

Klimaschonende Landwirtschaft angehen – Dialog zwischen Verbrauchern und Landwirten fördern

Marie von Meyer-Höfer¹, Robert Gerlach², Zaur Jumshudzade³, Hans Marten Paulsen³

¹Thünen-Institut für Marktanalyse, Braunschweig ²Impact Start up »Klim.« Carbon Farmed, Berlin

³Thünen-Institut für Ökologischen Landbau, Westerau

In der Farm to Fork Strategie („Vom Hof auf dem Tisch“) des Europäischen Green Deals wird die CO₂-Bindung durch Land- und Forstwirte als Fördermodell für die Gemeinsame Agrarpolitik, aber auch als Möglichkeit für private Geschäftsmodelle, benannt. Für eine solche klimaschonende Landwirtschaft müssen Standards entwickelt werden, die sowohl Landwirten als auch Verbrauchern Orientierung bieten können und auf gemeinsame Akzeptanz stoßen.

Landwirte können Klimaschutzmaßnahmen direkt auf ihren Betrieben umsetzen und dafür neue Wertschätzung bei Verbrauchern gewinnen. Sie können zusätzlich zum bisherigen geförderten Maßnahmenkatalog, zum Beispiel mehr Zwischenfrüchte und Blühstreifen anbauen, Hecken anlegen oder Klee als Untersaat in Getreide sähen und so positive Wirkungen auf das Klimaschutzpotential, aber auch auf Bodenfruchtbarkeit und Biodiversität erreichen. Bei der Umstellung bisheriger Produktions- und Vermarktungsweisen auf klimaschonendere Methoden sind Landwirte auf entsprechend kompetente Beratung durch unabhängige Organisationen angewiesen.

Aussichtsreiche Maßnahmen für Carbon Farming und CO₂-Bindung: Untersaaten, Zwischenfrüchte, artenreiche Mischungen, Agroforstsysteme, Bäume, Hecken, Randstreifen



Fotos: Thünen: Jumshudzade, Paulsen; BLE:Stephan (Grünland)

Neben der rein produktionsorientierten Sicht auf das Thema, stellt sich die Frage, wie Lebensmittel, bei deren Produktion auf zusätzliche Kohlenstoffbindung und Klimaschutz abgezielt wird, erfolgreich vermarktet werden können. Bisher ist es aufgrund der komplexen Zusammenhänge der Klimawirkung von Lebensmittelproduktion, -konsum und Ernährungsverhalten vor allem für Verbraucher schwer, sich beim Einkaufen und Essen klimabewusst zu verhalten. Zudem ist das Ausmaß der tatsächlich erzielbaren Klimawirkung durch solche Maßnahmen nicht klar vorherzusagen. Die genannten Maßnahmen selbst bieten aber enormes positives Potential auch in anderen Umweltbereichen, wie

Biodiversität, Erosions- und Gewässerschutz. Eine Förderung der Umstellung der Produktion durch freiwillige Programme ist daher sinnvoll.

Vieles deutet darauf hin, dass in diesem, sich innerhalb der letzten Monate sehr dynamisch entwickelnden Themenfeld, ein großes Bedürfnis nach mehr Austausch zwischen den sehr diversen Akteuren besteht, um das Feld im buchstäblichen Sinne „gemeinsam zu beackern“. Es geht darum, die unterschiedlichen Erwartungen und Hoffnungen kennenzulernen und von Anfang an bei der Entwicklung dieses neuen Segments einzubeziehen.

Genau hier setzte die aktuelle Untersuchung der Thünen-Institute für Ökologischen Landbau und für Marktanalyse an. Es ging darum, einen ersten Eindruck über die Erwartungen von Verbrauchern und Landwirten zum Thema klimaschonende Lebensmittel und zu regenerativen Verfahren der Landwirtschaft, die zum Humusaufbau und Klimaschutz beitragen sowie zu entsprechenden Labels zu gewinnen.

Aufbauend auf Erkenntnissen eines INTERREG Projekts zum Thema „Carbon Farming“ (<https://t1p.de/CarbonFarming>) wurden telefonisch ausführliche leitfadengestützte Interviews mit jeweils 7 Landwirten und Verbrauchern durchgeführt. Die Teilnehmer meldeten sich freiwillig auf den vom Institut gestarteten Aufruf in Norddeutschland. Es handelte sich bei den Interviews also um eine Stichprobe von thematisch involvierten und interessierten Personen, was Gespräche im gewünschten Detail ermöglichte.

Die Ergebnisse der Interviews waren die Basis für die Entwicklung einer zweiten Umfrage, die während eines Online-Workshops mit insgesamt 52 Teilnehmern durchgeführt wurde (<https://t1p.de/workshop-klimalabel>). Die Teilnehmer meldeten sich freiwillig nach einer breit gestreuten Einladung durch das Thünen-Institut. Unter ihnen waren 13 Landwirte, 10 Verbraucher, 15 Wissenschaftler und 14 Branchenvertreter. Auf dem Workshop: *Klimaschutz durch mehr Humus: Wie können wir Landwirte dafür bezahlen?* wurden Impulsvorträge zu Maßnahmen für Carbon Farming und zu Chancen für die Einführung neuer Klima-Labels aus Sicht der Verbraucherforschung gehalten. Weiterhin wurde ein Klimalabeling Ansatz (*Klim.*, <https://www.de.carbonfarmed.com>) vorgestellt. Bei *Klim.* stehen Verfahren regenerativer Landwirtschaft und Humusaufbau als Klimaschutzmaßnahmen im Vordergrund.

In der online Befragung der Workshopteilnehmer wurden folgende Themenbereiche untersucht:

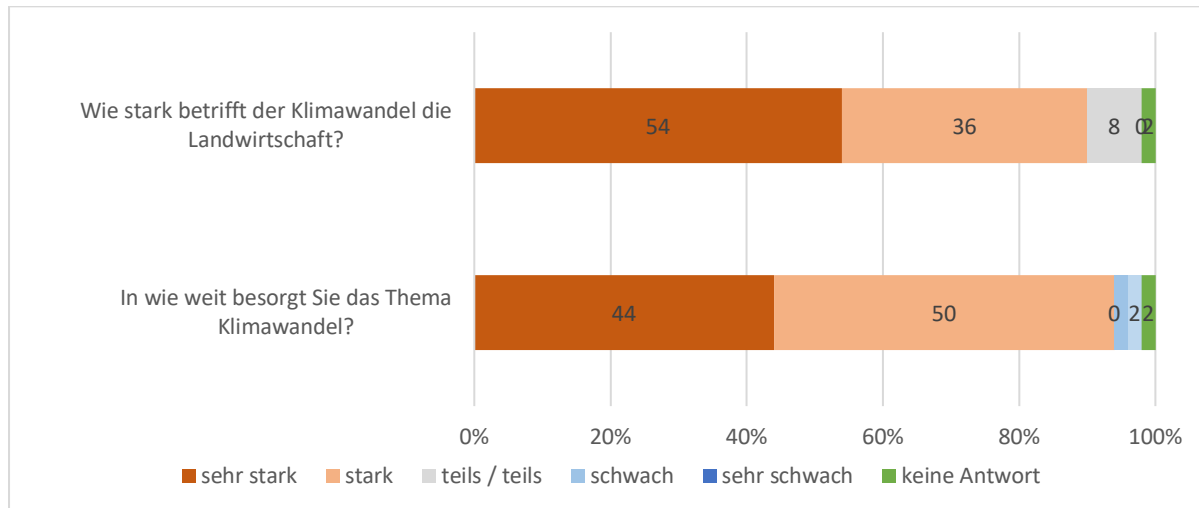
- Einschätzung des Klimawandels
- Aktuelles Engagement für klimafreundliche Landwirtschaft und Ernährung
- Klimalabeling – Informationsbedürfnisse und Vertrauen
- Möglichkeiten für erfolgreichen Dialog und Marktentwicklung

Die Erkenntnisse aus beiden Befragungen sind nachfolgend im Text zusammengefasst. Die Antworten und Einschätzungen aus den ausführlichen Interviews wurden sehr gut in den Ergebnissen der online Befragung wiedergespiegelt. Die nachfolgend dargestellten Grafiken enthalten die Daten der online Befragung.

Ergebnisse

Die Auswertung zeigt, dass Landwirte und Verbraucher große Hoffnungen hegen, mit entsprechend angepasster Landwirtschaft und dem Konsum der daraus entstehenden Lebensmittel zumindest teilweise zur Verminderung des Klimawandels beitragen zu können, der sie gleichermaßen beunruhigt.

Abbildung 1: Einschätzung des Klimawandels



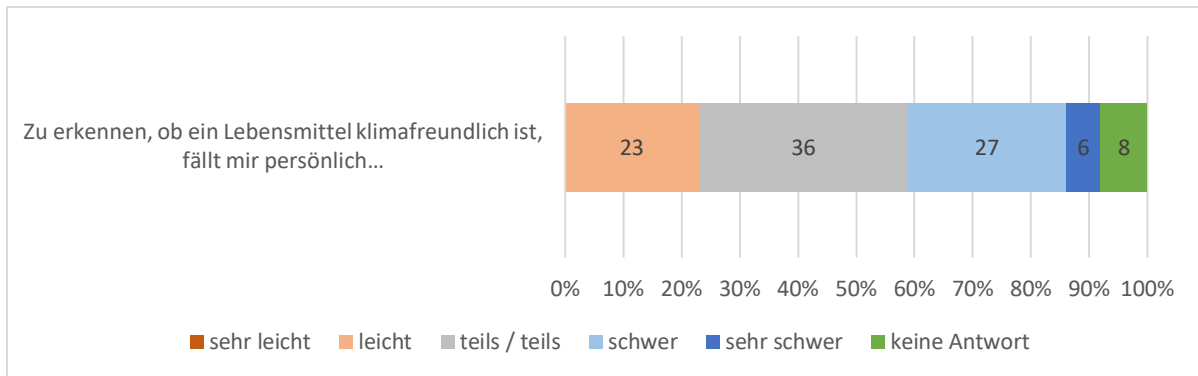
Eigene Darstellung 2021: Ergebnisse der online Befragung mit 52 Teilnehmern

Was tun Sie heute schon für eine klimafreundlichere Landwirtschaft / klimafreundliche Lebensmittel?

Landwirte engagieren sich bereits heute darin, ihre Produktionsweise klimaschonender zu gestalten. Humusanreicherung und -schutz sind Zielgrößen der regenerativen Landwirtschaft und des Carbon Farming. Beide Ansätze sind bisher nicht eindeutig geregelt, Begrünung und Biomassezufuhr in Böden sind aber zentrale Elemente. Für Humusaufbau und Zertifikate für mögliche damit verbundene CO₂-Bindung existieren aktuell eine Reihe von Initiativen. In einer Umfrage im INTERREG Projekt „Carbon Farming“ im Nordseeraum in 2019 (BE, NL, DE, N: N = 449, davon 85 ökologisch und 364 konventionell wirtschaftend, davon 44 in Norddeutschland) gaben 74 % der Landwirte an, bereits Maßnahmen zum Humusaufbau und Schutz umzusetzen. Am häufigsten genannt wurden dafür die Verwendung von Wirtschaftsdünger, der Anbau von Zwischenfrüchten und die breitere Gestaltung von Fruchtfolgen. Diese Ergebnisse werden auch von der hier vorgestellten Studie unterstützt. 9 der 13 Landwirte, die an der online Umfrage teilnahmen, gaben an, bereits heute regenerative landwirtschaftliche Produktionsmethoden auf ihren Betrieben anzuwenden. Die meisten setzen dabei auf einen Mix aus erweiterter Fruchtfolge, dem Anbau von Zwischenfrüchten und Untersaaten, reduzierter Bodenbearbeitung sowie weniger mineralischer N-Düngung. Einzelne Landwirte brachten auch speziellere Formen der regenerativen Landwirtschaft wie die Nutzung von Agroforstsystemen zur Sprache. Auch die Verwendung von Pflanzenkohle wurde mehrfach genannt, deren Nutzungsmöglichkeiten und Wirkung auf Böden und Klima bisher weitgehend unklar sind.

Die für diese Studie befragten Verbraucher sind bereits sehr interessiert und in das Thema involviert. Viele von ihnen versuchen ihren Lebensmittelkonsum schon heute klimaschonend zu gestalten. Sie kaufen regionale, saisonale oder Bio-Produkte, verzichten auf Fleisch und versuchen sich insgesamt bewusst zu ernähren. Manch einem sind hier und da zwar schon Klimalabel beim Einkaufen aufgefallen, doch die wenigsten sind sich sicher, wie sie klimaschonende Lebensmittel erkennen können.

Abbildung 2: Schwierigkeiten beim Erkennen klimafreundlicher Lebensmittel

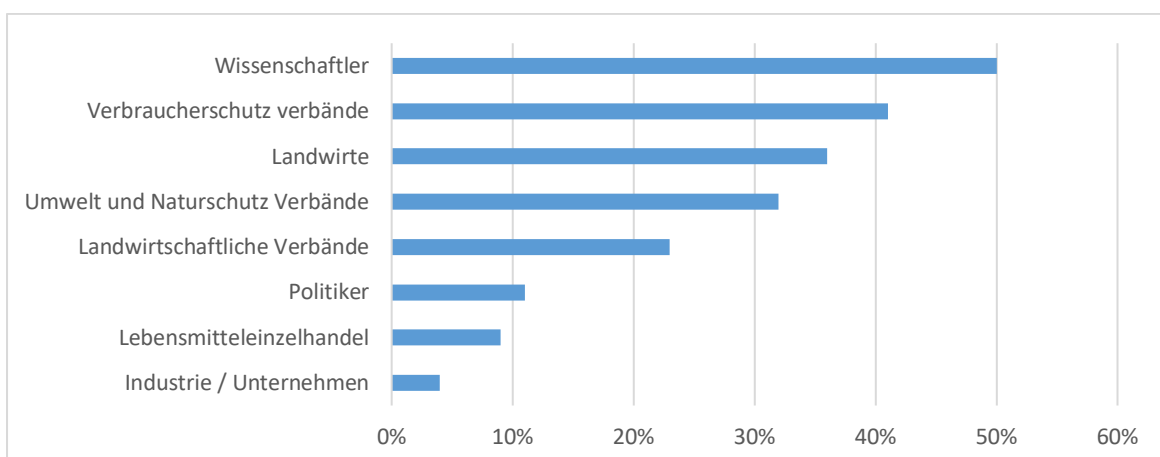


Eigene Darstellung 2021: Ergebnisse der online Befragung mit 52 Teilnehmern

Klimalabeling: Informationsbedürfnisse und Vertrauen

Die Ergebnisse aus den Interviews und der online Befragung machen deutlich, dass das Thema klimaschonende Landwirtschaft, Lebensmittel und Ernährung für viele Akteure noch sehr komplex und undurchschaubar ist. Viele Begrifflichkeiten und Zusammenhänge werden bisher nur vage durchschaut. Es sind dementsprechend noch mehr Informationen und ein intensiverer Austausch zwischen den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette nötig, um einen gemeinsamen Rahmen für chancenreiche Geschäftsmodelle zu entwickeln. Dabei kommt nach Ansicht der Befragten der Wissenschaft eine wichtige Rolle zu, glaubwürdige Informationen und Einschätzungen zu liefern. Aber auch einzelne Landwirte können aus Sicht der befragten Verbraucher auf Vertrauen hoffen, wenn sie authentisch und offen über ihre Bemühungen berichten.

Abbildung 3: Vertrauensvolle Informanten über klimafreundliche Landwirtschaft / Lebensmittel



Frage: Von wem müssten die Infos über klimafreundliche Landwirtschaft / Lebensmittel stammen, damit Sie ihnen vertrauen? Mehrfachantworten waren möglich.

Eigene Darstellung 2021: Ergebnisse der online Befragung mit 52 Teilnehmern

Vage definierte Produktionsmethoden mit komplexer Wirkung, wie die der regenerativen Landwirtschaft, sind für die aus ihnen hervorgehenden Produkte eine Vertrauenseigenschaft, die ohne entsprechendes Labeling nicht vermittelbar ist. Die Wissenschaft kann hier gemeinsam mit interessierten Akteuren der Agrar- und Ernährungswirtschaft dazu beitragen dem Wunsch nach nachvollziehbarer und glaubwürdiger Kennzeichnung klimaschonender Lebensmittel Realität werden zu lassen. Aus der Labelingforschung zu Bio oder Tierwohl gibt es bereits zahlreiche Erkenntnisse über die Erfolgsfaktoren von Labeling:

- Glaubwürdigkeit und Transparenz,
- unabhängige Zertifizierung,
- eindeutige Standards,
- hoher Bekanntheitsgrad über reine Nischenmärkte hinaus,
- breite Verfügbarkeit

Denn nur, wenn die gelabelten Produkte am Ende auch die Kaufentscheidung bewusst beeinflussen, können sie ihrem höheren Ziel, z.B. die Klimawirkung von Wertschöpfungsketten umfassend zu verbessern, gerecht werden.

Aus den Interviews und der online Befragung geht hervor, dass sowohl landwirtschaftliche, als auch gesellschaftliche und privatwirtschaftliche Akteure auf einen intensiveren Austausch vor allem zwischen Landwirten und Verbrauchern hoffen, denn das Interesse an klimaschonender Landwirtschaft und daraus entstehender Lebensmittel ist auf allen Wertschöpfungsstufen groß. In allen Interviews wurden entsprechende Äußerungen sowohl von Landwirten als auch Verbrauchern registriert und auch in vielen der offenen Antworten während der Onlinebefragung finden sich ähnliche Hinweise. Landwirte erhoffen sich mehr Wertschätzung für ihre Arbeit, gute Vermarktungsmöglichkeiten und nachhaltige Vorteile für ihre Böden. Verbraucher erhoffen sich, durch ihre persönlichen Konsum- und Kaufentscheidungen einen positiven Beitrag zum Klimaschutz leisten zu können.

Ausblick: Möglichkeiten für erfolgreichen Dialog und Marktentwicklung

Die Ergebnisse der Befragungen und ihre Diskussion zeigen den Wunsch aller Beteiligten nach mehr Klarheit bei der Definition von Maßnahmen und der Kennzeichnung klimaschonender Praktiken und Produkte. Darüber hinaus wird es als wichtig angesehen, den Austausch zwischen den Interessengruppen auf Augenhöhe und vor allem auch regionaler Ebene weiter zu führen. So belegen es die Auswertungen der Interviews, in denen alle Teilnehmer egal ob Landwirt oder Verbraucher entsprechende Aussagen machten.

Sind sich unterschiedliche Akteure unabhängig voneinander einig darin, ihre Einstellungen, aber vor allem auch ihr Verhalten, zu ändern, empfiehlt es sich in einen Dialog zu treten. So können gemeinsame Werte entdeckt und Veränderungen gemeinsam angestoßen werden. Im Fall der Produktion und des Konsums klimaschonender Lebensmittel geht es dabei vor allem darum, ethische Zielkonflikte der aktuellen Landwirtschafts- und Ernährungssysteme gemeinsam mit allen an den jeweiligen Wertschöpfungsketten beteiligten Akteuren zu lösen und so neues Vertrauen ineinander zu gewinnen. Die Analysen der hier vorgestellten Studie zeigen vor allem Chancen der Annäherung auf regionaler Ebene, im Aufbau dezentraler Strukturen und in der Bemühung, echte Fairness entlang der Wertschöpfungskette durch authentisches persönliches Engagement zu erreichen.

Preisbereitschaften sollten in diesem kommunikationsbetonten frühen Stadium der Marktentwicklung zunächst eine untergeordnete Rolle spielen. Viele Verbraucher geben in Studien an, bereit zu sein

mehr für glaubwürdig klimaschonende Produkte ausgeben zu wollen. Bevor sie diese nicht flächendeckend zur Auswahl vorliegen haben, wird sich aber nur schwer feststellen lassen, ob und inwiefern sich Einstellungen und geäußerte Absichten letztlich auch in entsprechendes Verhalten verwandeln. Angesichts der Erkenntnisse aus der Verbraucherforschung zu nachhaltigem Lebensmittelkonsum wird aber deutlich, dass zumindest für bestimmte (wachsende) Zielgruppen ein Markt für klimafreundliche Lebensmittel durchaus erschließbar erscheint.

Aus Klimaschutzsicht sollten dabei in der Landwirtschaft verlässliche Kohlenstoffspeicherleistungen angestrebt werden, die helfen, den Transformationsprozess bis zu einer insgesamt klimafreundlicheren Wirtschaft mit drastisch geringerem Einsatz fossiler Energien zu überbrücken. Eine einheitliche Zertifizierung ist für die genaue weltweite Aufrechnung von Treibhausgasquellen und -senken darüber hinaus sinnvoll. Praktikable Verfahren, die eine Berechnung der Klimabilanz der Produktion unter Berücksichtigung aller Faktoren einheitlich ermöglichen, sollten aus Forschung und Beratung heraus entwickelt und für die Optimierung der Produktionsverfahren ergänzt werden. Insbesondere sind die Entwicklung und die Verlässlichkeit einer Kohlenstoffbindung in natürlichen und landwirtschaftlichen Systemen nur unscharf vorauszusagen und der Erfolg analytisch nur über lange Zeiträume nachzuweisen. Bereits heute könnten aber Verpflichtungen in Programmen und ein entsprechendes Labeling zur zügigen Einführung und Beibehaltung von Maßnahmen mit hohem Potential für die Kohlenstoffbindung beitragen. Ein begleitendes Monitoring der Maßnahmen untersetzt mit einfachen Messungen z.B. zum Humusgehalt in Böden ist dabei für alle Seiten motivierend, zudem viele der Maßnahmen gleichzeitig auch die Biodiversität, die Bodenfruchtbarkeit und den Gewässerschutz fördern.