

Bio 3.0: Klischee oder Wirklichkeit?

Dossier zum animierten Bio-Wissensfilm

Episode 11: Bio zu kaufen ist mir zu mühsam

Video-Link: <https://youtu.be/oGICJpNFoq0>

Recherche und Zusammenstellung: Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL, 06/2019

- Bio wächst - weltweit. Auch wenn der Bio-Anteil global gesehen weiterhin noch überschaubar ist, zeichnen sich durchaus erfreuliche Tendenzen ab: Die Nachfrage nach Biolebensmitteln steigt kontinuierlich, immer mehr Produzent/innen wirtschaften biologisch, die Biofläche nimmt zu. Bio hat also die Nische verlassen und ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen.
- 2017 wurden in Europa 14,6 Millionen Hektar biologisch bewirtschaftet, in der EU waren es 12,8 Millionen Hektar. Mit 2,1 Millionen Hektar ist Spanien nach wie vor das Land mit der größten Biofläche in Europa, gefolgt von Italien mit 1,9 Millionen Hektar und Frankreich mit 1,7 Millionen Hektar. In Europa nahm die Biofläche 2017 um eine Million Hektar zu. In Europa (und weltweit) weist Liechtenstein mit 37,9 % den höchsten Bioanteil an der landwirtschaftlichen Nutzfläche auf, gefolgt von Österreich, dem Land in der EU mit dem höchsten Bioanteil - 24 %.
- Bio ist auch eine ernstzunehmende Größe am Lebensmittelmarkt geworden. Der globale Markt für Biolebensmittel wird mit mehr als 90 Milliarden Euro pro Jahr beziffert, wobei in den letzten Jahren ein stetiges Wachstum zu verzeichnen ist.
- Der größte Markt liegt in den USA mit 40 Milliarden Euro, gefolgt von Deutschland mit 10 Milliarden Euro und Frankreich mit 8 Milliarden Euro. Auch Europa verzeichnet positive Bio-Umsatzzahlen: Der Bio-Markt legte in den europäischen Ländern auf über 37,3 Milliarden Euro zu, allein in der EU wurden 2017 34,3 Milliarden Euro umgesetzt.
- In Europa gaben die Konsument/innen 2017 pro Person 47 Euro für Biolebensmittel aus, in der EU waren es 67 Euro. Die Pro-Kopf-Verbraucherausgaben für Biolebensmittel haben sich zwischen 2008 und 2017 verdoppelt. 2017 gaben die Schweizer/innen mit 288 Euro pro Kopf am meisten für Biolebensmittel aus.
- Ein Blick auf die Zahlen zeigt: Ob Bio-Betriebe, Bio-Flächen oder Bio-Umsatz, Österreichs Bio-Sektor ist auf Wachstumskurs. Jeder vierte Hektar wird in Österreich mittlerweile biologisch bewirtschaftet. Damit ist Österreich beim Bio-Flächenanteil nach wie vor Spitzenreiter in der EU. 23.500 Bio-Betriebe, etwas mehr als ein Fünftel aller landwirtschaftlichen Betriebe, bewirtschaften in Summe rund 638.000 ha und versorgen uns mit qualitativ hochwertigen Biolebensmitteln. Im Vergleich zum Jahr 2017 erhöhte sich somit der Anteil an biologisch bewirtschafteten Flächen um rund 17.000 ha, davon rund 13.000 ha Ackerland. Betrachtet man die einzelnen Bundesländer, dann liegt Salzburg, was den Bio-Flächenanteil betrifft, ganz weit vorne: Die Hälfte der landwirtschaftlichen Nutzfläche wird dort bereits biologisch bewirtschaftet.
- Historisch gesehen stellten in den Anfängen der biologischen Landwirtschaft vor allem Grünland-Betriebe im Westen Österreichs auf Bio um. Die österreichische Grünlandwirtschaft ist traditionellerweise eher extensiv ausgerichtet und eine Umstellung auf biologische Bewirtschaftungsweise daher einfacher, als auf intensiv bewirtschafteten

Acker- und Sonderkulturflächen. Dies zeigt sich auch heute noch in der Bio-Flächenverteilung in Österreich: 60 % der heimischen Bio-Fläche entfällt auf das Grünland, knapp 40 % auf Ackerland. Während in den Anfängen des Biolandbaus vor allem in den Grünlandgebieten Betriebe auf Bio umstellten, gab es in den letzten Jahren die größten Zuwächse in den Ackerbauregionen. Ab dem Jahr 2000 kam es in den Ackerbaugebieten Österreichs zu einem Bio-Boom - innerhalb weniger Jahre verdoppelte sich die Bio-Ackerfläche. Auch bei den Dauerkulturen gab es in den vergangenen Jahren viele Betriebe, die sich entschieden haben, biologisch zu produzieren. So haben sich die Bio-Weinbauflächen in den letzten Jahren verdoppelt, knapp jeder sechste Hektar wird bei den Weingärten bereits nach biologischen Richtlinien bewirtschaftet und etwa ein Drittel der Obstanlagen.

- Trotz dieser erfreulichen Zahlen darf nicht vergessen werden, dass der österreichische Marktanteil der Biolebensmittel noch immer unter 10 % liegt. Es liegt daher weiterhin auch an uns Konsument/innen, ein klares Zeichen zu setzen, beim Einkauf zu Biolebensmitteln zu greifen und damit zu einer Weiterentwicklung und Ausweitung der biologischen Landwirtschaft beizutragen.
- Fast jeder Österreicher/in kauft zumindest hin und wieder Biolebensmittel. 15 % geben an, täglich Biolebensmittel zu konsumieren. Durchschnittlich werden 196 Euro pro Person und Jahr in Österreich für Bio ausgegeben. Von den befragten Konsument/innen wird „Gesundheit und gesunde Ernährung“, „keine Chemie, Kunstdünger, Spritzmittel, Giftstoffe“, aber auch Regionalität, besserer Geschmack, Umwelt- und Klimaschutz oder artgemäße Tierhaltung als Kaufmotive für Bio angegeben.
- Auch wenn sich in Österreich seit 2003 der Biomarktanteil am Lebensmittel-Gesamtumsatz mehr als verdoppelt hat, gibt es mit einem aktuellen Marktanteil von rund 9 % noch Luft nach oben. Laut Schätzungen werden in Österreich rund 1,8 Milliarden Euro pro Jahr an Biolebensmitteln umgesetzt. 70 % des Umsatzes werden im Lebensmitteleinzelhandel (Supermärkte und Diskonter) erzielt, 13 % im Bio-Fachhandel, 10 % in der Direktvermarktung, 3 % in Großküchen und Gastronomie, der Rest des Bioumsatzes wird über den Export erwirtschaftet. Die am meisten gekauften Biolebensmittel sind Milchprodukte, Eier, Kartoffel, Obst, Gemüse und Getreideprodukte. Bei Fleisch und Wurst stagniert der Absatz auf niedrigem Niveau. Auch das Verhältnis von Angebot und Nachfrage bei den einzelnen Produktgruppen gestaltet sich unterschiedlich. Während das österreichische Angebot von Biomilch noch immer leicht die Nachfrage übersteigt, ist dies z.B. bei Bioschweine- und -hühnerfleisch sowie bei Gemüse oft umgekehrt.
- Früher gab es Biolebensmittel ausschließlich im Biofachhandel, Reformhäusern, Biomärkten oder Ab Hof. Inzwischen haben die Biolebensmittel längst die Supermarkt- und Diskonter-Regale erobert und selbst im Internet ist das Bio-Angebot groß. Die Möglichkeiten Biolebensmittel zu kaufen sind mittlerweile sehr vielfältig.
- Der Einstieg der österreichischen Handelsketten in die Vermarktung von Bioprodukten Mitte der 1990er-Jahre ließ den Umsatz steigen. Supermärkte und Diskonter haben mit ihrem breiten Bio-Produktsortiment gerade in Österreich zu einer Ausweitung des Biolandbaus beigetragen. Mit rund 70 % der Bio-Umsätze vom Bio-Gesamtmarkt stellt der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) bis heute den größten Vertriebskanal dar.

- Nahezu flächendeckend bieten Supermärkte und Diskonter ein umfassendes und ständig wachsendes Bioangebot. Je nach Kette bzw. Filiale ist es möglich mehr oder weniger das gesamte Produktsortiment auch in Bioqualität zu bekommen. Bei manchen Warengruppen können die Konsument/innen sogar zwischen verschiedene Produktsorten auswählen. Auch Drogeriemärkte führen eine mehr oder weniger umfangreiche Biopalette.
- Und wenn man das grüne EU-Biozeichen kennt, muss man auch nicht lange suchen, um Bioprodukte eindeutig zu erkennen. Auch die Bio-Eigenmarken der Supermärkte und Diskonter machen das Erkennen von Biolebensmitteln einfach.
- Zu den ursprünglich oft sehr kleinen Bioläden haben sich in den letzten Jahren immer mehr großflächige Biosupermärkte gesellt. Manche gehören zu einem Filialnetz, andere sind Einzelunternehmen. Genau wie der klassische Handel führen auch Biosupermärkte ihre eigenen Handelsmarken.
- In ländlichen Regionen ist das Netz an Biogeschäften und Biomärkten oft noch eher dünn. Doch es gibt auch dort die Supermarktketten und Diskonter, die Biolebensmittel in unterschiedlichem Umfang anbieten. Hinzu gibt es die Möglichkeit direkt Ab Hof einzukaufen – in diesen Biobauernläden vermarkten Biolandwirt/innen ihre Produkte selbst. Oft kann man dort zusätzlich auch Erzeugnisse von benachbarten Biohöfen kaufen. Ein großes Plus ist hier die regionale und saisonale Herkunft der angebotenen Bioprodukte und der direkte Kontakt zu den Produzent/innen.
Als zusätzliche vertrauensschaffende und kontaktfördernde Maßnahmen sind viele direktvermarktende Betriebe auch bereit und interessiert, ihre Betriebe durch Exkursionen und Hoffeste für die Menschen der Umgebung transparent und offen zu gestalten.
- Eine bequeme Möglichkeit Biolebensmittel und vor allem frische Biowaren zu beziehen, ist es, sich diese mit der Abokiste ins Haus schicken zu lassen. Das spart viel Zeit und das Bestellen lässt sich bei den meisten Anbietern flexibel gestalten. Die Kund/innen können ihre Kisten wöchentlich ändern, im Urlaub abbestellen oder nur ab und zu bestellen. Das Angebot reicht von reinen Obst- und Gemüseboxen bis zu einem kompletten Warenkorb, der wöchentlich auch variiert werden kann.
- Um einen Eindruck über das Angebot im persönlichen Umfeld zu bekommen informieren viele regionale Initiativen und Bioverbände mit Einkaufsführern und Adressen für den Bioeinkauf vor Ort.
- Und auch wenn der Bioanteil je nach Anbieter mal umfangreich und mal eher überschaubar ist – auch in Großküchen und in der Gastronomie tut sich etwas in Sachen Bio. Mittlerweile gibt es neben Lokalen, die einzelne Zutaten in Bioqualität anbieten, auch zertifizierte Biohotels und –Lokale. Und auch Bio-Catering wird in allen Bundesländern angeboten.
- Manchen Konsument/innen ist das Einkaufen von Biolebensmitteln alleine allerdings zu wenig. Sie wollen sich beim Lebensmitteleinkauf über die persönliche Kaufentscheidung hinaus engagieren. Sie wollen aktiv werden und suchen nach Alternativen zur globalisierten Lebensmittelproduktion.
- In Foodcoops schließen sich Konsument/innen zusammen, um selbstorganisiert ökologisch und sozial nachhaltig produzierte Lebensmittel direkt von regionalen Produzent/innen zu beziehen. Die Intention sich einer Foodcoop anzuschließen ist unterschiedlich, ökologisch

und sozial nachhaltige Produktion, faire Preise für Produzent/innen und Konsument/innen, transparente Vertriebswege, möglichst kurze Transportwege, Reduzierung von Verpackungsmaterial, direkter Kontakt zu den Produzent/innen und persönlicher Bezug zu den konsumierten Lebensmitteln zählen aber zu den Grundprinzipien, die alle Foodcoops miteinander verbindet. Ein weiteres wichtiges Merkmal ist der Beteiligungscharakter und das daraus resultierende Mitbestimmungsrecht an den bestellten Produkten.

FoodCoops sind nicht gewinnorientiert, sie basieren auf ehrenamtlich organisierten Zusammenschlüssen privater Haushalte.

- Auch die CSA (Community Supported Agriculture) oder „solidarische Landwirtschaft“ bietet eine partizipative Form der Lebensmittelversorgung. Konsument/innen bilden mit Landwirt/innen eine Partnerschaft. Die Basis dieser Beziehung ist die gegenseitige Vereinbarung: der Hof ernährt die Menschen und alle teilen sich die damit verbundene Verantwortung, das Risiko, die Kosten und die Ernte. Ziel ist es, den Landwirt/innen ein zufriedenstellendes Einkommen und den Konsument/innen eine qualitativ hochwertige Lebensmittelversorgung zu garantieren und damit einen Beitrag zur Ernährungssouveränität zu leisten. Das Konzept der CSA hat viel mit Wertschätzung zu tun – nicht nur den beteiligten Menschen, sondern auch den produzierten Lebensmitteln gegenüber. Und natürlich auch mit Kommunikation. Konsument/innen werden dadurch aktive Mitglieder einer Gemeinschaft, sie kennen die Produzent/innen, wissen woher die Nahrungsmittel kommen und wie sie produziert wurden. Der persönliche Bezug macht die gegenseitige Verantwortung bewusst und schafft Vertrauen. CSA ist daher eine von vielen innovativen Strategien für eine lebendige, vielfältige und verantwortungsvolle Landwirtschaft, die zeigt, dass Lebensmittel nicht nur einen Preis, sondern auch einen Wert haben. Meist wird eine Vielfalt an Gemüsekulturen produziert, aber auch Varianten mit Brot und Gebäck, Fleisch oder verarbeiteten Milchprodukten sind grundsätzlich möglich. Die Bereitschaft der beteiligten Konsument/innen, sowohl Kosten als auch Risiko für eine ganze Saison verbindlich mitzutragen, lässt ein Umfeld ohne die üblichen Vermarktungszwänge entstehen. Eine Schlüsselrolle beim Aufbau einer CSA spielt die Kommunikation. Das Modell sieht kein spontanes oder flexibles Einkaufen vor, sondern eine regelmäßige und verbindliche Abnahme der gesamten Produktion. Die gemeinschaftliche Mitarbeit am Acker ist je nach CSA mehr oder weniger erwünscht, ist aber nicht verpflichtend und dient eher der Bewusstseinsbildung.
- Auch Selbsterntefelder bieten eine Möglichkeit, Bio-Gemüse zu genießen. Selbsterntefelder sind eine Kombination aus professioneller Landwirtschaft und privatem Gärtner. Gemüse wird nicht verkauft, sondern vorbereitete Parzellen vermietet. Vor allem in Ballungsräumen stößt dieses Angebot auf Interesse. Auf gut erreichbaren Flächen werden saisonweise Selbsternteparzellen vermietet, samt Saatgut, Leihwerkzeug und professionellem Wissen zum Gemüseanbau. Die Konsument/innen graben selbst in der Erde und erleben die Schritte von der Jungpflanze bis zum reifen Gemüse.
- Das Wissen und das Bewusstsein woher unsere Lebensmittel kommen und wie sie produziert werden stärkt unsere Ernährungssouveränität. Es geht auch darum wieder zu lernen, dass das Konsumieren von Lebensmitteln nichts Passives sein muss, sondern immer eine aktive Entscheidung jedes Einzelnen ist – ob in einer Foodcoop oder beim Einkauf im Supermarkt.

- Sich mit den Einkauf biologischer Lebensmittel zu beschäftigen, erscheint zunächst aufwändig. Wenn man aus der kaum überschaubaren Produktpalette allerdings einmal die biologischen herausgefiltert hat, nimmt das Angebot eine angenehme Größe an und macht den Einkauf einfacher als zuvor. Bio einkaufen ist also viel einfacher als man glaubt und mit jedem Bioeinkauf setzen wir ein aktives Zeichen für eine nachhaltige und zukunftsweisende Lebensmittelproduktion.

Verwendete Literatur

- Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (2018): RollAMA Motivanalyse Bioprodukte 2018.
- Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (Hrsg.) (2018): Grüner Bericht 2018.
- Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (Hrsg.) (2018): Biologische Landwirtschaft in Österreich.
- Willer, H. und Lernoud, J. (2019): The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2019. FiBL-IFOAM Report.
- www.bmnt.gv.at/land/bio-lw/zahlen-fakten/Bio_Produktion.html
- www.bio-austria.at
- www.fibl.org