

Positionspapier der Jungen AöL

11.04.2022

Krisen begegnen – Transformation sichern

Der Krieg und die humanitäre Katastrophe in der Ukraine führen uns einmal mehr vor Augen, wie krisenanfällig unser gesamtes Wirtschaftssystem ist. Neben der Tatsache, dass Menschen unendliches Leid widerfährt, werden die Schwachstellen globaler Prozesse und einseitiger Machtstrukturen deutlich, die seit Jahrzehnten in unseren Wirtschaftssystemen verankert sind. Ein Zurück zu alten Systemen, wie ein Aussetzen des Grünen Deals, das aktuell von konservativen Kräften gefordert wird, ist keinesfalls tragbar. Stattdessen ist eine Transformation in Richtung Nachhaltigkeit einschließlich eines solidarischen Miteinanders notwendig.

Als Junge AöL, die die Nachfolgegeneration ökologisch ausgerichteter LebensmittelherstellerInnen vereint, stehen wir für diese Transformation und den notwendigen Wandel vom Acker bis zum Teller. In unserer Art zu Wirtschaften versuchen wir schon heute Ökologie, Ökonomie und Soziales zu vereinen, denn nur so ist unsere Zukunft gesichert. Doch auch wir sehen uns noch erheblichen Hürden ausgesetzt, die unser Verständnis von einem nachhaltigen Wirtschaften verletzen und uns im bestehenden fehlgeleiteten System festhalten, anstatt unsere transformativen und innovativen Unternehmungen zu fördern. Daher benennen wir mit diesem Brief die aus unserer Sicht wichtigen Hebel, um als nachhaltiges Unternehmen resilient in die Zukunft zu gehen.

1. Krisen überstehen, Chancen nutzen

Durch die Coronapandemie und den Krieg in der Ukraine sind ganze Märkte in Bewegung. Wirtschaftssysteme und alte Abhängigkeiten werden hinterfragt. Steigende Ölpreise dürfen nicht nur als Erschwernis gesehen werden; sie müssen stattdessen auch als Chance erkannt werden – eine Chance für den sowieso dringend notwendigen Umbau der Energiegewinnung, Produktion, Logistik und die Transformation des individuellen Verhaltens der BürgerInnen. Der Staat suchte jahrelang nach Möglichkeiten, den ÖPNV für die BürgerInnen und damit unsere MitarbeiterInnen und KundInnen attraktiv zu machen und damit die massiven Umweltschäden zu verringern – jetzt ist eine Zeit des Wandels, die dringend dafür genutzt werden sollte.

Doch nicht nur in Bezug auf den Energiesektor ist ein Wandel im Moment möglich: auch veränderte Konsumstile müssen jetzt gefördert werden – weg vom Schwerpunkt tierischen Verzehrs, hin zu einer pflanzenbasierten Ernährung, die qualitativ hochwertige tierische Produkte nicht ausschließt. Denn nur ein Wandel auf dem Teller kann einen Wandel auf dem Acker herbeiführen. Keinesfalls darf der eingeschlagene zukunftsweisende Weg der Transformation des Ernährungssystems geschwächt werden. Ganz im Gegenteil: die aktuelle Situation muss als Beschleuniger genutzt werden, um echte Zukunftsfähigkeit herzustellen.

2. Mittelstand fördern – während und nach der Krise

Durch die gezielte Förderung mittelständisch und unternehmensgeführter Firmen sollen lokale und regionale Verarbeitungs- und Versorgungsstrukturen erhalten, Arbeitsplätze gesichert und die sozialen Strukturen insbesondere auch im ländlichen Raum gestärkt werden. Hierbei gilt es vor allem auch, heterogene Strukturen insgesamt zu fördern. Die in den letzten Jahrzehnten unter Druck geratenen regionalen Strukturen gilt es hierbei gezielt zu fördern durch die Verminderung der bürokratischen Hürden, Abbau der Reglungsdichte, eine dem tatsächlichen Risiko angepassten Rechtsimplementierung und Unterstützungmaßnahmen in den Bereichen Bildung, Forschung und Beratung für KMUs. Sie sind resilienter gegen Krisen und damit tragfähig und modellbildend für die Zukunft.

Nicht nur Probleme im Sourcing von Rohstoffen, sondern vor allem die steigenden Energiekosten in Kriegszeiten werden Unternehmen und Menschen stark belasten. Die ökologischen LebensmittelherstellerInnen sichern die Ernährung der Gesellschaft und müssen daher unterstützt werden. Um Unternehmen und ihren Mitarbeitenden eine wirkliche Hilfe in Zeiten des Krieges zu liefern, sollte die Entlastungspauschale daher sozialversicherungs- und steuerfrei angesetzt werden, ähnlich der Coronapauschale. Dann kommt das Geld auch tatsächlich dort an, wo es im Moment dringend gebraucht wird. Das ist gerade für kleine und mittelständische Lebensmittelunternehmen von existenzieller Bedeutung, denn diese können heute schon nicht mit den Lohnniveaus in der Großindustrie oder im öffentlichen Dienst konkurrieren und leiden dadurch extrem unter MitarbeiterInnenmangel.

3. Preisgestaltung überdenken

Ein wesentlicher Hebel zur Schaffung einer freien, funktionalen Marktwirtschaft wäre das Herstellen von Kostenwahrheit bzw. wahren Preisen. Dabei müssen bisher externalisierte Belastungen, wie die Auswirkungen der Produktion auf natürliche, menschliche und soziale Kapitale, erfasst und betriebswirtschaftlich konsequent eingepreist werden. (Z.B. die Belastung der Umwelt mit Chemikalien, CO₂, Biodiversitätsschäden, uvm.) Nötig sind dabei aus unserer Sicht folgende Schritte:

1. Mit Blick auf eine Kreislaufwirtschaft und die Rückführung von Siedlungsabfällen in das System sollen Mechanismen gefunden werden, um den Produzenten die Verantwortung für den gesamten Nutzungszyklus der Produkte zu übertragen.
2. Die Externalisierung von Kosten muss konsequent beendet werden. Der Verursacher muss im Sinne der Produzenten- und Anwenderhaftung konsequent für die Folgekosten aufkommen. (Auf Unternehmensebene bilanziert werden.) Bisher externalisierte Kosten sollten gezielt ökonomisch belastet werden, beispielsweise durch CO₂-Bepreisung oder eine Steuer für synthetischen Stickstoff und Pestizide. Die entstehenden Umweltkosten durch die Belastung der Naturräume mit diesen Chemikalien werden dadurch kompensiert und Anreize geschaffen, ohne chemisch-synthetische Stoffe zu produzieren. Einzelmaßnahmen sollen immer auf eine ganzheitliche positive Wirksamkeit ausgerichtet werden.
3. Lebensmittelwirtschaft sollte allen Beteiligten ein „sicheres“ Leben ermöglichen. Dies schließt an Tarifverträgen orientierte Löhne und Gehälter sowie die Einhaltung von Menschenrechten in der Lieferkette mit ein. Das beinhaltet auch die Verantwortung für die Sorgfaltspflicht in der Lieferkette, die von allen darin enthaltenen Gliedern gleichermaßen und jeweils für die gesamte Kette getragen werden muss. Steuerliche Instrumente zur Förderung pflanzlicher, ökologischer Ernährung sollten in ihrer Lenkungswirkung näher durchdacht und eingesetzt werden. Zudem sollte die Förderpolitik für unser Agrarsystem weiterentwickelt werden: diese sollte klar an Leistung und nicht an Fläche gebunden sein, um die richtigen Anreize in Richtung Nachhaltigkeit und Gemeinwohl zu setzen.

4. Machtgefälle am Markt beseitigen

Der Markt für Lebensmittel wird ganz wesentlich gestaltet von vier großen Einzelhandelsfirmen. Preise, die dort gesetzt werden, haben Einfluss auf den gesamten Ernährungssektor. Dieses Machtgefälle ist enorm, vergünstigt oligopole Strukturen und torpediert eine funktionale freie Marktwirtschaft.

Eine strukturelle Konzentration beobachten wir teilweise schon bei Einzelhandelsfirmen des Naturkostfachhandels: auch dort findet die Arbeit mit HerstellerInnen und LandwirtInnen nicht immer auf Augenhöhe statt. Kostensteigerungen und Risiken werden konsequent über Wettbewerbsdruck auf vorgelagerte Stufen abgetreten. Einen fairen Preis zu erzielen, der Mensch, Tier und Pflanze zu Gute kommt, ist nahezu unmöglich. Der Krieg und die damit verbundenen Verwerfungen auf Rohstoff- und Energiemärkten sowie die Coronapandemie verstärken diese Mechanismen deutlich.

Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e.V.

Die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e.V. (AöL) repräsentiert die Interessen der ökologisch ausgerichteten verarbeitenden Lebensmittelindustrie im deutschsprachigen europäischen Raum. Das Aufgabengebiet der AöL umfasst die politische Interessensvertretung sowie die Förderung von Austausch und Kooperation unter den Mitgliedern. Die knapp 130 AöL-Unternehmen, von klein- und mittelständischen bis hin zu international tätigen Betrieben, erwirtschaften einen Umsatz von über 4 Milliarden Euro mit biologischen Lebensmitteln. Die AöL ist in sämtlichen Belangen der ökologischen Lebensmittelverarbeitung Gesprächspartner für Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien.

Die Junge AöL bildete sich im Jahr 2016 und vereint die NachfolgerInnen der AöL-Unternehmen in einem Arbeitskreis, der sich regelmäßig zum Austausch über aktuelle und Zukunftsfragen trifft. SprecherInnen der Jungen AöL sind Franziska Breisinger (Al Organic Treasures) und Johannes Ehrnsperger (Neumarkter Lammsbräu).

Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e.V. | Untere Badersgasse 8
97769 Bad Brückenau | Tel: +49 (0) 9741 938 733 4 | anne.baumann@aoel.org | www.aoel.org