Hand in Hand für mehr heimisches Bio

Noch immer wird etwa die Hälfte der Ökorohstoffe importiert. Um das zu ändern, sind verbindliche Kooperationen zwischen Landwirten, Verarbeitern und Händlern vor Ort erforderlich. Nur so werden heimische Waren und die Regionalität an Bedeutung gewinnen.

VON WOLFRAM DIENEL

Heimische Bioware ist knapp, rund 50 Prozent der Ökorohstoffe werden daher importiert (Schaack et al., 2011; BNN, 2011). Selbst Ökoagrarrohstoffe, die in Deutschland hergestellt werden könnten, wie Getreide oder Milch, kommen in erheblichem Umfang aus dem Ausland. Die Folge: Die Importe begrenzen den inländischen Erzeugerpreis und mindern den Anreiz für hiesige Landwirte, auf Bio umzustellen – die Umstellung stagniert. Und das, obwohl sich seit Jahren rund zehn Prozent der deutschen Landwirte laut Umfragen des Deutschen Bauernverbands für den Ökolandbau interessieren (DBV, 2014). Als Hauptbarriere nennen die Bauern zu niedrige Preise und mangelnde Absatzsicherheit. Da Arbeit und Boden hierzulande teuer sind, verursacht Biolandbau in Deutschland höhere Kosten als die Erzeugung nach EU-Ökostandard im Ausland.

Heimische Bioware in Wert setzen

Der Biolandbau in Deutschland braucht also höhere Erzeugerpreise – insbesondere Verbandsware. Für Bioverbandsgetreide wird derzeit ein Aufschlag von drei bis vier Euro je Dezitonne gezahlt, also fünf bis zehn Prozent mehr gegenüber EU-Bioware. Dies reicht aber nicht aus, um die Mehrkosten abzudecken. Ein noch höherer Aufschlag wäre nur durch einen nachweisbaren Mehrwert des Rohstoffs in der Vermarktung zu erzielen. Dazu braucht es eine offensive Kommunikation der Rohstoffherkunft verknüpft mit den Standards der deutschen Bioverbände. Das Thema heimische Herkunft müsste dabei über Werbung, Handzettel und direkt am Produkt kommuniziert werden, sodass der Verbraucher schnell und sicher erkennen kann: Dies ist ein überwiegend aus heimischen Biorohstoffen hergestelltes Produkt. Nur so, indem er die heimische Bioware als solche erkennt, kann der Verbraucher seine Kaufentscheidung bewusst treffen. Die damit zusammenhängende Verknüpfung zwischen Vermarktung und Rohstoffherkunft könnte den deutschen Ökolandwirten zudem eine langfristige Absatzsicherheit signalisieren.

Kooperation der Verarbeiter untereinander

Viele Bioverarbeiter und Biohändler wollen mehr Rohstoffe aus Deutschland einsetzen; erstens, weil es sicherer ist, zweitens, weil eine heimische Herkunft der Vorstellung der Verbraucher von Bio entspricht und drittens aufgrund der inneren Motivation vieler Biounternehmer. Damit die Herkunft mit der erforderlichen Durchschlagskraft kommuniziert werden kann, müssen zunächst genügend Menschen für das Thema sensibilisiert werden. Die erforderlichen Kommunikationsmaßnahmen können die überwiegend klein- und mittelständischen Bioverarbeiter nicht alleine finanzieren. Zudem sind langfristige Kooperationen zwischen Verarbeitern sinnvoll, um Landwirten für ihre gesamte Produktpalette Abnahmesicherheit zu bieten und sich selbst genug Rohware zu sichern. Dazu zählt auch die Abnahmesicherheit für witterungsbedingt schwankende Qualitäten, beispielsweise indem bei minderer Backqualität Getreide als Futtergetreide verkauft

Wer nimmt bei Schälware die Ernte ab, wenn die Qualität einmal schlechter ausfällt? Eine Kooperation mit einer Ölmühle bietet dem Bauern Sicherheit.

FOTO: BLE/Thomas Stephan

wird. Eine sichere Zweitverwertungsperspektive ist auch besonders wichtig für die Ausdehnung des heimischen Öl- und Eiweißpflanzen-Anbaus; so könnte Speisesoja ebenfalls zur Futterherstellung verwendet werden, sollte die Speisequalität nicht erreicht werden. Umstellungs- oder investitionsinteressierte Landwirte erhalten auf diese Weise eine verlässliche Marktperspektive.

Stärke durch Gemeinschaft

Bioverarbeiter können auf unterschiedliche Arten miteinander und mit anderen Marktteilnehmern zusammenarbeiten, um eine exklusive Absicherung der heimischen Rohstoffbeschaffung zu erreichen: Damit sich Unternehmen als Regionalhersteller positionieren können, sollten zum Beispiel Betriebe miteinander kooperieren, die nicht konkurrieren, etwa eine Ölmühle mit einem Getreideverarbeiter oder eine Molkerei mit einem Fleischverarbeiter. Oder es kooperieren Bäckereien miteinander, die sich ergänzende Rohstoffqualitäten wie Keksmehle mit geringem und Backmehle mit hohem Klebergehalt benötigen. Oder das Beispiel Sonnenblumen: Deren Anbau ist in Deutschland aufgrund der klimatischen Verhältnisse relativ risikobehaftet. Werden die für geschälte Konsumware erforderlichen Qualitäten nicht erreicht, bietet sich die Verarbeitung zu Öl an. Wenn nun Nachfrager nach Sonnenblumensaaten für die Ölherstellung und solche für geschälte Konsumware gemeinsam agieren, hat der Landwirt eine Verwertungsalternative und somit Absatzsicherheit. Die Beschaffung für solche Verarbeiterkooperationen können Erzeugergemeinschaften organisieren. Wichtig sind ein gemeinsames Ziel und eine abgestimmte Beschaffungsstrategie der beteiligten Verarbeiter.

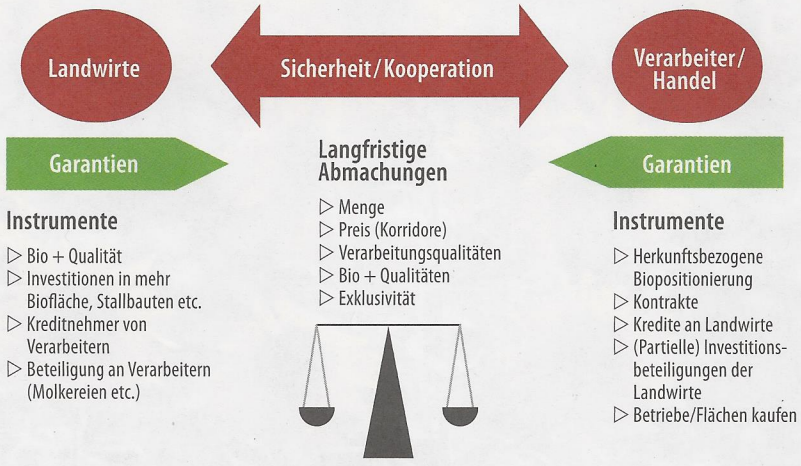
Im Idealfall kann Ökolandwirten so eine Absatzsicherheit für ganze Fruchtfolgen geboten werden. Im Rahmen der bio-offensive wird ein entsprechender Ansatz in Mittel-Ostdeutschland unterstützt. Und in Norddeutschland organisierte ein Netzwerk aus einer Molkerei, Getreide- und Fleischverarbeitern sowie einer Erzeugergemeinschaft einen gemeinsamen Biomarktchancen-Tag. Dabei gelang es nicht nur, viele Landwirte für eine Umstellung auf Öko zu interessieren, sondern auch mithilfe der Erzeugerbetreuung durch die Biomolkerei vertraglich zu binden.

Ein weiterer Bereich ist die gemeinschaftliche Nutzung von Logistik- und Vertriebsstrukturen. Zum Beispiel organisiert ein Netzwerk von Hofverarbeitern in Schleswig-Holstein die gemeinsame Belieferung des Lebensmitteleinzelhandels (LEH). Und Bioland unterstützt seine regionalen Erzeuger und Verarbeiter dabei, die Belieferung der Edeka-Regionalgesellschaften zu organisieren. Die Abwicklung an der Schnittstelle zu Edeka Nord übernimmt dabei eine Kooperation von Westhof Bio und der Erzeugergemeinschaft Vermarktungsgesellschaft Bioland Schleswig-Holstein.

Um gemeinsame Kommunikations- oder Qualitätssicherungsanliegen einer (Teil-)Branche zu ermöglichen, sollten zahlreiche Unternehmen kooperieren. Um zum Beispiel das Thema Herkunft im Ökomarkt darzustellen, sollten sich möglichst viele Unternehmen einem Mindestziel der Rohstoffherkunft verpflichten. Ein Vorbild für Branchenkampagnen im Biomarkt ist die seit 2012 laufende Aktion „Biokartoffeln ▷

von hier – 300 Tage im Jahr". 2015 wurde aus diesen Erfahrungen heraus die Ökokommunikationsplattform Mehrbio.de gegründet. Hier arbeiten alle Stufen der „Wertschöpfungskette Biokartoffel" zusammen – von den Erzeugern und ihren Erzeugergemeinschaften über die Kartoffelpackbetriebe bis zu LEH-Ketten wie Rewe, tegut und Alnatura. Inwieweit dieser Kommunikationsansatz auch auf Getreideprodukte aus heimischen Rohstoffen anwendbar ist, soll im Jahr 2016 ein bio-offensive-Leuchtturmvorhaben des Kompetenzzentrums Ökolandbau Niedersachsen untersuchen.

Abbildung: Instrumente für Kooperationssicherheit



Die Basis muss stimmen

Zuverlässige Handelsbeziehungen und eine koordinierte Ablaufplanung sind unerlässlich, um heimische Ökorohstoffe zu beschaffen. Dies gilt für alle Komponenten der Wertschöpfungskette. Trotz gemeinsamer Interessen funktionieren Kooperationen allerdings nicht immer selbstverständlich. Es gilt daher zu vermeiden, dass das partnerschaftliche Grundverständnis unterlaufen wird, sobald einem Beteiligten von dritter Seite bessere Preise oder Lieferkonditionen angeboten werden. Bislang setzen Einkäufer in Verarbeitungsunternehmen, die für die Beschaffung der Rohware zuständig sind, vor allem auf vertraglich vereinbarte Sanktionsmaßnahmen, wenn der Lieferant in Verzug gerät. Dieses Verhalten führt jedoch nur selten zu dauerhaften Handelsbeziehungen oder Kooperationen. Daher ist es sinnvoll, die vereinbarten Inhalte der Zusammenarbeit abzusichern. Eine Erzeugergemeinschaft kann sich beispielsweise an den Investitionen für die Verbesserung der Reinigung eines regionalen Sojabohnen-Aufbereiters beteiligen und garantiert ihm damit die Liefersicherheit im knappen heimischen Sojamarkt. Der sich anschließende regionale Tofuhersteller liefert als Abnahmegarantie seine herkunftsbezogene Endverbraucherkommunikation. Ein anderes Beispiel ist eine investitionsintensive und sehr spezialisierte Chicorée-Treiberei, die vom abnehmenden Großhandel einen Investitionskredit als Beteiligung verlangte, um die Zusammenarbeit und damit die langfristige Amortisation sicherzustellen.

Die Beispiele zeigen, dass die gleichgewichtete Verteilung der projektbezogenen Investitionen – das können auch die Lernkosten für eine Umstellung oder eine neue Anbaufrucht sein – als Instrumente der Kooperationssicherheit bewusst genutzt werden sollten, um die Einhaltung von Lieferanten- oder Abnahmevereinbarungen abzusichern.

Der Bund ist gefragt

Die Vermarktung zu fördern, ist meist Ländersache. Dies zersplittert den kleinen Biomarkt, reduziert die Spezialisierungsvorteile und treibt die Kosten in die Höhe. Beim Kooperationsaufbau ist daher der Bund gefragt. Er sollte jetzt im Rahmen der geplanten „Zukunftsstrategie ökologischer Landbau" die notwendige Vernetzung sowie eine Kooperation über die Grenzen der Bundesländer und Nachbarstaaten hinweg unterstützen. □

Literatur

» *BNN (2011): **BNN Nachhaltigkeitsmonitoring 2011.** Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN), Berlin. Abrufbar unter www.n-bnn.de/der-bnn-Nachhaltigkeitsmonitor*

» *DBV (2014): **Konjunkturbarometer Landwirtschaft.** Deutscher Bauernverband (DBV), Berlin. Abrufbar unter http://kurzlink.de/situationsbericht*

» *Schaack, D. et al. (2011): **Analyse der Entwicklung des ausländischen Angebots bei Bioprodukten mit Relevanz für den deutschen Biomarkt.** Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI), Bonn. Abrufbar unter www.bioimporte.de*

DR. WOLFRAM DIENEL
ÖkoStrategie Wissen & Beratung, Projekt bio-offensive und Leiter Referat Ökolandbau des Deutschen Bauernverbands (DBV), dienel@oeko-strat.de