

## Bio 3.0: Klischee oder Wirklichkeit?

### Dossier zum animierten Bio-Wissensfilm

## Episode 8: Bio ist auch nicht mehr das, was es einmal war

Video-Link: <https://youtu.be/lcbAvFQ7b9o>

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

- Dass sich der Biolandbau so positiv entwickeln konnte, liegt am Engagement zahlreicher Biobäuerinnen und Biobauern, aber auch am Einsatz vieler Menschen in Politik, Forschung und Vermarktung. Und ganz wesentlich haben immer auch schon Konsument/innen zur erfolgreichen Entwicklung der biologischen Landwirtschaft beigetragen. Die Pionier/innen verfolgten ein gemeinsames Ziel. Ob Landwirt/innen, Vermarkter/innen, Konsument/innen, Wissenschaftler/innen oder Politiker/innen - sie alle vereinte das Engagement für eine moderne, zukunftsorientierte Landwirtschaft ebenso wie der Wunsch eine nachhaltige Alternative zur zunehmenden Industrialisierung der Landwirtschaft zu schaffen.
- Zu Beginn war man unter sich, die Zahl der Biobetriebe war überschaubar, die Kommunikation fand auf persönlicher Ebene statt. Doch bereits in den 1950er Jahren entwickelten sich klarere Strukturen: Schon bald entstanden neue Organisations- und Vermarktungsstrukturen, die zu einer Weiterentwicklung der biologischen Landwirtschaft beitrugen und den Übergang von der Pionierphase zum standardisierten Biolandbau vorbereiteten. Die ersten Bio-Verbände entstanden, Biobäuerinnen und Biobauern begannen sich verstärkt zu vernetzen und sich auszutauschen. Dieser rege Wissens- und Informationsfluss innerhalb der Bioszene bildet auch heute noch eine der wesentlichen Grundlagen für das innovative Potential der biologischen Landwirtschaft. Die Biobewegung wuchs, immer mehr Betriebe stellten auf Bio um, immer mehr Konsument/innen kauften biologische Lebensmittel.
- In der Anfangsphase des biologischen Landbaus, als die Betriebe ihre Produkte direkt an die Kund/innen verkauften und die Landwirt/innen selbst für die Qualität des Anbaus und der Produkte garantierten, waren detaillierte Richtlinien sowie aufwändige Kontroll- und Zertifizierungssysteme noch nicht nötig. Erst als der Biomarkt größer und später auch globaler wurde, mussten die Konsument/innen vor Bio-Trittbrettfahrern und die Bio-Produzent/innen vor unfairem Wettbewerb gesetzlich geschützt werden. Die Einführung und Standardisierung von Richtlinien wurde unerlässlich.
- Die strengen Kontrollen und die Zertifizierung haben zwar das Vertrauen der Konsument/innen in Bioprodukte gestärkt und die Absatzmöglichkeiten verbessert, mit den steigenden Anforderungen und den immer detaillierter werdenden Richtlinien wird die Biozertifizierung für viele Biolandwirt/innen jedoch zunehmend zu einer finanziellen und zeitlichen Belastung. Eine Weiterentwicklung von Bio bedeutet daher, dass wohl auch im Bereich der Qualitätssicherung und Zertifizierung in Zukunft neue Ansätze nötig sein werden. Dass dabei Transparenz und Seriosität weiterhin garantiert werden müssen versteht sich von selbst.
- Heute gibt es die Biobranche als einheitliche Bewegung so nicht mehr. Viele Pioniere haben sich verändert und neue Akteure kommen mit unterschiedlichsten Beweggründen dazu.
- Mit dem Einstieg der Supermärkte in die Bio-Vermarktung Mitte der 1990er Jahre verbesserten sich die Absatzmöglichkeiten für Biolebensmittel deutlich. Die Nachfrage

wuchs, der Markt wurde dynamischer, Bioprodukte wurden zur global gehandelten Ware. Die Biobranche entwickelte professionelle Strukturen, Produzenten schlossen sich zusammen, neue Absatz- und Betriebswege wurden geschaffen. Parallel zu dieser Entwicklung wuchsen auch Befürchtungen, dass die Bioware in der Masse anonym wird und dass mit der Identität auch Werte verschwinden würden.

- Durch die Vermarktung von Biolebensmitteln in Supermärkten und Diskontern sind Biobetriebe mit neuen Strukturen, Prinzipien sowie auch ökonomischen Zwängen (Schlagwort Preisdruck) konfrontiert. Viele Biobetriebe reagieren darauf mit Spezialisierung, aber auch Professionalisierung der Produktion. Kritiker/innen meinen, der Biolandbau habe sich „konventionalisiert“ und den Strukturen der Supermarktketten angepasst – nach dem Motto „immer größer, immer anonym“. Doch auch wenn die professionelle Vermarktung den Druck auf Biobetriebe erhöht, darf man nicht vergessen: Gerade der Handel hat dazu beigetragen Bio in die Mitte der Gesellschaft zu rücken und immer mehr Menschen den Bioeinkauf zu ermöglichen. Und abgesehen davon erfüllen Bio-Eigenmarkten oft zusätzliche und noch strengere Kriterien als die EU Bio-Verordnung (z.B. was die Tierhaltung betrifft).
- Die Erwartungshaltung der Konsument/innen wird maßgeblich von der Werbung beeinflusst. Nicht selten zeichnet diese ein idyllisch verklärtes Bild. Es kann jedoch nicht erwartet werden, dass Biobäuerinnen und Biobauern ihren Hof wie vor hundert Jahren bewirtschaften. Das würde eine moderne, biologische Landwirtschaft verhindern bzw. zum Nischendasein zwingen. Auch wenn Bio größer und spezialisierter wird: die Größe eines Betriebes sagt noch nichts über die Qualität aus. Bio und groß ist kein Widerspruch. Große wie kleine Biobetriebe können eine sorgfältige Bodenbearbeitung oder artgemäße Tierhaltung vorbildlich umsetzen. Egal ob groß oder klein – wir alle profitieren vom Bio-Wachstum.
- Die heute geltenden Bio-Richtlinien bauen auf den Grundprinzipien und ursprünglichen Werten der Biolandwirtschaft auf, wurden aber im Laufe der Jahre ständig ausgebaut und weiterentwickelt. Bereits in den 1970er Jahren wurden die Prinzipien der IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) verabschiedet. Diese Prinzipien – Ökologie, Gesundheit, Gerechtigkeit, Sorgfalt – stellen die Basis der weltweiten Biobewegung dar, darauf bauen die allgemein gültigen Grundprinzipien der Biolandwirtschaft auf, die alle wesentlichen Bereiche der Lebensmittelproduktion von Pflanzenbau über Tierhaltung bis hin zur Verarbeitung und Vermarktung abdecken und dabei sowohl ökologische als auch ökonomische und ethische Aspekte berücksichtigen. Auch die detaillierten und umfassenden EU Bio-Richtlinien gehen auf diese Grundprinzipien zurück.
- Die Reflexion der bisherigen Entwicklung des Biolandbaus und die Respektierung der Bioprinzipien sind wichtig, es geht aber auch um eine dynamische Auseinandersetzung mit möglichen Zukunftsperspektiven. Der Biolandbau soll und kann daher auch nicht in die Pionierzeiten zurückkehren, sondern muss sich weiterentwickeln, um weiterhin Lösungen für viele globale Herausforderungen wie Klimawandel oder Biodiversitätskrise zu bieten. Gleichzeitig gilt es, die zentralen Biowerte (fruchtbarer Boden, Schließen stofflicher und energetischer Kreisläufe, Verantwortung und Respekt gegenüber Mensch, Tier und Natur) weiter umzusetzen und die Vielfalt an Betriebsstrukturen und -größen in der Bio-Erzeugung, -Verarbeitung und -Vermarktung sicherzustellen.

- Für eine Weiterentwicklung braucht es neue Strategien, Konzepte und Maßnahmen. Diese sollen in ihrer Gesamtheit dazu beitragen, die Grundprinzipien der biologischen Landwirtschaft zu berücksichtigen, die ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit noch stärker zu verankern, die Kommunikation mit den Konsument/innen zu verstärken und das Innovationspotential des Biolandbaus zu fördern und weiter auszubauen. Es geht um eine Weiterentwicklung, die Transparenz und Seriosität garantiert und das Vertrauen in die Biolandwirtschaft stärkt. Damit die biologische Landwirtschaft als eine Schlüsseltechnologie des 21. Jahrhunderts weiterhin Alternativen und Lösungen für viele globale Herausforderungen bieten kann.
- Die Weiterentwicklung des Biolandbaus wird in seiner gesamten Prozesskette vom Boden bis zum Teller unter Berücksichtigung klarer Kriterien, Indikatoren und Messgrößen für die Nachhaltigkeit evaluiert. Bio verfolgt dabei nicht nur eine Strategie der Effizienzsteigerung, sondern integriert immer auch die Idee der Suffizienz, d. h., dass es angesichts beschränkter Ressourcen kein unbeschränktes Wachstum geben kann. Die Suffizienzwirtschaft („Nicht mehr brauchen als wir für ein ausgewogenes, gesundes, ausgefülltes Leben benötigen“) bedeutet einen geringeren Ressourceneinsatz, um einen ökonomisch sinnvollen und ökologisch vertretbaren Output zu erreichen.
- Die Biolandwirtschaft bleibt vielfältig. Sie wird weiterhin ihre Werte leben, die ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit groß schreiben, Innovationen verantwortungsvoll umsetzen und wie bisher mit Lösungen für viele gesellschaftliche Herausforderungen überzeugen. Damit es auch so bleibt, ist es gut, dass Bio sich weiterentwickelt und nicht mehr ganz so ist, wie es einmal war.

#### Verwendete Literatur

- Arbenz, M. et al. (2015): ORGANIC 3.0 - for Truly Sustainable Farming & Consumption. Discussion Paper.
- Beck, A. (2019): Wachstumsschmerzen. Wie die Biobranche auf die Dynamik der Märkte reagieren sollte – ein Plädoyer für mehr Selbstverantwortung. Der kritischer Agrarbericht 2019.
- Beck, A. (2019): Wachstum in der Bio-Lebensmittelwirtschaft. [www.bio-austria.at](http://www.bio-austria.at); Abruf am 13.05.2019. <https://www.bio-austria.at/wachstum-in-der-bio-lebensmittelwirtschaft>.
- Bio Austria (2017): Mit Bio die Landwirtschaft der Zukunft gestalten. Schlussfolgerungen aus dem „Bio 3.0“-Diskussionsprozess von Bioland, Naturland, BIO AUSTRIA und Bio Suisse. Abruf am 13.05.2019. <https://www.bio-austria.at/mit-bio-die-landwirtschaft-der-zukunft-gestalten>.
- Gottwald, F.-T. (2016): Welches Wachstum passt zum Ökolandbau? Der kritische Agrarbericht 2016.
- Groier, M. (2013): Wie weit darf Bio gehen? Analyse von Konventionalisierungsrisiken im Bereich der biologischen Landwirtschaft Österreichs. Bundesanstalt für Bergbauernfragen, Forschungsbericht Nr. 69.
- Niggli, U. et al. (2015): Mit Bio zu einer modernen und nachhaltigen Landwirtschaft. Ein Diskussionsbeitrag zum Öko- oder Biolandbau 3.0.

- Teil, G. (2014): Is Organic Farming Unsustainable? Analysis of the Debate About the Conventionalisation of the Organic Label Organic Farming, Prototype for Sustainable Agricultures, pp 324-344.
- Widl, V. (2018): Wohin geht nun die Bioreise? Regal 8/2018.
- Yussefi-Menzler, M. (2015): Weder Illusion noch Statussymbol – Bio als gesellschaftliche Alternative. Der kritische Agrarbericht 2015.