

Input zu AG 2 „Regionale Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte und Verbrauchererwartungen“

Prof. Dr. Christine Wieck, Fachgebiet Agrar- und Ernährungspolitik, Universität Hohenheim

Sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer,

mein Name ist Christine Wieck. Ich bin Professorin für Agrar- und Ernährungspolitik an der Universität Hohenheim.

Meine Mit-Impulsgeberin Frau Dr. Engler hat intensiv über die Ergebnisse des Strategiedialogs berichtet und auch die Herausforderungen in der Regionalvermarktung angesprochen. Daher möchte ich mich auf das Thema der gesellschaftlichen Anforderungen fokussieren.

Die gesellschaftlichen Anforderungen an die Landwirtschaft, insbesondere in den Bereichen Tierhaltung, Pflanzenbau und Ernährungssicherung, nehmen stetig zu. Im Bereich Tierwohl stehen Themen wie ein höheres Tierwohl durch artgerechtere Haltungsformen mit mehr Platz und Auslaufmöglichkeiten oder einen geringeren Medikamenteneinsatz im Fokus. Aber auch der Umwelt- und Klimaschutz, beispielsweise in den Bereichen Fütterung, Gülle- oder Weidemanagement, ist ein zentrales Thema. Auch im Pflanzenbau werden Emissionsminderung, eine ausgeglichene Nährstoffbilanz, ressourcenschonende Produktionsmethoden sowie der Schutz von Böden und Wasser erwartet. Damit wird auch ein Beitrag zur Klimaanpassung geleistet. Von den Betrieben wird zudem verlangt, den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und mineralischem Dünger zu reduzieren. Damit eng verbunden sind die Forderungen zum Schutz der Biodiversität, etwa durch vielfältige Fruchtfolgen, Blühstreifen oder Rückzugsflächen für Insekten und Vögel. Auch die Ernährungssicherung rückt stärker in den Fokus: Angesichts von Klimawandel, globaler Druck auf natürliche Ressourcen, geopolitischen Krisen und wachsender Weltbevölkerung soll die Landwirtschaft nicht nur nachhaltig, sondern auch krisenfest produzieren können. EU-Strategien wie der „Green Deal“, die „Farm-to-Fork“-Initiative, die EU-Wiederherstellungsverordnung sowie gesellschaftlicher und medialer Druck haben diese Entwicklung und Debatten nach vorne getragen.

Parallel verändern sich die Ernährungsgewohnheiten. Während der Konsum tierischer Produkte weiterhin weit verbreitet ist, zeigen sich zunehmend vielfältige Einstellungen, Motive und Verhaltensweisen. Pflanzliche Alternativprodukte gewinnen an Bedeutung, was auf ein erweitertes gesellschaftliches Verständnis von Ernährung verweist, das ökologische, ethische und soziale Aspekte stärker einbezieht. Ernährung wird damit mehr und mehr als gesamtgesellschaftliche Aufgabe verstanden – etwa im Sinne planetarer Gesundheit und nachhaltiger Lebensstile (siehe WBAE Gutachten von Juli 2025 zum Thema „„Mehr Auswahl am gemeinsamen Tisch: Alternativprodukte zu tierischen Lebensmitteln als Beitrag zu einer nachhaltigeren Ernährung“¹).

Seit Beginn der Corona-Pandemie hat sich das Preisbewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten zudem dauerhaft verschärft. Viele greifen nun häufiger zu Sonderangeboten, Eigenmarken oder günstigeren Alternativen. Besonders Fleisch und Süßwaren werden aufgrund der

¹ <https://www.bmleh.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2025/063-wbae-alternativprodukte.html>

stark gestiegenen Preise seltener gekauft. Haushalte mit geringem Einkommen sind hiervon besonders betroffen. Nachhaltige und regionale Produkte spielen weiterhin eine Rolle, werden jedoch zunehmend nur dann nachgefragt, wenn der Preis passt. Studien zeigen zudem, dass viele Verbraucher ihr Einkaufsverhalten langfristig sparsamer gestalten wollen. Die Inflation nach Corona hat diesen Trend noch verstärkt.

Dies bedeutet für landwirtschaftliche Betriebe, dass sie den Preisdruck der Konsumenten sowie deren Wünsche nach Tierwohl, Nachhaltigkeit und Qualität berücksichtigen müssen. Kosteneffizienz bleibt daher eine wichtige Managementstrategie für Betriebe und ist damit ein zentraler Treiber des landwirtschaftlichen Strukturwandels. Da für die deutsche Agrar- und Ernährungsindustrie der Export von verarbeiteten Lebensmitteln ein wichtiger Erfolgsfaktor ist und gleichzeitig, sich die deutsche Landwirtschaft im Wettbewerb mit günstigen Importen von Rohwaren und Lebensmitteln messen muss, ist Kosteneffizienz weiterhin ein wichtiger Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit. Die große Herausforderung besteht also darin, Kosteneffizienz und höhere Nachhaltigkeitsanforderungen in der betrieblichen Produktion zu vereinbaren und eine betriebliche Differenzierung zu erreichen. Denn gleichzeitig bieten Tierwohl, Regionalität und Nachhaltigkeit Differenzierungsmöglichkeiten, um gezielt Kundinnen und Kunden mit höherer Zahlungsbereitschaft anzusprechen. Eine Segmentierung des Angebots – von preisgünstigen Standardprodukten bis hin zu hochwertigen Spezialprodukten – eröffnet hier neue Chancen.

Auch der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) treibt Veränderungen aktiv voran. Zahlreiche Initiativen und Selbstverpflichtungen zielen auf Tierwohl, Klimaschutz und Emissionsminderung (vgl. Dusel & Wieck 2024²). Eingesetzt werden Instrumente wie Delisting-Ankündigungen, Nachhaltigkeitsziele von Unternehmen, Prämien für höhere Standards, Produktkennzeichnung oder „True-Cost-Pricing“. Allerdings sind diese Maßnahmen oft nicht flächendeckend und die Finanzierung bleibt häufig unzureichend, gerade um damit die gesamte Transformation des Sektors voranzutreiben, wenn politische Unterstützung, wie im Borchert-Konzept vorgesehen, fehlt. Dies verstärkt den Strukturwandel. Betriebe, die bereits hohe Standards (z. B. Haltungsform 3) erfüllen, können von „Mitnahmeeffekten“ profitieren und ihre Zukunft sichern. Betriebe, die die Standards noch nicht erreicht haben, stehen hingegen vor schwierigen Entscheidungen: Sie müssen den Umbau alleine finanzieren, was häufig zu Größenwachstum oder zu einem (geordneten) Ausstieg führt. Die Folgen sind sichtbar: In den letzten zehn Jahren ist die Zahl der Milchviehhalter um 36 %, die Zahl der Schweinehalter um 42 % und die Zahl der Sauenhalter um 53 % zurückgegangen (DBV Situationsbericht 2023³).

Mittelfristig sind gesellschaftliche Anforderungen und finanzielle Unsicherheit wichtige Treiber des landwirtschaftlichen Strukturwandels. Dies kann durch politische Unterstützung oder aktive Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette, wie etwa im Strategiedialog Landwirtschaft in Baden-Württemberg, entgegengewirkt wird. Wichtig ist dabei, dass es bei der Diskussion von Lösungsmöglichkeiten keine „Entweder-oder“-Lösungen geben sollte. Angesichts der Komplexität des Ernährungssystems und seiner langfristigen Pfadabhängigkeiten sind parallele Ansätze erforderlich. Neben der Förderung einzelner Betriebe braucht es Anreize für Kooperationen zwischen Betrieben, entlang der Wertschöpfungsketten sowie für Innovation und Veränderung bei gleichzeitig reduziertem bürokratischen Aufwand. Nur so können landwirtschaftliche Betriebe flexibel auf die sich stetig wandelnden gesellschaftlichen Anforderungen reagieren.

² Dusel, S., Wieck, C. (2024). Tierschutzpolitik zwischen Markt und Staat – Eine Bestandsaufnahme. Hohebucher Agrargespräch 2024, 12.01.2024. Waldenbuch.

³ <https://www.situationsbericht.de/>