

Verbraucher wollen informiert werden

Interview mit Gerd Billen, Vorstand der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) steigende Lebensmittelpreise, Verbraucherwünsche und Anforderungen an künftige Agrarpolitik

Herr Billen, was sind für Sie „faire Preise“?

Billen: Der Konsument muss sich die Preise leisten können und der Produzent von diesen Preisen leben können. Alle an der Lebensmittelkette Beteiligten müssen einen so hohen Erlös erhalten, dass sie unter Einhaltung ökologischer und sozialer Produktions- und Haltungsbedingungen qualitativ hochwertige und sichere Lebensmittel anbieten können. Der enorme Preisdruck im Einzelhandel hat dazu geführt, dass das Gefühl für faire Preise verloren gegangen ist. Zudem müssen die Konsumenten an der Ladentheke so gut informiert sein, dass sie bereit sind, für Lebensmittel faire Preise auszugeben.

Unter welchen Bedingungen akzeptieren Verbraucher steigende Lebensmittelpreise?

Billen: Wer seine Preise erhöht, sollte auch darlegen, durch welche Kostenpositionen diese begründet sind. Anderenfalls entsteht der Eindruck, dass die Branchen die Diskussion um höhere Produktionskosten missbrauchen, um sich unbegründet zu bedienen. Verbraucher erwarten neben einer hohen Sicherheit, Qualität und gutem Geschmack auch mehr Tierschutz. Maßnahmen zur Qualitätssicherung, Gentechnikfreiheit oder regionalen Landschaftspflege werden vom Verbraucher ebenfalls belohnt. Sie müssen nur kommuniziert werden.

Halten Sie angesichts steigender Nahrungsmittelpreise einen Strategiewechsel des vzbv für erforderlich: Muss es künftig einen verstärkten Einsatz des Verbandes für "Lebensmittel zu günstigen Preisen" geben?

Billen: Lebensmittel müssen nicht billig, sondern ihren Preis wert sein. Ob dies der Fall ist, ist in jedem Einzelfall anhand der konkreten Marktgegebenheiten separat zu prüfen. Wir haben uns dafür eingesetzt, dass Lebensmittel nicht mehr unter Einstandspreis verkauft werden dürfen. Damit verbunden ist ein Signal: Top-Qualität und sichere Lebensmittel sind zu Billigstpreisen nicht zu haben.

Nahrungsmittel haben einen überproportionalen Anteil am Budget von kleinen Einkommensbezieher. Muss die "soziale Komponente" künftig in der Verbraucherpolitik stärker betont werden?

Billen: Ja. In Zeiten, in denen immer größere Teile der Gesellschaft in sehr prekären Lagen leben, muss sich die Verbraucherpolitik auch stärker um deren Teilhabe sowie ihren Schutz kümmern. So müssen benachteiligte Bevölkerungsgruppen befähigt werden sich gesund zu ernähren und ein gesundes Leben zu führen. Das geht beispielsweise durch spezielle zielgruppenorientierte Maßnahmen der Beratung oder aber durch eine verstärkte Bildungsarbeit. Auch ist eine Überprüfung der Berechnungsgrundlage für sozialen Leistungen bei steigenden Preisen zur

Lebenshaltung notwendig. Wie wir als vzbv das auch in anderen Bereichen etwa bei den Energiepreisen als unsere Aufgaben ansehen, werden wir auch bei den Lebensmittelpreisen darauf achten, dass Verbraucherinnen und Verbrauchern nicht schutzlos sind und ihnen das Geld aus der Tasche gezogen wird. Es ist wichtig, hier mehr Transparenz zu schaffen.

Ein Faktor für Entwicklung auf den Agrarmärkten ist die steigende Nachfrage nach nachwachsenden Rohstoffen. Wie beurteilen Sie die zunehmende Flächenkonkurrenz zwischen Food- und Non-Food-Anbau?

Billen: In der Konkurrenz auf den Feldern zwischen Lebensmitteln und nachwachsenden Rohstoffen zur Energiegewinnung brauchen wir eine klare zukunftsfähige Strategie, damit am Ende nicht die Lebensmittel in Preis und Qualität auf der Strecke bleiben. Brotgetreide soll Menschen, nicht Autos füttern.

Steigende Preise spiegeln Knappheiten auf Märkten wieder. Sollte die Agrarproduktion in der Europäischen Union ausgeweitet werden und wenn ja, wie und unter welchen Bedingungen?

Billen: Der vergleichsweise Vorteil der europäischen Agrarerzeugung liegt darin, dass Verbraucher, Landwirte sowie Bürger in ländlichen Regionen gleichermaßen davon profitieren, wenn wir ökologisch hoch-

wertige und artgerecht erzeugte Lebensmittel produzieren und damit eine Wertschöpfung für uns erreichen. Ähnlich wie bei den Umwelttechniken, könnte dieses Modell der Lebensmittelerzeugung zu einem Exportschlager werden.

Warum lehnt eine überwiegende Mehrzahl der Verbraucher gentechnisch veränderte Lebensmittel ab, obwohl sie in der Regel noch nicht mit ihnen in Berührung gekommen sind?

Billen: Verbraucher fordern die Wahlfreiheit beim Kauf von Produkten und Dienstleistungen. Für Lebensmittel bedeutet dies: Auch zukünftig müssen gentechnikfreie Lebensmittel in den Regalen liegen. Es gibt verschiedene gute Gründe, warum die Mehrzahl der Verbraucher die Agro-Gentechnik ablehnt: Sie sehen keinen persönlichen Nutzen. Viele Fragen zu möglichen Folgen sind nach wie vor unbeantwortet: So können weder ökologische noch gesundheitliche Risiken gänzlich ausgeschlossen werden.

Die grüne Gentechnik kann möglicherweise zu höherer Ertragssicherheit, vielleicht in Zukunft zu höheren Ertragsniveaus führen. Halten sie deren Einsatz hierzulande für verantwortbar und wenn ja, unter welchen Bedingungen?

Billen: Das mit der Ertragssicherheit ist ein Mythos. Darauf weisen auch die Entwicklungshilfeorganisationen hin. Viel wichtiger für die Nahrungssicherheit in anderen Weltregionen sind der Zugang zu Wasser, Infrastruktur und Bildung sowie die Förderung von bäuerlichen Existenzen durch beispielsweise Mikrokreditprogramme. Und was Europa betrifft: Die gegenwärtige Novelle des Gentechnikrechts weist an entscheidenden Stellen Lücken auf, die wir schließen müssen. Es sind darin zu viele Ausnah-

meregelungen möglich, die zu Unklarheiten führen, welche Pflichten derjenigen hat, der gentechnisch veränderte Organismen (GVO) einsetzt. So lässt sich die gentechnikfreie Landwirtschaft nicht schützen.

Welche Erwartungen haben Verbraucher an die Erzeugung von Nahrungsmitteln und an die Beschaffenheit von Lebensmitteln?

Billen: Verbraucher wünschen sichere, qualitativ hochwertige und geschmacklich ansprechende Produkte, zu gerechtfertigten Preisen. So vielfältig wie Verbraucherinteressen dann im Detail sind, so vielfältige sind auch die möglichen Angebote und Angebotsformen. Wichtig für die Erzeuger ist es mit dem Verbraucher zu kommunizieren – nicht suggestiv, sondern nachvollziehbar. Bemühungen um höhere Qualitäten, dazu gehören auch Prozessqualitäten, wie mehr Tierschutz, zahlen sich jedenfalls immer mehr aus. Wie auch der Biomarkt, wächst insgesamt ein Premiummarkt mit Produkten, die einen Mehrwert versprechen. Dessen Erfolg steht und fällt mit der richtigen Verbraucheransprache und -information.

Stehen die Erwartungen in Einklang mit dem bestehenden Bild von Landwirtschaft in weiten Teilen vor allem in der städtischen Bevölkerung?

Billen: Wir bemühen uns um eine realistische Darstellung der Landwirtschaft. Zum Beispiel sind wir mehrfach juristisch gegen Verbrauchertäuschung durch eine Darstellung einer „Ländliche Idylle“ bei Lebensmitteln vorgegangen. Die Werbung, die das Käfighuhn auf der Verpackung im Stroh sitzend abbildet, ist leider immer noch nicht aus der Welt. Das Bild der Landwirtschaft wurde über Jahrzehnte verklärt

vermittelt, woher also sollte die realistische Einschätzung kommen. Daher sind Maßnahmen seitens der Landwirtschaft im Rahmen von Aktionen wie „die offene Stalltür“ notwendig, damit Verbraucher den notwendigen Einblick bekommen. Für viele Verbraucher ist die Konfrontation mit der praktischen Landwirtschaft dann bestimmt ein Schock, der ihr Kaufverhalten beeinflussen wird.. Für die Landwirte zahlt es sich daher aus, mit einer höheren Qualität (z.B. im Bereich Tierschutz) zu werben. Wer gut informiert wird am Ende vom Verbraucher belohnt. Wir suchen nach Möglichkeiten, nach Instrumenten, die diejenigen belohnen, die diese Anstrengungen belohnen. Die klassischen Instrumente sind Verbraucherinformation und Kennzeichnungsregeln, die eine hohe Transparenz schaffen

Sie erwähnten es bereits, der Ökomarkt wächst zweistellig. Wie beurteilen Sie diese Entwicklung?

Billen: Das Gute ist: „Öko“ ist inzwischen aus der Nische getreten und wird zum Mainstream. Für ein kontinuierliches Wachstum ist es wichtig, dass auch weiterhin insbesondere „der Gelegenheitskäufer“ hin und wieder und gerne auch öfter ökologisch erzeugte Lebensmittel kauft. Und deshalb ist es gut, dass auch die Verfügbarkeit und der Zugang zu diesen Lebensmitteln größer werden, das heißt dass man es möglichst bequem hat, ein entsprechendes Sortiment in seinem Standardgeschäft zu finden. Dies zeigen auch Umfragen der ZMP und der CMA.

Wie stabil ist diese Entwicklung?

Billen: Die Kaufbereitschaft ist vorhanden, stabil und wachsend – von irgendwelchen Prognosen und Schätzungen

halte ich jedoch wenig. Insgesamt geht es mir darum, diesen Trend zu unterstützen – ohne ideologisch oder einseitig zu sein. Verbraucher haben ein Recht auf ein vielfältiges Lebensmittelangebot. Entscheiden müssen sie dann selber.

Wie beurteilen Sie den Einstieg des konventionellen Lebensmittelhandels und insbesondere der Discounter in den Öko-markt?

Billen: Ich denke, dies ist ein guter Schritt, um dieses Marktsegment insgesamt zu pushen und gleichzeitig Erzeugern in großem Stiel Planbarkeit durch entsprechende Nachfrage und Refinanzierungsmöglichkeiten zukommen zu lassen. Wichtig ist nur, dass negative Folgen des zunehmenden Preisdrucks verhindert werden und Qualitätssicherungen gewährleisten, dass auch wirklich „Bio“ drin ist, wo „Bio“ draufsteht.

Die steigende Nachfrage nach Bio-Produkten wird hauptsächlich über Importe gedeckt. Was halten Sie davon?

Billen: Ich bedaure das. Hier zeigt sich, dass wesentliche Potentiale des Agrarstandorts Deutschlands bisher ungenutzt sind. Aber das Problem ist hausgemacht. Durch die ständigen Änderungen der Förderbedingungen der Länder, fehlt umstellungsbereiten Landwirten einfach die Planungssicherheit.

Gibt es aus Sicht der Verbraucher einen Zusammenhang zwischen Regionalität und Ökoprodukten?

Billen: Regionalität wird von vielen Verbrauchern sehr positiv eingeschätzt. Damit wird gerade in einer zunehmend globalisierten Welt mit anonymen Warenströmen und immer mal wieder auftretenden Lebensmittelkandalen ein höheres

Vertrauen geschaffen. Auch wollen viele Verbraucher, dass das Geld, das sie für Lebensmittel ausgeben, möglichst Arbeitsplätze in ihrer Region schafft, statt anderswo. Auch Fair Trade-Produkte genießen eine hohe Wertschätzung. Wenn sie ökologisch erzeugt werden, kann an Stelle der Regionalität auch eine verlässliche Handelsbeziehung stehen mit dem Ziel soziale Verbesserungen für Menschen in Drittländern zu erreichen. Andererseits sind ökologische Produkte dann besonders authentisch, wenn sie nicht auch noch hohe Belastungen durch Transport etc. produzieren.

Die Agrarpolitik zieht sich aus der Marktsteuerung zurück. Welche Aufgaben sollte der Staat künftig übernehmen?

Billen: Der Staat muss die Leitplanken für eine ökologische, sozialverträgliche und tiergerechte Lebensmittelproduktion setzen. Dieses „europäische Modell“ einer landwirtschaftlichen Wertschöpfung muss in den Verhandlungen der Welthandelsorganisation (WTO) verteidigt werden. Besonders wichtig für die europäische und internationale Agrarpolitik wird es sein, dass Aspekte wie Tierschutz oder die Frage von GVO-Freiheit nicht als Handelshemmnisse in der WTO angesehen werden. Der Ausschluss von Waren muss in Zukunft auch jenseits von gesundheitlichen Gründen möglich sein, wenn wichtige Verbraucherinteressen missachtet werden.

Halten Sie eine Förderung der Landwirtschaft aus Sicht der Verbraucher in Zukunft generell noch für gerechtfertigt?

Billen: Die Landwirtschaft in Deutschland ist in vielen Bereichen nicht wettbewerbsfähig mit Ländern, die entweder eine

bessere Naturraumausstattung, zum Beispiel große Weideflächen für extensive Tierhaltung, haben oder geringere Lohn-, Umwelt- und Sozialstandards. Mit einer Landwirtschaft, die im Lande bleibt, haben wir den Vorteil, dass wir Einfluss auf viele Aspekte der Produktionsqualität haben und wir viele positive Nebeneffekte gewinnen. Hierzu gehören die Wahrung der Kulturlandschaft und von Erholungsräumen ebenso wie die Sicherung von Arbeitsplätzen und der Wertschöpfung im Raum, nicht zu vergessen auch die regionale Identität. Zu den Bedingungen der Förderung: Wir sollten die Gewährung von Direktzahlungen – also Subventionierungen über die erste Säule – noch stärker an höhere Umweltstandards binden. Die Definition des guten landwirtschaftlichen und ökologischen Zustands eines landwirtschaftlichen Betriebes muss sich weiterentwickeln. Anderenfalls müssen wir über die Zweite Säule reparieren, was wir in der Ersten Säule an Problemen hingenommen haben.

Wie sehen Sie in Zukunft die Finanzausstattung von Erster und Zweiter Säule der Gemeinsamen Agrarpolitik?

Billen: Eine zentrale Aufgabe der nächsten Jahrzehnte wird es sein, die Wertschöpfung in den ländlichen Räumen zu halten und zu entwickeln. Die Agrarstrukturpolitik wird zunehmend wichtig werden und erfüllt somit auch Aufgaben der Raumordnung. Wichtig wird es sein, die verschiedenen Ansätze aus den unterschiedlichen Politikbereichen so zu gestalten, dass sie aus einem Guss sind und sich nicht gegenseitig behindern. Wir begrüßen die Diskussion darum zukünftig mehr Mittel aus der Ersten Säule durch die Modulation in die Zweite Säule zubekommen.

Welche Schwerpunkte sollten innerhalb der Zweiten Säule gesetzt werden?

Billen: Uns ist die Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft und die Verbesserung der Lebensqualität im ländlichen Raum ein großes Anliegen. Im Wesentlichen geht es darum, dass der Zugang von Verbrauchern zu regionalen Produkten und Dienstleistungen sichergestellt wird und dass durch neue Wertschöpfungen Arbeitsplätze entstehen. Die EU-Kommission hat eine Studie über eine Ex-Ante –Bewertung der ländlichen Entwicklungsprogramme für den Zeitraum 2007 bis 2013 ausgeschrieben. Hier interessiert uns besonders, inwieweit die Zweite Säule zu den sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Zielen der Gemeinschaft beiträgt. Parallel dazu müssen geeignete Maßnahmen die Qualität der landwirtschaftlichen Produktion und der landwirtschaftlichen Erzeugnisse sichern und verbessern. Hier sollte ein höherer Qualitätsstandard etabliert werden, um schneller Innovationen auszulösen. Dabei sind der Aspekt des Umweltschutzes und des Landmanagements ebenso wichtig wie die artgerechte Tierhaltung.

Welche Erwartungen haben Verbraucher an die Erzeugung von Nahrungsmitteln und an die Beschaffenheit von Lebensmitteln?

Verbraucher wünschen sichere, qualitativ hochwertige und geschmacklich ansprechende Produkte, zu gerechtfertigten Preisen. So vielfältig wie Verbraucherinteressen dann im Detail sind, so vielfältig sind auch die möglichen Angebote und Angebotsformen. Wichtig für die Erzeuger ist es mit dem Verbraucher zu kommunizieren – nicht suggestiv sondern nachvollziehbar. Bemühungen um höhere Qualitäten, dazu

gehören auch Prozessqualitäten, wie mehr Tierschutz, zahlen sich jedenfalls immer mehr aus. Wie auch der Biomarkt, wächst insgesamt ein Premiummarkt mit Produkten, die einen Mehrwert versprechen. Dessen Erfolg steht und fällt mit der richtigen Verbraucheransprache und -information.

Welchen Stellenwert messen Sie dem Thema "Ernährung, Landwirtschaft" in der künftigen Arbeit des vzbv bei?

Billen: Ernährung und Landwirtschaft ist und bleibt ein wichtiges Thema. Die Europäische Kommission wird im Herbst Vorschläge für einen Gesundheitscheck der gemeinsamen Europäischen Agrarpolitik vorlegen. Hier setzen wir vor allem auf die Weiterentwicklung der Cross Compliance-Regelungen aber auch auf die Auflagen der Mindestbewirtschaftung. Im nächsten Jahr findet in Deutschland die Vertragsstaatenkonferenz des UN-Übereinkommens über die Biologische Vielfalt statt sowie das vierte Treffen der Mitglieder des Cartagena-Protokolls über biologische Sicherheit. Unter anderem werden wir in einer „Naturallianz“ an den Problemen schwindender Biodiversität arbeiten. Aktuell wichtige Themen im Bereich Lebensmittel und Ernährung sind die Reform der Gesetzgebung im Bereich Lebensmittelkennzeichnung. Darunter besonders die Diskussion um die vereinfachten Symbol für die Nährwertkennzeichnung, das sogenannte Sign-Posting. Besonders verbraucherrelevant ist auch das Thema Preisentwicklung. Hier brauchen Verbraucherinnen und Verbraucher unseren Schutz, damit nicht durch eine fehlende Transparenz unberechtigte Preiserhöhungen durchgesetzt werden.