

# Naturgemäß fair

*Der Biobranche ist Fairness immanent. Sie gründet sich auf eine enkeltaugliche Landwirtschaft, setzt auf soziales Miteinander und stellt den ökonomischen Eigennutz nicht an oberste Stelle. Preissteigerungen, Naturkatastrophen und der Wettbewerb am Markt stellen aber auch sie vor Bewährungsproben.*

Von Franz-Theo Gottwald und Niels Kohlschütter

Die Biobranche hat seit vielen Jahren eine hohe Wachstumsdynamik. Dennoch gilt nach innen entlang der Lieferketten und nach außen zu den Kund\*innen, dass Wertorientierungen wie ein langfristiger Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen, gerechte Arbeitsbedingungen und Entlohnungen, Handel auf Augenhöhe als ethische Maßstäbe für unternehmerische Entscheidungen und in Konfliktsituationen herangezogen werden. Stark aus der Biolebensmittelwirtschaft vorangetriebene Initiativen wie „true-cost-accounting“ belegen die Orientierung dieser Branche an alternativen Konzepten des Wirtschaftens genauso wie die Einrichtung einer Schiedsstelle zwischen Lidl und Bioland. „Faires Wirtschaften“ ist eine wirtschaftsethische Richtschnur. Es bedeutet, dass Gemeinwohl, also das verträgliche und dauerhafte Miteinander von Menschen und natürlicher Mitwelt innerhalb der planetaren Grenzen, eine höhere Wichtigkeit hat als Gewinnmaximierung des Einzelunternehmens. Vorreiterunternehmen zeigen seit über 30 Jahren, wie dies marktlich funktionieren kann, und inspirieren andere zum Mitmachen.

In weiten Teilen der Gesellschaft wird die Umstellung auf Ökolandbau, die Verarbeitung und Vermarktung von Bioprodukten im Vergleich zur konventionellen Land- und Lebensmittelwirtschaft als ethischeres Wirtschaften verstanden. Der Biobranche wird eine relative moralische Vorzüglichkeit zugesprochen. Denn der Kern der Biobranche, der ökologische Landbau, zeichnet sich vor allem durch eine ressourcenschonendere, umwelt- und tiergerechtere Form der Landwirtschaft aus, die einen geschlossenen Nährstoffkreislauf anstrebt und vielfältige Fruchtfolgen anbaut. Damit werden viele gesellschaftliche Erwartungen an eine nachhaltige, enkeltaugliche, ethisch verantwortbare Landwirtschaft erfüllt.

Die gesellschaftlichen Erwartungen an die Biolebensmittelwirtschaft richten sich aber nicht nur auf einen enkeltauglichen Umgang mit der natürlichen Mitwelt. Sie richten sich

auch auf das soziale Verhalten. Und in der Tat gibt es Belege dafür, dass in der Biobranche – beispielsweise bei Milchlieferverträgen, Leistungsgesprächen oder hinsichtlich des Umgangs mit Reklamationen – auf mehr Fairness gesetzt wird, als dies andernorts üblich ist. In diesen Zusammenhängen heißt soziale Fairness, dass die Vorteile der am wenigsten begünstigten Glieder in den Lieferketten eine besondere Berücksichtigung erfahren, damit auch das schwächste Glied der ökologischen Ernährungssysteme eine sozioökonomisch gute Zukunft haben kann. Immer mehr Herstellerunternehmen folgen zum Beispiel einer Auditierung und Zertifizierung nach dem Standard der Gemeinwohl-Ökonomie oder loben die Befolgung des Fairness- oder Sozialstandards zum Beispiel von Naturland oder neuerdings des We-Care-Siegels aus.

## Partnerschaften auf Augenhöhe

Der ökonomische Eigennutz steht in der Branche also nicht selbstverständlich an oberster Stelle unternehmerischer Entscheidungen. Langfristige Partnerschaften zwischen Lieferanten und Verarbeitern oder auch im Naturkostfachhandel, also Sozialfaktoren, die Kooperation statt Konkurrenz handlungsleitend sein lassen, spielen zwischen den einzelnen Wirtschaftsakteur\*innen entlang der Biowertschöpfungsketten eine besondere Rolle. Das kann auch daran liegen, dass der Erfolg in der Branche mehr als andernorts davon abhängt, rücksichtsvoll und wertschätzend miteinander umzugehen. Denn die Produkte der Ökobranche können nur entstehen, wenn sie die komplexen Spezifikationen von Verarbeitung und Handel an Menge und Qualität erfüllen. Sie setzen also, auf jeder Stufe der Wertschöpfung, besonderes Können voraus, das schwer zu ersetzen ist. Lieferanten sind eben nicht so leicht austauschbar, wie in der konventionellen Lebensmittelwirtschaft. Häufig sind das Angebot an Rohware, die Verarbeitungs-





Treiber der Transformation: Bio hat die Welt sozialer, demokratischer, diverser und inklusiver gemacht.

kapazität oder die Regalmeter knapp und die Nachfrage größer. Um also nicht die Spezialisten zu verlieren, geht es bedingt fair zu und es wird „gedämpften Preismodellen“ der Vorzug vor aggressiven Modellen des Wettbewerbs gegeben.

Bewährungsproben für Fairness sind vor allem dann gegeben, wenn Kosten steigen. Derzeit verteuern sich Rohstoffe, Energie, Transport massiv. Wenn die Preise für Öle, Fette, Früchte und Süßungsmittel deutlich anziehen, wenn Getreide, Kakao, Obst, Hülsenfrüchte und andere Rohwaren durch neue Knappheiten teurer werden, dann heißt dies für jedes Glied der Wertschöpfungskette, seine Kostensteigerung weitergeben zu müssen. Auch die Kosten für Verpackungsmaterial schlagen, aufs Jahr gerechnet, bei manchem Hersteller mit einer Verteuerung von bis zu 50 Prozent zu Buche. So wundert die Prognose nicht, dass es gelegentlich gerade im laufenden Jahr 2022 zu Preiserhöhungen im zweistelligen Prozentbereich kommen könnte. Da stehen dann nicht nur schwere Verhandlungen an, sondern mitunter auch Fragen nach Auslistung oder gar öffentliche Kritik, wenn Verbraucher\*innen den Kostendruck und die Preiserhöhungen von bis zu 50 Prozent nicht (mehr) verstehen.

Wenn zusätzlich noch Unwetter oder Folgen des Klimawandels zu schlechteren Ernten führen, sowohl was die Mengen als auch was die Qualitäten angeht, werden auch bislang belastbare Partnerschaften und eine gute Unternehmensmoral schwer geprüft.

## Lösungen für faires Wirtschaften

Für ein lebendiges und tragfähiges Branchenethos, das auf Kooperation und Koevolution setzt, ist es allerdings noch schwieriger, wenn „schwarze Schafe“ eine gemeinsame Erschließung neuer Märkte in Gefahr bringen. Auch in der Biobiolebensmittelwirtschaft gibt es Unternehmen, die beim Flächenpachten, der Tierhaltung oder der Vertragserfüllung die skizzierten ethischen Werthaltungen verletzen. Wenn bei knapper Brauergerste so getan wird, als ob wegen Ernteverlusten nicht genug der vertraglich der Brauerei zugesicherten Ware zur Verfügung stünde, aber der besser zahlende Wettbewerber die ausstehenden Mengen bei sich einbuchen kann, dann zeigt dies, dass Bio kein Idealsystem ist, welches aus sich heraus die Befolgung der Normen der Fairness garantieren könnte. Und auch im internationalen Handel mit Biowaren können, bei aller Sorgfalt in der Überprüfung, gelegentlich Qualitäts- und andere Probleme sozialer Ungerechtigkeiten durch Betrug oder Unwissenheit entstehen.

Eine besondere Herausforderung hinsichtlich eines fairen Miteinanders in der Biobranche stellt das Umstellungsthe-ma dar. Niedrigere Erträge bei erhöhtem Arbeitsaufwand sowie die hohen Kosten während der meist zweijährigen Umstellungsphase machen Betriebe, trotz geringerer Ausgaben für Betriebsmittel, von höheren Erzeugerpreisen und ▷



Ökopremien abhängig. Die Konkurrenzfähigkeit mit der konventionellen Landwirtschaft hängt unter anderem von der Deckung der höheren Kosten, dem Konkurrenzdruck günstig importierter Ware und den in einigen Regionen Deutschlands zu zahlenden Pachtpreisen ab. Damit also das auch politisch angestrebte Wachstum des Ökolandbaus in Deutschland weitergehen kann, braucht es hier Lösungen im Sinne fairen Wirtschaftens entlang der Wertschöpfungskette. Fair heißt für werdende Ökolandwirt\*innen, dass ihre Erwartungen an Planungssicherheit, angemessene Erzeugerpreise, gesicherte Abnahmeverträge, eine hinreichende Förderung der Umstellungsinvestitionen und Anpassung der (politischen) Rahmenbedingungen sowie ein verbessertes Beratungsangebot erfüllt werden.

## Bio ist Treiber der Transformation

Stärkt die Biolebensmittelwirtschaft die sich auch in anderen Branchen abzeichnenden Entwicklungen in eine solidarische, ökologische und soziale, faire Zukunft des Wirtschaftens? Historisch gesehen kann diese Frage mit einem uneingeschränkten Ja beantwortet werden. Biobetriebe, auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette, haben seit den frühen 1980er-Jahren pionierhaft eine neue gesamtheitlich werteorientierte Wirtschaftskultur ins Leben gerufen und praktisch marktfähig aufgebaut. Sie haben gezeigt, dass ein Wirtschaften auf und mit der Erde mitweltverträglich gelingen und dabei ökonomisch erfolgreich sein kann. Mit wirtschaftlichen Instrumenten haben sie die Welt sozialer, demokratischer, diverser und inklusiver gemacht. Sie sind damit ein Treiber sozial-ökonomischer Transformation. Ihre ethischen Prinzipien – Gesundheit, Ökologie, Fairness und Fürsorge – und ihre unternehmensethische Orientierung am Gemeinwohl ermöglichen auch in Zukunft einen nachhal-

tigen Ernährungsstil vom Acker auf den Teller, sodass der Slogan „Bio für alle!“ mehr und mehr Sinn ergibt.

Die stärkere Marktdurchdringung mit Biolebensmitteln und die zunehmende Menge von hinsichtlich der genutzten Inhaltsstoffe komplexer zusammengesetzten Bioerzeugnissen im Handel bringen wahrscheinlich eine weitere Globalisierung der Lieferketten mit sich. Je weiter gestreckt oder globalisierter die Lieferketten allerdings werden, umso schwieriger dürfte die Beibehaltung eines fairen Wirtschaftens für alle Beteiligten sein. Fairness braucht Transparenz. Diese ist bei kürzeren Ketten leichter zu managen als bei längeren. In gewisser Weise gilt, dass Nähe und die Ökologie der kurzen Wege bessere Voraussetzungen für einen fairen Umgang mit Menschen und Natur schaffen als globalisiertes Wirtschaften. Andererseits werden gerade derzeit auch in sich entwickelnden Ländern verstärkt Bioverarbeitungs- und -verpackungsstrukturen aufgebaut, um auch im globalen Süden Wertschöpfung zu ermöglichen und aus der bisherigen Praxis der bloßen Rohstofflieferung herauszukommen. Aber auch diese Herausforderung, konfligierende Interessen ethisch klug abzuwägen und zu einer neuen Gestalt des fairen Handels bei größerer Nachfrage zu gelangen, wird die Biolebensmittelwirtschaft gut meistern können, legt man ihre Prinzipien und ihre Geschichte als Maßstab an. □



Prof. Franz-Theo Gottwald und Dr. Niels Kohlschütter, Schweisfurth Stiftung, info@schweisfurth-stiftung.de



**MOOS-BUTZEN**

## Zuverlässigkeit und Kompetenz *verbinden.*

Die Leonhard Moos & Butzen GmbH ist Ihr zuverlässiger, kompetenter und innovativer Partner. Profitieren Sie von unserer persönlichen Rundumberatung in der Eiproduktion.





persönliche Beratung



wöchentliche Abrechnung



höchste Wertschöpfung



hausteigene Logistik



zukunftsorientierte Innovationen

**Besuchen Sie uns vom 15. - 18. Feb. 2022 auf der BIOFACH2022**  
into organic  
Halle 7A / Stand 439

**Leonhard Moos & Butzen GmbH**  
Standort West:  
Energierstraße 2, 41751 Viersen

Standort Ost:  
Das Steinfeld 1, 99869 Drei Gleichen

Telefon: 02162 / 950 856  
Mobil: 0170 / 573 83 39  
einkauf@moos-butzen.de

[www.moos-butzen.de](http://www.moos-butzen.de)

**Eiervermarktung**  
Ihre Eier in den besten Händen