

Die ökologische Landwirtschaft in Polen

Belaya, Vera

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Belaya, V. (2016). Die ökologische Landwirtschaft in Polen. *Polen-Analysen*, 187, 2-5. <https://doi.org/10.31205/PA.187.01>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Die ökologische Landwirtschaft in Polen

Vera Belaya, Pfalzgrafenweiler

Zusammenfassung

Der Beginn des Öko-Landbaus in Polen lässt sich auf die Gründung des Verbands ökologischer Erzeuger *Ekoland* im Jahr 1989 zurückführen. Im Zeitraum von 2003 bis 2015 hat sich die ökologische Landnutzung mehr als versiebzehnfacht und die Betriebszahl fast verzehnfacht. Die ökologische Tierhaltung in Polen entwickelte sich erst nach dem Pflanzenanbau. Den größten Tierbestand weisen Geflügelbetriebe auf, gefolgt von Rindern und Schweinen. Die Hauptprobleme des Öko-Landbaus in Polen sind die fehlende oder unzureichende Logistik- und Beschaffungsinfrastruktur, die geringe Verarbeitungstiefe der Produkte und der geringe Grad der Verbraucheraufklärung. So bietet die Bio-Branche ein enormes Potential, das erst in geringem Maße erschlossen ist. Deutschland könnte einer der wichtigsten Abnehmer für polnische Öko-Lebensmittel werden, denn bereits jetzt übersteigt in Deutschland die Nachfrage das Angebot in diesem Bereich.

Der Unterschied der ökologischen Landwirtschaft gegenüber der konventionellen besteht darin, dass die ökologische Landwirtschaft rechtlich verpflichtet ist, bestimmte Anforderungen und Mindestkriterien zu erfüllen. Unter anderem wird im ökologischen Pflanzenbau auf chemische Pflanzenschutzmittel, Mineraldünger, Wachstumsregulatoren, Antibiotika, Gentechnik und ionisierte Strahlung verzichtet. Die ökologische Tierhaltung unterliegt ebenfalls strengen Auflagen, die das Verbot bestimmter Futtermittel und Mindestanforderungen an das Platzangebot regeln. Darüber hinaus werden die Tiertransporte auf kurze Strecken beschränkt. Für die Umstellung eines nicht-Öko-Betriebs auf die ökologische Wirtschaftsweise bestehen Vorschriften und Fristen sowie sich auch die Herstellung von Bio-Lebensmitteln in einem bestimmten gesetzlichen Rahmen bewegt. Der Gesetzgeber reguliert die ökologische Landwirtschaft, indem er *ex ante* (vorbeugend) oder *ex post* (nachträglich) Vorschriften verabschiedet. Eine dritte Möglichkeit bieten finanzielle Anreize z. B. in Form von Subventionen für die Gewährleistung der Implementierung bestimmter Maßnahmen. Auf EU-Ebene gilt die »EG-Öko-Basisverordnung (EG) Nr. 834/2007 des Rates vom 28. Juni 2007 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen«. Diese Verordnung definiert Grundsätze und Ziele der ökologischen Erzeugung sowie die Kennzeichnung der ökologisch erzeugten Lebensmittel. Demnach dürfen nur solche Lebensmittel als Bio-Erzeugnisse bezeichnet werden, die mindestens zu 95 Prozent Zutaten enthalten, die den Standards des Bio-Landbaus entsprechen. Eine interessante Besonderheit ist, dass auch Produkte, die einen Anteil gentechnisch veränderter Pflanzen von unter 0,9 Prozent enthalten, zu den Bio-Erzeugnissen gezählt werden dürfen. Das EU-Bio-Siegel trat am 1. Juli 2010 in Kraft und ist europaweit für alle Öko-Lebensmittelproduzenten ver-

pflichtend. Um das EU-Bio-Siegel verwenden zu dürfen, müssen die Erzeuger die festgelegten Anforderungen der EG-Öko-Basisverordnung (EG) Nr. 834/2007 erfüllen und zertifiziert werden. In Polen gilt seit dem EU-Beitritt im Jahr 2004 das polnische Bio-Landbaugesetz, welches überarbeitet und an die EU-Verordnung angepasst wurde, um die möglichst vollständige Übereinstimmung der Standards für Öko-Landbau zu erzielen. Die aktuell geltende Fassung des Gesetzes wurde am 20. April 2004 verabschiedet. Die gleichzeitige Verwendung des EU-Bio-Siegels und die privatwirtschaftliche Kennzeichnung sind möglich.

Neben gesetzlichen Anforderungen entstehen auch immer mehr privatwirtschaftliche Qualitätssicherungssysteme und -initiativen der Hersteller und Handelsunternehmen. Diese Normen werden von den Verbänden und Fachkreisen der Lebensmittelwirtschaft erarbeitet und geprüft. Zur Kennzeichnung der Bio- bzw. Öko-Lebensmittel in Polen wird eine Vielzahl unterschiedlicher Siegel und Logos verwendet, wobei zwischen verpflichtenden und freiwilligen sowie staatlichen und privaten Gütesiegeln unterschieden wird. Sie werden eingesetzt, um sowohl Informationsasymmetrien zu reduzieren als auch eine starke Marke aufzubauen und somit mehr Kunden zu gewinnen. Es gibt allerdings auch Kritiker solcher Produktkennzeichnungen: Sie bemängeln den bürokratischen Aufwand durch steigende Dokumentationsanforderungen, die unzureichende Vertriebs- und Marketingkompetenz sowie die Inkompatibilität mit den Logistikanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels. Oft sind die Kriterien der privaten Siegel strenger als die des EU-Bio-Siegels.

In Polen gibt es viele regionale und überregionale Öko-Verbände. Jedoch gehören weniger als 10 Prozent der polnischen Bio-Landwirte einem dieser Verbände an. Zu den bekanntesten und aktivsten Verbänden zählen: *Ekoland*, *Polska Ekologia*, *Polskie Towarzystwo Rolników*

Ekologicznych (PTRE/Polnischer Verband der Bio-Landwirte), *Demeter Polska*, *Bio-Polonia* und die Nichtregierungsorganisation *European Centre for Ecological and Agricultural Tourism Poland* (ECEAT). Alle diese Verbände haben ihre eigenen Bio- bzw. Öko-Logos.

Die Akkreditierung der Öko-Betriebe in Polen erfolgt über das Polnische Akkreditierungszentrum, anschließend werden sie vom Ministerium für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung zugelassen und von der Qualitätsinspektion Landwirtschaft und Lebensmittel nach der EU-Gesetzgebung kontrolliert. Es werden alle Stufen der Bio-Warenkette bis auf die Außer-Haus-Verpflegung und den Einzelhandel überprüft. Die Kontrollstellen treffen auch die Entscheidung über die Auszahlung von EU-Subventionen. Letztere beiden Aspekte haben in der Vergangenheit bereits zu zahlreichen Betrugsfällen geführt.

Produktionsstrukturen

Der Beginn des Öko-Landbaus in Polen lässt sich auf die Gründung des Verbands *Ekoland*, eines Verbands ökologischer Erzeuger, im Jahr 1989 zurückführen. Zehn Jahre später startete das polnische Landwirtschaftsministerium ein Subventionssystem für Öko-Agrarflächen. Einige landwirtschaftliche Betriebe haben damals angefangen, sich auf die ökologische Wirtschaftsweise umzustellen. Statistiken zum Öko-Landbau in Polen gibt es erst seit 2003. Zu einem gewissen Grad haben die EU-Fördergelder seit dem EU-Beitritt im Jahr 2004 dazu beigetragen, dass die Anzahl der Öko-Betriebe und die Größe der Öko-Anbaufläche rasant gewachsen sind.

Die gesamte ökologisch bewirtschaftete Anbaufläche in Polen beträgt 580.731 ha, was 4 Prozent der Gesamtagrarfläche in Polen entspricht. Die wichtigsten Ackerkulturen sind Getreide (101.436 ha) und Gemüse (40.564 ha). Zu den wichtigsten Dauerkulturen zählen Äpfel, Beeren und Früchte der gemäßigten Zone. Unter den Getreidekulturen haben Roggen und Hafer mit 43 Prozent und 32 Prozent die größten Anteile. Gefolgt werden sie von Weizen und Dinkel (16 Prozent), Gerste (6 Prozent) und Körnermais (3 Prozent).

Im Zeitraum von 2003 bis 2015 hat sich die ökologische Landnutzung mehr als versiebzehnfacht und die Anzahl der Betriebe fast verzehnfacht. Im Jahr 2003 gab es 2.286 Betriebe mit einer Fläche von 32.892 ha, 2015 waren es bereits 22.277 Betriebe – das sind 2 Prozent der Gesamtanzahl der Agrarbetriebe in Polen. Diese Anzahl an Betrieben ist bemerkenswert und platziert Polen an die sechste Stelle im EU-weiten Ranking hinter Italien, Spanien, Deutschland, Griechenland und Frankreich. Die Öko-Betriebe sind durchschnittlich 26 ha groß und im Vergleich zu der Durchschnittsgröße eines konventionellen Agrarbetriebs (7,5 ha) um fast 250 Prozent grö-

ßer. Im Nordwesten liegen die meisten Großbetriebe, deren Fläche mehrere Tausend Hektar umfassen. Die Woiwodschaft Westpommern (województwo zachodniopomorskie) verfügt über die größte Öko-Fläche (über 100.000 ha) und die höchste Anzahl an Öko-Betrieben (rund 2.000). Darüber hinaus sind die Woiwodschaften Ermland-Masuren (woj. warmińsko-mazurskie), Kleinpolen (woj. małopolskie), Masowien (woj. mazowieckie), Podlachien (woj. podlaskie) und Lublin (woj. lubelskie) von Bedeutung.

Die ökologische Tierhaltung in Polen entwickelte sich erst nach dem Pflanzenanbau. Die Statistiken zu den Tierbeständen und Produktionsmengen sind erst seit einigen Jahren verfügbar. Den größten Tierbestand weisen Geflügelbetriebe auf (202.929 Tiere), gefolgt von Rinder- (31.896 Tiere) und Schweinebeständen (6.309 Tiere). Die Anzahl von Rindern ist im Jahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 17 Prozent zurückgegangen. Der Rückgang bei Schweinen und Geflügel betrug 2015 im Vorjahresvergleich 20 Prozent bzw. 21 Prozent.

Die Öko-Rinderbestände bestehen zu 50 Prozent aus Milchkühen. In Bezug auf die Produkte der ökologischen Tierhaltung ist festzustellen, dass Fleisch momentan in sehr kleinem Umfang produziert wird. Im Jahr 2015 waren es nur 3 t (minus 90 Prozent gegenüber 2014). Die Ertragsmenge bei Milch mit 25.243 t im Jahr 2015 ist ebenfalls zurückgegangen (minus 5 Prozent gegenüber 2014). Eier sind als einzige Produktkategorie gestiegen und betragen im Jahr 2015 22.570.089 Stück (ein Plus von 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr).

Vermarktung

Das Marktvolumen von Bio-Lebensmitteln in Polen wird laut dem Informationszentrum *EkoConnect* (Dresden) auf rund 85 Mio. Euro geschätzt. In Polen werden 50 Prozent der Bio-Produkte in eigenen Läden, 25 Prozent in Supermärkten und Drogeriemärkten, 20 Prozent über Bauernmärkte oder mittels Direktvermarktung und die restlichen 5 Prozent über Bäcker, Fleischer sowie *online* verkauft. Die Mehrheit der kleinen Betriebe hat praktisch keine direkten Beziehungen zu den großen verarbeitenden Unternehmen. Die meisten Bio-Früchte werden über lokale Märkte oder Handelsfirmen verkauft. Supermärkte haben entweder ihre eigenen Importmöglichkeiten oder die Importe werden durch den Mutterkonzern organisiert. Der Absatz von Bio-Lebensmitteln über das Internet ist eine Herausforderung für die meisten Händler. Der Verbraucher ist gewohnt, Lebensmittel in erster Linie im stationären Handel einzukaufen. Über das Internet werden vorwiegend solche Lebensmittel gekauft, die im stationären Handel schwer zu finden sind. Dabei handelt es sich vor allem um Genussmittel wie Delikatessen,

Wein oder Gewürze. Frischware wird von den Konsumenten überwiegend im Geschäft eingekauft oder direkt vom Hof. Einige Händler bieten die Möglichkeit an, dass der Kunde die Ware *online* bestellt und am nächsten Tag in einer naheliegenden Filiale des stationären Geschäfts abholen kann. Eine andere Möglichkeit ist, die Ware im Geschäft auszusuchen und sie sich zu einem gewünschten Zeitpunkt nach Hause liefern zu lassen. Nach Auffassung einiger Experten kommt dies dem Wunsch entgegen, dass der Kunde Lebensmittel als ein besonders empfindliches Produkt lieber mit eigenen Augen sehen und auswählen will. Der Vorteil des *online*-Handels besteht darin, dass ein etwas breiteres Warensortiment angeboten werden kann, als im stationären Handel. Lebensmittelgeschäfte und Metzgereien müssen dagegen ihre Frischwaren der Nachfrage anpassen und können gewöhnlich nur solche Produkte anbieten, die auch regelmäßig nachgefragt werden. Was binnen einer Woche nicht verkauft wird, muss entsorgt oder mit weniger Gewinn verkauft werden. Im *online*-Handel können ausgefallene Produkte angeboten werden, die erst dann beschafft und für den Versand vorbereitet werden, wenn die *online*-Bestellung eingegangen ist.

Verbraucherumfragen haben ergeben, dass 30 Prozent der Kunden glauben, dass sie Bio-Lebensmittel kaufen, wobei die meisten allerdings den Unterschied zwischen Bio-Lebensmitteln aus dem zertifizierten Anbau und den Naturprodukten vom Bauernhof (ohne Öko-Zertifizierung) nicht kennen. 50 Prozent der Verbraucher sagten, dass sie die Öko-Zertifizierung für irrelevant für ihre Kaufentscheidung halten. Diese Tatsache macht deutlich, dass die polnischen Verbraucher nicht ausreichend aufgeklärt sind.

Aktuelle Probleme

Dem Bio-Lebensmittelmarkt wird eine florierende Entwicklung vorausgesagt, da sich die Konsumentenanforderungen zugunsten der Bio-Lebensmittel langsam, aber deutlich verändern und die Nachfrage deshalb steigt. Bio-Lebensmittel gelten als Ausdruck eines gehobenen Lebensstils und sind ein Statussymbol für einkommensstarke Bevölkerungsschichten. Die großen Lebensmittel-einzelhandelsketten in Polen haben bereits auf die steigende Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln reagiert und entsprechende Produkte in ihr Sortiment aufgenommen.

Die Hauptprobleme des Öko-Landbaus in Polen sind die fehlende oder unzureichende Logistik- und Beschaffungsinfrastruktur, die geringe Verarbeitungstiefe der Produkte und der geringe Grad an Aufklärung auf Seiten der Verbraucher. Im Bereich Verarbeitung, Vermarktung und Vertrieb gibt es noch immer sehr viel Handlungsbedarf. Bisher werden die meisten

Bio-Lebensmittel aus dem Ausland importiert, weil die einheimischen Erzeuger Probleme mit der Vermarktung und Logistik haben. Wegen der fehlenden logistischen Netzwerke wird ein Großteil der Öko-Produkte (insbesondere Milch und Fleisch) in Polen konventionell vermarktet – es gibt nicht genügend Öko-Verarbeiter. Deshalb werden Öko-Produkte einer höheren Verarbeitungsstufe aus dem Ausland eingeführt. Der Hauptteil der in Polen produzierten Bio-Produkte wird wiederum exportiert, da es sich vor allem um Rohstoffe handelt. Zu den wichtigsten ökologischen Produkten in Polen gehören frisches Obst und Gemüse, Milch und Milchprodukte sowie Getreide und Backwaren. Diese Produkte weisen jedoch eine geringe Verarbeitungstiefe auf. Ein anderes Problem ist die fehlende Kundschaft, denn immer noch sind viel zu wenige Verbraucher über die Vorteile von Bio-Lebensmitteln informiert. Sie treffen ihre Kaufentscheidung dann anhand des Preises, der im Vergleich zu konventionell erzeugten Lebensmitteln etwas höher ist. Um den Absatz zu fördern, sollte deshalb mehr in die Kundenkommunikation investiert werden. Auch in diesem Bereich verlangt der Aufbau einer starken Bio-Marke hohe Investitionen.

Ein anderer Aspekt, der im Zusammenhang mit Öko-Landbau in Polen als geradezu kriminell zu bezeichnen ist, sind die sogenannten fiktiven Öko-Betriebe. Nach 2004 wuchs die Anzahl der »fiktiven« Öko-Betriebe, die oft mehrere Hundert oder Tausend Hektar groß waren. In Wirklichkeit brachten sie keine Ernte ein, sondern kassierten nur die EU-Zuschüsse für Öko-Landbau. Insbesondere betrifft dies Obst- und Walnussplantagen. Es wurde erst recht spät (2008) festgelegt, wie Walnussplantagen zu definieren sind, so dass ihre Fläche von 5.000 ha im Jahr 2004 auf 40.000 ha im Jahr 2009 anstieg. Infolge der Enthüllung dieses Problems wurde die EU-Förderung geändert. Daraufhin hat sich die Fläche von ökologischen Walnussplantagen wieder verringert (21.000 ha im Jahr 2011). Polnische Experten weisen jedoch drauf hin, dass auf dem Großteil der Fläche gar keine Walnüsse wachsen. So geht die an den Kontrollstellen geübte Kritik oft dahin, dass sie die Verwendung der Ernte nicht genau oder nur unzureichend kontrollieren, was manche Betrüger als eine Einladung zu gutem Nebenverdienst ohne großen Aufwand betrachten.

Aktuelle Tendenzen und Ausblick

Das Verhalten der Kunden hat sich, nicht zuletzt aufgrund der Globalisierung und der Verbreitung des Internets, stark verändert. Dies äußert sich unter anderem im wachsenden Bedürfnis nach Individualisierung, Mobilität und *convenience*. Die Ansprüche der Konsumenten an Produkte, Hersteller und Händler sind gestie-

gen. Von der Lebensmittelbranche erwarten sie nicht nur die Befriedigung des Grundbedürfnisses nach »Sättigung«, sondern sie definieren zusätzliche Kriterien wie Geschmack, Aussehen und positive Wirkungen auf die Gesundheit. Weiter erwarten die Kunden individuelle Konsummöglichkeiten, die ihrem Lebensstil und ihren Präferenzen entsprechen. Darüber hinaus macht die zunehmende Austauschbarkeit der Produkte unterschiedlicher Hersteller eine Differenzierung über die Produkteigenschaften (Qualität, Design, Preis) immer schwieriger. Auf der Suche nach Wachstumsmöglichkeiten in weitgehend gesättigten Märkten stellt sich für viele Unternehmen daher verstärkt die Frage nach dem Einstieg in die Bio-Branche. Zukünftig müssen die Unternehmen der Öko-Lebensmittelbranche den Spagat zwischen Gewinnmaximierung auf der einen Seite und Einhaltung der steigenden Qualitätsanforderungen auf der anderen Seite meistern. Die Zukunft der ökologischen Landwirtschaft wird sehr stark von der Verbrauchernachfrage abhängen. Der Trend zum gesunden Lebensstil sowie das gestiegene Interesse an Umweltschutz und Nachhaltigkeit werden weiterhin eine wichtige Rolle spielen. Der Druck auf die Lebensmittelbranche wird noch mehr steigen, so dass sie gezwungen sein wird, die Produktion von Lebensmitteln immer mehr mit Umweltauflagen und den Kundenerwartungen einer

gesundheitsschonenden Produktionsweise in Einklang zu bringen. Auch die Öko-Tierhaltung wird an Bedeutung gewinnen, denn immer mehr Menschen wollen die Produkte von artgerecht gehaltenen Tieren konsumieren. In den vergangenen Jahren war eindeutig ein Trend zu gesundheitsfördernden Angeboten (Bio-Produkte, *slowfood*, vegetarische oder kalorienarme Ernährung) zu erkennen. Angesichts des wachsenden Anteils bewusst nach diesen Kriterien (Gesundheit, Tierschutz und Umwelt) einkaufender Kunden wird diese Entwicklung voraussichtlich anhalten.

Die Bio-Branche bietet in Polen ein enormes Potential, welches erst in geringem Maße erschlossen ist. Für Polen bestehen gute Exportchancen bei Äpfeln, Apfelsaftkonzentrat, Tiefkühlbeeren, Gemüse und Getreide. Deutschland könnte einer der wichtigsten Abnehmer für polnische Öko-Lebensmittel werden, denn bereits jetzt übersteigt in Deutschland in diesem Bereich die Nachfrage das eigene Angebot. Importe nach Polen werden weiterhin im Bereich Verarbeitungsprodukte, exotisches Obst, Tee und Kaffee erwartet. Diese Prognosen lassen sich noch nicht mit offiziellen Daten zum Außenhandel mit Bio-Produkten stützen, da deren Erfassung noch auf sich warten lässt – auch in diesem Bereich ist das Potential noch nicht ausgeschöpft.

Über die Autorin

Dr. Vera Belaya studierte Betriebswirtschaft an der Kasachischen Agrotechnischen Universität in Astana sowie Agrarmanagement an der Hochschule Weihenstephan in Triesdorf und wurde an der Martin-Luther Universität sowie am Leibniz-Institut für Agrarentwicklung in Transformationsökonomien (IAMO) in Halle in Agrarwissenschaften promoviert. Seit 2009 ist sie als Fachjournalistin, Referentin und Übersetzerin mit Fokus auf Land-, Forst-, Ernährungs- und Fischereiwirtschaft tätig.