



AKADEMIE  
Schloss Kirchberg

IV. ÖKO-MARKETINGTAGE

KLIMAFREUNDLICHE ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT  
- WEGE IN DIE ZUKUNFT -

Pressemittteilung | 10.12.2021

## Zukunftsthemen vordenken und umsetzen!

IV. Öko-Marketingtag der Akademie Schloss Kirchberg in Präsenz und digital – Wege zur „Klimafreundlichen Ernährungswirtschaft“

Mehr als 40 Mitwirkende, über 20 Impulse, Vorträge und Diskussionsrunden, vier Workshops und das alles – streng nach Corona-Vorschriften in Präsenz und digital – innerhalb von zwei Tagen: Zum Thema „Klimafreundliche Ernährungswirtschaft – Wege in die Zukunft“ haben die Verantwortlichen der IV. Öko-Marketingtage der Akademie Schloss Kirchberg ein intensives Programm vorgelegt. Kein Wunder, dass so mancher Mitwirkende gestand, ihm schwirre der Kopf und er müsse die Vielzahl der Informationen erst einmal sortieren.

Klimafreundliche Produkte - was erwarten die VerbraucherInnen? Und erreichen wir sie? Wann ist ein Unternehmen wirklich klimaneutral? Wie muss sich der Handel aufstellen? Welche Wege für klimapositive Wertschöpfungsketten gibt es bereits? Zusammengefasst: Welche Aufgabe auf dem Weg in eine klimafreundliche Ernährungswirtschaft kommt auf die Verbraucherschaft, den Handel, das Finanzwesen, die Erzeuger, die Bioverbände und die Wissenschaftler zu? „Das sind komplexe Themen, die sich nicht in Drei-Worte-Slogans fassen lassen“, konstatierte Christoph Zimmer, Bioland-Geschäftsführer Baden-Württemberg, der gemeinsam mit Anna-Lena Buchholz, Geschäftsstellenleiterin der Akademie, das Programm zusammengestellt und die Tagung moderiert hat.

Die gute Nachricht: Am Geld wird der Umbau nicht scheitern. Thomas Jorberg, Vorstandssprecher der nachhaltigen GLS-Bank, referierte zum Thema Green Finance. „Wir fragen uns: Sind die Unternehmen, die wir finanzieren, 1,5-Grad-tauglich?“ Die Finanzwirtschaft der Vergangenheit habe Geldvermögen gebildet und vermehrt, die Finanzwirtschaft der Zukunft werde Geld zurückfließen lassen zur Erfüllung der Nachhaltigkeitsziele. Jorberg prognostizierte, dass die Boden- und Biodiversitätskrise die Klimakrise übertreffen werde, die Coronakrise sowieso. „Je länger wir warten, desto teurer wird es.“ Die Bankenaufsicht Bafin, so Jorberg, mache bereits Druck: „Die Risiken schlummern in den Büchern.“ Voraussetzung sei ein hoher CO<sub>2</sub>-Preis, damit sich das Einsparen lohne.

Dass ein „Weiter so“ nicht möglich ist, machte etwa Volkert Engelsman in seinem Beitrag zu zukunftsfähiger Unternehmenssteuerung deutlich. „Im alten, dem anonymen Markt kommt man davon mit Schäden, die niemand kennt und kann die Menschen wie den Planeten ausbeuten.“ Von 2023 verpflichte aber eine neue EU-Gesetzgebung die Unternehmen, die Klimabilanz im gesamten Prozess der Herstellung offenzulegen. Der Gründer des holländischen Unternehmens Eosta sprach sich dafür aus, eine Ampel zum gesellschaftlichen Fußabdruck aufzulegen sowie die Mehrwertsteuer für Bio-Nahrungsmittel auf null zu setzen.

Tatsache ist: Die Verbraucherschaft verlangen Orientierung. Das belegt eine Zahl, die Anja Schwengel-Exner als Vertreterin der Verbraucherzentrale Bayern vorlegte: 73 Prozent der Deutschen plädierten den Umfragen zufolge für ein Klimalabel. Entsprechende Informationen hat auch Dr. Meike Gebhard, Geschäftsführerin von Utopia unter den Nutzern des Nachhaltigkeits-Online-Portals erhoben hat: 75 Prozent der Befragten halten Klimaneutralität bei Produkten für wichtig und wünschten sich eine entsprechende Kennzeichnung. Voraussetzungen seien transparente Kriterien, unabhängige Vergabe, selbsterklärender Name und breite Nutzung. Gebhard: „Das ist eine große Chance – und wir sollten sie nutzen!“

Chancen sieht auch Dr. Alexander Gerber, Vorstand von Demeter Deutschland und Vizepräsident Demeter International. „Das Ziel der neuen Regierung ist 30 Prozent Bio-Landwirtschaft“, sagte Gerber: „Das bedeutet eine Verdreifachung des Bioanteils im Lebensmitteleinzelhandel.“ Die Label der Bioverbände böten sich als Träger eines Klimalabels an: „Wir sind die geeigneten Partner, denn wir bieten Transparenz über die gesamte Wertschöpfungskette.“

Zu Wort kamen bei den IV. Öko-Marketingtagen auch Unternehmen, die bereits nachhaltig für eine bessere Zukunft wirtschaften. Der Naturkosthersteller Jan-Peter Bauck beispielsweise, der Mehle, Flocken, Müslis im Landkreis Uelzen erzeugt. Oder Barbara Scheitz von der Andechser Molkerei, die mit dem Projekt KlimaBauern bereits den Klimaausgleich praktiziert. Oder die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall, die mit der Mast der alten Landrasse Schwäbisch-Hällischer Bio-Schweine den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck des Fleisches um 49 Prozent senkt.

Jan Plagge, Bioland-Präsident und Präsident von IFOAM Organics Europe, sieht die wachsende Verantwortung der Biobewegung. Die Rolle der Bioverbände ändere sich, sie seien nun nicht mehr Fordernde, sondern müssen auch umsetzen, um aus Zielen Realität werden zu lassen. Der Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung und die Strategien der Europäischen Union verlangten dies: „Wir werden beweisen müssen, dass es funktioniert.“

Mehr Optimismus versprühte der „Generationendialog“ zwischen Prof. Dr. Ernst Ulrich

Weizsäcker und Amelie Riedesel von ProjectTogether, einem Innovationslabor für eine nachhaltige Land- und Ernährungswirtschaft. Die „Vertreterin der jungen Generation“ stellte Ideen ihrer gemeinnützigen Gesellschaft vor, die den Green Deal mit Leben füllen. „Alle Akteure müssen an einem Tisch sitzen, auch die Verursacher“, sagte sie, „und es braucht Mut zur Veränderung und MacherIn-Spirit.“ Dem stimmte der renommierte Wissenschaftler zu, der voll Respekt von Begegnungen mit der schwedischen Klimaaktivistin Greta Thunberg berichtete. Von Weizsäcker kritisierte aber, dass der Klimagipfel in Glasgow zu wenig Substantielles erbracht habe. Wohlstand und Klima, so von Weizsäcker, hingen eng zusammen: „Wer möchte schon auf Wohlstand verzichten?“

Was der Wohlstand der Industrienationen im Süden der Welt anrichtet, hatte bereits Rudolf Bühler, Vorsitzender Stiftung Haus der Bauern, in seinem Impuls zu Beginn der Tagung deutlich gemacht. Ein Foto, das kürzlich während seiner Ghana-Reise entstanden ist, zeigt den „Catch of the day“ der örtlichen Fischer: nichts als Plastikmüll. Wasser in den Wein goss auch der renommierte Forscher Prof. Dr. Dr. Franz Josef Radermacher, Informatiker, Wirtschaftswissenschaftler, Globalisierungsgestalter. Er sprach sich pointiert für eine gerechte und nachhaltige Gestaltung der Globalisierung ein.

Mit einer versöhnlichen Schlussbemerkung fügte Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald die unterschiedlichen Positionen zusammen. „Es gibt keinen Königsweg, es gibt aber viele gute Ansätze“, bemerkte der neue Leiter der Akademie Schloss Kirchberg und Aufsichtsratsvorsitzender des World Future Councils sowie Autor zahlreicher Bücher. Zuletzt hat Gottwald gemeinsam mit Jan Plagge und Franz Josef Radermacher als Herausgeber das Buch „Klimapositive Landwirtschaft“ veröffentlicht. Die Öko-AkteurInnen sind im Gespräch und werden es bleiben.

(9000 Zeichen) Akademie für Ökologische Land- und Ernährungswirtschaft Schloss Kirchberg

#### **Bildunterschriften:**

[https://schloss-kirchberg-jagst.de/images/pressemitteilung/2021\\_12\\_10\\_IV\\_OEMT\\_001.jpg](https://schloss-kirchberg-jagst.de/images/pressemitteilung/2021_12_10_IV_OEMT_001.jpg)

Foto 1: Klimafreundliche Landwirtschaft als Wegweiser: Prof. Dr. Wilhelm Pflanz im Gespräch mit Benedikt Bösel, Gründer und CEO Gut&Bösel, und Sigrid Griese, Projektmanagerin und Referentin Bioland.

[https://schloss-kirchberg-jagst.de/images/pressemitteilung/2021\\_12\\_10\\_IV\\_OEMT\\_002.jpg](https://schloss-kirchberg-jagst.de/images/pressemitteilung/2021_12_10_IV_OEMT_002.jpg)

Foto 2: Abschluss und Ausblick: Rudolf Bühler, Vorsitzender der Stiftung Haus der Bauern, Dr. Alexander Beck, Geschäftsführender Vorstand AöL, Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald, Vorsitzender des Aufsichtsrats World Future Council und neuer Leiter der Akademie Schloss Kirchberg.

[https://schloss-kirchberg-jagst.de/images/pressemitteilung/2021\\_12\\_10\\_IV\\_OEMT\\_003.jpg](https://schloss-kirchberg-jagst.de/images/pressemitteilung/2021_12_10_IV_OEMT_003.jpg)

Foto 3: IV. Öko-Marketingtage auf Schloss Kirchberg: Blick in den Rittersaal während eines digitalen Vortrags.

Credit: Akademie Schloss Kirchberg

10.12.2021

Akademie für ökologische Land- und Ernährungswirtschaft Schloss Kirchberg

V.i.S.d.P.: tak

#### **Bei Rückfragen wenden Sie sich an**

Anna-Lena Buchholz

Telefon 07954 / 9211880

[akademie@hdb-stiftung.com](mailto:akademie@hdb-stiftung.com)



Die Veranstaltung wird entsprechend der offiziellen Hygiene-Vorschriften und Abstandsregeln des Landes Baden-Württemberg stattfinden.

Akademie Schloss Kirchberg  
Stiftung Haus der Bauern  
Schloss Kirchberg  
74592 Kirchberg an der Jagst  
Telefon: +49 (0)7954 9211880  
E-Mail: [akademie@hdb-stiftung.com](mailto:akademie@hdb-stiftung.com)  
<http://www.schloss-kirchberg-jagst.de/akademie>

