

Feldversuche

Wege zu nachhaltiger Landnutzung



Inhaltsverzeichnis

Bodenproben

Einstiege 12

Triebfeder für die Transformation 17

Nachhaltige Landnutzung

Von Katrin Martens

Flächenfieber

Von Wechselbeziehungen 26

Landnutzungsprozesse im historischen Wandel

Von Hauke Feddersen

Zwischen Fortschritt und Risiken 32

Digitale Transformation in der Landwirtschaft

Von Janes Grewer und Jana Zscheischler

Respekt und Rahmen müssen stimmen 39

Umgang mit Landnutzungskonflikten

Von Meike Fienitz

Bodenhaftung

- 46 Mehr als eine Definitionsfrage**
Bodengesundheit
Von Katharina Bäumler
- 52 Zwischen Hoffnung und Hürdenlauf**
Biodiversitätsförderung im Rahmen der Gemeinsamen Agrarpolitik
Von Ineke Joormann
- 58 Food and the City**
Optionen und Grenzen nachhaltiger urbaner Landnutzung
Von Lisa Kaufmann
- 65 Wandel durch Ausprobieren**
Transformation des urbanen Straßenraums
Von Jan Peter Glock

Land in Sicht

- 72 Regeneratives Wirtschaften ist möglich!**
Transformatives Landschaftsmanagement
Von Johannes Halbe und Raissa Ulbrich
- 79 Sinniges Werkzeug für die Praxis?**
Naturschutzlabel für Lebensmittel
Von Christoph Schulze und Bettina Matzdorf
- 85 Agrarflächen sichern**
Potenziale regionaler Landwirtschaft
Von Veronika Jorch und Nadine Pannicke-Prochnow
- 91 Wege aus dem Landnutzungstrilemma**
Transformationsstrategien
Von Pascal Grohmann und Katrin Martens

Impulse

Projekte und Konzepte 98

Spektrum Nachhaltigkeit

CO₂ auf Tauchstation 108

Kohlenstoffabscheidung und -speicherung in Deutschland
Von Moritz Hermsdorf, Markus Salomon und Sophie Schmalz

Am Scheideweg 112

Nationale Kreislaufwirtschaftsstrategie
Von Janine Korduan und Benedikt Jacobs

Wundergas oder Trojanisches Pferd? 116

Grüner Wasserstoff
Von Ingo Leipner

Rubriken

Editorial 7

Inhalt 9

Impressum 120

Vorschau 121

Für die sehr gute inhaltliche
 Zusammenarbeit und die
 finanzielle Unterstützung
 danken wir der



Vereinigung für ökologische
 Wirtschaftsforschung

Naturschutzlabel für Lebensmittel

Sinniges Werkzeug für die Praxis?

Produktlabel bieten die Möglichkeit, über die Herkunft und die Umweltfreundlichkeit von Produkten zu informieren, weit über die bloße Kennzeichnung hinaus. Die umwelt- und klimaorientierte Kennzeichnung von Lebensmitteln gilt als Hoffnungsträgerin, um bewusste Kaufentscheidungen im Sinne des Naturschutzes zu fördern.

Von Christoph Schulze und Bettina Matzdorf

Die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) ist das zentrale Instrument der EU zur Steuerung und Förderung der Landwirtschaft. Sie hat weitreichenden Einfluss auf die Agrarumweltpolitik und die ländliche Entwicklung. Während die EU die Rahmenbedingungen festlegt, liegt die konkrete Umsetzung und Ausgestaltung der Maßnahmen größtenteils in der Hand der Mitgliedstaaten. Das führt zu nationalen Unterschieden in der Praxis. Neben der Einkommenssicherung der Landwirt*innen beabsichtigt die GAP, auch die nachhaltige Nutzung landwirtschaftlicher Flächen zu fördern. Erreicht werden soll dies durch ganzheitlich ökologische Bewirtschaftungsweisen wie den Ökolandbau oder gezielten Naturschutz in Form von Blüh- und Brachflächen, finanziert durch freiwillige Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen. Trotz ambitionierter Bemühungen ist jedoch ein starker Rückgang der Artenvielfalt auf deutschen und europäischen Agrarflächen zu verzeichnen. Um darauf zu reagieren und zusätzliche Pufferzonen für den Naturschutz zu schaffen, sollen gezielt Habitats für bedrohte Arten eingerichtet werden. Da Landwirt*innen diese Aufga-

be nicht alleine stemmen können, sind gemeinsame Anstrengungen aller Akteur*innen des Ernährungssystems erforderlich, um Flächen für den Naturschutz zurückzugewinnen.

Auf europäischer Ebene werden – im Rahmen des sogenannten Green Deal – in der Biodiversitätsstrategie Pläne für verstärkten Naturschutz in der Landwirtschaft konkretisiert. Die Strategie sieht vor, künftig zehn Prozent der landwirtschaftlich genutzten Flächen für wertvolle Landschaftselemente wie Hecken, Blühstreifen, Brachflächen oder Sölle zu reservieren. Um diese ehrgeizigen Ziele zu erreichen, braucht es einen ganzheitlichen Ansatz, der alle Beteiligten des Ernährungssystems mit einbezieht. Wie lassen sich die Zielsetzungen effektiv realisieren? Und welche Rolle kann dabei ein neues Naturschutzlabel spielen, um Konsument*innen den Mehrwert der naturschutzorientierten Landwirtschaft näherzubringen?

Neue Weichenstellung zum nachhaltigen Konsum

Um den Konsum von nachhaltigen Produkten zu vereinfachen, beabsichtigt die EU unter dem breiten Mantel des Green Deal künftig auch, auf der Seite der Konsument*innen politische Maßnahmen umzusetzen. So finden sich in der sogenannten Farm-to-Fork-Strategie („Vom Erzeuger auf den Tisch“) Elemente wie das Rahmenwerk zur nachhaltigen Produktkennzeichnung (Sustainable Labelling Framework) oder die Richtlinie über gemeinsame Kriterien gegen Grünfärberei und irreführende Umweltaussagen (Green-Claims-Initiative). Sie haben das Ziel, den Konsument*innen Werkzeuge an die Hand zu legen, um fundierte und nachhaltige Kaufentscheidungen zu treffen.

Eines dieser Werkzeuge sind Produktlabel, die auf Verpackungen und Einkaufsregalen auf entsprechende Charakteristika des Produkts hinweisen. Generell gekennzeichnete Label Produktinformationen, die für Konsument*innen auf den ersten Blick nicht unbedingt ersichtlich sind. So weisen etablierte Produktlabel, wie etwa EU-Bio-, Naturland- oder Bioland-Siegel, beispielsweise auf nachhaltige Bewirtschaftungsweisen in der Landwirtschaft hin, die Konsument*innen bei der direkten Begutachtung der Produkte nicht erkennen können. Das ist zwar ein guter Ansatz, reicht aber nicht für eine positive Umweltwirkung im Sinne der Biodiversitätsstrategie aus. Verbessertes Tierwohl sowie der reduzierte Einsatz von Pflanzen-

„Konsument*innen wollen sicher sein, dass der Preisaufschlag tatsächlich den Akteuren zugutekommt, die sich für den Naturschutz engagieren.“

schutz- und Düngemitteln tragen zu einer nachhaltigeren Landnutzung bei, bieten jedoch nicht per se zusätzliche Habitate für bedrohte Arten.

Intensive Naturschutzmaßnahmen auf Agrarflächen, finanziert durch Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen oder Vertragsnaturschutzprogramme – wie etwa artenreiche Ackerrandstreifen oder artenschutzgerechte Grünlandnutzung – erhalten von Konsument*innen bislang oft wenig Aufmerksamkeit. Daher stellt sich die Frage, ob sich Naturschutz als zusätzliche Kategorie in bestehende Label integrieren lässt oder ob es dafür neue Label braucht. Um diese Frage zu beantworten, führten Wissenschaftler*innen vom Leibniz Zentrum für Agrarlandschaftsforschung in ausgewählten europäischen Ländern Interviews mit Produzent*innen von Nahrungsmitteln, dem Einzelhandel und Labelverbänden. Ziel war es, herauszufinden, ob Produktlabel ein geeignetes Mittel zur Kennzeichnung von Ökosystemleistungen sind und ob Konsument*innen diese wertschätzen würden. Aus den Interviews konnten drei Prototypen für neue Produktlabel erstellt werden, die sich hinsichtlich einiger grundlegender Aspekte differenzieren lassen:

- 1) ein von Produzent*innen aus gesteuertes Label für Ökosystemdienstleistungen,
- 2) ein verbraucherorientiertes Informationslabel und
- 3) ein neues EU-Nachhaltigkeitslabel für Lebensmittel.

Die Prototypen unterscheiden sich in ihrer Eigenständigkeit, Finanzierung und Art der bereitgestellten Information. Während die ersten beiden eigenständige neue Label darstellen, könnte der dritte als Ergänzung bestehender Label fungieren. Die finanzielle Unterstützung für am Label teilnehmende Landwirt*innen reicht von staatlichen Subventionen und Preisaufschlägen bis zur ausschließlichen Finanzierung durch Konsument*innen. Zudem variieren die dargestellten Informationen – von detaillierten Daten mit QR-Codes bis hin zu vereinfachten Skalen wie dem NutriScore. (1)

Um die Reaktionen der Verbraucher*innen auf ein neues Naturschutzlabel zu untersuchen, wurde aufbauend auf den Expert*innenninterviews eine großangelegte Befragung mit Konsument*innen durchgeführt. Die Teilnehmenden wurden in Entscheidungssituationen versetzt, in denen sie zwischen Produkten mit und ohne Naturschutzlabel zu unterschiedlichen Preisen wählen mussten. Das getestete Label verknüpfte dabei drei zentrale Zielsetzungen der Farm-to-Fork- und Biodiversitätsstrategie: Erstens sollen Konsument*innen zu nachhaltigeren Konsumententscheidungen ermutigt werden, zweitens sollen Landwirt*innen, die auf zehn Prozent ihrer Flächen naturschutzintensive Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen umsetzen, durch das Label sichtbar(er) werden und drittens sollen die Einkommen dieser Landwirt*innen gestärkt werden. Dementsprechend wurde in den Auswahl-situationen vermerkt, wie hoch der Anteil am Preis ist, der am Ende bei Landwirt*innen ankommt.

Das Rad muss nicht neu erfunden werden

Anstatt also zusätzliche Kriterien für ein neues Label zu definieren, wurde auf das Konzept der Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen zurückgegriffen und dieses mit Forderungen aus dem Green Deal in einem systemischen Ansatz gebündelt: Die Effekte dieser Maßnahmen sind mittlerweile erfasst, die Implementierung klar dokumentiert und die zugrunde liegenden rechtlichen Rahmenbedingungen den Akteur*innen weitreichend bekannt. Des Weiteren registrieren Landwirtschaftsämter und Zahlstellen die Umsetzung von Maßnahmen zum Agrarumwelt- und Klimaschutz genau, damit sie die entsprechenden Subventionen auszahlen können. Das erleichtert die Administration eines solchen Labelansatzes erheblich. Statt also das Rad neu zu erfinden, scheint die Verknüpfung von Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen mit Produktlabeln ein logischer Weg, um durch Produktaufpreise zusätzliche Anreize für Landwirt*innen zu schaffen, mehr Umweltschutz auf Agrarflächen zu betreiben.

Die Befragung zeigt, dass Verbraucher*innen bereit sind, einen Aufpreis für Produkte mit einem Naturschutzlabel zu zahlen, insbesondere wenn ein größerer Anteil des Preises den Landwirt*innen zugutekommt. Transparenz ist hierbei entscheidend – die Konsument*innen wollen sicher sein, dass der Preisaufschlag tatsächlich den Akteuren zugutekommt, die sich für den Naturschutz engagieren.

Interessanterweise waren die Konsument*innen nicht nur bereit, für bestehende Label wie das EU-Bio-Label einen Aufpreis zu zahlen, sondern zeigten auch eine Zahlungsbereitschaft für zusätzliche Naturschutzlabel. Diese Ergebnisse bestätigen sich über die einzeln untersuchten sechs Länder hinweg (Deutschland, Niederlande, Polen, Schweden, Spanien und Ungarn), mit einigen Schwankungen in den jeweiligen Zahlungsbereitschaften. Aus politischer Sicht ist besonders spannend, dass nicht nur öffentliche Gelder, sondern auch private finanzielle Mittel für Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen eingesetzt werden können. Das ermöglicht eine breitere Finanzierung solcher Initiativen.

Feedback aus dem politischen Raum

Um die Akzeptanz im politischen Raum zu analysieren, wurden anschließend Interviews mit Expert*innen und Entscheidungsträger*innen in relevanten Behörden und Ministerien und Beratungsunternehmen sowie Expert*innen der Europäischen Kommission durchgeführt. Im Rahmen der durchgeführten Interviews konnte zusammenfassend ein Interesse an diesem Ansatz im politischen Raum identifiziert werden. Die Befragten wiesen gleichzeitig auf mögliche Hindernisse hin, wie etwa einen Anstieg der Bürokratie und Schwierigkeiten bei der praktischen Umsetzung in verschiedenen Gebieten. Die aktuell bestehende bürokratische Auslastung lasse einen möglichen Mehraufwand durch ein neues Produktlabel nicht zu. Zunächst gelte es zu definieren, welche zielgerichteten Naturschutzmaßnahmen aus dem Kanon der Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen als relevant für eine Zertifizierung bewertet werden können. Da die Maßnahmenkataloge für Agrarumwelt- und Klimamaßnahmen auf föderaler Ebene unterschiedlich sind, könne keine einheitliche Implementierung des Labels gewährleistet werden.

Ein zentrales Thema bleibt die Frage, ob Landwirt*innen überhaupt Interesse an einem neuen Label haben. Die Teilnahme an einem solchen Label könnte für sie zusätzliche bürokratische Anforderungen mit sich bringen. Zudem ist unklar, ob der Einzelhandel bereit ist, entsprechende Produkte ins Sortiment aufzunehmen. Es muss daher zunächst geklärt werden, welche Anforderungen Landwirt*innen an ein neues Labelsystem stellen, und welche staatlichen Rahmenbedingungen erfüllt werden müssen, um ihre Teilnahme zu unterstützen.

Angesichts der Rückmeldungen bleibt unklar, ob und in welcher Form ein neues Naturschutzlabel tatsächlich eingeführt werden kann. Während Konsument*innen grundsätzlich eine Zahlungsbereitschaft zeigen und politische Akteure Synergien mit bestehenden Maßnahmen erkennen, stellen bürokratische Hürden und die Einbindung des Handels zentrale Herausforderungen dar, die einer breiten Umsetzung noch im Weg stehen. ———

Literatur

(1) Schulze, C. et al. (2024): Between farms and forks: Food industry perspectives on the future of EU food labelling. In: Ecological Economics, 217, 108066.



Welchen Zauberstab würden Sie wählen, um Ödland zu revitalisieren?

a) Der Zauberstab sucht sich den Zauberer, nicht andersherum.

Zu den Autor*innen

a) Christoph Schulze hat internationale Volkswirtschaftslehre und Ecological Economics studiert. Seit 2018 ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter am ZALF. Er forscht über marktba-sierte Ansätze zur Förderung der Biodiversität in Agrarlandschaften.

b) Bettina Matzdorf ist Landschaftsplanerin. Sie leitet die Arbeitsgruppe Governance von Ökosystemleistungen und co-leitet den Programmbereich Landnutzung und Governance am ZALF. Sie ist Professorin für Ökosystemdienstleistungen – ökonomische und planerische Aspekte an der Leibniz Universität Hannover.

Kontakt

Christoph Schulze

Prof. Dr. Bettina Matzdorf

Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e. V

E-Mail: Christoph.Schulze@zalf.de

Bettina.Matzdorf@zalf.de



© 2025 bei den Autor*innen; Lizenznehmer oekom. Dieser OpenAccess-Artikel wird unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (CC BY) veröffentlicht. <https://doi.org/10.14512/POE012025079>