

Neues aus der Ökologischen Tierhaltung 2009

ULRICH SCHUMACHER¹ & GEROLD RAHMANN²

¹ Bioland e.V., Ressort Landbau, Kaiserstrasse 18, 55116 Mainz,
ulrich.schumacher@bioland.de

² Johann Heinrich von Thünen-Institut, Institut für Ökologischen Landbau, Trenthorst 32,
23847 Trenthorst, gerold.rahmann@vti.bund.de

Das Jahr 2009 hat vollständig neue Vorzeichen als das Jahr 2008. Nicht nur für den Ökologischen Landbau war 2008 ein euphorisches Jahr. Die Umsätze stiegen, der Wirtschaft und der Gesellschaft ging es gut. Es sah so aus, als wenn es immer so weiter gehen könnte.

Nur 12 Monate später die Ernüchterung. Die Weltwirtschaft ist so tief zusammengebrochen wie noch nie. Alle Staaten mussten enorme Anstrengungen unternehmen, damit das Finanzsystem nicht kollabierte. Die Real-Wirtschaft ist in diesen Strudel mit gefangen worden. Deutschland als Exportweltmeister ist davon besonders betroffen. Notprogramme zur Wirtschaftsstabilisierung haben unsere Schulden innerhalb kürzester Zeit in ungeahnte Höhen wachsen lassen, die noch von unseren Enkeln und Urenkeln bezahlt werden müssen.

Die Wirtschaftskrise hat alle verunsichert und auch den Konsum beeinflusst. Selbst wenn die Konsumausgaben zunächst nicht gesunken (sondern sogar noch gestiegen) sind, so hat es einen Besinnungswandel gegeben. Erkennbar wird dieses darin, dass eher Urlaub in Deutschland gemacht wird, dass Hausgeräte einen Boom verzeichnen und Werte angehäuft werden, Preise wurden mehr verglichen, Anschaffungen genauer überlegt. Die Autoindustrie hat nur

durch die enormen staatlichen Unterstützungen Absatzrekorde verzeichnet. Den Premium-Auto-Produzenten steht das Wasser aber bis zum Hals.

Der Biosektor hatte zu Beginn des Jahres Angst, in diesen Premium-Strudel ebenfalls zu versinken. Die ersten Quartalszahlen des LEH-Handels zeigten mit -4 % Umsatz in diese Richtung. Der traditionelle Naturkosthandel konnte aber sein (hohes) Vorjahresniveau halten. Dieses ist ein Beweis dafür, dass die Bio-Stammkunden weiterhin eine hohe Priorität für Premiumlebensmittel haben und ihren Konsum eher woanders einschränken. Dagegen sind die Neukunden, die eher im LEH zu finden sind - und vor allen in den letzten Jahren als Bio-Kunden gewonnen wurden - zurückhaltender geworden.

Der Naturkosthandel hat frühzeitig auf Premium über den Standard des Biosiegels hinaus gesetzt: Regionalität, Authentizität, faire Produkte und enge Kundenbindung zeigen ihren Wert in der Krise. Das heißt nicht, dass sich der Naturkosthandel auf seine Position ausruhen darf. Die Qualitätsdiskussion ist weiter offen. Der Ökologische Landbau muss weiterhin seine eigene Leistung permanent hinterfragen und auf die Eignung für ein positives Kundenimage und als Antwort auf die ökologi-

schen Herausforderungen überprüfen. Die Verbände sind dabei besonders gefordert. Sie können ihre eigene Entwicklung beeinflussen und sich dabei vom Biosiegel differenzieren.

Artgerechte Tierhaltung ist weiterhin ein zentrales Kaufargument. Hier hat der Ökolandbau einen Vorsprung vor der konventionellen Tierhaltung. Sie sollte jedoch nicht einfach angenommen werden, sondern muss permanent weiterentwickelt werden.

Vorhandene Schwachstellen müssen ohne romantische Verklärungen konsequent und gezielt angegangen werden. Die reale Tierhaltung auf den Biobetrieben sollte flächendeckend den in Richtlinien und Werbebroschüren formulierten hohen Ansprüchen entsprechen. Die Richtlinien und Gesetze zur Ökologischen Tierhaltung müssen sich umgekehrt der Praxistauglichkeit und der Zukunftstauglichkeit dieser Ansprüche immer wieder neu stellen und entsprechend angepasst werden. Nur so kann der Ökolandbau ein Leitbild für die „Lebensmittelproduktion der Zukunft“ bleiben.

Die Tagungen sollen helfen, einen erfolgreichen Weg für die Zukunftssicherung des Biolandbaus zu sichern. Dieser Tagungsband ist aus ausgewählten Beiträgen der Tagungen 2008/09 zusammengestellt und führt die Reihe fort, die mit dem Tagungsband 2008 begonnen wurde.