



BMBF-Forschungsprojekt  
„Von der Agrarwende zur  
Konsumwende?“

[www.konsumwende.de](http://www.konsumwende.de)

Diskussionspapier Nr. 4

## Von der Agrarwende zur Konsumwende?

### Perspektiven entlang eines Szenarios

Karl-Werner Brand, Astrid Engel, Cordula Kropp,  
Achim Spiller und Harald Ulmer

**SÖF**  **Sozial-  
ökologische  
Forschung**

GEFÖRDERT VOM  
 **Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung**

Juni 2004



Haben Sie Fragen oder möchten Sie einen Kommentar zu diesem Beitrag geben? Wir würden uns über eine Nachricht von Ihnen freuen.

***Prof. Dr. Karl-Werner Brand,***

Münchner Projektgruppe für Sozialforschung e.V.  
MPS – Forschung zur nachhaltigen Entwicklung  
Dachauer Str.189/III  
80637 München  
Tel.: +49-89-155760  
Fax: +49-89-1577949  
Email: [brand.MPS@t-online.de](mailto:brand.MPS@t-online.de)

***Astrid Engel***

Lehrstuhl für Wirtschaftslehre des Landbaues  
Alte Akademie 14  
85350 Freising  
Tel. + 49-89- 68074035  
Email: [info@astengel.de](mailto:info@astengel.de)

***Dr. Cordula Kropp,***

Münchner Projektgruppe für Sozialforschung e.V.  
MPS – Forschung zur nachhaltigen Entwicklung  
Dachauer Str.189/III  
80637 München  
Tel. +49-89-155760  
Fax: +49-89-1577949  
Email: [Cordula.Kropp@sozialforschung.org](mailto:Cordula.Kropp@sozialforschung.org)

***Prof. Dr. Achim Spiller,***

Institut für Agrarökonomie  
Universität Göttingen  
Platz der Göttinger Sieben 5  
37073 Göttingen  
Tel.: +49-551-39-2399  
Fax: +49-551-394823  
Email: [a.spiller@agr.uni-goettingen.de](mailto:a.spiller@agr.uni-goettingen.de)

***Harald Ulmer,***

Lehrstuhl für Wirtschaftslehre des Landbaues  
Alte Akademie 14  
85350 Freising  
Tel.: +49-8161-713025  
Fax: +49-8161-714426  
Email: [ulmer@wzw.tum.de](mailto:ulmer@wzw.tum.de)

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>1. Grundidee und Ansatzpunkte des Projekts</b>	<b>4</b>
<b>2. Entwicklungsszenarien</b>	<b>6</b>
<b>3. Das Konventionalisierungsszenario – ambivalente Perspektiven</b>	<b>8</b>
3.1 Negativ-Variante	8
3.2 Positiv-Variante	11
3.3 Resümee	13
<b>4. Das Bio-Siegel als Konventionalisierungs-Instrument</b>	<b>14</b>
<b>5. Ausblick</b>	<b>18</b>

# Von der Agrarwende zur Konsumwende?

## Perspektiven entlang eines Szenarios

*Beitrag des Verbundprojekts zum Statusseminar des „Kompetenznetzwerks zur Agrar- und Ernährungsforschung in der sozial-ökologischen Forschung“ des BMBF  
am 21./22. Juni 2004 in Berlin*

### 1. Grundidee und Ansatzpunkte des Projekts

Grundidee des Projekts ist es, die Chancen und Folgen der als Reaktion auf die ersten deutschen BSE-Fälle proklamierten „Agrarwende“ und der damit signalisierten Neuorientierung der deutschen Landwirtschafts- und Verbraucherpolitik aus sozial-ökologischer Perspektive zu untersuchen. Das Projekt konzentriert sich dabei auf einen bestimmten Aspekt der „Agrarwende“, dem vom neuen Ministerium (BMVEL) eine zentrale Leitfunktion für diesen Kurswechsel zugesprochen wurde: auf das Programm der Ausweitung des ökologischen Landbaus von jetzt 3% auf 20% in zehn Jahren. Wie realistisch oder unrealistisch diese Zielsetzung auch immer sein mag, sie setzt zumindest eine Orientierungsmarke.

Es besteht weitgehend Konsens darüber, dass die Strategie „raus aus der Ökonische“ nur dann Erfolg haben kann, wenn sie von der Verbraucherseite gestützt wird. Die „Agrarwende“ kann nur dann gelingen, wenn die Verbraucher bereit sind, die Kosten von ökologisch verträglicheren Formen des Landbaus, den Aufwand für artgerechte Tierhaltung, für bäuerliche Leistungen der Landschaftspflege sowie für umfassendere und transparentere Formen der Qualitätssicherung zu honorieren. Das setzt ein neues Qualitätsbewusstsein, eine veränderte Einstellung zu Lebensmitteln und zur eigenen Ernährung voraus. Dass diese „Konsumwende“ gelingt, ist alles andere als selbstverständlich. Vor allem wirken daran ein Vielzahl von Akteuren entlang der Wertschöpfungskette, aber auch die Medien und die Organisationen der Verbraucherberatung mit. Der spezielle Fokus dieses Projekts liegt deshalb auf der Untersuchung der (intendierten wie der nicht intendierten) Effekte der Agrarwende entlang der Akteurskette von den landwirtschaftlichen Erzeugern über die Lebensmittelindustrie und den Handel bis hin zum Verbraucher. *Nur wenn das Zusammenwirken der verschiedenen Glieder dieser Akteurskette sowie der darin enthaltenen Blockaden berücksichtigt wird, lassen sich Ansatzpunkte und geeignete Strategien für eine am*

*Leitbild der Nachhaltigkeit orientierte „Wende“ der landwirtschaftlichen Produktion und des Konsumverhaltens identifizieren.*

Ein zweiter Ansatzpunkt des Projekts ist die – durch unsere bisherigen Befunde inzwischen vielfach bestätigte – Annahme, dass es nicht genügt, die *quantitative Ausweitung* des Ökolandbaus und der Nachfrage nach Ökoprodukten für sich allein schon als das zentrale Erfolgskriterium der Agrarwende zu sehen. Die mit der Politik der Agrarwende verknüpften Maßnahmen – wie die Einführung des an EU-Standards orientierten Biosiegels, die Erhöhung der Prämien für Umstellung zum bzw. Beibehaltung des ökologischen Landbaus sowie das Bundesprogramm ökologischer Landbau– aber auch die unterschiedliche Wahrnehmung dieser Maßnahmen und Programme, haben eine Fülle von Reaktionen und Folgen gezeitigt, die vorher weder geplant waren noch unbedingt in eine „nachhaltige“ Richtung weisen (was natürlich eine Frage der Interpretation ist). Jede Akteursgruppe verarbeitet die Impulse der Agrarwende – soweit sie überhaupt wahrgenommen werden – nur nach Maßgabe ihrer „Binnenrationalitäten“. Darüber hinaus ist es methodisch fast unmöglich, die beobachteten Veränderungen im Feld der Erzeugung, Verarbeitung, Vermarktung und im Konsum von Ökoprodukten eindeutig den Maßnahmen und Programmen der deutschen „Agrarwende“- Politik zuzurechnen. Diese ist ihrerseits nicht nur in die europäische Agrarpolitik und deren Debatten eingebunden; ihre Effekte werden auch durch eine Vielzahl anderer struktureller Trends und Marktprozesse überlagert, die die Entwicklung von Angebot und Nachfrage, aber auch die Qualität und die Nachhaltigkeitsbilanz von Ökolebensmitteln beeinflussen. So ergibt sich, wie fast immer, eine komplexe Verkettung von Folgen und Nebenfolgen, die erst aufgeschlüsselt werden muss, um eine angemessene Bewertung vornehmen und strategische Ansatzpunkte für eine Optimierung der Verknüpfung von Agrar- und Konsumwende finden zu können.

Diese Zusammenhänge werden zurzeit in den verschiedenen Teilprojekten aus unterschiedlichen Perspektiven untersucht. Das ergibt bislang noch kein Gesamtbild, nur einzelne Trends, die Verdichtung von Vermutungen, Hinweise auf kritische Punkte, vereinzelt auch Aha-Effekte und Anregungen für Optimierungsmöglichkeiten. Die empirischen Untersuchungen machen vor allem aber die Ambivalenz der Befunde und die Schwierigkeit der Bewertung deutlich. Das alles hat uns dazu gebracht, in diesem Beitrag keine Teilergebnisse als – notwendigerweise noch unverbundene – Fragmente präsentieren zu wollen, sondern die Idee der Wertschöpfungskette und die Ambivalenz und Komplexität unserer

Befunde *in Form eines Entwicklungsszenarios* zu verdeutlichen, und zwar in einer negativen und einer positiven Variante, was sowohl die Unsicherheit über die realen Entwicklungstrends als auch die Ambivalenz der Bewertung widerspiegelt. Der Bezugspunkt für die Beurteilung von Entwicklungstendenzen als „positiv“ oder „negativ“ ist dabei, inwiefern sich die Gesellschaft mit der Konventionalisierung auf eine nachhaltigere Gestaltung des Handlungsfelds Landwirtschaft & Ernährung zu oder weg bewegt. Was unter „nachhaltig“ verstanden wird, ist natürlich selbst wieder verhandlungs- und konkretisierungsbedürftig. Dementsprechend enthält auch die Zuordnung bestimmter Effekte zur Positiv- oder Negativvariante einen bestimmten standortgebundenen „Bias“.

## **2. Entwicklungsszenarien**

Das hier beleuchtete Szenario haben wir das „*Konventionalisierungsszenario*“ benannt. Im Rahmen unseres Projekts ist es eines von drei Szenarien, die dazu dienen sollen, das Feld möglicher Entwicklungspfade idealtypisch zu strukturieren. Jedes dieser drei Szenarien setzt an einem anderen Angelpunkt der „Agrarwende“ und ihrer Folgen für Erzeugung, Verarbeitung, Vermarktung und Verbrauch von Lebensmitteln an. Die beiden anderen Szenarien sind das „Ökologisierung“- und das „Regionalisierung“-Szenario. Im „*Ökologisierungsszenario*“ wird davon ausgegangen, dass erhöhte Umweltauflagen, Vorschriften für eine artgerechtere Nutztierhaltung, transparentere Qualitätssicherungssysteme („gläserne Kette“) sowie eine engere Verknüpfung landwirtschaftlicher Einkommen mit umwelt- und landschaftspflegerischen Aufgaben zu einer gewissen Ökologisierung der konventionellen Landwirtschaft führen, wenn auch auf einer breiteren, weniger anspruchsvollen Basis. Im „*Regionalisierungsszenario*“ wird davon ausgegangen, dass regionale Formen der Vermarktung ökologischer Produkte, zumindest bei „regional affinen Produktgruppen“ wie Fleisch, Obst, Gemüse und Molkereiprodukten, eine größere Bedeutung erlangen. Diese beiden Szenarien sollen hier aus Zeitgründen nicht näher entwickelt werden. Wir wollen uns stattdessen auf das Szenario konzentrieren, das durch die angestrebte deutliche Ausweitung des Ökolandbaus am stärksten begünstigt wird: das Szenario der Konventionalisierung des Ökobereichs.

Dieses „*Konventionalisierungsszenario*“ beschreibt eine Entwicklung der Annäherung des Öko-Landbaus, der Verarbeitung ökologisch produzierter Lebensmittel und des Bio-Markts an die Strukturen der konventionellen Landwirtschaft, der konventionellen Le-

bensmittelverarbeitung und der konventionellen Vermarktung. Im Gegensatz zum Ökologisierungsszenario, das an der Erhöhung oder Verschärfung der Mindeststandards ansetzt, beschreibt das Konventionalisierungsszenario die erwünschten und unerwünschten Konsequenzen der Bemühungen um eine Verbreitung und Normalisierung der ökologischen Landwirtschaft. Im Zuge des Wachstums, so die Hauptaussage dieses Szenarios, erfassen die Trends und „Gesetze“ der konventionellen Lebensmittelwirtschaft auch die bisherige „Öko-Nische“. Das bedeutet eine „Entkontextualisierung“ der ökologischen Lebensmittelproduktion und Nachfrage. Aus der Sicht der traditionellen Öko-Landbau-Bewegung bedeutet dies eine Vertreibung aus dem kleinen, aber feinen Öko-Nischen-Paradies mit seinen gegenkulturellen Netzwerken und Idealen. Mit Blick auf die Chancen einer insgesamt nachhaltigeren Lebensmittelproduktion lässt sich die Verbreitung und Veralltäglicung von Bioproduktion und Biokonsum aber auch begrüßen. In unseren Untersuchungen zu den möglichen Konventionalisierungsfolgen auf den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette zeigt sich - pauschal gesehen – auf der Erzeugerebene eine Fortsetzung des allgemeinen Strukturwandels auch in der ökologischen Landwirtschaft, des „Wachsens oder Weichens“ und des Trends zur Spezialisierung. Im Handel verstärken sich Preiskampf und Verdrängungswettbewerb. Während das Größenwachstum einerseits Hoffnung auf Skaleneffekte begründet, ist andererseits eine Kommerzialisierung und Entsolidarisierung der bislang nicht unwesentlich moralökonomisch geprägten Beziehungen zu erwarten. Die KonsumentInnen können sich dagegen über eine erhebliche Verbreiterung und Differenzierung des Angebots, auch an internationalen Bioprodukten, freuen. Im entideologisierten „Bio-Bereich“ steht eine ständig wachsende Palette von Produkten in ökologischer Qualität, und das heißt von Produkten mit geringerer Schadstoffbelastung, für immer mehr Bedarfe zur Verfügung. Entideologisierung und Entsolidarisierung machen es allerdings notwendig, das bisherige Prinzip „Sicherheit durch Vertrauen“ durch den abstrakteren Mechanismus „Sicherheit durch Kontrolle“, also durch abstrakte Systeme der Qualitätssicherung, zu ersetzen.

Dieses hier zunächst nur ganz grob skizzierte Szenario der „Konventionalisierung“ lässt sich nun in seinen erwartbaren Folgen und Nebenfolgen für die verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette, wie angekündigt, sowohl in einer „negativen“ wie in einer „positiven“ Version ausbuchstabieren. Das soll im Folgenden gestützt auf unsere empirischen Untersuchungen im Rahmen einer detaillierteren Betrachtung geschehen. Im Anschluss daran werden diese ambivalenten Folgen noch einmal an einem zentralen, symbolisch

sinnfällig verdichteten Instrument des Konventionalisierungsprozesses erläutert: dem EU-Bio-Siegel.

### **3. Das Konventionalisierungsszenario – ambivalente Perspektiven**

#### **3.1 Negativ-Variante**

1. Wir beginnen mit der negativen Lesart, von der landwirtschaftlichen Erzeugung ausgehend. Fangen wir mit dem der Landwirtschaft vorgelagerten Bereich von Futtermittel- und Saatgutproduktion an. Faktisch nehmen hier die Kapazitäten und Akteure zu. Sind damit die anfänglichen Bereitstellungsprobleme einmal überwunden, wird sich auch im ökologischen Bereich eine verstärkte Ausrichtung am dominanten Zuchtziel der Ertragsfähigkeit manifestieren. Das würde zu einem Verlust an Agrobiodiversität zu Gunsten weniger leistungsstarker Arten und Sorten führen. Durch Größenwachstum und Internationalisierung entsteht im vorgelagerten Bereich neuer Regelungsbedarf. Das hat die Diskussion um den Nitrofenskandal bereits deutlich gemacht. So sind mit Wachstum und Konventionalisierung auch Risiken durch Kontrollverlust und Regelungslücken zu befürchten.

2. Auf Erzeugerebene schafft die sog. Agrarwende mit der Erhöhung der Umstellungs- und Beibehaltungsprämien für die ökologische Wirtschaftsweise ökonomische Anreize für den Ökolandbau. Durch die rasche Angebotserweiterung ohne entsprechendes Nachfragewachstum sinken die Erzeugerpreise und damit die landwirtschaftlichen Einkommen; Verschuldung und abnehmende Rentabilität nehmen Einzug. Der Zwang zum „Wachsen oder Weichen“ wird auch hier Realität (d.h. die mindestoptimalen Betriebsgrößen steigen). Damit stellt die ökologische Erzeugung aus betriebswirtschaftlicher Sicht keine Alternative zum Strukturwandel in der Landwirtschaft mehr dar. Auch agrarpolitisch verliert die Bio-Bewegung mit ihrer Etablierung die Unabhängigkeit einer Gegenbewegung: Transferleistungen haben ihren Preis. Zugleich kommt die ideelle Basis ins Wanken: Vorstellungen und Strukturen des konventionellen Systems dringen zunehmend in den ökologischen Landbau vor. Die überzeugten Öko-Pioniere und ihre Anbauverbände konkurrieren nun auch mit den Interessensvertretern des Ökolandbaus von Bauernverband und öffentlicher Hand. Fallweise scheint mit der einzelbetrieblichen Spezialisierung und Intensivierung der Kreislaufgedanke als zentrales Moment der ökologischen Anbauweise verwässert zu werden, etwa indem intensiv wirtschaftende Bio-Getreideproduzenten mit eben solchen Tierhaltungsbetrieben Futtermittel gegen Düngemittel austauschen. So ist insgesamt ein Auf-



weichen der ökologischen Standards zu befürchten. Bedingt durch das rasche Wachstum, die Vielzahl neuer Akteure und den Motivationswandel muss das Prinzip „Sicherheit durch Vertrauen“ durch den Mechanismus „Sicherheit durch Kontrolle“ ersetzt werden.

3. Im Bereich von Weiterverarbeitung und Lebensmittelproduktion dehnen sich durch die Konventionalisierung die Möglichkeiten einer europa- und weltweiten Beschaffung von Rohstoffen aus. Dadurch verschärfen sich auch im Ökobereich Konkurrenzdruck und Zentralisierungstendenzen in der Nahrungsmittelverarbeitung. Das führt nicht zuletzt zu einer Verringerung der Gewinnspannen, die schließlich die Gefährdung der ökonomischen Überlebensfähigkeit von kleinen, regionalen Pionierunternehmen mit sich bringt. Die Konzentrationsprozesse im Verarbeitungsbereich bedingen eine erhebliche Machtzunahme weniger Akteure, und so eine zunehmende Abhängigkeit und Austauschbarkeit der Zulieferer (Landwirte). Das kann zur Beschneidung der unternehmerischen Souveränität vieler Einzelbetriebe aus Landwirtschaft und traditionellem Ernährungshandwerk führen. Bei sich angleichendem Qualitätsniveau wird auch die Profilierung regionaler Produkte eher schwierig. Den Beschäftigten in den Großunternehmen drohen die negativen Folgen der Dequalifizierung und Taylorisierung. Durch den Druck von Konzentrationsprozessen und Verdrängungswettbewerb geraten Qualitätsaspekte gegenüber Marketingfragen in den Hintergrund: Man könnte sagen: „Hauptsache, die Ware schaut gut aus und kommt beim Kunden an!“

4. Seit vielen Jahren bringt die wachsende Konkurrenz im konventionellen Lebensmittel-einzelhandel starke Konzentrationsprozesse und einen stetig zunehmenden Preisdruck mit sich. Gerade in Deutschland steigt der Marktanteil von Discountern ständig. Mit dem Einstieg der Bio-Unternehmen in die konventionellen Vertriebswege und Handelsstrukturen erfassen diese Tendenzen auch den Bio-Bereich. Im Naturkostfachhandel verlieren die klassischen Naturkostläden zu Gunsten von Biosupermärkten und der Vermarktung in der konventionellen Schiene. In der Konsequenz dieser Entwicklungstendenz bestimmt – so dieses Negativ-Szenario - der Lebensmitteleinzelhandel zunehmend die Produktionsweisen und auch die Erzeugerpreise. Der Verdrängungswettbewerb intensiviert sich auch im Bio-bereich, wie bspw. die Verdrängung von Herstellermarken durch Handelsmarken zeigt. Der enorme wirtschaftliche Druck löst innerhalb der traditionellen Bio-Branche Entsolidarisierungsprozesse aus. Zudem konzentriert sich das Angebot zunehmend auf „Bio-light“-Produkte, die mit der ursprünglichen ganzheitlichen Idee wenig gemeinsam haben. Welt-

weite Transporte von Bio-Rohstoffen und ein wachsender Anteil von Zusatzstoffen aller Art in Verarbeitungsprodukten gewinnen an Selbstverständlichkeit. Aufgrund der nach wie vor marginalen Bedeutung der Bio-Waren am Gesamtabsatz bleibt das Bio-Sortiment im Supermarkt, wie bislang auch, dennoch randständig und wenig gepflegt. Fachliche Beratung wäre dann im Vergleich zum Fachhandel kaum existent.

5. Durch die Ausweitung und Veralltäglicung des ökologischen Produktangebots sinken für immer mehr VerbraucherInnen die Zugangsbarrieren zu Bioprodukten. Zugleich nähert sich aber mit der zunehmenden Nutzung von konventionellen Verarbeitungs- und Vermarktungswegen sowie internationalen Beschaffungsmärkten das Angebot von ökologisch und konventionell erzeugten Lebensmitteln an: die Verarbeitungstiefe der Nahrungsmittel aus ökologischer Landwirtschaft nimmt zu. Durch die steigende Nachfrage, staatliche Förderung und effektivere Vermarktungsstrategien erobern sich diese einen festen Marktanteil auch im dominierenden Vertriebsweg der Super- und Verbrauchermärkte; sie geben ihre Orchideen- oder Nischenstatus auf. Damit steigt auch die Anforderung an diese Produkte, sich auf einem von Convenience- und „functional“-Produkten geprägten Markt zu behaupten und vor allem im gehobenen Preissegment neben Spezialitäten zu bestehen. Da Qualitätsaspekte von Verbrauchern generell nur schwer beurteilt werden können und insbesondere Prozessqualitäten wie umwelt- und tiergerechte Erzeugung Vertrauenssache sind, verschwimmt mit dieser Entwicklung für viele VerbraucherInnen die Unterscheidbarkeit zum konventionellen Sortiment. So verblasst auch das Bewusstsein für die besonderen Erzeugungsbedingungen, für Regionalität und Saisonalität, das einst die typische Biokundin auszeichnete. Für die Mehrheit gewinnt unter diesen Bedingungen der Preis als Entscheidungskriterium auch im Biosektor weiter an Bedeutung. Damit geraten Bioprodukte in den Sog der Schnäppchenmentalität. Die Kluft zwischen landwirtschaftlicher Erzeugung und häuslichem Verbrauch, an deren Überbrückung dem Biobereich viel lag, vertieft sich nun auch hier. Das Vertrauen, die Fachhandelsbindung und die Solidarität mit den Beschäftigten in der Bio-Schiene sinkt. Auch aus dieser Perspektive müsste die Erosion von „Sicherheit durch Vertrauen“ durch „Sicherheit durch Kontrolle“ und Zertifizierung aufgefangen werden. Gegenüber der „persönlich bekannten, direktvermarktenden Bäuerin“ oder dem „netten Naturkosthändler“ gewinnen mit der wachsenden Biovermarktung über Supermärkte und Discounter Verbraucherberatung durch Experten sowie Verbraucherschutz wieder an Bedeutung. Da der kleine Fachhandel wie die kritische Verbraucherberatung ihre Wächter- und Kritikfunktionen unter verstärktem Preisdruck und Zentralisierungsten-

denzen einbüßen, stehen vermehrt auch die EndverbraucherInnen von ökologischen Produkten einem anonymen Markt mit seinen vor allem merkantil ausgerichteten Informationsinteressen gegenüber. Schließlich geben unsere empirischen Untersuchungen sehr zu befürchten, dass der vielfach beschworene und umworbene „Bio-Gelegenheitskäufer“ als „Bio-Kunde der Zukunft“ eher einer Schimäre gleicht und tatsächlich nur wenig Umsatzpotential für den vergleichsweise hochpreisigen Biosektor mit sich bringt.

### **3.2 Positiv-Variante**

1. Genug der Kritik! Wo sind nun die positiven Effekte der Konventionalisierung für mehr Nachhaltigkeit in der Lebensmittelerzeugung zu erwarten? Sie zeigen sich am deutlichsten in der erheblichen Vergrößerung von Angebotsbreite und Angebotstiefe bei ökologisch erzeugten Produkten und so beginnen wir dieses Mal bei den VerbraucherInnen. Feinkost, Fertigkost, exotische Produkte: die Angebotspalette lässt immer weniger Wünsche offen. So erlebt der Kunde mehr Vielfalt und mehr Markttransparenz: Preise und Qualitäten können nun verglichen werden. Damit geht im positiven Szenario eine Ermächtigung von Bio-konsumentInnen einher, die – ausreichende Informierung vorausgesetzt - gezielter auswählen können und den Biomarkt auch nach mehr oder weniger sympathischen oder lebensstilnahen Anbietern, Marken, Produkten differenzieren können. Produkte aus ökologischem Landbau können sich stärker als Qualitäts- und Genussprodukte im umkämpften Lebensmittelmarkt profilieren und den vielfältigen Verbraucherwünschen und Bedürfnissen feiner anpassen. Vor allem aber findet die rational gelenkte, preisbewusste Lebensmittelbeschaffung bessere Konditionen vor. Nicht zuletzt dadurch öffnet sich der Biobereich auch für weniger „ganzheitlich überzeugte“ Gelegenheits- und SeltenkäuferInnen und schickt sich an, fachhandelsferne Kundenkreise zu erschließen: „Bio“ bliebe so nicht die Lebensform einer kleinen Elite aus dem alternativ-kritischen Milieu, sondern würde auch für ökonomisch schlechter gestellte Haushalte und weitere Lebensstil- und Bildungssegmente erschwinglich. Dem spielt die verbesserte Verfügbarkeit von Bioprodukten in die Hände, auch wenn hier weiterhin mit Abständen zum konventionellen Warenangebot zu rechnen ist. Durch die Entideologisierung wären der Biokäufer oder die Biokäuferin der Zukunft nicht länger zu „Ökofritzen“ und „Körnertanten“ abgestempelt. Mit der Normalisierung der Bio-Nachfrage, die immer weniger einem „heroischen Akt“ mit weiten Wegen und großen Verzichten gleichen würde, gewinnen Kaufmotive wie Gesundheit, Geschmack und Wohlbefinden neben der Solidarität mit der landwirtschaftlichen Erzeugung

und Kriterien von Umwelt- und Tierschutz an Beachtung. Im ökologisch geführten Haushalt sinkt durch verstärkte Dienstleistungsangebote im Öko-Bereich, etwa durch das Angebot von Fertignahrung und höher verarbeiteten Halbfertigprodukten, der Beschaffungs- und Zubereitungsaufwand, ein Gewinn, den vor allem Familienmütter und andere „Versorgungsarbeiterinnen“ zu schätzen wissen.

2. Auch eine Wertschöpfungsstufe darunter, im Handel, bedeutet Konventionalisierung, dass ein gleichmäßiges und zuverlässiges Angebot von Bioprodukten selbstverständlich wird. Sortimentsbreite und -tiefe wachsen, auch im Frischebereich etabliert sich zunehmend Bioware. Im gesamten Biobereich werden die Netze zwischen landwirtschaftlicher Erzeugung, Nahrungsmittelverarbeitung und Handel enger. Gemeinsam mit den größeren Warenumsätzen führt dies zu sinkenden Erfassungs- und Distributionskosten, die Produkte könnten daher günstiger angeboten werden. Im Naturkostfachhandel finden Umstrukturierungsprozesse statt: So erfahren gegenwärtig professionell geführte Biosupermärkte eine starke Ausweitung. Großhändler stellen sich auf das Bedürfnis der Kunden nach einem preisgünstigen Bio-Angebot ein und bauen systematisch eine Discount-Schiene auf. Die gesamte Branche setzt vermehrt auf professionelle und innovative Marketingkonzepte. Diese machen Bio-Produkte auch für neue Kundenkreise attraktiv, entwickeln und erproben neue Darreichungsformen und Vermarktungskonzepte. In den Augen der VerbraucherInnen wird alles „heller und freundlicher“. Umfassende Anstrengungen im Bereich der Personalentwicklung und eigene Lehrgänge zum „Naturkostberater“ oder zur „Verkäuferin Naturkost“ entstehen, um zu gewährleisten, dass den anspruchsvollen Kunden – im Supermarkt wie im Fachgeschäft – hochqualifiziertes Verkaufspersonal zur Verfügung steht.

3. Auch im Bereich der Lebensmittelverarbeitung sind starke Prozesse des Wachstums und der strukturellen Differenzierung zur Produktion marktgängiger Biolebensmittel zu verzeichnen. Die Lebensmittelverarbeitungsunternehmen sehen sich aber mit wachsender Unsicherheit durch Regelungslücken und unterschiedliche Qualitätsstandards (EU-Bio, deutsche und andere europäische Verbandstandards) konfrontiert. Auf diese reagieren sie mit eigenen Qualitätssicherungssystemen (z.B. supply-chain-management). Dadurch erreichen sie starke Unabhängigkeit gegenüber den im Biobereich etablierten Kontrollorganen zur Einhaltung der Richtlinien (die im Negativszenario zum Kontrollverlust der Landwirte führte). Eine damit meist einhergehende Zunahme des Vertragsanbaus kann die Einflussnahme der Verarbeitungsunternehmen gegenüber den Landwirten weiter erhöhen und da-

mit die Einhaltung von Qualitätsstandards verbessern. Zur Erschließung bisher unerreichter Kundensegmente wird eine Ausdehnung des Angebots in Richtung trendorientierter Convenience- und Funprodukte erfolgen. Mit der zunehmenden Standardisierung der internationalen Qualitätsanforderungen können auch die ökonomischen Effekte günstiger Produktionsbedingungen und vergleichbarer Angebote genutzt werden.

4. Voraussetzung für diese günstigen Entwicklungen in der Verarbeitung sind die Erhöhung und Verbesserung des Angebots ökologisch erzeugter Nahrungsmittel in der Landwirtschaft. Auch sie würde „entkontextualisiert“ bzw. „normalisiert“, d.h. ihre sozioökonomischen Netze verlassen im Zuge von Wachstum und gesellschaftlicher Anerkennung den Club der früheren Öko-Pioniere. Im Ergebnis erfährt der ökologische Landbau eine in unseren Befragungen vielfach begrüßte Unterstützung, breite Anerkennung und Legitimation. Die wechselseitigen Feindbilder und Stigmatisierungen zwischen ökologisch und konventionell wirtschaftenden Betrieben verblassen. Im Zuge dieser Entideologisierung würden auch die Kommunikationsbarrieren sinken. Der Ökologische Landbau professionalisiert sich zusehends, erfährt Anerkennung unter BerufskollegInnen, etabliert sich in der Öffentlichkeit und wird zum kanonisierten Ausbildungsgegenstand - auch in den Universitäten. Es kommt zu einer eigenständigen Ausdifferenzierung des Ökobereichs mit den bekannten Phänomenen von Spezialisierung, Segmentierung und notwendiger werdender Integration. Insgesamt erreicht die ökologische Landwirtschaft mehr und mehr eine Standardisierung ihrer Erzeugungstechniken und ihrer Produkte, was einer absatzorientierten Qualitätssicherung dient.

5. Darauf kann auch im vorgelagerten Bereich mit der Entwicklung eigenständiger ökologischer Strukturen reagiert werden. Das heißt, es kommt im Züchtungsbereich zur Entwicklung einer größeren Vielfalt von Arten und Sorten für den ökologischen Landbau und im technischen Bereich zur Entwicklung von an die ökologische Anbauweise angepassten Agrartechniken und Hilfsmitteln. Unter Umständen diffundieren ökologische Züchtergebnisse, bspw. bei besonders erfolgreichen oder wiederentdeckten oder besonders robusten oder wohlschmeckenden Arten und Sorten in den konventionellen Bereich.

### 3.3 Resümee

Wie sind diese Entwicklungen zu bewerten? Je nach Standpunkt. In der tatsächlichen Entwicklung, wie sie sich in unseren empirischen Untersuchungen bereits abzeichnet, wird es

nicht nur positive oder negative Effekte geben, sondern ein sowohl-als-auch. An dieser Stelle können wir – sehr pauschal – mit Blick auf die unterschiedlichen Akteursgruppen allerdings festhalten, dass sich die Nachteile der Konventionalisierung eher auf Seiten der landwirtschaftlichen Erzeugung sammeln, während die Vorteile eher auf Seiten der Verbraucher und Verbraucherinnen liegen.

#### **4. Das Bio-Siegel als Konventionalisierungs-Instrument**

Das Bio-Siegel stellt ohne Zweifel eines der Kerninstrumente der Agrarwende dar. Es nimmt sowohl in der öffentlichen Darstellung wie auch in der Eigeneinschätzung der Politik eine herausgehobene Position ein. Generell gilt das Labelling heute als prioritäres Element einer modernen sozial-ökologischen Politik. Als „weiches“ Informationsinstrument greift es scheinbar wenig in Marktprozesse ein, trägt zur Verbrauchersouveränität bei und ist zudem kostengünstig. Angesichts dieser Vorzüge wird es vielfach als Königsweg moderner politischer Steuerung gesehen und im Bereich der Lebensmittelwirtschaft vielfach angewendet (Bio-Siegel, Fairtrade, GMO-free, Animal welfare usw.).

Zielrichtung des Bio-Siegels ist in erster Linie die Verbraucherinformation. Viele Umfragen haben darauf hingewiesen, dass die Glaubwürdigkeitslücke eine zentrale Barriere für die weitere Diffusion von Bio-Lebensmitteln darstellt. Im informationsökonomischen Sinne handelt es sich bei Bio-Lebensmitteln um Vertrauenseigenschaften mit hoher Informationsasymmetrie und einem entsprechenden Risiko des Marktversagens. Das Bio-Siegel zielt hier folgerichtig auf ein staatliches Qualitätssignal. Zielgruppe sollten im Kern die Selten- und GelegenheitskäuferInnen sein, und dies aus zwei Gründen: Zum einen sind Echtheitszweifel hier aufgrund des geringen Kenntnisstandes besonders virulent, zum anderen stellen Sie generell die primäre Zielgruppe bei der geplanten Ausweitung des Marktanteils dar. Die Studien im Rahmen des Projektes richten sich auf diese Zielsetzungen, insbesondere aber auch auf die nicht intendierten Nebenfolgen des Bio-Siegels. Letztere kamen in der Entscheidungsphase für das Bio-Siegel bereits ansatzweise zur Sprache, da es eine lebhaft Debatten um das Qualitätsniveau (EU-Level vs. Bio-Verbandsstandard) gab.

Zunächst zu den intendierten Zielen: Im Rahmen der Betrachtung der Wertschöpfungskette zeigt sich in unserer Befragung der Landwirtschaft, dass das Bio-Siegel dort durchgängig bekannt ist. Die Bewertung dieses Instrumentes aus Sicht der LandwirtInnen ist überwiegend leicht positiv, allerdings ist die Ablehnung bei einem Drittel der Probanden manifest.

Als zielführend werden die erweiterten Vermarktungsmöglichkeiten und die in der staatlichen Unterstützung zum Ausdruck kommende symbolische Anerkennung gewertet. In Industrie und Handel ist das Bio-Siegel inzwischen weit verbreitet. Da nur kurze Zeit vor der Agrarwende eine privatwirtschaftliche Initiative zur übergreifenden Kennzeichnung ökologischer Lebensmittel (Öko-Prüfzeichen GmbH/ÖPZ) an der mangelnden Beteiligung der Verarbeitungs- und Handelsunternehmen gescheitert war, stand die Zahl der mit dem Bio-Siegel gekennzeichneten Artikel im Vordergrund des Erfolgscontrollings. Zurzeit sind rund 17.000 Produkte entsprechend markiert. Im Hinblick auf die VerbraucherInnen werden hohe Bekanntheitswerte als Erfolgsgröße für das Bio-Siegel angeführt. Nach den Ergebnissen verschiedener quantitativer Befragungen liegt der gestützte Bekanntheitsgrad bei Vorlage des Zeichens heute bei mehr als 60 %. Im Gegensatz dazu zeigt unsere qualitative Befragung, dass nur sehr wenige Befragte nähere Informationen bzw. Wissen über das Siegel haben. Exemplarisch: In einem Fall haben wir einer eingeschworenen Biokäuferin sogar ihren Kühlschrank geöffnet und das Siegel gezeigt, weil sie nicht glauben konnte, dass es mittlerweile ein einheitliches Biosiegel gibt. Dieser geringe Kenntnisstand ist allerdings letztlich nur das Ergebnis des „information overload“ in der Mediengesellschaft und verweist auf die entsprechend notwendigen langfristigen Anstrengungen. Die in dieser Form politisch innovative Werbekampagne für das Label müsste daher fortgesetzt werden. Noch – so zeigen Marktstudien – sind die Selten- und Gelegenheitskäufer nur unzureichend angesprochen.

Die Einführung des Bio-Siegels hat über die skizzierten und teilweise erreichten politischen Ziele hinaus eine Reihe von Effekten verursacht, die von der Politik nicht in dieser Form antizipiert wurden und die ein Hinweis auf die Komplexität des auf den ersten Blick relativ einfachen Labelling sind. Bereits in der Entscheidungsphase kamen die landwirtschaftlichen Bedenken zur Sprache, die sich auf den Qualitätsstandard der gekennzeichneten Erzeugnisse richtet. Durch die Festlegung auf das Niveau der EU-Bio-Verordnung – so bewerten es ca. 1/3 der von uns befragten LandwirtInnen – sind neue Konkurrenten in den Markt eingetreten. Zugleich ist damit eine Verwässerung des Bio-Anspruchs verbunden. Dem Bio-Siegel wird eine erhebliche Mitschuld am stark zunehmenden Preiswettbewerb zugeschrieben. Darüber hinaus erkennt die Landwirtschaft den in dem Bio-Siegel angelegte Bedeutungsverlust der Bio-Verbände. Sie bewerten dies allerdings teilweise auch positiv im Sinne erweiterter Absatzmöglichkeiten.

Noch etwas negativer fällt die Bewertung in Bio-Industrie und Naturkostfachhandel aus. Ein staatliches Label trägt dann, wenn es erfolgreich ist, entscheidend zur Reduktion von Kaufunsicherheiten bei. Im gleichen Zuge reduziert es aber die Bedeutung von Schlüsselinformationen, die von den bisherigen Akteuren aufgebaut wurden. Dabei kann es sich einmal um die Profilierung einer vertrauenswürdigen Einkaufsstätte handeln. Dem Naturkostfachhandel ist es gerade bei den Intensivkäufern gelungen, sich als vertrauenswürdiger Einkaufsort von den Handelsmarkenprogrammen des konventionellen Lebensmitteleinzelhandels abzugrenzen. Ähnliche Effekte betreffen auf Verarbeitungsebene die Investitionen in den Aufbau von Bio-Marken, die durch den nivellierenden Effekt des Gütezeichens gefährdet sind.

Insgesamt zeigt unsere Befragung von Naturkostfachhändlern und Herstellern deutlich, dass Pionierunternehmen teilweise eine Entwertung ihrer spezifischen Marketinginvestitionen sehen und diese Effekte durch die übrigen Förderungen im Rahmen der Agrarwende nur teilweise kompensiert werden. Die nicht intendierten Nebeneffekte, wie sie z. B. vom Biosiegel ausgehen, werden von der Hälfte der Unternehmen gesehen. In einer offenen Frage (Was würden Sie Frau Künast sagen, wenn Sie mit Ihr Kaffee trinken würden?) wurde häufig die Verwässerung des Bioanspruchs durch das Biosiegel beklagt und der Anspruch, dass Bio billiger werden muss, kritisiert. Nur etwa ein Viertel der Befragten lobt dagegen die Agrarwendepolitik. „Konventionalisierungseffekte“ kommen auch in der Frage nach den Trittbrettfahreneffekten des Bio-Siegels deutlich zum Ausdruck.

Die folgenden Detailergebnisse bringen die Ambivalenz des Antwortverhaltens noch einmal deutlich zum Ausdruck. Die politische Förderung wird z. T. abgelehnt, zu größeren Investitionen hat sie auf jeden Fall nicht angeregt. Eine Regressionsanalyse zeigt, dass die (Un-)Zufriedenheit mit der Agrarwende sehr stark durch die wahrgenommene Fairness (Gerechtigkeit) der Agrarpolitik bestimmt wird (s. Tabelle 1).

Erstaunlich ist, dass selbst bei den KonsumentInnen die „Konventionalisierungseffekte“ wahrgenommen werden. Die VerbraucherInnen, die das Siegel kannten, sahen es häufig als Label für Bio-Artikel niedrigerer Qualität und äußerten Zweifel an der Echtheit der damit ausgezeichneten Produkte. Die Symbolik des Sechsecks war keinem Befragten bekannt. Ein Teil der Bio-IntensivkäuferInnen zeigte sich zufrieden mit dem Siegel, da es Ihnen ermöglicht, einen Teil ihrer Nachfrage kostengünstiger in konventionellen Betriebsformen zu decken.



Tabelle 1: Ausgewählte Ergebnisse einer Befragung von 196 Bio-Handelsunternehmen (2004)

	Stimme voll und ganz zu	Stimme zu	Stimme eher zu	Teils, teils	Lehne eher ab	Lehne ab	Lehne vollständig ab	Kann ich nicht beurteilen
Dem Biomarkt ging es besser, als sich die Politik noch nicht so eingemischt hat.	12,2 %	12,2%	12,2%	28,1%	10,2%	11,2%	8,2%	5,6%
Unser Unternehmen hat insgesamt von der Agrarwende profitiert.	3,6%	8,7%	12,8%	34,7%	14,3%	14,3%	4,6%	7,1%
Ich finde die Politik von Renate Künast insgesamt fair.	6,6%	22,4%	24,5%	19,4%	9,2%	9,2%	5,6%	3,1%
Das Biosiegel nützt dem Biomarkt.	8,7%	21,9%	17,3%	23,0%	11,7%	3,6%	10,7%	1,5%
Nur mit politischer Unterstützung kann der Biomarkt wachsen.	10,2%	18,9%	24,0%	15,8%	13,8%	8,7%	6,1%	1,0%
Die Agrarwende hat Trittbrettfahrer gefördert.	22,45	31,1%	18,9%	16,8%	3,1%	1,0%	1,0%	3,1%
Aufgrund der Agrarwende haben wir in den Biomarkt investiert.	-	2,6%	0,5%	17,3%	10,2%	24,0%	40,8%	4,6

Die Agrarwende hat auf unser Unternehmen....

ausgesprochen positive Auswirkungen	positive Auswirkungen	geringfügig positive Auswirkungen	teils positive, teils negative Auswirkungen	geringfügig negative Auswirkungen	negative Auswirkungen	ausgesprochen negative Auswirkungen	keine Auswirkungen
2,6%	12,2%	22,4%	35,2%	4,6%	7,1%	1,5%	14,3%

*Fazit:* Insgesamt zeigt sich eine deutliche Ambivalenz in der Einschätzung des Bio-Siegels entlang der gesamten Wertschöpfungskette bis hin zur Verbraucherin. Dies deutet darauf hin, dass durch das Label wesentlich stärkere und komplexere Nebeneffekte ausgelöst wurden, als dies von der Politik zunächst erwartet wurde. Es ist relativ klar, dass dies zu Lasten der traditionellen Bio-Akteure gehen kann. Darüber hinaus gibt es durch die Wahl des EU-Qualitätslevels regionale Effekte, da die Beschaffungsoptionen von Industrie und Handel wesentlich erweitert wurden. Diese strukturellen und regionalen Verteilungswirkungen beziehen sich auf spezifische Marketinginvestitionen der Bio-Pioniere (Handel, Industrie, Bio-Verbände), die Marken- und Geschäftsstättentreue durch langjähriges vertrau-

ensbildendes Marketing aufgebaut haben und diese Investitionen durch die nivellierende Wirkung eines Labels bedroht sehen. Diese Eingriffe werden durch andere Subventionen im Rahmen der Agrarwende zum Teil (über-)kompensiert, so dass sich eine leicht ablehnende bis ambivalente Gesamteinschätzung ergibt. Insgesamt trägt das Bio-Siegel ohne Zweifel zur „Konventionalisierung“ der ökologischen Supply Chain bei. Der Weg aus der Nische wirkt als Konzentrationstreiber entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

## **5. Ausblick**

Was ist die Quintessenz dieser Betrachtung? Die „Agrarwende“ und deren Wahrnehmung bei den verschiedenen Akteursgruppen hat ambivalente Wirkungen. Das scheinbar so plausible und sinnvolle Ziel einer starken Ausweitung des ökologischen Landbaus und des Anteils hochwertiger ökologischer Produkte im Lebensmittelsortiment ist nicht nur von seiner Umsetzung noch weit entfernt; die Maßnahmen und die Symbolik der „Agrarwende“ haben – im Rahmen der gegebenen Bedingungen – neben den intendierten auch eine Vielzahl von nicht intendierten Folgen bewirkt, die sich aufgrund komplexer Verkettungen mit den unterschiedlichen Sachzwängen, ökonomischen Abhängigkeiten, Akteurslogiken und Bewertungen entlang der Wertschöpfungskette ergeben. Sozialökologische Forschung versucht diese komplexen Interaktionsnetzwerke zwischen Sach-, Struktur-, Handlungs- und Deutungsebene in ihren gewünschten und nicht erwünschten Folgen zu entschlüsseln, um geeignete Ansatzpunkte und Instrumente für eine konsequentere Umsteuerung in Richtung einer nachhaltigen Landwirtschaft und Ernährung zu finden.

Die Szenariomethode ist dafür ein geeignetes Instrument – wenn auch sicher nicht das einzige. (Eine andere von uns genutzte Verknüpfungsmethode ist z.B. die Akteur-Netzwerk-Theorie.) Die Szenariomethode ermöglicht eine integrierte Betrachtung entlang der gesamten Kette, so dass einer unterkomplexen Betrachtung und der Fokussierung auf Einzelaspekte oder standortspezifische Bewertungen vorgebeugt wird. Mit der Positiv-Negativ-Betrachtung wird es auch möglich, ambivalente oder gar widersprüchliche Entwicklungstendenzen darzustellen und ohne „diskursive Säuberung“ zu diskutieren. Damit werden unterschiedliche Handlungsoptionen offengelegt und eine größere Transparenz der mit der Entscheidung für die eine oder andere Option verknüpften Bewertungen geschaffen. Nicht zuletzt zwingt die Szenarioentwicklung akademische Einzeldisziplinen problemorientiert in einen Dialog – ein Prozess, in dem zumindest wir sehr viel gelernt haben.



## Von der Agrarwende zur Konsumwende?

*Das Forschungsprojekt „Von der Agrarwende zur Konsumwende?“ ist ein vom BMBF gefördertes Verbundvorhaben mehrerer Forschungsinstitute im Rahmen der Sozial-Ökologischen Forschung. Das Projekt untersucht den Zusammenhang von Agrarwende und Veränderungen des Ernährungsverhaltens aus transdisziplinärer Perspektive.*

*Zu diesem Zweck analysieren die ProjektteilnehmerInnen die Effekte der im Rahmen der Agrarwende ergriffenen Maßnahmen entlang der Akteurskette (Erzeugung, Verarbeitung, Handel, Ernährungsberatung, Verbraucher), bewerten sie unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit und erarbeiten entsprechende Gestaltungsempfehlungen zur Überwindung der identifizierten Hemmnisse.*

### *Projektpartner*

**Prof. Dr. Karl-Werner Brand** (Projektkoordination); Münchener Projektgruppe für Sozialforschung e.V. (MPS)

- Unterauftrag: **Dr. Karl-Michael Brunner**, Institut für Allgemeine Soziologie und Wirtschaftssoziologie, Wirtschaftsuniversität Wien

**Prof. Dr. Alois Heißenhuber; Dr. Jochen Kantelhardt**; Lehrstuhl für Wirtschaftslehre des Landbaus, TU München Weihenstephan

**Prof. Dr. Georg Karg; Dr. Waltraud Kustermann**, Lehrstuhl für Wirtschaftslehre des Haushalts, , TU München Weihenstephan

- Unterauftrag: **Dr. Karl von Koerber**, Beratungsbüro für Ernährungsökologie München
- Unterauftrag: **Prof. Dr. Ingrid Hoffmann**, Professur für Ernährungsökologie, Institut für Ernährungswissenschaft, Justus-Liebig-Universität Giessen

**Prof. Dr. Achim Spiller**, Institut für Agrarökonomie, Universität Göttingen

[www.konsumwende.de](http://www.konsumwende.de)