

Zeit zum Umdenken

TITEL • Krisen als Wendepunkt in der Gesellschaft – die AÖL begreift Veränderungen in Werten und Verhalten als Chance. BIOwelt sprach mit Dr. Alexander Beck über Corona und Geschäftsmodelle in der Defensive, den Green Deal und Bio-Kaufverhalten.

BIOwelt: Herr Dr. Beck, gibt es einen Zusammenhang zwischen Klimawandel und Pandemie?

Dr. Alexander Beck: Ich glaube, es gibt einen Zusammenhang zwischen der Umweltzerstörung und der Vernichtung von Lebensräumen – insbesondere von Wildtieren – und möglichen Pandemien. Es existiert aber noch ein weiterer Zusammenhang: Es ist die Art und Weise, wie wir reisen und international miteinander Geschäfte abwickeln. Dadurch verteilen wir mögliche Erreger in einer Geschwindigkeit über die gesamte Erde, wie wir es in der Geschichte der Menschheit bislang nicht gekannt haben.

BIOwelt: Zur AÖL gehören unterschiedliche Öko-Lebensmittelhersteller. Wer profitiert von Corona, wer verliert?

Beck: So pauschal kann man dies nicht sagen. Sicherlich sind Unternehmen in die Defensive geraten, die vor allem im Außer-Haus-Geschäft unterwegs waren. Seit der Schließung der Gastronomie steht dieses Geschäftsmodell massiv unter Druck. Andere, die sich an Endverbraucher richten, erleben einen Boom, weil es eine Verschiebung von Warenströmen gibt. Entscheidend in dieser Krise sind die Absatzwege, nicht die Produkte. Dennoch sehen sich viele Mitglieder mit zwei Problemen konfrontiert: Die Rohstoffbeschaffung gestaltet sich schwierig, weil Beschaffungsketten nicht wie gewohnt funktionieren. Hinzu kommen personelle Engpässe. Unternehmer treibt die Frage um, wie sie ihre interne Koordination auf die Beine stellen, um ihre Produktion aufrechterhalten zu können. Krankheitsfälle und Rohstoffbeschaffung gerade im internationalen Kontext stellen bei gleichzeitig gestiegener Nachfrage ein Problem dar.

BIOwelt: Profitiert Bio von Corona?

Beck: Ich hoffe es. Im Moment scheint die Branche davon zu profitieren, weil das Thema Gesundheit an Bedeutung gewinnt und damit auch die Sensibilität für Bio-Lebensmittel. Das hat vielleicht auch etwas mit einer Verschiebung des Kaufverhaltens zu tun. Wir erleben gerade, dass sich die Menschen jetzt umorientieren: hin zu gesunden Lebensmitteln. Wenn sie eben nicht in der Kantine essen, sondern etwas für sich und ihre Familie zubereiten wollen, dann entscheiden sie sich offensichtlich gerne für Bio-Lebensmittel. Ich hoffe sehr, dass wir Menschen nach der Krise auch die Krise auswerten. Hier setzt gerade eine gesellschaftliche Diskussion ein: Was bedeutet es, wie wir die Krise durchlebt haben? Welche Schlussfolgerung ist die Gesellschaft bereit, aus ihr zu ziehen? Und was macht das mit unseren Lebensstilen, mit unserem Ernährungsverhalten? Aber auch die Frage nach resilienten Wirtschaftsstrukturen kommt jetzt auf den Tisch. In diesem Sektor kann sich die Bio-Branche profilieren, weil sie in den letzten Jahrzehnten bereits einige interessante Antworten generiert hat.

BIOwelt: Wie entwickelt sich der Markt, wenn Geld knapp wird?

Beck: Ich bin eher skeptisch und sehe den Zusammenhang zwischen Einkommen und Bio-Kauf nicht so deutlich. Zahlreiche Verbraucher, die nicht viel Geld zur Verfügung haben, kaufen trotzdem Bio. Das kann man ganz einfach an Hotspots wie Berlin ablesen. Daher ist aus meiner Sicht der Zusammenhang zwischen Einkommen und Bio-Kaufverhalten geliebt, aber dennoch sehr hypothetisch. Verschiedene Studien belegen, dass Einkaufsverhalten mehr vom

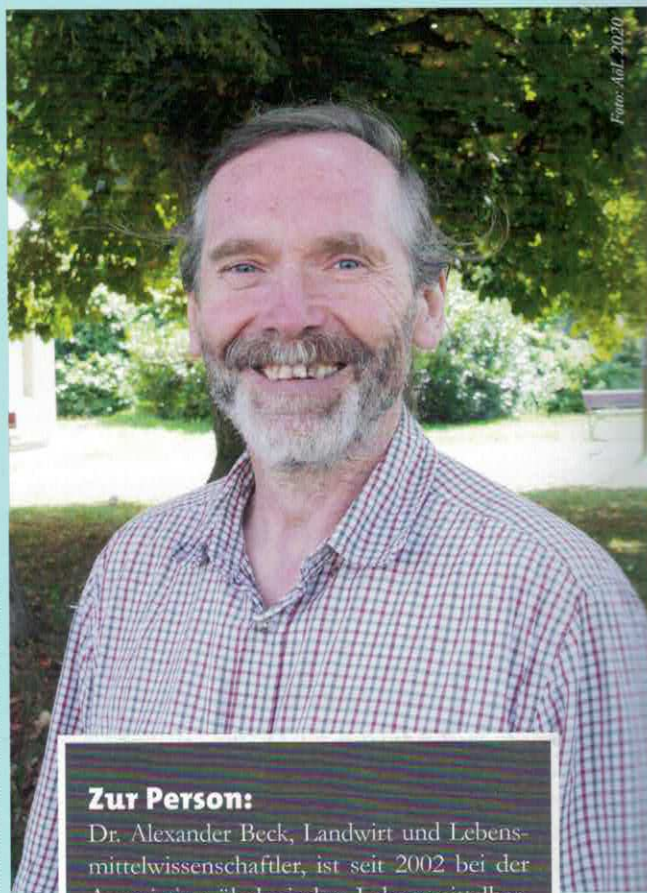


Foto: AÖL 2020

Zur Person:

Dr. Alexander Beck, Landwirt und Lebensmittelwissenschaftler, ist seit 2002 bei der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL), seit 2005 als geschäftsführender Vorstand.

Essverhalten beeinflusst wird und nicht vom Geldbeutel. Und da sind wir wieder bei der Frage, ob die Coronakrise mit all ihren Konsequenzen einen Bewusstseinsschub auslösen kann. In den letzten Jahren haben Themen wie Klimawandel und Biodiversität die Bevölkerung ja bereits zum Umdenken bewegt und in Richtung Bio geführt. Durch den von Ursula von der Leyen vorgestellten Green Deal sind diese Themen aus der Nische geholt worden. Plötzlich stehen genau diese Fragen europaweit auf der politischen Agenda für die Ausrichtung der Wirtschaftsprozesse. Das ist aus meiner Sicht aufregend und löst Nachhaltigkeit aus den Wahrnehmungsnischen radikal heraus.

BIOwelt: Aktuell sind mehr als zehn Millionen Menschen in Kurzarbeit. Bleibt die Frage, wo die künftig Bio kaufen?

Beck: Wir beobachten seit Jahren die Entwicklung, dass sich der Bio-Absatz liberalisiert. Nach Edeka und Rewe kamen Kooperationen mit Discountern und letztlich der Schulterchluss mit Lidl und Bioland. Das führt natürlich zur Verschiebung der Absatzmärkte. Aber wir

dürfen auch nicht vergessen, dass Bio auf diese Weise andere Menschen erreicht. Es ist ja nicht so, dass die Kunden aus dem Fachhandel plötzlich in den Discounter rennen. Das scheint nicht der Fall zu sein, denn auch der Fachhandel wächst. Wir erreichen andere Bevölkerungsschichten. Dabei darf nicht in Vergessenheit geraten, dass wir mit Bio nicht einmal zehn Prozent des Marktes erreichen. Die Schwelle ist noch sehr niedrig. Neben vielen Intensivkäufern gibt es eine große Zahl an Menschen, die erst sukzessive an Bio herangeführt werden. Genau die finden den Weg zu Bio in den herkömmlichen Einkaufsstätten und nicht im Bio-Supermarkt.

BIOwelt: Wird sich dies zuspitzen?

Beck: Nein, ich sehe nicht, dass Kunden der Bio-Läden plötzlich in den Discount laufen, weil ihr Geld knapp wird. Ich sehe eher, dass neue Kunden in anderen Vermarktungssystemen angesprochen werden. Hier sind Preis und Verfügbarkeit das Entscheidende.

BIOwelt: Wie kann der Fachhandel gegensteuern?

Beck: Bisher ist es ihm recht gut gelungen. Er ist Jahr für Jahr mitgewachsen und konnte sich gut entwickeln. Das ist gut so. Alles Weitere hängt mit Innovationskraft zusammen. Der Fachhandel verfolgte eine Zeit lang die Strategie, sich mit Marktsegmenten zu profilieren – aus meiner Sicht war das keine sehr kluge Vorgehensweise. Ich glaube, er sollte auf ein breites Sortiment setzen und auf Kompetenz. Und er sollte politischer werden, sich wieder trauen, auch in gesellschaftspolitischen Fragen Flagge zu zeigen. Das ist mir ein persönliches Anliegen. Letztlich fördern Innovationsstrategien den Handel – der Fachhandel muss immer einen Schritt voraus sein. In der schlechteren Preissituation – in der er sich befindet und die er auch nicht lösen kann – ist das ein Mehrwert.

BIOwelt: Stellt sich die Frage, warum in Zeiten von Corona Geld keine Rolle zu spielen scheint. Wenn es um den Klimawandel geht, sieht das anders aus.

Beck: Das ist in der Tat eine politische Tragik, die wir beobachten. Natürlich kosten nachhaltige Lösungen Geld – aber manche Dinge kosten auch keines, wenn man sie schlicht unterlässt. Aber auch diese Fragen werden im Moment scharf diskutiert. Dabei geht es ganz klar darum, wie wir die Wirtschaft wieder aktivieren. Wenn wir jetzt viel Geld in die Hand nehmen, muss es für eine neue zukunftsfähige Form des Wirtschaftens sein. Ich bin zwar nicht entspannt, sehe aber, dass die Green Deal-Herausforderung ins Zentrum der politischen Debatte rückt.

BIOwelt: Welchen Schluss legt dies nahe?

Beck: Wichtig ist, dass wir aus dieser Krise lernen und uns die Bedeutung der Ernährungswirtschaft verdeutlichen. Zudem ist eine Frage von ganz zentraler Bedeutung: Wie müssen wirklich relevante Branchen aufgestellt werden, damit sie resilient und nachhaltig sind? Ist da die Globalisierung immer die richtige Antwort? Ich habe meine Zweifel.

Die Fragen stellte Heike van Braak

Anzeige

Meine **BIO BROTE**

Mestemacher
the lifestyle-bakery

Mestemacher
Unter Amaranth + Quinoa-Brot ist ein Backwaren-Genuss und bietet voller Ballaststoffe für eine Stärkung des Verdauens.
Bio Amaranth + Quinoa-Brot
Hoggenweizenbrot mit Amaranth und Quinoa
Fördere Frau Mann
auch langsam gebacken
NUTRI-SCORE
A
GEMEINSAM gegen HUNGER!
weit hunger hilfe

Mestemacher
Unter Chia-Seed-Power-Brot mit Goldleinsamen ist Ballaststoffreich und Omega-3-Fettsäuren.
Bio Goldleinsamen + Chiabrot
Hoggenweizenbrot mit Goldleinsamen und Chiasamen (Sesam bissele)
Fördere Frau Mann
auch langsam gebacken
NUTRI-SCORE
A
GEMEINSAM gegen HUNGER!
weit hunger hilfe

Mestemacher
GEMEINSAM gegen HUNGER!
weit hunger hilfe

Mestemacher GmbH · 33254 Gütersloh · Telefon + 49 (0) 5241 / 87 09-0 · www.mestemacher.de

„Wir fördern
Gemeinsam gegen Hunger
seit 2013“

Prof. Dr. Ulrike Detmers
Vorsitzende der Geschäftsführung
Mestemacher Management GmbH
Sprecherin der Gruppe