrzehnte im Vergleich zu heute relativ ruhig verliefen. Heute erleben wir Dürresommer, verheerende Waldbrände, geopolitische Verwerfungen. Vielleicht braucht es das schmerzhafteste Erleben und die Gleichzeitigkeit mehrerer Ereignisse, um uns wachzurütteln. Schauen Sie sich an, was für weitreichende Entscheidungen die Politik in diesem Jahr gefällt hat und welche grundsätzlichen Punkte angepackt wurden unter dem Eindruck dieser Krise. Da sieht man, was möglich ist, wenn es drängt.

NW: Aus den vergangenen Krisen ist Bio jedenfalls nicht als Verlierer hervorgegangen, von der Finanz- bis zur Corona-Krise. Insofern ist nur zu hoffen, dass sich auch in dieser Krise mit all ihrem Veränderungspotenzial die Rückbesinnung auf regionale Kreisläufe und kleinere Strukturen durchsetzt. ●



BIOFACH Paving the path

Der Weg ist das Ziel. Und das Ziel ist die BIOFACH 2023. Weg steht in diesem Fall für ehrliche Werte, echte Begegnungen und für gemeinschaftliches Genießen. Die internationale Bio-Community trifft sich auch 2023 wieder in Nürnberg, um zusammen neue Wege zu gehen und zu erschaffen. Gehen Sie mit?

#intoorganic



Zutritt nur
für Fachbesucher

Im Verbund mit VIVANESS 2023
Internationale Fachmesse
für Naturkosmetik