

Generation der Verantwortung – Jetzt handeln in der Klimakrise

Das Jahr 2018 hat uns die verheerenden Folgen unseres bisherigen Wirtschaftens vor Augen geführt. Wir stehen am Scheideweg für viele globale Fragen. Auf den Schultern unserer Generation lastet eine große Verantwortung, unsere natürlichen Lebensgrundlagen für die nachfolgenden Generationen zu sichern.

Daraus ergeben sich für alle Menschen bedeutende Chancen für wichtige Veränderungen. Der Ökolandbau und die Biolebensmittelherstellung sind schon heute eine in der Breite anwendbare Lösung für dringende Zukunftsfragen.

Das haben viele Menschen erkannt - Bio ist mittlerweile zu Recht zum Mainstream geworden.

Immer mehr Menschen nehmen durch einen bewussten Einkauf von Bio aktiv am Umbau und positiver Veränderung teil.

Bio macht Nachhaltigkeit marktfähig

Ziel unserer Generation muss es sein, das Gemeinwohl und den Schutz unserer Lebensgrundlagen in den Mittelpunkt wirtschaftlichen Handels zu stellen – nicht das individuelle Gewinnstreben. Daher ist das Wachstum der Biobranche kein Selbstzweck. Ziel ist es vielmehr, den Nutzen und die Vorteile für Umwelt und Gesellschaft zu verbreitern.

Bio macht Nachhaltigkeit und Vielfalt in der Tiefe und Breite marktfähig. Es unterstützt dadurch wesentliche politische Ziele - mit lebendiger Innovation, Begeisterung und Mut.

Den dadurch zunehmenden Wettbewerb in der Biobranche wollen wir als einen Wettbewerb um die beste Leistung für Mensch, Umwelt und Mitgeschöpfe begreifen.

Ernährung ist mehr als satt zu werden

Essen zu Hause oder außer Haus ist mehr als satt zu werden. Mit unserer Ernährung sind wir Teil der natürlichen, wirtschaftlichen und sozialen Kreisläufe.

Zu unserem Verständnis eines guten Lebensmittels gehört daher mehr als die Abwesenheit von Schädlichem. Gut bedeutet Nachhaltigkeit und Biodiversität vom Acker bis zum Teller, Genuss und Nährwert, Vielfalt, Auswahlmöglichkeit und fair gestaltete Wertschöpfungsketten. Den Teufelskreis der Rationalisierung - wachse oder weiche - wollen wir in Landwirtschaft und Handwerk durchbrechen.

Mainstream heißt nicht Masse – sondern massenhaft Verantwortung zu übernehmen

Immer mehr Menschen erkennen die Notwendigkeit zur Veränderung und fordern einen Paradigmenwechsel unseres Wirtschaftens ein. Sie bilden die treibende Kraft dafür, dass Bio zum Mainstream geworden ist. Für sie ist Essen Teil ihrer Identifikation und politisches Statement zugleich. Für uns landwirtschaftliche Erzeuger, Lebensmittelverarbeiter und Händler entsteht daraus sowohl eine Chance als auch eine Verantwortung. Wir sehen uns vor allem in der Pflicht, die Information der Menschen zur Wirkung ökologischer Produktion auf Natur, Umwelt, Gesundheit und Tierwohl zu verstärken und sie den sich wandelnden Kommunikationswegen anzupassen. Mit den neuen Medien schaffen wir eine direkte und individuelle Vernetzung zwischen Erzeugern, Verarbeitern und Verbrauchern.

Zur Verantwortung der Biobranche gehört es auch, transparente und faire Handelsbeziehungen über die gesamten Wertschöpfungsketten zu gestalten. Marktmacht darf nicht zu Lasten der schwächsten Glieder ausgenutzt werden. Dies bedarf erweiterter Regeln der Biobranche über Erzeugung und Herstellung hinaus zur Entwicklung starker Wertschöpfungspartnerschaften.

Die Politik muss ebenfalls ihren Beitrag zum ökologischen Umbau leisten. Wir fordern die Politiker auf, die Dynamik des wachsenden Biomarktes und die Kreativität seiner Akteure für eine mutige und wirksame Transformation hin zu einer nachhaltigen Ernährungswirtschaft zu nutzen.

Der Staat muss selbst in seinem Handeln Vorbild sein. Mit einem verpflichtenden Mindestanteil an regionalen ökologischen Lebensmitteln in der öffentlichen Verpflegung wird beispielsweise staatliches Handeln glaubwürdig.

Aber allen voran muss die Politik es schaffen, die Regeln unseres Wirtschaftens zu verändern: Verantwortungsvolles Handeln muss sich für Erzeuger, Verarbeiter, den Handel und für alle Menschen auch wirtschaftlich lohnen. Durch einen Umbau der gemeinsamen Europäischen Agrarpolitik über das Beschaffungswesen bis hin zum Steuersystem braucht es deutlich mehr wirtschaftliche Anreize zur Entwicklung einer nachhaltigen Wirtschaft in der Breite. Gemeinwohl muss die Triebfeder für wirtschaftliches Handeln sein – **Starke Wertschöpfungspartnerschaften im Öko- Markt sind dafür ein guter Anfang!**

Kirchberg/Jagst; 13. November 2013