



## System(at)isch zu mehr Bio

### Kurzbeschreibung

FEEDBACK BZGL.  
DES WORKSHOPS:

Prinzipiell, ganz schlicht und einfach, so ein Workshop sollte Pflicht für alle sein! (Schüler + Erwachsene!)

Anonymes Feedback eines Schülers, einer Schülerin


**Projektentwicklung im Rahmen von Bio 3.0 und**

**Projektverantwortung: Lothar Greger**

**Gesamtleitung Bio 3.0: Reinhard Gessl, Freiland Verband**



Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium  
Nachhaltigkeit und  
Tourismus

**LE 14-20**  
Entwicklung für den Ländlichen Raum

Europäischer  
Landwirtschaftsfonds für  
die Entwicklung des  
ländlichen Raums:  
Hier investiert Europa in  
die ländlichen Gebiete.



## Anonyme Feedbacks von Schüler\*innen zum Workshop

Um ehrlich zu sein, dachte ich zuerst, dass es ein langweiliges Projekt wird da wir von diesem Thema öfters gehört haben. Aber nach der ersten Stunde gefiel mir der Aufbau des Projekts. Sehr. Jeder Tag wurde neu geschaltet und so spannender ~~gemacht~~ wie möglich gemacht. Aus dieser Woche kann ich mir sehr viel mitnehmen und versuchen die Welt ein bisschen besser zu machen. Vielen Dank!!

Normalerweise finde ich solche Projekte nicht sehr informativ und langweilig.

Dieses wiederholte nicht nur die Basics sondern lieferte ein neueres klareres Bild

Ich habe bei dem Projekt sehr viel darüber gelernt was man denkt und einem wichtig ist und wie man dann wirklich handelt. Alle haben gesagt das ihnen Bio und ein fairer Umgang mit Menschen wichtig ist und dann beim Einkaufen hat keiner mehr darauf geachtet. Das hat mich sehr zum nachdenken gebracht.

## **Als Heroe for Future system(at)isch zu mehr Bio**

*Das neue Bildungsformat zur Entwicklung eines ganzheitlichen Verständnisses unseres Konsumverhaltens, das system(at)isch zu mehr »Bio« führt.*

Wie soll man einem Spulwurm erklären, dass er in der Scheiße sitzt? Diese von einem Biologen angestellte Überlegung umschreibt pointiert die Fragestellung, die dem neuen Bildungsformat vorangestellt wurde: Warum fällt es uns – ähnlich dem Spulwurm – so schwer, einen Blick von außen auf uns selbst und unser gewohntes Umfeld zu machen, um eine realistischere Einschätzung von unserem Tun, Sprechen und Denken zu erhalten, damit wir uns tiefgründig verwandeln können?

### **Hundert Jahre und wie weiter?**

Betrachten wir zuerst die aktuelle Faktenlage zur Biolandwirtschaft und des Biomarktes: An die hundert Jahre reichen die Wurzeln der bewussten Auseinandersetzung mit der biologischen Landwirtschaft mittlerweile zurück<sup>1</sup>. Seit Anfang der 1990er Jahre bewerben alle großen Supermarktketten in Österreich intensiv ihre eigenen Biomarken. Mit ihren Werbebotschaften erreichen sie seit dreißig Jahren tagtäglich Millionen von Konsumentinnen und Konsumenten. Zusätzlich bieten die Bioverbände und andere Institutionen seit mindestens drei Jahrzehnten eine Fülle an Informationen, Anleitungen und Unterstützungsangeboten für Konsumenten an. Praktische Tipps in Hülle und Fülle ermöglichen uns mittlerweile »Bio« und nachhaltige Ernährung problemlos in unsere Alltagsroutinen zu integrieren mit dem Ergebnis: im Juni 2020 erreichte der Wertanteil von Biolebensmitteln am gesamten heimischen Lebensmittelmarkt mit zehn Prozent erstmals einen zweistelligen Wert<sup>2</sup>. Das Durchbrechen der Zehn-Prozent-Marke repräsentiert aus Sicht der Biobranche eine Erfolgsgeschichte. Dahinter steht ein hohes Maß an Idealismus und persönlichem Einsatz von Biobäuerinnen, Biobauern und gleichermaßen auch von Konsumentinnen und Konsumenten der ersten Stunde. Hohe Zuwachsraten einzelner Marktsegmente im Biobereich stimmen weiterhin zuversichtlich.

### **Weiter wie bisher?**

Trotz der bisherigen Erfolgsgeschichte der Biolandwirtschaft müssen wir uns aufrichtig fragen, wie hoch der Bio-Marktanteil 2030 bzw. 2050 in Österreich sein würde, wenn wir weiterhin auf Maßnahmen und Strategien der letzten Jahrzehnte setzen. Werden wir damit jene Ziele erreichen, die notwendig sind, um die Klimaerhitzung einzudämmen, das Artensterben zu stoppen oder den Verlust unserer fruchtbaren Böden zu beenden? Oder machen wir uns da etwas vor? Müssten wir nicht zusätzlich neue Strategien und Maßnahmen entwickeln, die darauf eingehen, dass z.B. die Mehrheit der Österreicher\*innen einer europäischen Studie nach, die 2022 in vierzehn EU-Ländern durchgeführt wurde<sup>3</sup> bereits jetzt schon überzeugt ist, dass wir Europameister in der Nachhaltigkeit sind? Und das, obwohl wir gerade einmal die Zehnprozenthürde bei den Biolebensmitteln im Handel genommen haben? Wäre es nicht hoch an der Zeit, dass wir neben dem faktengesicherten Wissen auch die subjektiven Meinungen der Menschen zum Thema Ernährung mehr berücksichtigen? Warum weisen die Österreicher\*innen zum Beispiel von den fünf wichtigsten Themenfeldern<sup>4</sup>, die für unsere nachhaltige Zukunft

<sup>1</sup> Vgl. [https://raumberg-gumpenstein.at/jdownloads/FODOK/3969-landw-res-moarhof/fodok\\_4\\_17152\\_steinwider\\_bio\\_lw2030.pdf](https://raumberg-gumpenstein.at/jdownloads/FODOK/3969-landw-res-moarhof/fodok_4_17152_steinwider_bio_lw2030.pdf)

<sup>2</sup> Vgl. [https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20200907\\_OTS0060/ama-bio-umsaetze-wachsen-weiter](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200907_OTS0060/ama-bio-umsaetze-wachsen-weiter)

<sup>3</sup> Vgl. <https://konsument.at/konsum-studie-zur-nachhaltigkeit-ernaehrung-mobilitaet-abfall/64540>

<sup>4</sup> Ernährung, Reisen / Mobilität, Wasser / Energie im Haushalt, Produkte / Dienstleistungen, Abfallmanagement

relevant sind, der Ernährung nur den dritten Platz zu, während Expert\*innen diese auf den ersten Platz setzen<sup>5</sup>? Und: Müsste sich eine neue Strategie nicht dringend mit unseren persönlichen Erzählungen und Narrativen zu »Bio« und zur nachhaltigen Ernährung beschäftigen? Warum stufen wir in der Regel jene unserer Handlungen als besonders nachhaltig ein, die für uns bequem und einfach zu erledigen sind, wie das Trennen von Müll, während wir jene Handlungen als wenig relevant für die Nachhaltigkeit klassifizieren, die uns schwerfallen, wie zum Beispiel das Verändern unserer Ernährungsgewohnheiten<sup>6</sup>?

## **Warum machen wir uns selber etwas vor?**

Was erzählen wir uns eigentlich selbst, wenn sich mehr als die Hälfte der Österreicher\*innen gut über Nachhaltigkeit informiert fühlt und von sich selbst annimmt, sehr oder sogar gänzlich nachhaltig zu handeln? Den Erzählungen gegenüber steht ein Zehntel Marktanteil von »Bio« sowie die Tatsache, dass der Fleischverzehr hierzulande höher ist, als fast in allen anderen EU-Ländern.<sup>7</sup>

Warum machen wir uns etwas vor? Welche Notwendigkeit veranlasst uns dazu? Aus unseren eigenen Erzählungen können wir nicht nur ersehen, wie wir die unzähligen Informationen, die tagtäglich auf uns einprasseln, für uns selbst zu einfachen, wenig komplexen Wahrheiten »verdauen«. Aus unseren Erzählungen lässt sich auch ablesen, mit welchen Widersprüchen wir in der Gesellschaft zu leben haben. Wie wir diese in neue, widerspruchsfreie Erzählungen so umdeuten, dass unser Leben dennoch eine gute Geschichte mit einem anständigen Helden oder einer anständigen Heldin wird, wie es Nobelpreisträger Daniel Kahneman ausdrückte. Betrachten wir unsere subjektiven Erzählungen über nachhaltige Ernährung und biologische Lebensmittel als persönliche, inszenierte Lösungskompetenz,<sup>8</sup> so müssen wir uns fragen: Welche Kulturtechniken hat unsere Gesellschaft entwickelt, um den Spagat zu schaffen, mit gutem Gefühl gleich weiter leben zu können wie bisher, obwohl wir wissen, dass wir auf dem Highway zur Klimahölle sind, mit dem Fuß auf dem Gaspedal, wie es UN-Generalsekretär António Guterres kürzlich bezeichnete.<sup>9</sup>

## **Wie können wir uns verwandeln?**

Menschen unterschiedlicher Epochen, Kulturen und Zeitalter haben eines gemeinsam: Sie alle verwandeln sich im Laufe ihres Lebens. Wir reden, tun und denken als Kind völlig anders als mit achtzig Jahren. Wir »verkörpern« im wahrsten Sinne des Wortes mit acht Jahren eine andere Person als mit achtzig. Heute sind wir aufgefordert, uns in relativ kurzer Zeit zu Persönlichkeiten zu verwandeln, die nicht nur über »Bio« und nachhaltige Ernährung reden, sondern Nachhaltigkeit durch unser Tun, Reden und Denken auch zu »verkörpern«. Dazu müssen wir in der Lage sein, die aktuelle existenzielle Krise, die derzeit die ganze Menschheit bedroht, in eine persönliche positive Geschichte zu gießen.<sup>10</sup> Eine Geschichte, in der wir uns selbst erzählen können, warum es für uns lohnenswert ist, in kleinen, aber konsequenten Schritten das eigene Tun, Denken und Reden im Sinne einer nachhaltigen Zukunft dauerhaft zu verändern. Aber es gibt einen Haken an der von uns geforderten Verwandlung: Sie ist für uns unbequem.

---

<sup>5</sup> Vgl. <https://konsument.at/konsum-studie-zur-nachhaltigkeit-ernaehrung-mobilitaet-abfall/64540>

<sup>6</sup> Vgl. <https://konsument.at/konsum-studie-zur-nachhaltigkeit-ernaehrung-mobilitaet-abfall/64540>

<sup>7</sup> Vgl. <https://konsument.at/konsum-studie-zur-nachhaltigkeit-ernaehrung-mobilitaet-abfall/64540>

<sup>8</sup> Vgl. Samira El Quassil, Friedemann Karig: Erzählende Affen . Mythen, Lügen, Utopien. Wie Geschichten unser Leben bestimmen.

<sup>9</sup> Vgl. <https://www.tagesschau.de/inland/regional/nordrheinwestfalen/wdr-story-51601.html>

<sup>10</sup> Vgl. Samira El Quassil, Friedemann Karig: Erzählende Affen . Mythen, Lügen, Utopien. Wie Geschichten unser Leben bestimmen.

Wir lieben es zwar, den Heldinnen und Helden aus Film und Literatur dabei zuzusehen, wie sie schwerste Prüfungen zu bestehen haben, damit sie innerlich reifen, um am Ende verwandelt zu sein. Aber wir lieben es nicht besonders, wenn wir unsere eigene Sicherheit und unsere eigene Komfortzone aufgeben müssen, um uns tiefgründig verändern zu können. Zumal uns die Werbung suggeriert: Unsere Verwandlung ist auch ohne persönliches Risiko und ohne das anstrengende Durchlaufen eines Prozesses möglich, wenn wir das richtige Produkt oder die richtige Marke kaufen. Ist es daher verwunderlich, wenn die Hälfte der Österreicher\*innen zu »Bio« und zur nachhaltigen Ernährung einen sehr pragmatischen Zugang hat? Sie kaufen »Bio«, als wäre es ein Trend, den man sich gönnt, solange die Produkte leicht leistbar sind und eine unmittelbare Verbesserung der Lebensqualität versprechen. Hingegen erwerben nur rund ein Zehntel der Bevölkerung ökologisch produzierte Lebensmittel aus einer persönlichen Lebenshaltung heraus.<sup>11</sup>

### **Bin ich vielleicht doch ein ganz anderer?**

Das Bildungsformat »Heroes for Future – system(at)isch zu mehr Bio« baut auf einem Weltbild auf, das uns Menschen vorrangig als »Homo narrans« sieht. Wir begreifen die Welt und uns selbst, indem wir uns Geschichten darüber erzählen. Dabei versuchen wir unsere Existenz in Zusammenhängen darzustellen, die für uns einen Sinn ergeben. Dies machen wir mittels Erzählungen, die uns die Welt möglichst eindeutig erscheinen lassen und mit den Erzählungen jener Menschen übereinstimmen, die uns besonders am Herzen liegen. Sind wir dagegen bereit, uns selbst in unserer Widersprüchlichkeit und Inhomogenität wahrzunehmen, wie dies beim Thema »Bio« und nachhaltiger Ernährung häufig der Fall ist, bedeutet das meist eine Konfrontation mit uns selbst und unserem Selbstbild. Dies kann uns allerdings in eine existenzielle Krise führen, wenn wir feststellen, dass wir gar nicht der oder die sind, für den oder die wir uns bis jetzt gehalten haben. Das neue Bildungsformat bietet daher den Teilnehmer\*innen einen geeigneten und sicheren Rahmen für diese Konfrontation, die wir üblicherweise durch unsere »schlüssigen Geschichten« zu vermeiden suchen.

### **Bin ich der Schatz, die Schatzkarte oder das Rätsel?**

In mehrtägigen Workshops gehen Jugendliche und Erwachsene im Zusammenhang mit »Bio« und nachhaltiger Ernährung folgenden Fragen nach: Kann ich den Schatz, den »Bio« und eine nachhaltige Ernährung bereit stellt, in mir selber finden? Mit welcher Schatzkarte gelange ich am besten dorthin und wie finde ich diese? Und: Liegt das Rätsel in mir selbst, das es zu lösen gilt, um an den Schatz zu kommen? Das zur Verfügung gestellte Erzählmuster orientiert sich am bewährten Motiv der »Heldenreise«, deren spannende Struktur uns aus Literatur und Film vertraut ist. Die treibende Energie hinter den individuellen Erzählungen ist der Masterplot der Verwandlung. Verschiedene Methoden aus der Psychologie und Körperarbeit geben den Teilnehmer\*innen die Möglichkeit, ihre Erzählungen auf kognitiver, emotionaler und körperlicher Ebene zu erfahren. Das neue Bildungsformat ermöglicht uns somit, die an uns gestellten Anforderungen zur Verwandlung mit den individuellen Lebensumständen, den eigenen Ängsten und Wünschen sowie den sozialen und gesellschaftlichen Gegebenheiten als neue, ganz persönliche Geschichte über »Bio« und Nachhaltigkeit zu erzählen.

---

<sup>11</sup> [https://www.gallup.at/fileadmin/documents/PDF/Bio-Lebensmittel\\_in\\_Oesterreich.pdf](https://www.gallup.at/fileadmin/documents/PDF/Bio-Lebensmittel_in_Oesterreich.pdf)

## **Umgesetzte Maßnahmen im Rahmen der Förderperiode 2017 - 2019**

Im *Arbeitspaket 5: System(at)isch zu mehr Bio 3.0* wurde zur Vorbereitung des neu zu entwickelnden Bildungsformates auf Grundlage einer umfangreichen Literaturrecherche, einer Best-Practice-Recherche und Expert\*innengesprächen eine Studie erstellt.

Anschließend folgte die Konzepterstellung des Bildungsformates und die Durchführung eines ersten Pilotdurchganges in einer Schule mit nachfolgender Evaluierung und Adaption des Projektes.

In einem weiteren Schritt wurden zahlreiche Schulen kontaktiert. Lehrpersonen wurde das neue Bildungsformat vorgestellt und letztendlich fiel die Auswahl auf acht Schulklassen, in denen die Workshops anschließend stattfanden.

Den Abschluss des Projektes bildete das Verfassen eines Handbuches, indem die Maßnahmen und der Ablaufplan des mehrtägigen Workshops festgehalten wurden.

In drei weiteren Workshops erhielten Multiplikator\*innen eine Einführung zur Umsetzung des neuen Bildungsformates.

### **Nähere Auskunft:**

Bei Interesse an dem Bildungsformat kontaktieren Sie bitte: Lothar Greger, FiBL-Österreich:  
lothar.greger@fibl.org