

Die neuen ökologischen Herausforderungen in Italien und in Europa

BIO - dieser Begriff rückt immer mehr ins Rampenlicht und hinterfragt einen Sektor, in dem zwar bereits schon wichtige Weichen gestellt wurden, in dem es aber auch noch einige Herausforderungen gibt. Im Zeitraum von 2010 bis 2019 ist die europäische ökologische Anbaufläche um 79 % angestiegen, um lt. Schätzungen im Jahr 2020 etwa 19,8 Millionen Hektar zu erreichen. Es ist jedoch noch ein weiter Weg, bis ein Anteil von 25 % ökologisch bewirtschafteter Ackerflächen im Jahr 2030 erzielt werden kann, wie mit der Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ des europäischen *Green Deal* festgelegt wurde. Das Ganze ist bezifferbar in einem weiteren Anstieg um 164 % auf 52,2 Millionen Hektar.

Dies geht zumindest aus den Berechnungen hervor, die im Rahmen des internationalen Projekts BIOLS.EU (BIOrganicLifeStyle.EU) durchgeführt wurden, an dem das italienische Konsortium European Organic Partners (EOP) und Bionext, die niederländische Organisation der Bio-Lieferkette, beteiligt sind: eine dreijährige Kampagne (2019-2021) mit Projekten in Deutschland, Frankreich und Italien, die von der Europäischen Union finanziert wird und das Ziel hat, „BIO“ als Lebensstil zu fördern.

Das Spiel ist also noch ganz (oder nahezu) offen und erfordert sicherlich eine unverzichtbare Politik zur Stimulierung des Marktes, um den Bekanntheitsgrad des europäischen Bio-Logos (das grüne Blatt) bei den Verbrauchern zu erhöhen. Um den Stand der Dinge zu ermitteln, um weiter tätig zu werden, hat BIOLS.EU eine Umfrage zur Rolle der Verbraucher beim Kauf von Lebensmitteln in Italien, Frankreich und Deutschland gestartet. Dabei hat sich herausgestellt, dass in unserem Land (wo sich übrigens die ökologische Anbaufläche von 2010 bis 2019 auf fast 2 Millionen Hektar verdoppelt hat) 26 % der Befragten Gesundheit und Wohlbefinden als wichtigstes Kriterium beim Kauf von Lebensmitteln angegeben haben - ein höherer Prozentsatz somit als in Deutschland (18 %) und in Frankreich (17 %).

Dagegen ist die ökologische Nachhaltigkeit bei 8 % der Befragten (6 % der Franzosen und 9 % der Deutschen) das wichtigste Kriterium beim Kauf von Lebensmitteln, während auf die Frage nach den kontrollierten Angaben auf der Verpackung lediglich 5 % der Italiener (11 % der Franzosen und 10 % der Deutschen) antworteten: „nur wenn es BIO ist“.

Bezüglich der Wahrnehmung von Bio-Lebensmitteln nehmen 30 % der hiesigen Verbraucher an, dass diese natürlichen Ursprungs sind, 22 % sind der Meinung, dass sie gut für die Gesundheit/das Wohlbefinden sind, für 20 % sind sie von besserer Qualität, und 18 % empfinden sie als teuer. Dies zeigt, dass die Verbraucher in Italien weniger empfindlich auf das höhere Preisniveau zu reagieren scheinen, während in Frankreich und Deutschland 27 bzw. 29 % der Befragten angaben, dass Bio-Lebensmittel teurer seien als herkömmliche Lebensmittel. Letztendlich erklärten in Italien 65 % der Befragten, dass sie das EU-BIO-Logo sehr gut kennen würden, während es in Deutschland und Frankreich, wo es ebenfalls nationale Logos gibt, weniger bekannt ist.

Wenn dies der Stand der Dinge ist, um bis 2030 in der EU einen Anteil von 25 % an ökologischen Erzeugnissen zu erzielen, dann hat die OPTA (Organic Processing and Trade Association Europe) ein präzises Programm ausgearbeitet und dabei festgestellt, dass die Länder, die in dieser Hinsicht bereits erfolgreich waren, eine aktive Politik zur Förderung für das Bewusstsein und zur Verbreitung von Bio-Lebensmitteln und ökologischem Landbau betreiben, ohne dabei auch entsprechende Maßnahmen außer Acht zu lassen, die zu einer Stimulierung des Marktes führen können. Um den Landwirten die Umstellung auf den ökologischen Landbau zu ermöglichen, ist es unerlässlich, beide Wege zu bestreiten.

Das OPTA-Programm stellt vier wesentliche Bereiche für die Umstellung fest:

- Biodiversität und Klima - für die Umstellung von der herkömmlichen auf die ökologische Landwirtschaft;
- Ernährung und Gesundheit - vom Fast Food zur gesunden Ernährung;
- Reeller Preis - vom maximalen Gewinn zum maximalen Wert;
- Fairer Preis - für Transparenz und Vernetzung von Lieferketten untereinander.

Die Umsetzung des Programms, so betont OPTA, mache die Schaffung von „runden Tischen“ auf EU-Ebene zwischen hochrangigen Experten aus den Bereichen Wissenschaft, Finanzen und Wirtschaft des ökologischen Landbaus und den Bio-Lebensmittelunternehmen erforderlich.

Aber auch Ehrgeiz und Selbstvertrauen wären gefragt, schließlich sei der Bio-Sektor selbst ein Teil der Lösung, ebenso wie die nationalen Aktionspläne, wie die Erfahrungen Frankreichs zeigen, das beim Verkauf von Bio-Produkten in der Europäischen Union an erster Stelle steht, auch dank seines Fünf-Jahres-Aktionsplans „Ambition Bio 2022“.

(Mariangela Molinari)