



Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

Tag des Ökologischen Landbaus 2007

Ökologische Lebensmittelwirtschaft zwischen Ethik und Profit

Herausforderungen der aktuellen Marktentwicklung

Marktwirtschaft und Ethik:
Bio in der
Konventionalisierungsfalle?
Berlin 26.01.07

Zum Hintergrund

Prof. Dr. Reinhard Pfriem,
Carl von Ossietzky Universität Oldenburg:
**Marktwirtschaft und Ethik:
Bio in der Konventionalisierungsfalle?**

BESOS 
Business Ethics & Sustainability.


OSSENA
Ernährungsqualität als Lebensqualität

Ein scheinbares Paradox

Der Markt für Bio-Lebensmittel boomt, aber:
neben viel Freude darüber tun sich auch viele Ängste auf.



Die *Erklärung*:

- Das Risiko eines Wettbewerbs um Kostenminimierung auf geringer qualitativer Grundlage (statt Qualitäts- und Differenzierungswettbewerb), Verlorengelassen sozialer und regionaler Ansprüche

Ambivalente Konstellation, ambivalente Strategien:

- Die Diffusion in der Breite stärken, das Bessere transparenter und wirksamer kommunizieren

Der Differenzierung gerecht werden

Die Zwei-Lager-Theorie (Bio gegen Konventionell) endlich aufgeben.



Die richtige Schlussfolgerung:

- Wettbewerb um Qualität zu vertretbaren Preisen
- Kommunikation über konkrete inhaltliche Qualitäten (nicht Bio versus Nicht-Bio)
- Verknüpfung mit alltagsbezogener Ernährungskultur
- Höhere Wertschätzung von Ernährung über Förderung kultureller Kompetenzen, Fähigkeiten und Fertigkeiten

Der Nutzen von Ethikmanagementsystemen

1. Konkrete Zielerklärungen und Selbstverpflichtungen
(Leitbild, Verhaltenskodex – s. auch IFOAM)
2. Verankerung in den Strukturen, Prozessen und der
Kultur des Unternehmens
(Kommunikation, Anreizsysteme)
3. Spezielle unternehmensethische Maßnahmen
(Weiterbildungsprogramme, Qualitätsmanagement,
lokales und regionales Engagement)
4. Externe Kommunikation (mit konkreten Inhalten zu
Ergebnissen und Fortschritten)
5. Steuerung und Kontrolle



Nachhaltige Ernährungskultur

- Professionalisierungsnetz landwirtschaftlicher Direktvermarkter
- Einzelhandelsprogramme zur Steigerung des Anteils regional nachhaltiger Produkte
- Schulungsprogramm zur Weiterbildung im Lebensmitteleinzelhandel (COMBI)
- Gastronomennetzwerk OSTFRIESLAND KULINARISCH
- Ostfrieslandmahle
- Kulinarischer Sommer
- OsSVita – Kompetenznetz Schule und Ernährung



Über Kultur(en) kommt Ethik ins Spiel

- Ökologie (Ausblendung von Transport bei Bio)
- Tierschutz (s. FAO-Studie)
- Fair trade/ Entwicklung
- Domestic fair trade/ regionale Stabilisierung
- Mitarbeiter/innen
- Gender
- Integration behinderter Menschen
- Fairness im Wettbewerb
- Sozialstandards



Domestic Fair Trade

- Transparentmachen des Werts regionaler Qualitätslebensmittel für die Verbraucher/innen über die Wertschöpfungskette hinweg
- Differenzierte Strategie der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung
- Zielgruppenorientierte Kommunikation höherer sozialökologischer und ethischer Qualitätsansprüche gegenüber dem EU-Bio-Siegel
- Beispiel Upländer Bauernmolkerei (Erzeugerfairaufschlag von 5 Cent/ Liter)

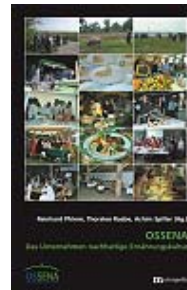


Ein neues Verständnis gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

Es kann nicht länger nur um die unmittelbare Produktqualität gehen

Die von vielen gewünschte *neue Wertschätzung von Ernährung* betrifft:

- ein neues sinnliches Verhältnis zu den Lebensmitteln
- geschmackliche, also auch regionale und saisonale Vielfalt
- Kulturelle Kompetenzen, Fähigkeiten und Fertigkeiten hinsichtlich des Umgangs mit und der Kenntnis von Lebensmitteln
- Zeitsouveränität



BÖLW

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

Tag des Ökologischen Landbaus 2007

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**