

Lebensmittelverluste im ökologischen Obst- und Gemüseanbau - Wahrnehmung, Herausforderungen und Lösungsansätze

Jahnke B¹, Hartmann T¹ & Buhrow A¹

Keywords: Food Waste, Vorernteverluste, Vermarktungsnormen, Mixed Methods

Abstract

High food losses in fruit and vegetable production hamper a sustainable transformation of the agricultural and food system. Based on a mixed methods approach, the study explores organic fruit and vegetable farmers' perceptions of food losses, market-related causes and possible solutions. Results show that producers are affected differently by losses depending on size and distribution channel. Strict marketing norms, poor coordination between supply and demand, and power imbalances are the main drivers. Possible solutions such as special marketing, processing or donation are discussed, but are rarely used in practice because the additional effort is not financially lucrative. Improved communication along the supply chain and adapted quality standards are seen as effective measures for reducing food losses.

Einleitung und Zielsetzung

Deutschland und die EU streben eine Transformation des Agrar- und Ernährungssystems an. Zentrale Ziele sind die Ausweitung des ökologischen Landbaus sowie die Verringerung der Lebensmittelverluste. Gleichzeitig soll die landwirtschaftliche Produktivität gesteigert werden, um Ernährungssicherheit zu gewährleisten. Diese politischen Maßgaben werden jedoch durch hohe Verluste auf landwirtschaftlichen Betrieben konterkariert. In offiziellen Statistiken wird für die Landwirtschaft zwar nur ein Anteil von 2 % ausgewiesen (Destatis, 2022), jedoch werden hierbei Vorernteverluste auf dem Feld nicht berücksichtigt. Schätzungen für den Obst- und Gemüseanbau weisen für manchen Kulturen Verlustquoten von bis zu 50 % aus (Ludwig-Ohm et al., 2019). Gründe für diese hohen Verluste sind neben wetterbedingten Ursachen und Schädlingsbefall auch marktbezogene Faktoren wie privatwirtschaftliche Vermarktungsnormen. Erkenntnisse zur Relevanz von Vermarktungsnormen und Kontraktsspezifika zwischen Landwirtschaft und Handelsunternehmen liegen nur vereinzelt für den konventionellen Bereich vor (u.a. Herzberg et al., 2022). Dies gilt analog auch für die wenigen Studien, die sich mit der Wahrnehmung von Landwirt*innen auf Lebensmittelverluste beschäftigt haben (u.a. Bonadonna et al., 2019). Daher ist Ziel dieser Studie, einen Einblick in die Wahrnehmung von Landwirt*innen des ökologischen Obst- und Gemüsebaus auf Lebensmittelverluste zu bekommen sowie marktbezogene Ursachen und Lösungsansätze zu identifizieren.

Methoden

Die Studie beruht auf einem Mixed Methods Ansatz aus qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden (Tashakkori und Teddlie, 2010). Der qualitative Teil besteht aus

¹ Universität Kassel, Agrar- und Lebensmittelmarketing, Steinstraße 19, 37213 Witzenhausen, Deutschland, jahnke@uni-kassel.de

einer leitfadengestützten Online-Fokusgruppendifkussion mit zehn Landwirt*innen aus dem ökologischen Obst- und Gemüseanbau sowie drei Experteninterviews mit landwirtschaftlichen Berater*innen. Die Datenerhebungen fanden im Frühling 2023 statt. Diese wurden aufgezeichnet, transkribiert und anschließend mittels einer strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet (Kuckartz, 2018). Die quantitativen Daten stammen aus einer im Frühling/Sommer 2023 durchgeführten Onlinebefragung, an der sich 78 Landwirt*innen aus dem ökologischen Obst- und Gemüseanbau beteiligt haben. Neben Merkmalen zum Betrieb und den Vermarktungsstrukturen wurden Daten zum Ausmaß an Lebensmittelverlusten, den marktbezogenen Ursachen (u.a. kurzfristige Änderungen der Lieferbedingungen) sowie möglichen alternativen Vermarktungswegen erhoben. Außerdem wurden die Teilnehmer*innen zur persönlichen Wahrnehmung von Lebensmittelverlusten und dem Verhältnis zu ihren Abnehmer*innen befragt. Die Daten wurden statistisch ausgewertet und mit den Erkenntnissen aus dem qualitativen Teil verknüpft.

Ergebnisse

Die untersuchten Betriebe des ökologischen Obst- und Gemüseanbaus sind unterschiedlich stark von Lebensmittelverlusten betroffen. Kleinere Betriebe mit Option zur Direktvermarktung erachten ihre Verluste tendenziell als weniger bedeutsam und sehen diese als Teil eines geschlossenen Nährstoffkreislaufs an. Größere Betriebe, die ihre Produkte über den Groß- und Einzelhandel vermarkten, messen diesen Verlusten eine größere Relevanz zu und betonen die Ressourcenverschwendung und finanziellen Einbußen. Eine moralische Verpflichtung möglichst alle essbaren Lebensmittel zu vermarkten wird unter den Landwirt*innen deutlich. Als zentrale marktbedingte Ursachen für Lebensmittelverluste auf den Betrieben wurden strikte Vermarktungsnormen, eine unzureichende Koordinierung von Angebot und Nachfrage sowie Machtungleichgewichte zwischen Produzent*innen und Handel identifiziert. Mögliche Lösungsansätze wie eine gesonderte Vermarktung, Weiterverarbeitung oder Spende werden diskutiert, finden in der Praxis aber bislang wenig Anwendung, weil der Mehraufwand finanziell nicht lukrativ ist und Verluste innerbetrieblich einfacher zu verwerten sind. Als wirkungsvolle Maßnahmen zur Verringerung von Verlusten werden eine verbesserte Kommunikation entlang der Lieferketten und angepasste Qualitätsanforderungen gesehen.

Literatur

- Bonadonna, A.; Matozzo, A.; Giachino, C. und Peira G. (2019) Farmer behavior and perception regarding food waste and unsold food. *British Food Journal*. DOI: <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2017-0727>
- Destatis (2022) Lebensmittelabfälle in Deutschland. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Umwelt/Abfallwirtschaft/Tabellen/lebensmittelabfaelle.html> [Zuletzt besucht: 30.09.2023]
- Herzberg, R.; Schmidt, T. und Keck, M. (2022) Market power and food loss at the producer-retailer interface of fruit and vegetable supply chains in Germany. *Sustainability science*. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11625-021-01083-x>
- Kuckartz, U. (2018) *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Beltz Juventa, Weinheim.
- Ludwig-Ohm, S.; Dirsmeyer, W. und Klockgether, K. (2019) Approaches to reduce food losses in German fruit and vegetable production. *Sustainability*. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11236576>
- Tashakkori, A. und Teddlie, C. (2010) *SAGE handbook of mixed methods in social & behavioral research*. SAGE, Thousand Oaks.