

Bio-Landbau Öko-Branche besinnt sich auf alte Werte

VON STEPHAN BÖRNECKE

Bio, sagt Michael Beer, Prokurist beim Ökokost-Großhändler Bodan, "ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Doch darauf", mahnt der Mann vom Bodensee, "dürfen wir uns nicht ausruhen". Die Konkurrenz schläft nicht in einem immer härteren Wettbewerb, der zwischen Naturkostfachhändler, Hofläden, Bio-Supermärkten sowie den Marktriesen Aldi, Edeka und anderen tobt.

Die boomende Nachfrage, die Verwässerung der EU-Ökoverordnung, Rohstoffknappheit und der Preiskampf gehen einher mit der Sorge um die Qualität, zumal auch der nach Kundenprotesten gestoppte Einstieg der Schwarz-Gruppe (Lidl) beim Bio-Supermarkt Basic für Verunsicherung gesorgt hat.

Denn der Markt strebt auf ein Zwei-Klassen-Bio zu: Hier Normal-Bio nach EU-Standard, dort das Premium-Bio der Verbände. Die Glaubwürdigkeit steht auf dem Spiel und damit die Eckpfeiler des Biolandbaus, "der ohne ethische Grundwerte nicht existent ist", wie Franz-Theo Gottwald, Vorstand der Schweisfurth-Stiftung im jüngsten Kritischen Agrarbericht unterstreicht.

Die Rückbesinnung auf ehemals selbstverständliche Werte treibt die Branche um. Der Verein "Bestes Bio - Fair für alle", der am Freitag bei der Biofach in Nürnberg seine Ziele darlegt, ist ein Beispiel dafür: Ausgehend von der Fair-Milch der Upländer Bauernmolkerei, die dem Kunden fünf zusätzliche Cent für einen aus Bauernsicht fairen Preis abzwackte, bekennen sich die hinter der Initiative stehenden Firmen auf "fairen Umgang mit allen", sagt die Vorsitzende Karin Arzt-Steinbrink.

Fair zu Bauern, sozial gegenüber Mitarbeitern, auf den Schutz der Natur und auf die regionale Herkunft der Rohstoffe verpflichtet, arbeitet die Gruppe gegen eine Aufweichung von Idealen, die bei Bio mitschwingen sollten, aber es längst nicht immer tun.

Die Branche besinnt sich ihrer Herkunft in einer Zeit, in der "die Verpackung wichtiger geworden ist als der Inhalt". Diese Kritik meint Hermann Heldmann, Bio-Großhändler aus Göttingen, im direkten und zugleich im übertragenen Sinn: Heldmann, ein Bio-Urgestein, vermisst Werte wie Nachhaltigkeit, Klimaschutz, Regionalität aber auch soziale Standards und fairen Handel, die er "wieder ganz nach vorne stellen" möchte im Biohandel, um damit die "Wertigkeit des Produkts" zu verdeutlichen.

Aber auch darum geht es ihm: Wenn der Göttinger durch sein Lager geht, dann stößt er auf Drei-Kilo-Eimer mit Marmelade, deren Fruchtgehalt zu wünschen übrig lässt, genauso wie auf Müsli, das einen Zuckeranteil von 30, gar 35 Prozent hat. "Da läuft seit einigen Jahren eine gewaltige Verbrauchertäuschung", sagt der Chef von Naturkost Elkershausen.

Derartige Fehlentwicklungen bleiben dem Verbraucher meist verborgen, hatte Ulrich Schumacher, Tierexperte beim Anbauverband Bioland, bereits im vergangenen Sommer bei einer Ethik-Tagung des Agrarbündnisses kritisiert: Er beobachte einen Trend zur Anonymisierung der Rohware, bei dem "selbst der Händler nicht mehr weiß, wo Gemüse, Getreide und Fleisch herkommen".

Dabei sind, so Katja Niedzwezy, Sprecherin des Bundesverbands Naturkost Naturwaren

(BNN), "viele Unternehmen überhaupt erst entstanden, weil die Gründer auch gesellschaftlich etwas in Bewegung bringen wollten". Ihr heutiger Erfolg beruhe zu einem großen Teil auf dem hohen Vertrauen der Kunden.

Damit dieses Vertrauen, so auch Elke Röder, BNN-Geschäftsführerin, erhalten bleibt, diskutiert die Organisation, der 60 Großhändler und Hersteller angehören, einen Branchenkodex. Die Branche will sich an selbst gesetzten Mindeststandards, ob zur sozialen Verantwortung, Gesundheit, regionale Stoffkreisläufe oder die besondere Produktqualität, "messen lassen".

Gerade die besondere Bio-Qualitätsgarantie, darüber sind sich inzwischen auch die größeren unter den Bio-Playern im Klaren, setzt in Zeiten hoher Nachfrage eine enge Bindung zwischen Erzeuger und Handel voraus. So zeigt sich auch Andreas Swoboda, Qualitätschef bei der Supermarktkette Tegut, in einem Interview mit dem DLZ-Agrarmagazin "besorgt" über die partielle Rohstoffknappheit auf dem Bio-Markt. Mit einer "echten Partnerschaft" zu den Landwirten habe man dieser misslichen Lage "frühzeitig" begegnen können.

Denn wenn mal Bio-Fleisch, dann wieder Hafer oder Äpfel in Öko-Qualität am dem Markt fehlen, muss längst nicht jeder Bio-Akteur diese Knappheit spüren. Es hilft die enge Kooperation, weiß Peter Knopp, Handelschef beim Bio-Großhändler Dennree: "Wenn man mit seinen Erzeugern 30 Jahre zusammen arbeitet", sagt Knopp, dann sei ein Vertrauensverhältnis entstanden und damit Liefer- und Abnahmetreue.

"Wenn man allerdings neu in den Markt reinkommt", ob als Discounter oder Bio-Supermarkt, "hat man sicher Probleme", genug hochwertige Öko-Ware zu ordern.

Inzwischen wird die Palette der Werte, mit denen Bio auftritt, um soziale Aspekte erweitert: Denn weder der Staat noch die Anbauorganisationen hätten sich bislang um Sozialstandards im Bio-Bereich gekümmert, analysiert Otto Schmid vom schweizerischen Forschungsinstitut für ökologischen Landbau (FiBL).

Das Thema werde bisher nur bei Entwicklungsländern thematisiert, nicht aber im eigenen Land. Dabei ist es ein offenes Geheimnis, dass die Branche damit manchmal schludert. Der faire Umgang mit den Kollegen aber sollte selbstverständlich sein, sagt Gerald Wehde, agrarpolitischer Experte bei Bioland, damit die Frage obsolet ist: "Wird im Bio-Handel denn wenigstens gut bezahlt?"