



P R E S S E M I T T E I L U N G

Wirtschaft denken – wie Ökonomie neu erfunden werden muss

Bad Brückenau, 21. Mai 2014 - Das heutige Wirtschaftssystem ist fehlgeleitet, weil es einseitig auf Konzentration und Gewinnmaximierung ausgerichtet ist. Es ist, da es seine eigenen Grundlagen aufbraucht, auf Dauer nicht überlebensfähig. Die ökologische Lebensmittelwirtschaft aber zeigt seit Jahren auf, dass es anders geht. Wie Problemlösungen mittels einer ökologisierten Wirtschaftsweise aussehen, beschreibt das neue Themenheft der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AöL) „Wirtschaft denken – Für ein an Werten orientiertes Handeln“, das die Organisation bei ihrer gestrigen Mitgliederversammlung in Fulda präsentierte.

„Wir überstrapazieren unseren Planeten“, warnte der geschäftsführende Vorstand der AöL, Alexander Beck, in Fulda vor einer Missachtung des Primats der Nachhaltigkeit. Die 14 Autoren, neben Beck unter anderem AöL-Vorstand, Karl Huober, der Vorstand der Heinrich-Böll-Stiftung, Ralf Fücks, oder der Oldenburger Wachstumskritiker, Professor Niko Paech, verlangen: „Ökonomie muss neu erfunden werden.“

So plädiert Paech gerade im Nahrungsmittelbereich für einen „Rückbau“ industrieller Systeme. Er macht sich stark für „suffizientes und achtsames Verbraucherverhalten“, etwa durch eine „konsequente Priorisierung regionaler und saisonaler Lebensmittel“. Auch Fücks spricht in seinem Fachbeitrag davon, dass die „ökologische Verantwortung bei uns selbst“ anfangs und es gut sei, weniger Fleisch zu essen oder mit dem Rad statt mit dem Auto zu fahren. Doch ohne „Effizienzrevolution“ sei der Kampf gegen den Klimawandel nicht zu gewinnen. Huober wiederum glaubt, dass die Ernährungswende sich auch durch privatwirtschaftliches Handeln der Öko-Branche nicht von allein einstelle. Vielmehr stehe hinter der Ernährungswende eine geistige Entwicklung.

Einige Autoren widmen sich den Fallstricken, denen die Branche derzeit ausgesetzt ist. Es sei erstaunlich, dass Verbraucher, Handel und auch Hersteller „es verlernt haben, die Preiswertigkeit von Produkten zu würdigen“, resümiert Johannes H. Mauss, Marketingleiter und Nationaler Key Account Manager beim Fruchtsafthersteller Haus Rabenhorst. Alle „rennen hinter dem Sonderpreis her“, doch „billig“ funktioniere nicht ohne gravierende Abstriche bei Qualität, Vielfalt und Arbeitsbedingungen. Ähnlich Andreas Wenning, Geschäftsführer des Naturkostherstellers Rapunzel. Erst über ein „breites Verständnis der vernichtenden Wirkung“ unangemessen niedriger Preise auf das Prinzip Bio könne der Wert der ökologischen Landwirtschaft in den Mittelpunkt gerückt werden.

Das 44 Seiten umfassende Themenheft „Wirtschaft denken – Für ein an Werten orientiertes Handeln“ ist beim oekom verlag kostenlos erhältlich (aoel@oekom.de). Es kann auch von der AöL-Homepage heruntergeladen werden (www.aoel.org).

AöL Presseinfo * Veröffentlichung honorarfrei * Um einen Beleg wird gebeten *2.470 Zeichen

Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller AöL e.V. * Dr.-Gartenhof-Straße 4 *
D-97769 Bad Brückenau * Tel: 09741-4834 * www.aoel.org * kontakt@aoel.org