

Von der Theorie in die Praxis

Maßnahmen zu Strategiepapieren der EU

Die EU-Kommission stellt mit dem „Green Deal“ und der Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ die Weichen für den nachhaltigen Umbau der gesamten Wirtschaft, einschließlich der Ernährungs-wirtschaft. Sowohl die darin angesprochenen Herausforderungen, als auch die vorgeschlagenen Problemlösungen konzentrieren sich auf einige wichtige Kernpunkte eines nachhaltigen Wandels.

Die Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ ist zwar eine Strategie für ein insgesamt faires, gesundes und umweltfreundliches Lebensmittelsystem, der Fokus und die konkreten Maßnahmen liegen aber deutlich auf landwirtschaftlichen Themen und Zielen. Die zentrale Bedeutung der Ernährungsstile wird betont, doch die Ansätze für die Lebensmittelverarbeitung, den Handel und Konsum, oder für die Verbraucherbildung sind weniger weit entwickelt und konkret. Genau hier liegen aber die zentralen Stellschrauben für moderne, nachhaltige Ernährungsstile.

Eine sehr wichtige Bedingung

für den nachhaltigen Wandel ist die Wertschätzung, die wir aus der Wirtschaft und der Gesellschaft den Lebensmitteln und den Protagonisten der Branche, wie Landwirten, Lebensmittelherstellern oder Händlern entgegenbringen. Diese Wertschätzung ist sehr eng mit der Ernährungskultur und den Ernährungsstilen einer Gesellschaft verknüpft und muss zum Beispiel über Bewusstseinsbildung – genährt durch praktische Erfahrungen – systematisch gefördert werden.

Preis = Wert = Ausdruck von Wertschätzung

Ein Ausdruck von Wertschätzung sind Preise. Doch die Preise von Lebensmitteln werden seit vielen Jahren tendenziell gesenkt. Und: Sie sprechen nicht die Wahrheit. Sie sind verzerrt durch Subventionen für die Landwirtschaft und durch die Sozialisierung der Umweltkosten, die in der Lebensmittelproduktionskette entstehen. Diese Kosten werden auf die Allgemeinheit abgewälzt.

Dem gegenüber steht das Konzept der Vermeidung von externalisierten Umweltkosten. Das sind die Produktpreise, die transparent machen, wie hoch die Umweltkosten sind, die Produktion und Produkt verursacht haben. Sogenannte „wahre Preise“ für Lebensmittel sind in der Marktwirtschaft

ein sehr effektives Werkzeug. Sie können die Verbraucher in Richtung nachhaltigen Konsum steuern, erhöhen die Wertschätzung für Lebensmittel, vermeiden in der Folge Umweltbelastungen und leisten damit einen entscheidenden Beitrag zum Erreichen gesellschaftlicher Ziele. Die Intention „wahrer Preise“ ist es, die Marktmechanismen und die Impulse für das unternehmerische Handeln voll in den Dienst des nachhaltigen Wandels zu stellen.

Schritte, um das Konzept der wahren Preise umzusetzen, sind

- die stufenweise Einführung einer Klimasteuer auf CO2-Emissionen für alle Unternehmen, auch im Lebensmittelsystem einschließlich des gesamten Transportwesens
- eine relevante, am potentiellen Schaden orientierte Besteuerung der umweltbelastenden Betriebsmittel (chemische Pestizide, Düngemittel, Antibiotika)
- die Festsetzung eines Mehrwertsteuersatzes von 0 Prozent für nachhaltige Bio-Produkte durch die EU-Mitgliedsländer
- eine obligatorische und objektive Umweltbilanzierung für alle Unternehmen und die steuerliche Berücksichtigung der Bilanzierungsergebnisse.

Diese Steuerungsinstrumente sorgen direkt für mehr Preiswahrheit und geben den Wirt-

schaftsakteuren betriebswirtschaftliche Anreize für umweltfreundliches Handeln. Weiter würden diese Maßnahmen den Preisunterschied zu ökologischen Produkten verringern und so deren Absatz fördern.

Wachstumsziel: 25 Prozent Ökolandbau in zehn Jahren

Die Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ legt den Zielwert für den Anteil ökologisch bewirtschafteter Flächen an der Agrarfläche Europas auf 25 Prozent fest. Diese Zielsetzung erkennt die Leistungen des ökologischen Landbaus und anderer Nachhaltigkeitsstrategien für eine zukunftsfähige Lebensmittelwirtschaft an und ist ein wichtiger Zwischenschritt für eine ökologischere Ernährungswirtschaft. Die beste Möglichkeit, um dieses Öko-Flächenwachstum zu flankieren ist es, die Nachfrage nach Bio-Lebensmittel anzukurbeln. Optimal wäre die komfortable Situation eines Nachfragemarktes.

Bezogen auf das Wachstum entspricht das 25 Prozent-Ziel einer geschätzten jährlichen Rate von 11 Prozent für die gesamte EU, in der aktuell (2019) etwa 8,5 Prozent der Flächen ökologisch bewirtschaftet werden. Nur wenige Länder mit einem starken Nachfragemarkt und einer gezielten nationalen Förderpolitik (Frankreich, Dänemark, Schweden, Österreich und Deutschland) oder mit einem stark exportorientierten Biomarkt (Italien und Spanien) konnten dieses Wachstum bisher realisieren. Um diese Rate zu erreichen, braucht es politische Weichenstellungen in Form eines Aktionsplans, der neben konsequenter Förderung von Beibehaltung und Umstellung auf

ökologischen Landbau einen starken Fokus auf absatzfördernde Maßnahmen enthält. Der Plan der Kommission, die Verpflegung in öffentlichen Einrichtungen mit sehr viel mehr Bio-Produkten zu verwirklichen, ist ein konkreter Schritt, der den Markt beleben kann. Auch die Senkung der Mehrwertsteuer für Bio-Obst und -Gemüse kann weitere Fortschritte im Markt bringen. Ein solcher Aktionsplan für Ökolebensmittel wird derzeit auf EU-Ebene diskutiert, nationale Aktionspläne müssen diesem folgen.

Um Angebot und Nachfrage im Sinne des Ziels „25 Prozent in 10 Jahren“ in Balance zu halten, sind darüber hinaus weitere Maßnahmen notwendig:

□ ein ehrgeiziges Kommunikations- und Werbeprogramm für ökologische

Lebensmittel

□ eine übergreifende EU-Kommunikationsstrategie für die Werte der ökologischen Lebensmittelwirtschaft, durchgeführt und gestützt von der Kommission und den Mitgliedsländern

□ Einführung von klaren Regeln für die Zertifizierung und Kennzeichnung von Bio-Erzeugnissen, in Gastronomie, Catering und anderen Formen der Gemeinschaftsverpflegung

□ obligatorische Einführung von mindestens 25 Prozent Bio-Lebensmitteln in der Verpflegung von öffentlichen Einrichtungen, wie Kindergärten, Schulen, Universitäten und Behörden (in der Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ angelegt)

□ KMU-Einzelhandelsunter-

nehmen, die mindestens 25 Prozent an Bio-Produkten verkaufen, können bis zu 25

Prozent Subventionierung auf Werbemaßnahmen für Bio-Produkte erhalten

□ Aktivierung finanzieller Unterstützungssysteme, einschließlich Beratung auf nationaler und EU-Ebene zur Förderung regionaler Bio-Lebensmittelketten (Regionalförderstrukturen, GRW, GAP - zweite Säule, Leader Programm) in enger Kooperation mit bestehenden KMU-Marktakeuren

□ gezielte Bereitstellung von Beratungs- und Schulungsdiensten für alle Akteure entlang der Bio-Lebensmittelkette

AÖL

Die Öko-Lebensmittelhersteller

Fazit

Die Veröffentlichung des Green Deal und der Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ ist nicht das Ende eines politischen Prozesses, sondern erst der Anfang. Die Wirtschaftsbeteiligten müssen als Sparringspartner für die politischen Entscheider wirken, indem sie verdeutlichen, welche Maßnahmen machbar und welche Wege praktikabel sind. Denn die Ansätze und Maßnahmen können theoretisch noch so gut durchdacht sein – Veränderungen kommen erst mit der praktischen Umsetzung.

Alexander Beck

Herbsttagung der AÖL e.V.

Europäischer Grüner Deal & Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ – Sind wir dank EU-Initiative gut für die Zukunft gerüstet?

Mit dem europäischen Grünen Deal und der Strategie

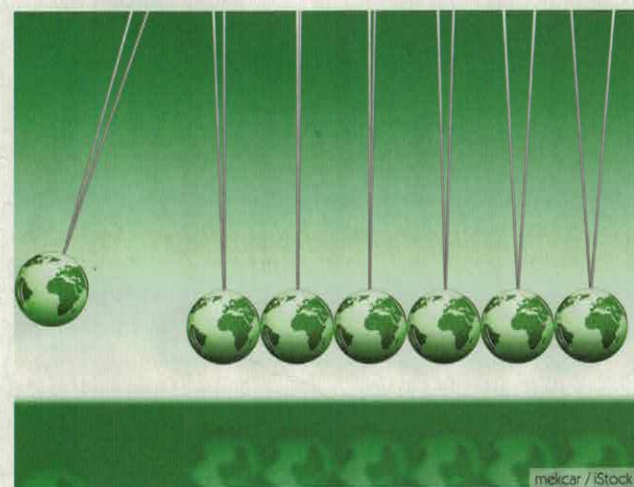
„Vom Hof auf den Tisch“ gibt die EU-Kommission ambizio-

nierte Impulse zur Transformation der Wirtschaft. In der diesjährigen Herbsttagung der AÖL e.V. am 18. November in Fulda-Künzell werden diese aufgegriffen und aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet. Interessierte sind eingeladen, mit der AÖL zu diskutieren und Antworten auf folgende Fragen zu suchen: Reichen die Brüsseler Vorschläge für den nötigen Wandel hin zu einem zukunftstauglichen Ernährungssystem? Welche Chancen und Risiken ergeben sich daraus? Wie können Unternehmen der Ernäh-

rungswirtschaft zur erfolgreichen Umsetzung beitragen?

Einblick in das Tagungsprogramm am 18. November von 8:30 – 13:00 Uhr:

- Vorstellung der Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ durch eine Vertreterin der EU-Kommission
- Einordnen & Bewerten der politischen Impulse aus Sicht von Lebensmittelverband, Wissenschaft und Ernährungswirtschaft
- Politische Statements
- Podiumsdiskussion & Diskussion mit dem Publikum



mekcar / iStock