

BG, BRG, BORG Oberpullendorf „Franz Liszt“

Gymnasiumstraße 21

7350 Oberpullendorf



# **VORWISSENSCHAFTLICHE ARBEIT**

## **Nachhaltige Ernährung und aktuelle Ernährungstrends**

Verfasserin:

Clarissa BARAVALLE

8c

Betreuende Lehrperson:

Mag.<sup>a</sup> Monika BINDER

Abgabedatum: 20.2.2020

## **Abstract**

In dieser Arbeit werden die ökologischen, ökonomischen, sozialen und gesundheitlichen Dimensionen einer nachhaltigen Ernährung näher beleuchtet, aktuelle Ernährungstrends mit Beispielen beschrieben und anhand dieser Erklärungen die Frage beantwortet, warum der Trend hin zu nachhaltiger Ernährung notwendig ist und gegenwärtig, mit Zahlen unterlegt, in Österreich und global immer stärker stattfindet.

Für die Verfassung dieser Arbeit wurden Bücher studiert, die sich mit dem Thema beschäftigen, relevante Zeitungsartikel und Dokumentationen über die letzten Monate gesammelt und gesichtet, im Internet recherchiert und auch nachhaltig operierende Produktionsfirmen in Ländern der Dritten Welt und in Österreich besucht.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass das Bewusstsein für die Wichtigkeit und die positiven Auswirkungen von nachhaltiger Ernährung auf Bereiche wie Klimaschutz, Umweltschutz, Gesundheit, Weltressourcen, sozialen Ausgleich oder Entwicklungsmöglichkeiten für zukünftige Generationen in den letzten Jahren zwar stark gestiegen ist, aber noch weitere Entwicklungen nötig sind. Die Barrieren für weitere Entwicklungen können aber nur überwunden werden, wenn bessere Rahmenbedingungen, Angebote und Anreizsysteme geschaffen und kooperative Bemühungen aller involvierten Akteure gesetzt werden, um Strategien zum Erwerb und der Ausweitung von Ernährungskompetenz zu entwickeln und einen breiten gesellschaftlichen Diskurs über nachhaltige Ernährung, deren Leitbilder und Ernährungsziele, zu initiieren.

# Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	2
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>4</b>
<b>2 Definition Nachhaltigkeit .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Definition der Nachhaltigkeit allgemein.....</b>	<b>6</b>
<b>2.2 Das Dreieck der Nachhaltigkeit im Ernährungssektor .....</b>	<b>7</b>
2.2.1 Die ökologische Dimension .....	7
2.2.2 Die ökonomische Dimension.....	9
2.2.3 Die soziale Dimension .....	10
2.2.4 Die gesundheitliche Dimension .....	10
<b>3 Ernährungstrends .....</b>	<b>12</b>
<b>3.1 Bio-Vollwert Ernährung.....</b>	<b>13</b>
3.1.1 Bedeutung von Bio .....	13
3.1.2 Bedeutung von Bioprodukten allgemein.....	14
3.1.3 Bedeutung von Bio im Bereich Nachhaltigkeit.....	14
3.1.4 Burgenland als Vorzeigeland.....	15
3.1.5 Bio-Wende im Burgenland: 12 Punkte Plan .....	16
3.1.6 Bio-Gütesiegel.....	16
<b>3.2 Ethic Food .....</b>	<b>18</b>
3.2.1 Beantwortung der Fragen .....	19
<b>3.3 Slow Food .....</b>	<b>26</b>
3.3.1 „Markt der Erde“ .....	27
<b>4 Nachhaltigkeit in der Nahrungsmittelwirtschaft.....</b>	<b>27</b>
4.1 Status global .....	28
4.2 Status in Österreich .....	30
4.3 Nachfrage und Kaufmotive .....	32
<b>4.4 Probleme der Umsetzung von Nachhaltigkeit im Ernährungssystem .....</b>	<b>34</b>
4.4.1 Handlungsempfehlungen .....	36
<b>5 Conclusio.....</b>	<b>37</b>
<b>6 Literaturverzeichnis.....</b>	<b>39</b>
<b>7 Anhang.....</b>	<b>43</b>
<b>7.1 Burgenland als Vorzeigeland (Kapitel 3.1.4).....</b>	<b>43</b>
<b>7.2 Bio-Wende im Burgenland: 12 Punkte Plan (Kapitel 3.1.5) .....</b>	<b>44</b>

# 1 Einleitung

Nachhaltigkeit und Weltklima gehören schon länger und nicht erst seit der „Fridays for Future“ Bewegung zu den am häufigsten diskutierten und für viele Menschen wichtigsten Themen in unserer Gesellschaft. Das Thema Nachhaltigkeit in der Ernährung ist eng verbunden mit den Themen Klimawandel, Umweltschutz, Ressourcenverbrauch, Welternährung, Migration, sozialen Ausgleich, Aufrechterhaltung unseres regionalen und globalen natürlichen Ökosystems und der Aussicht auf soziale und wirtschaftliche Entwicklungen für jetzige und zukünftige Generationen.

Die vorliegende vorwissenschaftliche Arbeit befasst sich mit den grundlegenden Dimensionen der Nachhaltigkeit im Ernährungssektor und erklärt anhand dieser und von Ernährungstrends, warum die Entwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit immer stärker wird und werden muss. Denn viele ökologische Probleme hängen eng mit dem Ernährungssystem bzw. dem jeweiligen Ernährungsstil der Gesellschaft zusammen. Ernährung und Umwelt bzw. Klima stehen demzufolge in unmittelbarer Wechselwirkung zueinander.

Um die Fragestellung auszuarbeiten, warum die Ernährung unserer Gesellschaft wieder zum Ursprung führt beziehungsweise führen sollte, müssen bestimmte Kriterien befolgt werden (Kapitel 2), damit die langfristige dynamische Selbsterhaltung von Gesellschaften in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht sichergestellt ist. In dieser Arbeit wird vorausgesetzt, dass nachhaltige Ernährung eine Ernährungsform ist bzw. Ernährungsformen sind, die zurück zu einem langfristig wieder nachhaltigen Kreislaufsystem in der Lebensmittelproduktion und –verteilung geht, in dem die natürlichen Ressourcen der Welt nur soweit genutzt werden und dadurch erhalten bleiben, damit nicht nur die gegenwärtige sondern auch zukünftige Generationen mit diesen und in dieser Welt gut leben können. Der Ausdruck „Zurück zum Ursprung“, der in dieser Arbeit das Synonym für Nachhaltigkeit im Ernährungssektor ist, bedeutet, dass die in der Vergangenheit zunehmend stärker erfolgte Entkoppelung zwischen Nahrungsmittelproduktion, -verteilung und –verbrauch, die notwendig wurde, um den Zuwachs an Menschen zu ernähren und stark an die industrielle standardisierte

Produktion angelehnt ist, die auf maximale Optimierung der Mengen und Gewinne unter Vernachlässigung des Einpreises des unwiederbringlichen Verlusts an natürlichen Ressourcen ausgerichtet ist, wieder stärker zusammen und in ein nachhaltiges Gleichgewicht hinsichtlich Ressourcenverbrauch geführt werden sollte: Also zurück zum Ursprung gebracht werden sollte, in dem der Mensch als Produzent und Konsument von gesunden, schmackhaften und vielfältigen Nahrungsmitteln im Mittelpunkt stehen sollte und im Einklang mit der Natur und den anderen Lebewesen nachhaltig im Sinne der Erhaltung eines funktionierenden Ökosystems auch in Zukunft lebt .

Die Situation und die Ernährungsbedürfnisse in unterschiedlichen Regionen dieser Welt sind unterschiedlich und die Bedürfnisse für hungernde Menschen in Afrika sind andere als für unsere westliche Wohlstandsgesellschaft. Diese Arbeit befasst sich mit der Sicht unserer westlichen Gesellschaft in Österreich, ohne jedoch das große ganze Bild aus den Augen zu verlieren und weist darauf hin, dass die Umstellung der Ernährung auch und ganz besonders positive Effekte für die Menschen und deren Entwicklung in anderen Regionen (siehe Kapitel 3.2, Ethic Food) hat und haben muss.

Zur Beantwortung der Fragestellung wurden für die Recherche ausschließlich Bücher und Zeitungsberichte sowie Internetquellen verwendet.

Zu Beginn der Arbeit wird auf die allgemeine Definition der Nachhaltigkeit eingegangen und anschließend werden die vier Dimensionen, die die Problematik, Zielsetzung und Begründung einer dauerhaft nachhaltigen Zukunftsentwicklung der Ernährung darstellen, erläutert. Im darauffolgenden Abschnitt werden die drei Ernährungstrends Bio-Vollwert Ernährung, Ethic Food und Slow Food beschrieben, die allesamt nachhaltige Ernährung propagieren. Diese Kapitel zeigen auch, warum der Trend im Bereich der Ernährung zurück zum Ursprung geht, ja gehen muss, wenn wir nicht unter anderem auf Kosten zukünftiger Generationen unsere irdischen Ressourcen vorzeitig verbrauchen wollen und den Planeten Erde auch in Zukunft lebenswert erhalten wollen. Besonders eine Ernährung auf Basis von Bio-Landbau erweist sich in Bezug auf Nützlichkeit und Umsetzung auch bei uns im Burgenland als sehr geeignet für eine Entwicklung in Richtung Nachhaltigkeit in der Ernährung, dessen Status in der Gegenwart in Österreich und global mit Zahlen und Statistiken in Kapitel 4 untermauert

wird. Am Ende werden verschiedene Problembereiche der Umsetzung hin zu mehr Nachhaltigkeit in der Ernährung aus der Sicht eines entwickelten Landes wie Österreich vorgestellt und wie diesen begegnet werden kann, um aus heutigen, zeitlich noch nicht allzu langen Trends und Entwicklungen ein grundlegend anderes globales Ernährungssystem der Zukunft zu schaffen.

## **2 Definition Nachhaltigkeit**

### **2.1 Definition der Nachhaltigkeit allgemein**

Was versteht man unter nachhaltiger Entwicklung?

Im Vordergrund steht die Idee, dass natürliche Ressourcen sowie die gesamte Umwelt für zukünftige sowie die heutige Generation erhalten bleiben. Man spricht daher auch von einer dauerhaften oder lange anhaltenden Zukunftsentwicklung. (vgl. Brunner, 2007, S. 1)

Der Begriff Nachhaltigkeit erlangte erstmals Bekanntheit durch den sogenannten „Brundtland-Report“. Während der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro 1992 diente der Brundtland-Report als Basis für die Erstellung eines ersten Leitbilds für eine nachhaltige Entwicklung (vgl. Hofmann-Schneller, 2016, S. 104-105) und führte zur folgenden Definition von nachhaltiger Entwicklung:

Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können. (Brunner, 2005, S. 9)

Da es keine für die Allgemeinheit gültige Definition für den Begriff Nachhaltigkeit bzw. nachhaltige Entwicklung gibt, gelten viele unterschiedliche Definitionen, die die Aspekte von Nachhaltigkeit beschreiben. (vgl. Hofmann-Schneller, 2016, S. 104) Eine mögliche andere Begriffsdefinition lautet auch:

Nachhaltige Entwicklung heißt, Umweltgesichtspunkte gleichberechtigt mit sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu berücksichtigen [...] Wir müssen unseren Kindern und Enkelkindern ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge hinterlassen [...]. (Hofmann-Schneller, 2016, S. 104)

All diese Definitionen gehen im Prinzip auf einen Grundsatz des 18. Jahrhunderts zurück. Im Bereich der Forstwirtschaft hat Hans Carl von Carlowitz (1645–1714) dazu eine These aufgestellt, die besagt, dass nur so viel an Holz eingeschlagen werden darf wie durch Neupflanzung an Bäumen nachwächst. (vgl. Brunner, 2007, S. 1)

## **2.2 Das Dreieck der Nachhaltigkeit im Ernährungssektor**

Besondere Bedeutung in der Nachhaltigkeit der Ernährungswirtschaft hat das 3 Säulen Modell bzw. das Dreieck der Ernährungsnachhaltigkeit. Das Modell wird in drei Kategorien unterteilt: Ökologie, Ökonomie und Soziales. Mit diesen drei Dimensionen kann das Modell eines nachhaltigen Ernährungsmodells beschrieben werden und gibt eine Erklärung, warum gerade heute in Zeiten von Klimakrise, Ressourcenverknappung und Umweltverschmutzung der Trend hin zu mehr Nachhaltigkeit in der Ernährung geht. Überdies beeinflussen sich diese Dimensionen auch gegenseitig und sollten daher nicht nur jeweils allein, sondern auch im Zusammenspiel miteinander betrachtet werden. (vgl. Brunner, 2007, S.2-5)

Beim Dreieck der Ernährungsnachhaltigkeit wird oft noch eine weitere Dimension erwähnt, der gesundheitliche Aspekt, der aber meist als Unterbereich der sozialen Dimension genannt wird. (vgl. Brunner, 2007, S. 5)

### **2.2.1 Die ökologische Dimension**

Die erste Säule befasst sich mit dem Thema Umwelt. Im Vordergrund steht dabei die Ressourcenschonung. Das Ziel ist eine Minimierung des Abbaus nicht erneuerbarer Ressourcen, Produktionseffizienz in der Ernährungswirtschaft, die Vermeidung eines erhöhten Energieverbrauchs sowie die Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit. (vgl. Brunner, 2005, S. 249)

Auch auf die Vermeidung von anthropogenen, also menschlich erstellten und oft für die Umwelt nachteiligen Stoffen wie zum Beispiel Kunststoffen wird dabei Wert gelegt. (vgl. Brunner, 2007, S. 3)

Ein wichtiger Gesichtspunkt der ökologischen Dimension ist es daher, in der Herstellung, Verarbeitung und Vermarktung der Nahrung den Aspekt der Nachhaltigkeit zu beachten. Während bei der Herstellung versucht wird, so energieeffizient und naturschonend wie möglich zu arbeiten, achtet man bei der Verarbeitung besonders auf die Reduzierung von Lebensmittelverpackungen bzw. auf Mehrwegverpackungen umzusteigen. So wird versucht, möglichst wenig Müll zu produzieren. (vgl. Brunner, 2005, S. 250) „Ein Viertel des Hausmüllgewichts wird gegenwärtig durch Lebensmittelverpackungen verursacht.“ (Brunner, 2005, S. 250) Bei der Vermarktung spielen im Bereich Nachhaltigkeit die Regionalität und Saisonalität eine große Rolle. Dadurch sollen starke Umweltbelastungen wie z.B. durch lange Transportwege der Lebensmittel verhindert werden. Mit dem Kauf von regionalen Produkten wird zusätzlich noch die lokale Wirtschaft gestärkt. (vgl. Brunner, 2005, S. 250-251)

#### **2.2.1.1 Fleischkonsum**

Ein weiteres Ziel der ökologischen Dimension (aber auch der sozialen Dimension vor allem in der Gesundheitspolitik) ist die Reduktion des Fleischkonsums bzw. die Umstellung auf einen nachhaltigen Fleischkonsum. (vgl. Brunner, 2007, S. 12)

Die Industrialisierung der Fleischproduktion machte Fleisch günstig und universell verfügbar. Gleichzeitig hatte das beträchtliche ökologische Nebenfolgen wie die hohe Flächenbeanspruchung für Futtermittel, Überdüngung, Pestizideinsatz, ein erhöhtes Verkehrsaufkommen durch eine zentrale Fleischverarbeitung und Massentierhaltung sowie die starke Klimabelastung durch den Methanausstoß von Rindern und Schafen. (vgl. Brunner, 2007, S. 153-154)

43% der jährlichen Methanemissionen (56- mal treibhauswirksamer als CO<sub>2</sub>) in Österreich entstehen durch die Verdauung von Rindern und Schafen bzw. durch die Gülleseen der Intensivtierhaltung. (Brunner, 2007, S. 154)

Die Klimabelastung wird außerdem durch Brandrodung von Urwäldern zur Gewinnung von Weideflächen oder den Futtermittelanbau verstärkt. (vgl. Brunner, 2007, S. 153-154)

Nachhaltiger Fleischkonsum bedeutet also nicht etwa ein kompletter Verzicht auf Fleisch. Eine artgerechte Tierhaltung, regional und biologisch erzeugtes Fleisch und die Herstellung unter sozial fairen Bedingungen haben bereits positive Auswirkungen auf das Klima und die gesamte Umwelt. (vgl. Brunner, 2007, S. 150)

### **2.2.2 Die ökonomische Dimension**

Die zweite Säule, die ökonomische Nachhaltigkeit, hat die Wirtschaftlichkeit der Betriebe einerseits und faire und akzeptable Preise für die Konsumenten andererseits als Ziel. Die Wirtschaftlichkeit der Betriebe ist gewährleistet, wenn sie Bestand haben und konkurrenzfähig bleiben. Nachhaltige Betriebsstrukturen und Wettbewerbsfähigkeit durch akzeptable Preise sollten schließlich zu stabilen und effizienten Märkten führen. Weitere wirtschaftspolitische Ziele wie Geldwertstabilität, Vollbeschäftigung, konjunkturelle und außenwirtschaftliche Ausgeglichenheit können hier ebenfalls angeführt werden. (vgl. Brunner, 2007, S. 3) (vgl. Brunner, 2005, S. 251)

Als weiteren Unterpunkt der ökonomischen (aber auch der sozialen) Dimension ist das Humankapital, also die Qualifizierung und Weiterbildung der Beschäftigten in der Ernährungswirtschaft. (vgl. Brunner G, 2005, S.251)

Querverbindungen zwischen der ökologischen und der ökonomischen Dimension sind zum Beispiel Preisvorteile bei Einkauf regionaler ökologischer Produkte und der Wegfall von langen Transportwegen oder finanzielle Einsparungen und gesundheitlich und ökologisch positive Aspekte durch Reduzierung des Fleischkonsums. (vgl. Brunner, 2007, S.153-154)

Ein anderer Ansatz der ökonomischen Säule beschäftigt sich mit dem Verhältnis Wirtschaft und Natur. Dabei geht es darum, in wie weit der natürliche Kapitalstock der Natur durch die Ernährungswirtschaft erhalten bleiben soll. Also wie sehr die Natur ausgebeutet werden darf bzw. welcher Kapitalbestand der natürlichen Ressourcen erhalten bleiben soll. (vgl. Brunner, 2007, S. 3) (vgl. Brunner, 2005, S. 251)

### **2.2.3 Die soziale Dimension**

In der dritten Säule nachhaltiger Ernährung wird der soziale Aspekt beleuchtet. Hier geht es darum, dass nachhaltige Ernährung für breite Konsumentenschichten leistbar und verfügbar bleiben muss, insbesondere um Verteilungsgerechtigkeit und Sozialverträglichkeit - nicht nur innerhalb eines Landes zwischen den unterschiedlichen Gesellschaftsschichten, sondern auch global zwischen Industrie- und Entwicklungsländern. Der soziale Aspekt der Nachhaltigkeit gewinnt vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Veränderungen an Bedeutung wie zum Beispiel höhere Frauenerwerbsquoten, was den Trend zu Fertigprodukten verstärkt, da die Ernährungszubereitung immer noch weitgehend in Frauenhand ist oder höheren Arbeitslosenquoten und die Krise von Sozialsystemen generell, was zur Frage führt, wie nachhaltig die Ernährungsgrundbedürfnisse aller Gesellschaftsmitglieder befriedigt werden können, beziehungsweise wie soziale Sicherheit und Chancengleichheit erhalten werden können. (vgl. Brunner, 2005, S. 200) (vgl. Brunner, 2007, S. 3-4)

### **2.2.4 Die gesundheitliche Dimension**

Die gesundheitliche Dimension beschäftigt sich unter anderem mit den Inhaltsstoffen bestimmter Nahrungsmittel und ihre Wirkungen auf den Menschen. Zu den Hauptproblemen der gesundheitlichen Dimension gehören eine fehlerhafte Ernährung und Essgewohnheiten, die dazu führen, dass ernährungsbedingte Krankheiten entstehen können. Zum Verständnis der komplexen Beziehungen innerhalb des gesamten Ernährungssystems ist es notwendig, neben den ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten auch Erkenntnisse über die gesundheitlichen Bedingungen und Auswirkungen des Umgangs mit Lebensmitteln zu gewinnen und auch, wie die Gesundheitsdimension mit den anderen Dimensionen in Wechselwirkung steht. Global betrachtet bestehen zwischen Entwicklungsländern und reichen Industrieländern diametral entgegengesetzte Problemfelder in der durch die Ernährungsthematik hervorgerufenen Gesundheitssituation. Während in den armen Ländern Unterernährung und deren Folgen trotz eines global ausreichenden Angebots an Lebensmitteln, ein Mangel an Mikronährstoffen wie Eisen, Jod oder bestimmten

Vitaminen und Seuchen, auch ausgelöst durch verschmutzte Nahrung, vorherrschen, bestehen in reichen Industrieländern gesundheitliche Probleme, die durch ein Zuviel an Nahrung, Fehlernährung oder zu einseitige Ernährung, oft verbunden mit Bewegungsarmut und durch Stress, Rauchen und durch übermäßigem Alkoholkonsum verursacht werden. Man spricht von ernährungsabhängigen Problemfeldern beziehungsweise ernährungsabhängigen Krankheiten, wenn das Ernährungsverhalten die Ursache oder einen Risikofaktor darstellt oder wenn Änderungen der Ernährungsgewohnheiten eine Verbesserung der gesundheitlichen Probleme mit sich bringen. In den Industrieländern führen übermäßige, unausgewogene oder einseitige Ernährung zu ernährungsbedingten Krankheiten wie Karies, Übergewicht, Herz-, Kreislaufkrankheiten, unterschiedlichen Krebsarten, Diabetes, Gicht oder Gallensteinen, was neben dem Leid des einzelnen Betroffenen auch negative ökonomische Folgen für die Gesellschaft mit sich bringt wie erhöhte Gesundheitsausgaben des Staates. Auch ökologisch und sozial ist zum Beispiel der erhöhte Fleischkonsum sehr kritisch zu beurteilen, da der Großteil der Weizenernte in Ländern wie Deutschland oder Österreich zur Verfütterung in der Viehwirtschaft verwendet wird, wobei die Umwandlung pflanzlicher Lebensmittel in tierische Lebensmittel energetisch sehr ineffektiv ist, da für die Erzeugung von 1 kcal Fleisch durchschnittlich 7 kcal aus pflanzlichen Futtermitteln benötigt werden, die auch der Mensch verzehren könnte. Außerdem bewirkt die Fleischwirtschaft den Großteil der Treibhausemissionen in der Landwirtschaft bei uns, was bedeutet, dass auch die Umwelt wesentlich entlastet wird, wenn der Fleischkonsum reduziert wird. Vielfach sind diese Folgen falscher Ernährung bekannt, es bestehen aber Diskrepanzen in der Risikobeurteilung der durch die Ernährung hervorgerufenen Folgen. Hier gilt es, unter anderem durch Aufklärung und Bildung, gegenzusteuern. (vgl. Dr. oec. troph. Karl von Koerber, zugegriffen am 29.12.2019)

Es wäre sinnvoll, nicht nur aus ökologischen, ökonomischen oder sozialen Aspekten, sondern vor allem auch aus gesundheitlichen Gründen die Ernährung vermehrt in Richtung pflanzlicher, ökologisch erzeugter, gering verarbeiteter und regionaler Bioprodukte umzustellen. (vgl. Dr. oec. troph. Karl von Koerber, zugegriffen am 29.12.2019)

Dimension	Ökologisch	Ökonomisch	Sozial	Gesundheitlich
Hauptprobleme	Intensivierung der Landwirtschaft Intensivierung der Lebensmittelverarbeitung Transporte	Welternährung Wirtschaftsstruktur Liberalisierung und Wettbewerb	Armut und soziale Benachteiligung als Ursachen von Fehlernährung „McDonaldisierung“ und Autonomieverlust Arbeitslosigkeit und inhumane Arbeitsbedingungen	Ernährungsbedingte Krankheiten Diskrepanzen in der Risikobeurteilung Mangelnde Wertschätzung der Nahrung
Teilziele	Ressourcenschonung Ökologische Tragfähigkeit Erhalt und Entwicklung der Arten- und Biotopvielfalt	Nahrungssicherheit Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen Stabile und effiziente Märkte	Solidaritätsprinzip und Arbeitsplatzsicherheit Internationale Gerechtigkeit Stärkung von Verbraucherinteressen	Gesundheitsförderung Veränderung der Ernährungsgewohnheiten Sinnlicher Bezug und Genuss beim Essen

Abbildung 1: Hauptprobleme und Teilziele der Nachhaltigkeitsdiskussion im Ernährungssektor (Brunner, 2005, S. 12)

### 3 Ernährungstrends

Das Wort Trend ist eine beobachtende, statistisch erfassbare Entwicklung über einen gewissen Zeitraum. Ernährungstrends bedeuten also, dass die Ernährung bzw. die Nahrungsherstellung in eine neue bestimmte Richtung gehen. (vgl. Bibliographisches Institut GmbH, zugegriffen am 8.2.2020)

Ernährungstrends sind in den Bereich der nachhaltigen Ernährung einzuordnen, wenn sie folgende Kriterien beinhalten: Ressourcenschonung, Konsum von biologisch erzeugten Lebensmitteln, Regionalität und Saisonalität, Arten- und Sortenvielfalt, Artgerechte Tierhaltung, gering verarbeitete Lebensmittel, Reduzierung von Lebensmittelverpackungen, fairer Handel und Herstellung unter fairen Bedingungen (vgl. Rützler, 2005, S.91-126)

Ernährungstrends schaffen somit einen schrittweisen gesellschaftlichen Umschwung im Ernährungssektor zu mehr Nachhaltigkeit und Natürlichkeit. Trends, die diese Kriterien berücksichtigen, sind unter anderem: Bio-Vollwert Ernährung, Ethic Food Trend und der Slow Food Trend

Alle drei Richtungen weisen Kriterien auf, die der Nachhaltigkeit in seinen in Kapitel 2 genannten Dimensionen und einer nachhaltigen Entwicklung in der Ernährungswirtschaft entsprechen. (vgl. Rützler, 2005, S.91-126)

### **3.1 Bio-Vollwert Ernährung**

#### **3.1.1 Bedeutung von Bio**

Der Bio- Vollwert Trend spielt eine große Rolle im Bereich der nachhaltigen Ernährung. Biologisch angebaute und verarbeitete Lebensmittel zeichnen sich vor allem durch ihre hohe Produktqualität und naturfreundliche ressourcenschonende Herstellung aus. Was als Bio-Produkt bezeichnet und verkauft werden darf, ist gesetzlich bestimmt. (vgl. Brunner, 2007, S. 173-176)

Bio-Produkte werden mit bestimmten Bio-Erkennungszeichen oder Bio-Gütesiegeln gekennzeichnet. Mit dem EU-Bio-Logo, AMA-Biozeichen und dem BIO AUSTRIA Logo kann die Konsumentin/der Konsument Bio-Produkte klar erkennen und damit darauf vertrauen, dass diese Lebensmittel tatsächlich biologisch erzeugt wurden. (vgl. BIO AUSTRIA, zugegriffen am 13.9.2019)

Der Begriff Bio ist in der EU-Bio-Verordnung 834/2007 festgelegt. Lebensmittel dürfen demnach nur dann als Bio-Produkt bezeichnet und verwendet werden, wenn sie alle Kriterien der EU-Bio-Verordnung für den Bio-Landbau in der Europäischen Union erfüllen. (vgl. BIO AUSTRIA, zugegriffen am 13.9.2019)

### 3.1.2 Bedeutung von Bioprodukten allgemein

Die wichtigsten Aspekte für den Verbraucher bei der Entscheidung für Bioprodukte sind im Bereich Herstellung der Verzicht auf Chemie, Kunstdünger und synthetisch-chemische Spritzmittel. Stattdessen werden natürliche Methoden der Schädlingsbekämpfung und Wachstumsförderung wie zum Beispiel die Düngung mit Kompost und Mist verwendet. Auf künstliche Aromen wird verzichtet und die Verwendung von Zusatzstoffen ist von 300 auf 36 erlaubte Zusatzstoffe beschränkt worden. Auch im Bereich der Tierhaltung wird großer Wert auf eine artgerechte Tierhaltung sowie eine artgerechte und gesunde Fütterung gelegt. Biologisch erzeugte Lebensmittel stehen außerdem für Regionalität und Saisonalität. Da diese Produkte kurze Transportwege haben, weisen sie meist geringere Umwelt- und Schadstoffbelastungen und damit geringere Umweltkosten auf, die derzeit nicht in den Kosten der Nahrungsmittel berücksichtigt werden, sondern von der Gesellschaft getragen werden. (vgl. Rützler, 2005, S. 123-132)

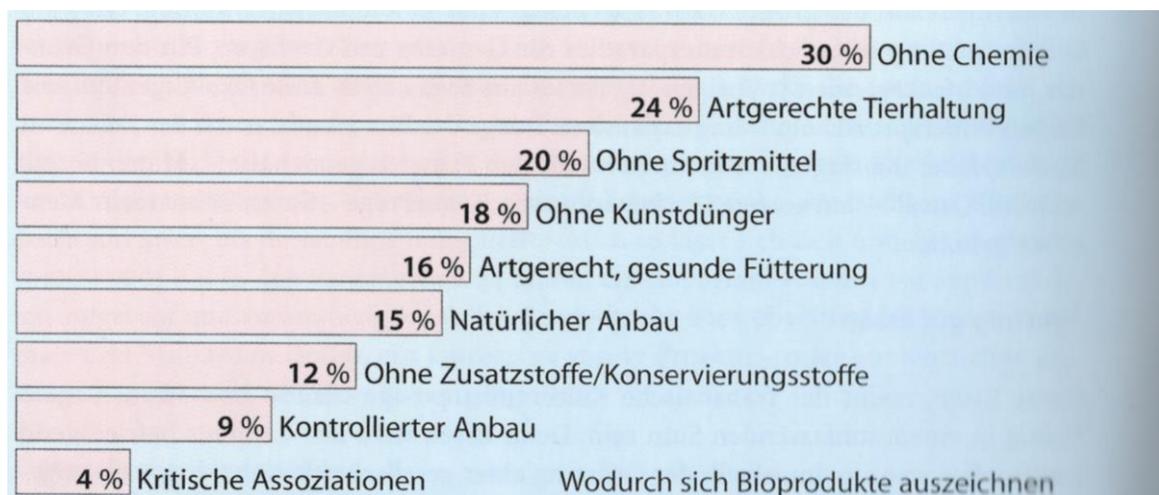


Abbildung 2: Subjektives Verständnis des Begriffs „Bioprodukte“; Österreich (Rützler, 2005, S. 126)

### 3.1.3 Bedeutung von Bio im Bereich Nachhaltigkeit

Im wissenschaftlichen Diskurs herrscht grundsätzliche Übereinstimmung darüber, dass biologisch produzierte Lebensmittel ökologisch betrachtet im Ernährungssystem nachhaltiger als konventionell erzeugte sind und daher der Anteil des Bio-Konsums am

gesamten Lebensmittelkonsum als ein zentraler Nachhaltigkeitsindikator im Bereich Ernährung herangezogen werden kann. (vgl. Brunner, 2007, S. 173-175)

Das wird daraus abgeleitet, dass in der biologischen, vielfach lokalen und saisonalen, Lebensmittelproduktion schonender mit natürlichen Ressourcen umgegangen wird – wie zum Beispiel geringere Umweltbelastungen, weniger Schadstoffausstoß, geringere Treibhausemissionen, was unter anderem auch das Produktionskapital wie Böden oder Gewässer schont, die Artenvielfalt fördert und letztlich das Risiko für den Menschen aus Pestizidrückständen verringert. Wenn man also die Nachhaltigkeit in der Ernährung steigern will, muss man daran arbeiten, dass biologisch – und damit häufig regional und saisonal - erzeugte Lebensmittel für breite Bevölkerungsschichten erstens leistbar werden und zweitens von diesen auch nachgefragt werden müssen, sowohl von den Privathaushalten aber auch und ganz besonders von Institutionen der Gemeinschaftsverpflegung wie Kantinen oder Restaurants und Gasthäusern. Immer noch ist der Konsum von biologisch erzeugten Lebensmitteln zu sehr auf obere soziale Schichten mit höherer Schulbildung und höherem Einkommen konzentriert, obwohl gerade in Österreich der Lebensmitteleinzelhandel mit seiner Marktmacht stark dazu beigetragen hat, dass unter anderem über Bio-Handelsmarken (z.B. „Ja Natürlich“ bei Billa oder dem Slogan „Zurück zum Ursprung“ auf biologischen Lebensmitteln bei Hofer und andere) und viel Marketing ein insgesamt positiv besetztes Bild von Bio-Lebensmitteln und nachhaltiger Ernährung aufgebaut wurde. (vgl. Brunner, 2007, S. 173-185)

#### **3.1.4 Burgenland als Vorzeigeland**

Das Burgenland etabliert sich immer weiter zu einem Bio-Vorzeigeland. Von den etwa 4.400 landwirtschaftlichen Betrieben im Burgenland sind rund 1.072 Betriebe-das sind 25 %- auf Bio- Betriebe umgestiegen. Zur Verfügung stehen 57.000 Hektar als Bio-Anbaufläche, was 37% der bewirtschafteten Fläche entspricht. (vgl. Pirker, 2019, S.12-13)

Bis 2027 soll der Anteil an biologisch angebauten Flächen im Burgenland von 37% auf 50% steigen. (vgl. Hammerle, 17. Juni 2019, zugegriffen am 3.11.2019)

### **3.1.5 Bio-Wende im Burgenland: 12 Punkte Plan**

Um die Bio-Wende im Burgenland zu starten und das Land zu einem Bio-Vorzeigeland zu schaffen, wurde Anfang Mai des Jahres 2019 das 12-Punkte Programm vorgestellt. Dadurch soll mehr Wert auf Regionalität, Qualität, Umweltschutz und auch den Klimaschutz gelegt werden. Im Bereich der gesunden Ernährung soll es vor allem biologisch und nachhaltig sein. (vgl. Amt der Burgenländischen Landesregierung, zugegriffen am 3.11.2019)

### **3.1.6 Bio-Gütesiegel**

#### **3.1.6.1 Bio Austria**

Bio Austria ist ein Verein zur Förderung des biologischen Landbaus und der Landwirtschaft in Österreich und vertritt die österreichischen Biobäuerinnen und Biobauern mit einer Mitgliederzahl von 12.500 Bäuerinnen und Bauern. Strukturell besteht Bio Austria aus acht Landesorganisationen und der Bundesorganisation. (vgl. BIO AUSTRIA, zugegriffen am 14.2.2020)

Bio Austria sichert die beste Bio-Qualität für die Konsumentin/den Konsumenten und sorgt dadurch für gesunde Lebensmittel im Handel. Bio Austria sieht sich in seiner Vision als:

Impulsgeber für die Ökologisierung der Landwirtschaft und die Versorgung der Bevölkerung mit gesunden Lebensmitteln. Die biologische Landwirtschaft und ihre Grundsätze haben Leitbild-Charakter, dadurch kann die Bio-Landwirtschaft ihr Potenzial entfalten – zum Vorteil der Gesellschaft und von Umwelt und Klima. (BIO AUSTRIA, zugegriffen am 14.2.2020)

Nur Produkte, die alle Anforderungen der Bio-Richtlinien des Österreichischem Lebensmittelbuches und den EU- Bio-Richtlinien befolgen, dürfen die Kennzeichnung Bio-Austria verwenden. Die Kriterien bzw. Anforderungen von Bio Austria gehen aber auch über das gesetzliche Mindestmaß hinaus und sind daher strenger als die EU-Bio-Rechtlinien, sodass nur Betriebe dabei sein können, die ihre Produkte zu 100%

biologisch anbauen und verarbeiten. (vgl. Verein für Konsumenteninformation (VKI),  
zugegriffen am 3.11.2019)

Allein im Mittelburgenland sind 120 Betriebe bei Bio Austria dabei. (vgl. Scherz-  
Kogelbauer, Juni 2019, S.14)



*Abbildung 3: Bio-Austria Logo  
(BIO AUSTRIA, zugegriffen  
am 24.1.2020)*

### **3.1.6.2 EU-Bio-Logo**

Das EU Bio-Logo kennzeichnet biologisch erzeugte Lebensmittel und soll die Erkennung von biologisch hergestellten Produkten einerseits für die Konsumentin/den Konsumenten im Konsum erleichtern und andererseits den Verkauf und die Vermarktung von Bio-Produkten in der EU vereinfachen. Das EU-Bio-Logo ist nur auf Produkten zu verwenden die zu 95% aus biologischen landwirtschaftlichen Rohstoffen bestehen. Verpflichtend bei der Kennzeichnung ist die geografische Herkunft der Produkte, die unter der Codenummer der Kontrollstelle stehen muss. Biologische Lebensmittel, die vorverpackt werden und in der EU vermarktet und verkauft werden, müssen das EU-Bio-Logo aufweisen. (vgl. Europäische Kommission, zugegriffen am 3.11.2019)



*Abbildung 4: EU-Bio-Logo (Europäische  
Kommission, zugegriffen am 24.1.2020)*

### 3.1.6.3 AMA-Biozeichen mit Ursprungsangabe

Das AMA-Biozeichen kann unter anderem auch als Herkunftszeichen bezeichnet werden. An oberster Stelle stehen die Regionalität, die Reduzierung der Umweltbelastungen und eine artgerechte Tierhaltung. Nur Produkte, die zu 100% aus der angegebenen Region stammen und in dieser Region verarbeitet und bearbeitet werden, dürfen das AMA-Biozeichen verwenden. So soll für die Konsumentin/den Konsumenten die Herkunft der biologischen Produkte gewährleistet und beim Kauf deutlich nachprüfbar sein. Es gelten die Forderungen der EU-Bio-Verordnungen als auch die der Bio-Richtlinien des Österreichischen Lebensmittelbuches. Durch regelmäßige Kontrollen, die den Richtlinien der EU-Bio-Verordnungen entsprechen, kann die Herkunft garantiert werden. (vgl. Verein für Konsumenteninformation (VKI), zugegriffen am 3.11.2019) (vgl. fullmarketing.at GmbH, zugegriffen am 3.11.2019)



Abbildung 5: AMA-Biozeichen mit Ursprungsangabe (Verein für Konsumenteninformation (VKI), zugegriffen am 24.1.2020)

## 3.2 Ethic Food

Der Ernährungstrend Ethic Food, auch „Essen mit gutem Gewissen“ genannt (Rützler, 2005, S. 91), beschäftigt sich vor allem mit dem Schutz einer artgerechten Tierhaltung und geht gegen das Leiden von Tieren vor. Er setzt sich für den Schutz und gegen die Ausbeutung der Meere und Meereslebewesen ein. Ethic Food bekämpft die Umweltverschmutzung, steht für biologische Landwirtschaft und gegen die Ausbeutung von Arbeitskräften in der Lebensmittelproduktion, vor allem in der Dritten Welt. (vgl. Rützler, 2005, S. 91)

Die Bewegung möchte darauf aufmerksam machen, wie unsere Zivilisation im letzten Jahrhundert der industriellen Lebensmittelproduktion unsere Ressourcen auf dem

Planeten Erde ausgebeutet und vernichtet hat und hält dem entgegen, dass (vgl. Rützler, 2005, S. 91-99)

[...] Fische und Wale, Shrimps, Muscheln und andere Lebensmittel werden als Grundnahrungsmittel betrachtet und nicht als lebende Bestandteile eines vitalen Systems, von dem unser aller Leben abhängt. (Sylvia Earle, Meeresbiologin). (Rützler, 2005, S. 91)

Grundsätzlich geht es bei Ethic Food um ökologisch bewusste und biologisch produzierte Waren, was mit ethischen Qualitätskriterien sichergestellt werden soll. (vgl. Rützler, 2005, S. 93)

Dabei werden Fragen aufgeworfen wie zum Beispiel:

„- Wie sollen unsere Lebensmittel in Zukunft produziert werden?

- Welche Produktionsweisen sind auch gut für die Umwelt?

[...]

- Ist ein hoher Fleischkonsum ethisch gerechtfertigt? “ (Rützler, 2005, S. 93)

### **3.2.1 Beantwortung der Fragen**

„Wie sollen unsere Lebensmittel in Zukunft produziert werden?

Welche Produktionsweisen sind auch gut für die Umwelt?

Ist ein hoher Fleischkonsum ethisch gerechtfertigt?“ (Rützler, 2005, S. 93)

#### **3.2.1.1 Ausbeutung und fairer Handel in der Dritten Welt - zukünftige Lebensmittelproduktion**

Mit der Kolonialisierung Hand in Hand ging die Ausbeutung der Menschen und der natürlichen Ressourcen in den neu entdeckten Kontinenten, in denen auch heute noch die meisten Länder als Entwicklungsländer gelten. In der landwirtschaftlichen

Produktion dieser Länder bedeutete das vielfach menschenrechtlich bedenkliche Produktionsbedingungen und Ausbeutung der vielen Kleinbauern aber auch der einheimischen Arbeiterinnen/Arbeiter (früher vielfach Sklaven) auf den weitläufigen Plantagen von reichen Magnaten oder Konzernen. Bis in die Gegenwart galt und gilt, dass die Gewinne der landwirtschaftlichen Produktion in diesen Ländern nicht durch die agrarischen Ausgangsprodukte, sondern durch die Weiterverarbeitung, den Zwischenhandel und den Verkauf beziehungsweise den Export erzielt wurden und immer noch zu einem Großteil erzielt werden. Die Ethic Food Bewegung, getragen durch immer kritischer werdende Konsumentinnen/Konsumenten, versucht dem entgegenzuwirken, indem der Verkauf von direkt in den Ursprungsländern nachhaltig produzierten und verarbeiteten Erzeugnissen gefördert wird. Kritische Konsumentinnen/Konsumenten und Konsumentenschutzorganisationen, aber auch Weiterverarbeiter in vielen westlichen Ländern der in Entwicklungsländern hergestellten agrarischen Grundprodukte legen dabei großen Wert darauf, unter welchen Bedingungen die Waren produziert werden, wobei als maßgebliche Kriterien gelten, ob Kinderarbeit eingesetzt wurde, ob freie Gewerkschaften existieren, ob garantierte Mindestlöhne gezahlt werden und wie nachhaltig diese Produkte erzeugt werden. (vgl. Rützler, 2005, S. 91-99)

Als gutes Beispiel aus Österreich kann die Firma Zotter aus der Steiermark angesehen werden. Herr Zotter besucht beim Einkauf die Bäuerinnen/Bauern in Entwicklungsländern selbst, um sich ein Bild davon zu machen, wie produziert wird und zahlt zum Beispiel den Kakaobäuerinnen/Kakaobauern in Entwicklungsländern, mit denen er eine langfristige Partnerschaft eingeht, nicht nur bessere und faire Preise, sondern unterstützt die Bäuerinnen/Bauern vor Ort im Aufbau einer effizienteren und nachhaltigeren Landwirtschaft und kümmert sich auch um den Lebensalltag der Familien der Bäuerinnen/Bauern. Da Konsumenten verstärkt genau das fordern, verkaufen sich seine qualitativ hochstehenden Schokoladen besonders gut, da die Marke „Zotter Schokolade“ für nachhaltige und faire Produktion steht. (vgl. Zotter Schokolade GmbH, zugegriffen am 6.2.2020)

Genau das gleiche Konzept wie Zotter zur Etablierung eines fairen Handels mit der Dritten Welt hatte schon seit Ende der 80er Jahre der Verein Fairtrade – in Österreich vertreten durch Fairtrade Österreich – verfolgt, der eine soziale Bewegung ist und Gütesiegel für Waren erstellt. Dessen Vision strebt nach

[...] einer Welt, in der alle Kleinbauernfamilien und Beschäftigten auf Plantagen in sogenannten Entwicklungsländern ein sicheres und gutes Leben führen, ihr Potential ausschöpfen und über ihre Zukunft selbst bestimmen können. (FAIRTRADE Österreich, zugegriffen am 14.2.2020)

Durch Verleihung des Siegels des Vereins, also eines Zertifikates, auf Produkte im Handel wird garantiert, dass die aus der Dritten Welt importierten Produkte zu fairen Bedingungen hergestellt wurden. Damit befriedigt der Verein das Bedürfnis der Konsumentinnen/Konsumenten nach mehr Transparenz zu den Herstellbedingungen und ob die importierten Lebensmittel tatsächlich aus fairem Handel kommen. (vgl. FAIRTRADE Österreich, zugegriffen am 14.2.2020)

Der Verein Fairtrade arbeitet dabei international mit dem WFTO (World Fair Trade Organization) zusammen, der ein globales Netzwerk mit Mitgliedern aus über 70 Ländern ist. Mitglieder sind Produzenten-Kooperativen, Exportgesellschaften, Importeure, Einzelhändler, nationale wie internationale Fair-Trade Netzwerke und auch Finanzinstitutionen, womit der WFTO die gesamte Handelskette von der Produktion bis zum Verkauf umfasst. (vgl. Wikimedia Foundation Inc., zugegriffen am 14.2. 2020)

Wie auch Zotter unterstützt Fair Trade die lokalen Bauern, indem über dem Weltmarkt liegende Preise für deren Erzeugnisse bezahlt werden, die im Gegenzug sehr strenge Kriterien in Umweltbereich und in den sozialen Standards der Arbeiter einhalten müssen. Damit soll nachhaltiges und faires Produzieren gewährleistet werden. Durch einen zweckgebundenen Teil der höheren Preise werden die lokalen Bäuerinnen/Bauern dabei unterstützt, in Schulen und medizinische Einrichtungen und andere Infrastruktureinrichtungen zur Erhöhung des Lebensstandards der lokalen Bevölkerung in ihrer Region zu investieren. (vgl. FAIRTRADE Österreich, zugegriffen am 24.1.2020)

Ver mehrt werden auch die großen Konzerne und die Lebensmittelindustrie durch den Druck der Konsumentinnen/Konsumenten insbesondere in unserer immer mehr digitalisierten und damit transparenteren Welt gezwungen, dem Thema „Fairer Handel“ und den Grundprinzipien von Ethic Food größeren Wert beizumessen, um wirtschaftlich erfolgreich bleiben zu können. Dabei geben sie sich im Außenauftritt immer mehr als sozial engagiert und heben ihre Vorreiterrolle und Vorbildwirkung im fairen Handel mit der Dritten Welt hervor, die letztlich die Konsumentinnen/Konsumenten überzeugen sollen, deren Produkte zu kaufen, die aber auch eine starke Wirkung auf die eigenen Mitarbeiterinnen/Mitarbeiter und das Rekrutieren von guten Mitarbeitern in Zukunft haben soll. (vgl. Nestle S.A., zugegriffen am 14.2.2020) (vgl. FAIRTRADE Österreich, zugegriffen am 14.2.2020)

Stellvertretend für viele andere und ohne damit werten zu wollen, soll hier das Nestle Konzept der sozialen Verantwortung erwähnt werden, das auf der Idee einer gemeinsamen Wertschöpfung fußt, die die Eckpfeiler der sozialen Verantwortung und der Nachhaltigkeit von Unternehmen darstellen sollen. (vgl. Nestle S.A., zugegriffen am 14.2.2020) Der ehemalige CEO Peter Brabeck-Letmathe beantwortet diese Idee in einem Interview im Rahmen des Nestle Konzepts so:

Für Unternehmen besteht der echte Test darin, ob es langfristig einen Mehrwert für die Gesellschaft generieren kann. Das gilt besonders in Entwicklungsländern, in denen wir oft erst die Arbeitsbedingungen und die Fähigkeiten der Bauern verbessern, Mitarbeiter ausbilden und bessere Standards entwickeln müssen. (Nestle S.A., zugegriffen am 14.2.2020)

Auch lokale Produzenten springen vermehrt auf diesen Trend auf und entwickeln ihre Betriebe in nachhaltig angelegte Produktionsstätten und versuchen auch andere benachbarte Kleinbauern in ihr Konzept zu integrieren. Dabei setzen sie neben der Nachhaltigkeit auf Sortenvielfalt statt der althergebrachten Monoplantagen, ökologischen Anbau und ganz besonders auf den Agro- und Ökotourismus und den Verkauf und die Vermarktung ihrer Produkte direkt vor Ort an Touristen aus dem In- und Ausland. (vgl. Bundesamt für Naturschutz, zugegriffen am 18.2.2020)

Zwei Betriebe, die als positive Beispiele in der Umsetzung des Ethic Food Trends dienen, sind einerseits in Grenada und andererseits im Dschungel von Goa in Indien. Den

Touristen wird dabei erklärt, wie ein den lokalen Gegebenheiten angepasstes nachhaltiges Erzeugen von vielen unterschiedlichen Lebensmittel in einer Mischlandwirtschaft funktionieren kann, und es wird ein sinnliches Erlebnis bei der Verkostung der gesunden und qualitativ hochstehenden Produkte geboten. Dabei können weitere und verarbeitete Produkte direkt vor Ort erworben werden.



Abbildung 5: Ethic Food Markt in Goa (Fotos: Verfasserin)

Die Firma Nandanvan in Goa, Indien, setzt auf nachhaltigen Agrotourismus und bietet ein sinnliches Ethic Food Erlebnis.



Abbildung 6: Ethic Food Markt in Grenada (Fotos: Verfasserin)

Die Firma Belmont Estate in Grenada betreibt eine artenreiche nachhaltige Mischlandwirtschaft im Dschungel, eine Schokoladenmanufaktur und bietet ebenfalls ein sinnliches Ethic Food Erlebnis und Agrotourismus.

### **3.2.1.2 Umweltschonende Produktionsweise**

Hinsichtlich der Lebensmittelproduktion verlangt Ethic Food eine langfristige Sicherung der Sorten- und Artenvielfalt. Eine ethisch gerechtfertigte Produktion bedeutet also, wieder vermehrt auf regionale und traditionelle Sorten zurückzugreifen und so Lokalsorten und Sortenraritäten wieder für die Konsumentin/den Konsumenten verfügbar zu machen. Einer der Pioniere auf diesem Gebiet befindet sich im Seewinkel im Burgenland. Erich Stekovics baut hier mehr als 3.000 Tomatensorten und viele andere Gemüsepflanzen an, viele davon sehr seltene und schon fast vergessene Sorten. (vgl. Stekovics GmbH, zugegriffen am 14.2.2020).

Durch Regionalität und Saisonalität wird noch dazu die lokale Wirtschaft unterstützt. Die Trendumkehr verlangt außerdem verstärkte Ausbildung, Fortbildung und Beratung lokaler Bäuerinnen/Bauern, um das nötige Wissen für die Produktions- und Herstellungsverfahren wieder zu vermitteln. (vgl. Rützler, 2005, S.96)

In der Vergangenheit wurde in der Agrarproduktion auf Gentechnik gesetzt, oftmals um einen besseren Ertrag zu erzielen. Ethic Food steht vor allem für biologischen, natürlichen und ressourcenschonenden Anbau und ist demnach mit den gentechnischen Methoden nicht vereinbar. Auch im Bereich der Vermarktung wird viel Wert auf Natürlichkeit der Produkte gelegt, was bedeutet, dass auf aufwändige Verpackung verzichtet wird oder nachhaltige, biologisch abbaubare Verpackungen verwendet werden. Grundsätze in der Verarbeitung und im umweltfreundlichen Wirtschaften sind ein effizienter Umgang im Bereich Energie- und Wasserverbrauch. (vgl. Rützler, 2005, S. 91-99)

### **3.2.1.3 Fleischkonsum**

Laut einer aktuellen Studie von „global 2000“ hat sich der globale Fleischkonsum innerhalb der letzten 60 Jahre mehr als vervierfacht. Bis 2050 verdoppelt sich der Fleischkonsum, vor allem in Entwicklungsländern. (vgl. Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000, zugegriffen am 14.2.2020)

Diesen Zuwachs am Menschen mit der gleichen Menge an Fleisch pro Kopf zu versorgen, wird nur durch eine nichtartgerechte Massentierhaltung und mit weiterer Umweltzerstörung wie Abholzung von Regenwäldern zur Weidelandgewinnung und eine Erhöhung der Methangasbelastung der Erde, wie schon in Kapitel 2 beschrieben, funktionieren. Die Fläche, die für die Fleischproduktion benötigt wird, (90% der Soja- und 30% der weltweiten Weizenproduktion werden an Tiere verfüttert) wird daher immer kostbarer, je stärker die Weltbevölkerung wächst und je stärker der menschliche Nahrungsmittelbedarf wächst. Daher ist es aus ethnischer Sicht nicht richtig, den Fleischkonsum noch weiter in die Höhe zu treiben. Es wird ein Umdenken und Maßnahmen in der näheren Zukunft in den westlichen Industrieländern aber auch in den Schwellenländern erfordern, um den von „global 2000“ beschriebenen Ausblick schon allein aus ethischen Gründen umzukehren. (vgl. Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000, zugegriffen am 14.2.2020)

Im Bereich der Fleischproduktion selbst, des Fleischhandels und des Fleischkonsums treten ebenfalls immer häufiger Fragen zu einer artgerechten Tierhaltung auf. Als ökologisch fragwürdig erweist sich die Massentierhaltung, unter anderem im Bereich der Rinderzucht, Schweinezucht und in der Fischzucht. Massentierhaltungen sind ethisch nicht vertretbar und sorgten bereits für eine Trendumkehr im Bereich der Gastronomie, insbesondere durch den Druck mündiger und fordernder Konsumenten. Alternative Zucht- und Haltungsbedingungen, die eine artgerechte Tierhaltung aufweisen, gewinnen daher immer mehr Interesse und sorgen für die Durchsetzung des Ethic Food Trends. In der Lebensmittelindustrie geschieht dieses Umdenken bereits wie in Kapitel 3.1.5 erwähnt durch die Kennzeichnung von Herkunft und Haltungsbedingungen. (vgl. Rützler, 2005, S. 91-95) „Seit 2004 ist die Käfighaltung in Österreich, [...] und ab 2012 in der ganzen EU verboten.“ (Rützler, 2005, S. 94)

Fleischkonsum ist also ethisch einerseits nur dann gerechtfertigt, solange artgerechte Tierhaltung und ein bewusster Umgang mit Fleischprodukten gewährleistet ist. Andererseits ist eine weitere Erhöhung der Fleischproduktion global aus den genannten Gründen ethisch auch nicht zu rechtfertigen. (vgl. Rützler, 2005, S. 91-99)

Es lässt sich also abschließend feststellen, dass der Durchbruch des Ethic Food Konzepts und der Ideen dahinter aus den genannten Gründen gerade in den letzten Jahren immer

mehr an Fahrt gewinnt und Mainstream bei den Konsumentinnen/Konsumenten vor allem der westlichen Industrieländer wird und unsere Wirtschaft, wie wir sie heute kennen, verändern wird und nicht mehr nur auf vereinzelt Initiativen beruht, die die Ausbeutung der Ressourcen, Menschen und Tieren in Ländern der Dritten Welt verringern wollten. (vgl. Rützler, 2005, S. 97-99) „Der kritische Konsument von morgen hat mehr Macht über die Konzerne, als er glaubt.“ (Rützler, 2005, S. 91)

Daher passt Ethic Food sehr gut in das oben vorgestellte Dreieck der Nachhaltigkeit, entspricht den Wünschen immer kritischer und besser ausgebildeter Konsumentinnen/Konsumenten und verkörpert alle drei Bestandteile: seine ökologische (zum Beispiel nachhaltige und ressourcenschonende Produktion), seine ökonomische (zum Beispiel langfristiger Erfolg von Firmen, die fairen Handel leben) und seine soziale (Unterstützung und Entwicklung der Menschen, die unsere wertvollen Nahrungsmittel erzeugen) Dimension. (vgl. Rützler, 2005, S. 91-99)

### **3.3 Slow Food**

Slow Food steht für einen Ernährungstrend, der von Italien und dem mediterranen Raum, insbesondere von hedonistischen, eher Linksintellektuellen Schichten, ausgehend das Bedürfnis nach Authentizität von Lebensmitteln befriedigt. Hier werden Lebensmittel nicht nur gegessen, sondern es wird eine Geschichte erzählt über die Reifung und Produktion der angebotenen Lebensmittel oder über ihre Hersteller und deren Biografien. Slow Food, im Gegensatz zu Fast Food bzw. dem amerikanischen Lebensstil von Fertiggerichten, Coca-Cola und Hamburgern, also von normierten, immer gleich schmeckenden Standardgerichten, kultiviert den guten Geschmack und zelebriert den Genuss verschiedener immer regionaler und daher nachhaltiger Lebensmittel in einem kultivierten Ambiente. Heute setzt sich die Slow Food Bewegung vor allem für eine Verbindung zwischen Ethik und Genuss ein. Daher wird die Bewegung mitunter auch Öko-Gastronomie genannt. Das Konzept führt zwei Grundpfeiler von nachhaltiger Lebensmittelproduktion zusammen: einerseits steht die Umwelt im Fokus, die bei der Lebensmittelproduktion zu schützen ist und mit der schonend umgegangen werden muss, andererseits die Menschen, die diese Produkte

erzeugen bzw. verkaufen oder kochen, die auch ein ausreichendes Auskommen im Sinne nachhaltiger Produktion erhalten müssen. Außerdem steht Slow Food für biologische Diversität und deren Erhaltung und die Erhaltung des lokalen Lebensstils. (vgl. Rützler, 2005, S. 101-105)

### **3.3.1 „Markt der Erde“**

Ein gutes Beispiel für Slow Food in unserer Nähe ist der „Markt der Erde“ in Lutzmannsburg, der jeden zweiten Samstag im Monat im römisch-katholischen „Pfarrstadl“ stattfindet (vgl. Marktgemeinde LUTZMANNsburg, zugegriffen am 14.2.2020) und auch Teil des internationalen Slow Food Netzwerkes der Märkte der Erde ist. Dieser ist der dritte Markt in Österreich und der 68. Markt international und wurde vom Konvium Slow Food Burgenland gegründet. Er weist eine Vielfalt an herausragenden regionalen, nachhaltig und handwerklich erzeugten Lebensmitteln auf. Die Hersteller leben und arbeiten maximal im Umkreis von 40 Kilometern Luftlinie um Lutzmannsburg. (vgl. Plank, 19. April 2019, zugegriffen am 13.8.2019)

## **4 Nachhaltigkeit in der Nahrungsmittelwirtschaft**

Der Bio-Markt kann als ein wichtiger Indikator der Entwicklung der Nachhaltigkeit in der Ernährung im Sinne dieser vorwissenschaftlichen Arbeit herangezogen werden: Auf Konsumentenseite (die Nachfrageseite) wird, wie auch in Kapitel 3.1.3 erwähnt, der Anteil des Bio-Konsums (siehe Abbildung 11, Entwicklung des Bio-Marktes in Österreich) am gesamten Lebensmittelkonsum und auf Produzentenseite (die Angebotsseite) die biologisch bewirtschaftete Fläche als % der Gesamtfläche bzw. der Anteil der Bio-Bäuerinnen/Bio-Bauern an der gesamten Anzahl der Bauern regelmäßig gemessen und die Entwicklung über die Jahre festgehalten. (vgl. BIO AUSTRIA, zugegriffen am 2.2.2020)

Auf internationaler Ebene erfolgen diese Messungen zum Biolandbau vom Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL. Zahlreiche Experten aus mehr als 180

Ländern tragen zur Datenerhebung bei. Darüber hinaus wird jährlich das Jahrbuch „Die Welt des ökologischen Landbaus“ publiziert. Dieses dokumentiert neben den Statistiken, die im Rahmen der weltweiten Bioerhebung erhoben werden, aktuelle Entwicklungen und Trends im weltweiten Biolandbau. Zahlreiche Experten für den Biolandbau tragen zum Jahrbuch bei. (vgl. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), zugegriffen am 14.2.2020)

#### 4.1 Status global

### ORGANIC FARMLAND 2018

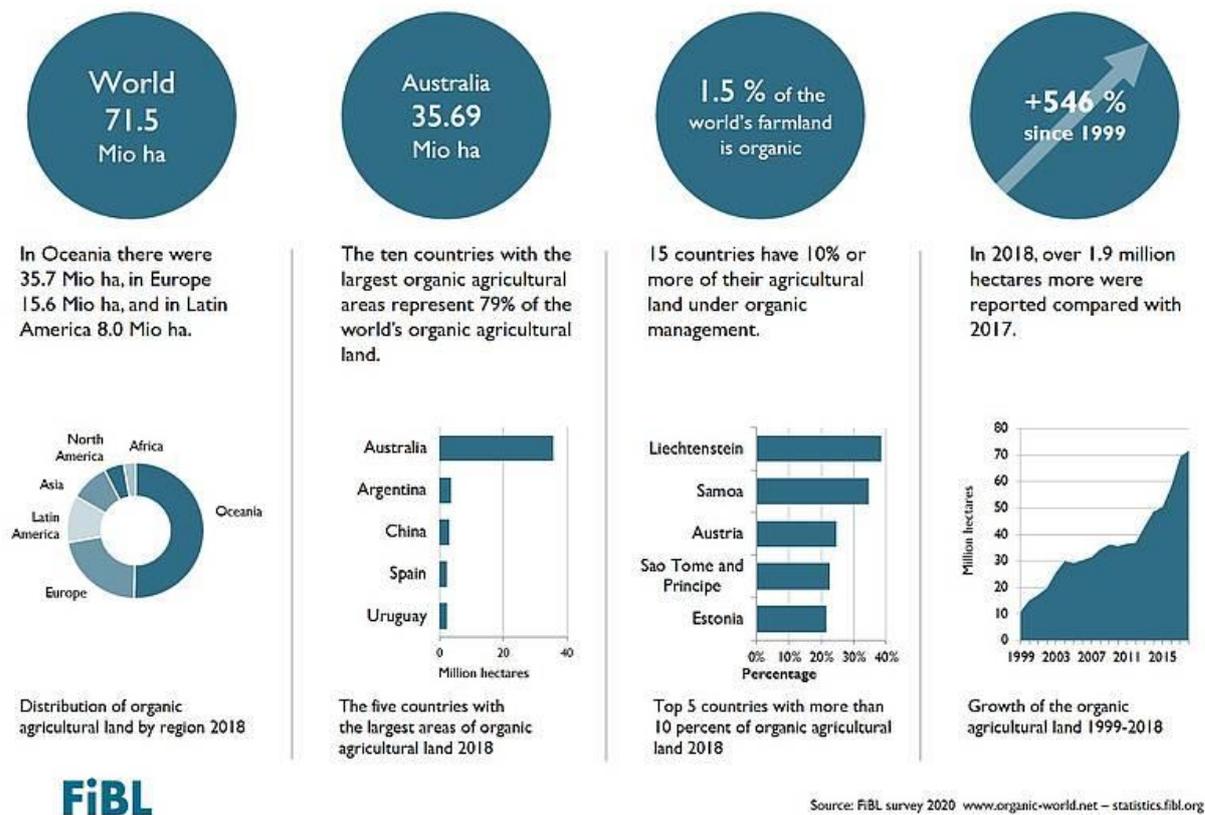


Abbildung 8: biologisch bewirtschaftete Fläche global (Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), zugegriffen am 14.2.2020)

Die FiBL Statistik 2018 zeigt, dass die Anzahl an biologisch bewirtschafteter Fläche, also die Angebotsseite, von 1999 bis 2018 von 10 auf 70 Millionen Hektar, also um 546% gestiegen ist, dass das aber immer noch nur 1,5% der weltweiten Gesamtfläche darstellt.

Das bedeutet, dass der Trend hin zurück zum Ursprung in einigen Ländern zwar schon weit fortgeschritten ist, global aber immer noch erst am Beginn steht, da 98,5% der bewirtschafteten Flächen eben nicht biologisch bewirtschaftet werden. (siehe Abbildung 8) (vgl. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), zugegriffen am 14.2.2020)

Auch die Anzahl der biologisch bewirtschafteten Betriebe ist in diesem Zeitraum um 1.270% auf knapp 3 Millionen Betriebe gestiegen, beziehungsweise um 55% in den letzten 10 Jahren seit 2009. (siehe Abbildung 8) (vgl. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), zugegriffen am 14.2.2020)

90% aller Bio-Betriebe weltweit befinden sich in Asien, Afrika und Europa. (vgl. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), zugegriffen am 14.2.2020)

Global beträgt der Biomarkt, also die Nachfrageseite, 97 Milliarden €. Den mit Abstand größten Bio-Markt stellen dabei mit 42% des Gesamtmarktes nach der FiBL 2018 Statistik die USA, wo jedoch der Anteil der biologisch bewirtschafteten Fläche noch gering ist (die USA ist nicht in der Übersicht jener Länder angeführt, die mehr als 10% seiner Fläche biologisch bewirtschaften), was großes weiteres Aufholpotential von nachhaltiger Ernährung alleine in den USA und damit auch global gesehen bietet. Zahlen zur Biolandwirtschaft in Europa zeigen ebenfalls, dass der Trend im Bereich der Ernährung hin zum Ursprung gerade in Europa auf der Angebotsseite wesentlich weiter fortgeschritten ist als in den USA oder anderen Ländern. (vgl. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), zugegriffen am 14.2.2020)

Die biologisch bewirtschaftete Fläche in Europa inkl. Russland und Türkei ist allein 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 8,7% gestiegen. Damit beträgt der Bioanteil an der gesamten Landwirtschaftsfläche in Europa bereits 3,1%, ist also mehr als doppelt so hoch wie global mit 1,5%. Die Anzahl der Bio-Produzenten und Bio-Verarbeiter ist 2018 um 5,4% bzw. 5,9% gestiegen. Das Bio-Marktwachstum in € in Europa, also die Nachfrageseite, betrug 2018 7,8% auf 40,7 Milliarden €, in Frankreich, dem am schnellsten wachsenden Bio-Markt in Europa, sogar 15,4%. (vgl. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), zugegriffen am 14.2.2020)

Aufgrund der Zahlen kann man feststellen, dass in Europa der Trend zu nachhaltiger Ernährung im Vergleich zu den anderen Kontinenten relativ weit fortgeschritten ist und es hier gute Voraussetzungen zur weiteren Beschleunigung gibt. Die Summe von 40,7 Milliarden € des Bio-Marktes in Europa in 2018 zeigt außerdem, dass dieser Trend nicht nur von einigen Öko-Aktivisten und „Weltverbesserern“ getragen wird, sondern im Mainstream angekommen ist und dass der Druck der Konsumentinnen/Konsumenten tatsächlich die Produzenten und Verarbeiter zwingt, immer mehr hin zum Ursprung zu denken und zu handeln, um wirtschaftlich erfolgreich bleiben zu können. (vgl. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), zugegriffen am 14.2.2020)

#### **4.2 Status in Österreich**

In den letzten Jahren ist der Anteil an Bio-Betrieben und Bio-Flächen in Österreich in Prozent der gesamten Betriebe und Flächen, also die Angebotsseite, stetig gestiegen und beträgt 2018 bereits 24,7%. Vorläufige Zahlen für 2019 zeigen, dass die Bio-Flächen wieder um 4,8% zugenommen haben und der Anteil nun bei knapp 26% liegt. Täglich kam 2019 statistisch in Österreich die Fläche von 115 Fußballfeldern neu als Bio-Fläche hinzu. (vgl. Telekurier Online Medien GmbH & Co KG, 15. Februar 2020, S.11)

Global liegen damit bei der biologisch bewirtschafteten Fläche in % der gesamten bewirtschafteten Fläche nur Liechtenstein und Samoa vor Österreich. (vgl. Telekurier Online Medien GmbH & Co KG, 15. Februar 2020, S.11) (vgl. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), zugegriffen am 14.2.2020)

Nachholbedarf gibt es noch in der Schweine- und Geflügelzucht mit ihren Massentierhaltungen, wo nur 2% bzw. 18% der Tiere biologisch gehalten werden. (siehe Abbildung 10) (vgl. BIO AUSTRIA, zugegriffen am 2.2.2020)

Damit war und ist Österreich auch Exporteur von gesunden biologisch angebauten Lebensmitteln in andere Länder, insbesondere in der Milchwirtschaft, und das verhalf den Bio-Bauern zu einem größeren Markt und mehr Absatzchancen als zuvor und förderte das weitere Wachstum der Bio-Fläche. Da aber auch Nachbarländer in Sachen Bio aufholen, sinken dank besserer Eigenversorgung in den Nachbarländern die

Exportchancen österreichischer Biobäuerinnen/Biobauern, was den Preis drückt. So ist heuer Bio-Weizen und Bio- Gerste rund 25% billiger als noch vor einem Jahr. Trotz oder vielleicht gerade dank niedrigerer Preise wird das Wachstum der Nachfrage der Konsumentinnen/Konsumenten, also des Bio-Marktes in Österreich und global weiter fortschreiten und den Trend hin zum Ursprung fördern. Das Argument vieler Skeptiker, dass Bio längst zur Industrie geworden ist, wo weniger die Überzeugung zum biologischen Landbau als vielmehr bereits die Kostenrechnung zählt, kann dadurch entkräftet werden, dass strenge Ökokriterien erfüllt sein müssen, bevor eine Bäuerin/ein Bauer seine Fläche als Bio-Fläche bezeichnen und sich selbst Bio-Bäuerin/Bio-Bauer nennen darf. (vgl. Telekurier Online Medien GmbH & Co KG,2020, S.11)

Auch die Zahlen in Österreich werden vom FiBL jährlich ermittelt und zwar in Zusammenarbeit mit Expertinnen/Experten der Bio Austria. (vgl. BIO AUSTRIA, zugegriffen am 14.2.2020)

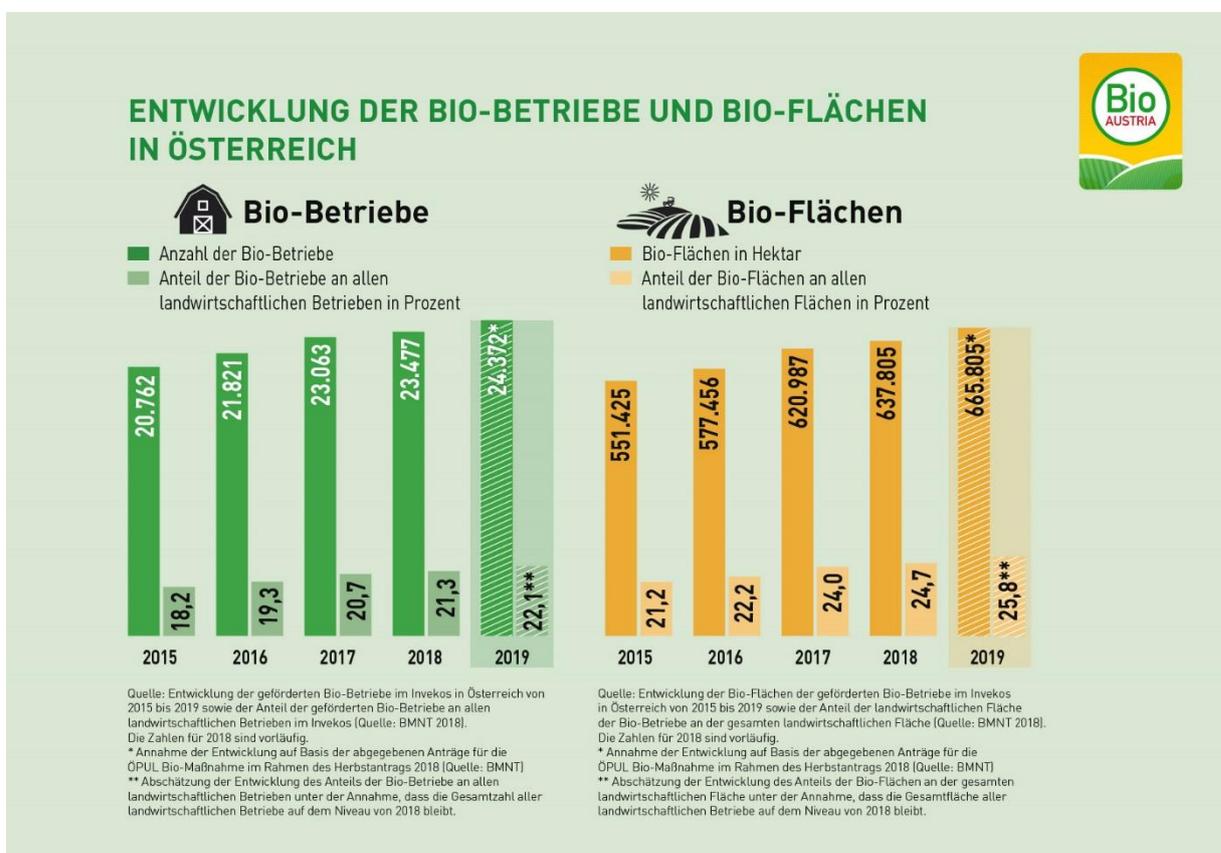


Abbildung 9: Entwicklung der Bio-Betriebe und Bio-Flächen in Österreich (BIO AUSTRIA, zugegriffen am 2.2.2020)

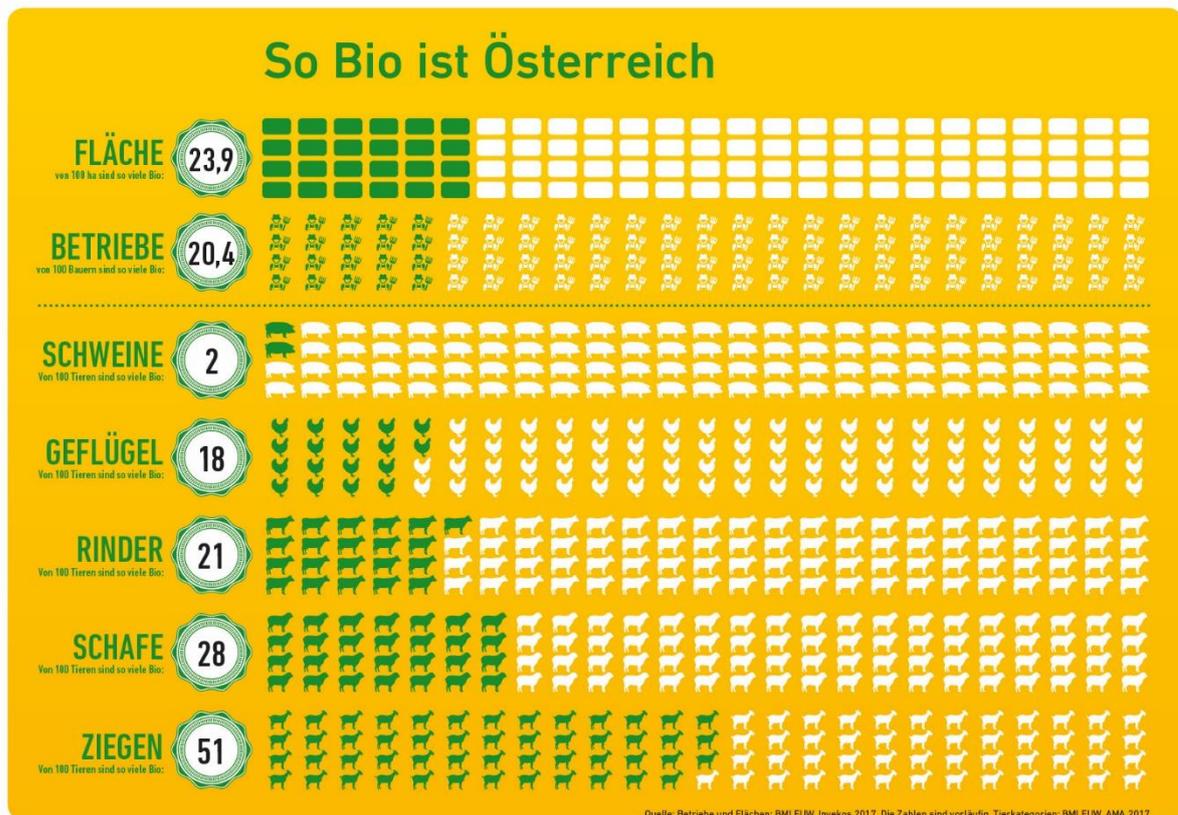


Abbildung 10: So Bio ist Österreich (BIO AUSTRIA, zugegriffen am 2.2.2020)

### 4.3 Nachfrage und Kaufmotive

Auf der Nachfrageseite bei den Konsumentinnen/Konsumenten ist der Bio-Markt in Österreich in den Jahren 2014 bis 2017 um 37% oder jährlich um etwas mehr als 10% auf 1,83 Milliarden € gewachsen, was verdeutlicht, wie sehr der Umbruch in Österreich hin zum Ursprung im Sinne einer nachhaltigen Ernährung bereits stattfindet und dass Konsumentinnen/Konsumenten in Österreich bereit sind, heute schon 205 € pro Kopf und Jahr für Bio-Lebensmittel auszugeben. Damit rangiert Österreich weltweit an 5. Stelle, übertroffen nur von Dänemark, Schweiz, Schweden und Luxemburg. Als erstes nicht-europäisches Land folgen die USA mit 125 € pro Kopf und Jahr an 9. Stelle. (vgl. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), zugegriffen am 14.2.2020)

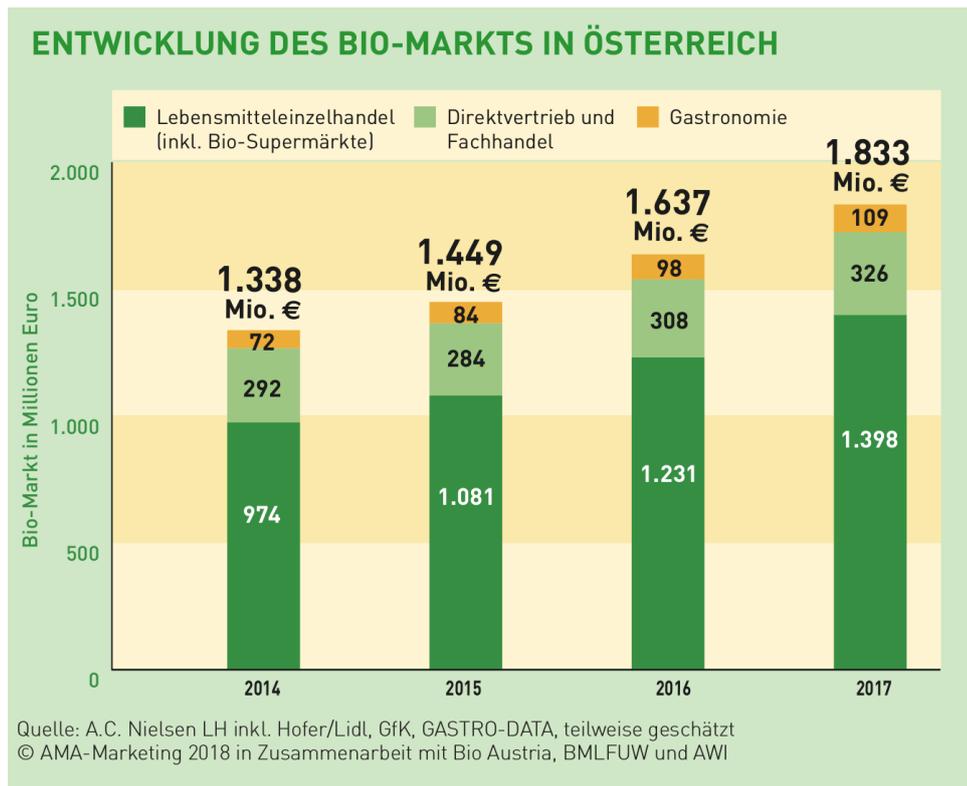


Abbildung 11: Entwicklung des Bio-Markts in Österreich (BIO AUSTRIA, zugegriffen am 2.2.2020)

Nach den Motiven beim Kauf von Bio-Produkten in Österreich befragt wurden in einer AMA (Agrarmarkt Austria) Umfrage im Jänner 2018 folgende Gründe genannt:

- Gesundheit, gesunde Ernährung: 27%
- regional: 19%
- keine Chemie, Kunstdünger: 14%
- besserer Geschmack: 14%
- Preis, Aktionen: 13%
- Umweltschutz, Klima: 10%
- bessere Qualität: 9%
- artgerechte Tierhaltung: 9%
- natürlich: 5%
- keine chem. Zusatzstoffe: 4%

(vgl. Brandstätter, 17.11.2018, S. 75)

Zudem kaufen mehr als die Hälfte der Österreicherinnen/Österreicher zumindest einmal in der Woche Bio, wie die Umfrage ergeben hat. (vgl. Brandstätter, 17.11.2018, S. 75)

Damit lässt sich zusammenfassen, dass aufgrund dieser Umfrage die gesundheitlichen Aspekte aber auch die Regionalität des erzeugten Produkts in Österreich die Hauptmotive für immer stärker nachgefragte nachhaltige Ernährung darstellen. Der Ökologiedanke, also Umwelt und Klimaargumente, sind noch sehr marginal verbreitet, aber genau das wäre nach Brunner im Buch „Ernährungsalltag im Wandel“ notwendig, um das Thema nachhaltige Ernährung auf ein noch höheres Level zu heben. 13% der Konsumentinnen/Konsumenten geben an, dass auch der Preis bzw. zeitlich befristete Aktionen auf Bio-Waren gute Gründe für einen Bio-Einkauf sind. Das zeigt, dass der Lebensmittelhandel und die Gastronomie ebenfalls Anreize setzen, den Trend hin zum Ursprung zu verstärken und dass insgesamt die Preise für Bio-Produkte sinken, was die Nachfrage auch bei weniger zahlungskräftigen Konsumentinnen/Konsumenten weiter steigern dürfte und dem Bio-Markt in Zukunft in Österreich weiterhin Auftrieb geben sollte. (vgl. Brandstätter, 17.11.2018, S. 75)

#### **4.4 Probleme der Umsetzung von Nachhaltigkeit im Ernährungssystem**

Aufgrund der Literaturrecherche kann festgestellt werden, dass ein durchgehend nachhaltiger Lebens- und Ernährungsstil mit vielen Voraussetzungen verknüpft ist und auch heute noch im Alltag nur schwer umsetzbar ist. Außerdem haben Studien gezeigt, dass Ernährungspraktiken von unterschiedlichen Ernährungsorientierungen abhängig sind und dass auf die unterschiedlichen Orientierungen mit unterschiedlichen Maßnahmen und zielgruppenspezifischen Nachhaltigkeitsstrategien reagiert werden sollte. Welche Barrieren und Hemmnisse bestehen heute noch in westlichen Industrieländern, um nicht noch mehr Nachhaltigkeit in der Ernährung zu gewährleisten? (vgl. Brunner, 2007, S.209-221)

In einer Studie aus 2005 für Österreich werden folgende Punkte genannt:

1. Veränderungen des Ernährungsalltags unter dem Einfluss gesellschaftlicher Wandlungsprozesse wie insbesondere die Berufstätigkeit der Frau, die vielfach weiterhin die Ernährungsarbeit in der Familie zu leisten hat und unter dem Stress der Mehrfachbelastung eher zu zeitsparenden Convenience-Lebensmitteln greift („es muss schnell gehen“)
2. Zu wenig Gendergerechtigkeit bei der Beteiligung am Ernährungsalltag
3. Zu geringe Ernährungskompetenz der Konsumenten zum Zurechtfinden in der Welt des Essens, wo es heute neben der Sättigung und dem Geschmack des Essens vermehrt um Umweltverträglichkeit, Sozialverträglichkeit und die Berücksichtigung der Lebensqualität zukünftiger Generationen geht
4. Zu wenig Angebote zur Realisierung der eigenen Ernährungsansprüche beim Essen am Arbeitsplatz bzw. dem Außer-Haus-Essen während der Arbeit oder in der Freizeit
5. Mangelnde betriebliche Gesundheitsvorsorge hinsichtlich Ernährung und Arbeitsproduktivität
6. Erweiterter Bio-Konsum immer noch häufig eine Option privilegierter Personengruppen (Bio-Lebensmittel teurer als herkömmlich nicht nachhaltig erzeugte)
7. Bio-Konsum zu sehr mit Gesundheits- und Wellnessargumenten verknüpft und zu wenig mit Aspekten des Umweltschutzes
8. Zu hoher Fleischkonsum aufgrund der hohen kulturellen Wertigkeit des Fleisches und zu geringe Thematisierung des Fleischkonsums und seiner Folgen für Umwelt und Gesellschaft in der Nachhaltigkeitsdiskussion
9. Eine ausgeprägte Preisorientierung und Discounter-Präferenz vor allem am Land (vgl. Brunner, 2007, S.209-221)

#### **4.4.1 Handlungsempfehlungen**

Die Politik ist gefordert, einen breiten gesellschaftlichen Verständigungsprozess über nachhaltige Ernährung zu initiieren. Diese Diskussion ist möglichst breit und öffentlich zu führen. Es sind öffentliche Leitbilder für nachhaltige Ernährung zu erstellen und Ernährungsziele und klare Botschaften zu formulieren. (vgl. Brunner, 2007, S.209-221)

Das Hervorstreichen der Umwelt- und Sozialverträglichkeit der Ernährung ist zu intensivieren. Bisher ist der Zusammenhang zwischen Ernährung und Ökologie noch zu wenig kommuniziert worden. (vgl. Brunner, 2007, S.209-221)

Die Strategien in der Kommunikation müssen an den differenten Motiven und Orientierungen der Konsumentinnen/Konsumenten ansetzen, um Verbraucher für nachhaltiges Essen empfänglicher zu machen. Ganz wesentlich ist die Ausarbeitung von Strategien zum Erwerb und zur Ausweitung von Ernährungskompetenzen, um erkennen zu können, welche Lebensmittelqualitäten mit welchen gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Folgen verbunden sind. Dabei ist an vielen Stellen anzusetzen: Kindergarten, Schule, Erwachsenenbildung, Wirtschaft, Politik, etc. Da nachhaltiger Konsum dafür förderliche Rahmenbedingungen braucht, sind alle Akteure des Ernährungssystems einzubinden und Nachhaltigkeitsallianzen und –netzwerke zu bilden. Es ist darauf abzielen, das Außer-Haus-Essen nachhaltiger zu machen und insbesondere nachhaltige Ernährung in öffentliche Institutionen und die Gastronomie zu bringen. (vgl. Brunner, 2007, S.209-221)

Es sind Maßnahmen zu mehr Gendergerechtigkeit in der Ernährungsverantwortung in der Familie zu ergreifen. Eine fundierte Nachhaltigkeitspolitik im Ernährungsbereich braucht wissenschaftlich detaillierte Kenntnisse über die Ernährungspraktiken der Österreicherinnen/Österreicher und deren Veränderung. Das ist zu fördern. Die Ernährung sollte als Querschnittsthematik in der Politik institutionalisiert werden und nicht auf mehrere Ministerien aufgeteilt sein. (vgl. Brunner, 2007, S.209-221)

## 5 Conclusio

Um nachhaltige Ernährung selbst in Ländern wie Österreich mit seinen grundsätzlich guten Rahmenbedingungen (zum Beispiel dem relativ hohen Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein) weiter zu fördern, ist es essentiell, mehr in Bildung, Sensibilisierung, Information und Wertewandel zu investieren und das Bewusstsein zu fördern, dass jeder einzelne durch die Umstellung der Ernährung auf einen zukunftsfähigen Ernährungsstil, auch indem der sinnliche Bezug und der Genuss beim Essen in den Vordergrund gerückt wird, nicht nur seine Gesundheitssituation entscheidend verbessern kann, sondern auch einen wichtigen Beitrag zur Lösung der herrschenden ökologischen, ökonomischen und sozialen Probleme leisten kann.

Nachhaltige Ernährung ist aber nicht nur eine individuelle Angelegenheit und in der Verantwortung der einzelnen Konsumenten, sondern benötigt auch die notwendigen Rahmenbedingungen, um entsprechende Handlungen zu ermöglichen. Es sind daher alle im Handlungsfeld Ernährung relevanten Akteure gefragt, nachhaltige Angebotsstrukturen zu fördern, zu entwickeln und bereitzustellen und daran zu arbeiten, Strategien zum Erwerb und der Ausweitung von Ernährungskompetenz zu entwickeln und einen breiten gesellschaftlichen Verständigungsprozess über nachhaltige Ernährung, deren Leitbilder und Ernährungsziele, zu unterstützen.

Zusätzlich ist die Politik gefordert, Maßnahmenpakete wie zum Beispiel den 12 Punkte Plan des Burgenlandes zu schnüren, auch um durch Gesetze und andere staatliche Eingriffe den weiteren Umstieg zu mehr Nachhaltigkeit in der Ernährung zu forcieren und nicht nachhaltige Praktiken (ein sehr plakatives Beispiel außerhalb der Ernährungsdebatte ist das diskutierte Verbot der absolut nicht nachhaltigen Vernichtung von Retourwaren im Online-Geschäft oder in der Ernährungswirtschaft die Diskussion, mit welchen gesetzlichen Maßnahmen der Lebensmittelverschwendung beigegeben werden kann – laut Österreichischem Ökologie-Institut werden allein in Österreich 577.000 Tonnen Lebensmittel weggeworfen, global rund ein Drittel der genießbaren Bestandteile von Nahrungsmitteln entsorgt), oft hervorgerufen durch fehlgeleitete Marktmechanismen, zu unterbinden.

Von vielen kritisch beurteilt und schwierig umsetzbar, aber vielleicht doch notwendig ist es auf langfristige Sicht, die tatsächlichen von der Gesellschaft als Gesamtheit getragenen Kosten der in der industriell geprägten Lebensmittelerzeugung hergestellten Nahrungsmittel mit seinen Massentierhaltungen, Monokulturen, übermäßigem Ressourceneinsatz und Umweltzerstörungen und seinen gesundheitlichen Folgen, zum Beispiel als Folge von Chemikalieneinsatz und Umweltverschmutzung, in die jeweiligen Produktionskosten durch politische Lenkungsmaßnahmen zu inkludieren und so die derzeit fehlgeleiteten Marktmechanismen langfristig richtig zu stellen.

Damit kann nachhaltige Ernährung einen positiven Beitrag leisten für andere große aktuelle Themen wie Klimawandel, Ressourcenverbrauch, Umweltschutz, Welternährung, Migration, Aufrechterhaltung unseres regionalen und globalen natürlichen Ökosystems und die Aussicht auf soziale und wirtschaftliche Entwicklungen für jetzige und zukünftige Generationen.

„Zurück zum Ursprung“ ist einer der Schlüssel dazu.

## 6 Literaturverzeichnis

### Printquellen

Rützler, Hanni: Was essen wir morgen? 13 Food Trends der Zukunft. Wien: Springer-Verlag, 2005.

Brunner, Karl-Michael /Schönberger (Hg.), Gesa U.: Nachhaltigkeit und Ernährung. Produktion-Handel-Konsum. Frankfurt/Main: Campus Verlag GmbH, 2005.

Brunner, Karl-Michael/ Geyer, Sonja /Jelenko, Marie /Weiss, Walpurga /Astleithner, Florentina: Ernährungsalltag im Wandel. Chancen für Nachhaltigkeit. Wien: Springer-Verlag, 2007.

Hofmann-Schneller, Maria /Derflinger, Manfred /Menschik, Gottfried /Rak, Peter: Durchblick 8 kompetent. Geografie und Wirtschaftskunde für die 12. Schulstufe. Wien: Westermann (E.DORNER GmbH), 2016.

### Internetquellen

Dr. oec. troph. Karl von Koerber: Arbeitsgruppe Nachhaltige Ernährung Beratungsbüro für Ernährungsökologie. Gesundheitliche Dimension. kein Datum.  
<https://www.nachhaltigeernaehrung.de/Dimensionen.37.0.html> [zugegriffen am 29.12.2019]

Bibliographisches Institut GmbH: Duden. Trend. kein Datum.  
<https://www.duden.de/rechtschreibung/Trend> [zugegriffen am 8.2.2020]

BIO AUSTRIA – Verein zur Förderung des Biologischen Landbaus: Bio-Konsument. Woran erkenne ich Bio. kein Datum. <https://www.bio-austria.at/bio-konsument/was-ist-bio/woran-erkenne-ich-bio/> [zugegriffen am 13.9.2019]

BIO AUSTRIA – Verein zur Förderung des Biologischen Landbaus: Beratung/Bildung. Bio-Rechtsvorschriften. kein Datum. <https://www.bio-austria.at/bio-bauern/beratung/richtlinien/allgemeine-richtlinien/eu-bio-verordnung/> [ zugegriffen am 13.9.2019]

Amt der Burgenländischen Landesregierung: Bioland Burgenland. Bio-Wende: 12 Punkte für kluges Wachstum mit Bio. kein Datum.  
<https://www.burgenland.at/themen/agrar/bioland-burgenland/bio-wende-12-punkte-fuer-kluges-wachstum-mit-bio/> [zugegriffen am 3.11.2019]

BIO AUSTRIA – Verein zur Förderung des Biologischen Landbaus: Über uns. Vision und Mission. kein Datum. <https://www.bio-austria.at/bio-austria/ueber-uns/vision-mission/> [zugegriffen am 14.2.2020]

BIO AUSTRIA – Verein zur Förderung des Biologischen Landbaus: Über uns. Wer wir sind. kein Datum. <https://www.bio-austria.at/bio-austria/ueber-uns/wer-wir-sind/> [zugegriffen am 14.2.2020]

Verein für Konsumenteninformation (VKI): Lebensmittel-Gütezeichen. BIO AUSTRIA. kein Datum. <https://www.konsument.at/guetezeichen?pn=16> [zugegriffen am 3.11.2019]

Europäische Kommission: Biologische Landwirtschaft. Bio-Logo. kein Datum. [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organics-glance/organic-logo\\_de#theorganiclogo](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/organic-farming/organics-glance/organic-logo_de#theorganiclogo) [zugegriffen am 3.11.2019]

Verein für Konsumenteninformation (VKI): Lebensmittel-Gütezeichen. AMA-Biozeichen mit Ursprungsangabe. kein Datum. <https://www.konsument.at/guetezeichen?pn=7> [zugegriffen am 3.11.2019]

fullmarketing.at GmbH: Gütesiegel. AMA-Biozeichen mit Ursprungsangabe. kein Datum. <https://www.bauernladen.co/bauernhof-infos/wissenswertes-bauernhoefe/bauernhof-guetesiegel/ama-biozeichen-m-u> [zugegriffen am 3.11.2019]

Zotter Schokolade GmbH: Das ist Zotter. kein Datum. <https://www.zotter.at/de/das-ist-zotter.html> [zugegriffen am 6.2.2020]

FAIRTRADE Österreich - Verein zur Förderung des fairen Handels mit den Ländern des Südens: Fairtrade-System. Fairtrade international. kein Datum. <https://www.fairtrade.at/de/was-ist-fairtrade/fairtrade-system/fairtrade-international.html> [zugegriffen am 14.2.2020]

Wikimedia Foundation Inc.: World Fair Trade Organization. kein Datum. [https://de.wikipedia.org/wiki/World\\_Fair\\_Trade\\_Organization](https://de.wikipedia.org/wiki/World_Fair_Trade_Organization) [zugegriffen am 14.2.2020]

FAIRTRADE Österreich - Verein zur Förderung des fairen Handels mit den Ländern des Südens: Was ist Fairtrade. kein Datum. <https://www.fairtrade.at/de/fairtrade-oesterreich.html> [zugegriffen am 24.1.2020]

Stekovics GmbH: Erich & Priska Stekovics. kein Datum. <https://www.stekovics.at/> [zugegriffen am 14.2.2020]

Umweltschutzorganisation GLOBAL 2000: Fleischkonsum in Österreich. kein Datum. <https://www.global2000.at/fleischkonsum-%C3%B6sterreich> [zugegriffen am 14.2.2020]

Marktgemeinde LUTZMANNSBURG: Markt der Erde. kein Datum. <https://www.lutzmannsburg.info/system/web/veranstaltung.aspx?detailonr=225093966-2245&menuonr=221426016> [zugegriffen am 14.2.2020]

Eva Maria Plank: "Markt der Erde" Lutzmannsburg ist ein Jahr alt. 19. April 2019. [https://www.meinbezirk.at/oberpullendorf/c-lokales/markt-der-erde-lutzmannsburg-ist-ein-jahr-alt\\_a3335364](https://www.meinbezirk.at/oberpullendorf/c-lokales/markt-der-erde-lutzmannsburg-ist-ein-jahr-alt_a3335364) [zugegriffen am 13.08.2019]

Research Institute of Organic Agriculture (FiBL): Statistics. Organic farmland. 2018. <https://statistics.fibl.org/about.html> [zugegriffen am 14.2.2020]

Research Institute of Organic Agriculture (FiBL): The World of Organic Agriculture. 2018. <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2020/infographics/abbildungen-deutsch.html> [zugegriffen am 14.2.2020]

BIO AUSTRIA – Verein zur Förderung des Biologischen Landbaus: Über uns. Unsere Leistungen. kein Datum. <https://www.bio-austria.at/bio-austria/ueber-uns/was-wir-machen/> [zugegriffen am 14.2.2020]

Julia Hammerle: Landwirtschaft. 15.000 Euro Förderung für Bio-Umstieg. 17. Juni 2019. <https://burgenland.orf.at/stories/3000773/> [zugegriffen am 3.11.2019]

Bundesamt für Naturschutz: Tourismus. Ökologischer Tourismus und Naturtourismus. kein Datum. <https://www.bfn.de/themen/tourismus-sport/tourismus/oekotourismus/oekologischer-tourismus.html> [zugegriffen am 18.2.2020]

### **PDF-Dokument**

Nestle S.A., Public Affairs: Das Nestle-Konzept der sozialen Verantwortung. Genf: März 2006. [https://www.nestle.com/sites/default/files/asset-library/documents/library/documents/corporate\\_social\\_responsibility/concept-corp-social-responsibility-mar2006-de.pdf](https://www.nestle.com/sites/default/files/asset-library/documents/library/documents/corporate_social_responsibility/concept-corp-social-responsibility-mar2006-de.pdf) [zugegriffen am 14.2.2020]

### **Zeitschriften**

Pirker, Dr. Horst: Märkte. Bioland Burgenland. In: Burgenland Magazin. 2019, Heftnummer 2, S.12-13.

Scherz-Kogelbauer, Mag. Katrin: Auf dem Weg zur Bio-Region. In: Burgenland Mitte. Juni 2019, S.12-14.

Telekurier Online Medien GmbH & Co KG: Hart umkämpfter Bio-Markt. In: Kurier. 15. Februar 2020, S.11.

Brandstätter, Dr. Helmut: Interessante Daten aus der Bio-Welt. In: Freizeit Kurier. 17. November 2018, Magazin 1510, S. 75.

### **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Brunner, Karl-Michael /Schönberger (Hg.), Gesa U.: Nachhaltigkeit und Ernährung. Produktion-Handel-Konsum. Frankfurt/Main: Campus Verlag GmbH, 2005.

Abbildung 2: Rützler, Hanni: Was essen wir morgen? 13 Food Trends der Zukunft. Wien: Springer-Verlag, 2005.

Abbildung 3: BIO AUSTRIA – Verein zur Förderung des Biologischen Landbaus: Startseite. Burgenland. kein Datum. <https://www.bio-austria.at/startseite/burgenland/> [zugegriffen am 24.1.2020]

Abbildung 4: Europäische Kommission: Biologische Landwirtschaft. Bio-Logo. kein Datum. [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/images/the\\_organic\\_logo.jpg](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/farming/images/the_organic_logo.jpg) [zugegriffen am 24.1.2020]

Abbildung 5: Verein für Konsumenteninformation (VKI): Lebensmittel-Gütezeichen. AMA-Biozeichen mit Ursprungsangabe. kein Datum. <https://www.konsument.at/guetezeichen?pn=7> [zugegriffen am 24.1.2020]

Abbildung 6: Fotos: Verfasserin, vom 1.1.2020

Abbildung 7: Fotos: Verfasserin, vom 28.12.2018

Abbildung 8: Research Institute of Organic Agriculture (FiBL): The World of Organic Agriculture. 2018. <https://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2020/infographics/abbildungen-deutsch.html> [zugegriffen am 14.2.2020]

Abbildung 9: BIO AUSTRIA – Verein zur Förderung des Biologischen Landbaus: Biobauern. Statistik. kein Datum. <https://www.bio-austria.at/bio-bauern/statistik/> [zugegriffen am 2.2.2020]

Abbildung 10: BIO AUSTRIA – Verein zur Förderung des Biologischen Landbaus: Biobauern. Statistik. kein Datum. <https://www.bio-austria.at/bio-bauern/statistik/> [zugegriffen am 2.2.2020]

Abbildung 11: BIO AUSTRIA – Verein zur Förderung des Biologischen Landbaus: Biobauern. Statistik. kein Datum. <https://www.bio-austria.at/bio-bauern/statistik/> [zugegriffen am 2.2.2020]

## **7 Anhang**

### **7.1 Burgenland als Vorzeigeland (Kapitel 3.1.4)**

„Ich denke, dass der Schritt zu mehr Bio ein nachhaltiger Weg ist, der für unsere Gesundheit und für unsere nachfolgenden Generationen enorm wichtig ist.“ (Agrarlandesrätin Astrid Eisenkopf) (vgl. Pirker, 2019, S.13)

Mag. Astrid Eisenkopf (Landesrätin Burgenland) meint, dass sie das Burgenland zu einem Bio- Vorzeigeland in Österreich machen möchte.

Allein im Mittelburgenland gibt es bereits 160 Bio-Bauern- jeder vierte Betrieb ist bereits auf eine biologische Arbeitsweise umgestiegen. Immer mehr Landwirte stellen auf die Produktion von Bioprodukten um. (vgl. Scherz-Kogelbauer, Juni 2019, S12-13)

„Aktuell sind etwa 20 Betriebe im Bezirk in der Umstellungsphase, darunter auch ein paar große Höfe“ (Johann Eichberger, Landwirtschaftskammer) (Scherz-Kogelbauer, Juni 2019, S.13)

Im Burgenland werden 2019 37% der Flächen biologisch bewirtschaftet. Nur Salzburg ist mit 58% biologisch bewirtschafteter Fläche noch weiter (vgl. Telekurier Online Medien GmbH & Co KG, 15.2.2020, S.11). Seit 2018 gab es einen Zuwachs von 6 Prozentpunkten, was zeigt, dass Bio immer mehr gefragt ist und sich ein klarer Trend ausgebildet hat. (vgl. Pirker 2019, S.13)

Im Weinbau sind es knapp 19% der Anbauflächen in Bio-Qualität. Auch im Obstbau werden 47% biologisch bewirtschaftet. (vgl. Pirker, 2019, S.12-13)

## 7.2 Bio-Wende im Burgenland: 12 Punkte Plan (Kapitel 3.1.5)

1. **Umstellungsförderungen** des Landes bis zu 15.000, -, um die Bio Quote bis 2027 auf 50% zu erhöhen.
2. **Bioanteil mit Produkten burgenländischer Bauern** in Landesküchen und landesnahen Buffets bis 2024 auf 100% bringen. Ebenso in Kindergärten und Landesschulen.
3. Einführung einer monatlichen „**Bio- Stunde**“ in **Volksschulen** zur Förderung des Umweltbewusstseins und einer gesunden Ernährung.
4. Schaffung je einer **Bio-Modellgemeinde** pro Landesteil als Vorbild für andere Gemeinden.
5. **Schutz fruchtbarer Böden** durch Änderung des Bodenschutzgesetzes und Schaffung von Bewirtschaftungsregeln zur Vermeidung von Erosion in hangreichen Regionen.
6. Durch Änderungen im Baurecht und der Raumplanung sind nur noch **bio-zertifizierte Stallneubauten** gestattet.
7. Die Landwirtschaftsschulen in Eisenstadt und Güssing werden **Vorzeigeschulen** mit 100% Bioanbau, um die beste Ausbildung für junge Landwirte zu gewährleisten.
8. Unterstützung der Bauern beim **Umstieg auf biologische Viehzucht** mit Fokus auf **Tiergesundheit** durch neue Sektion „Bio“ im Tiergesundheitsdienst Burgenland.
9. Durch die Schaffung des Gütesiegels „**Bio aus dem Burgenland**“ und die Zusammenarbeit mit dem „Netzwerk Kulinarik“ sollen neue Märkte für Burgenlands Biobauern in ganz Österreich erschlossen werden.
10. Unterstützung der Landwirte durch regelmäßige Marktforschung **und eine Bio-Roadshow**, damit sie besser auf die Bedürfnisse der Konsumenten reagieren können.
11. Einführung und jährliche Verleihung des **Bio-Innovationspreises** für die besten Ideen und Projekte im Bereich Bio.
12. **Wissenschaftliche Begleitung** aller genannten 11 Punkte durch das FiBL, das Forschungsinstitut für biologischen Landbau, sowie Erstellung einer Machbarkeitsstudie zu 100% Bio im Burgenland

(vgl. Amt der Burgenländischen Landesregierung, zugegriffen am 3.11.2019)