



PRESSEMITTEILUNG

True Cost Accounting bestätigt: Bio-Obst rechnet sich auch für die Gesundheit

Eosta präsentiert in Kooperation mit der Triodos Bank und Ernst & Young erste Ergebnisse auf der Biofach 2017

Waddinxveen, 9. Februar 2017 – Alternative Wirtschaftswege in der Landwirtschaft sind möglich! Bio-Handelsunternehmen Eosta, der deutsche Finanzdienstleister Triodos Bank und der internationale Wirtschaftsprüfer Ernst & Young stellen auf der Biofach 2017 die ersten Ergebnisse des Pilotprojektes zum True Cost Accounting vor. Diese zeigen eindeutig, dass ein nachhaltiger Bio-Anbau nicht nur einen ökonomischen Mehrwert für Landwirtschaft und Umwelt bringt, sondern auch ein Plus in puncto (Verbraucher-)Gesundheit.

Die industrielle Landwirtschaft führt durch den Anbau von Monokulturen bis hin zum intensiven Pestizid- und Düngereinsatz zu einem steten Abbau von natürlichen Ressourcen und erhöht die sozialen Probleme. Die Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) schätzt, dass sich die versteckten, negativen Kosten unserer Nahrungsmittelproduktion auf rund 5 Billionen Euro pro Jahr belaufen. Kosten, die sich bisher weder in den Bilanzen noch in den Gewinn-Verlust-Rechnungen der Unternehmen widerspiegeln.

Ein Rechenfehler, den eine internationale Initiative rund um die Natural Capital Coalition nun bereinigen will. Denn wer ökonomische Nachhaltigkeit will, der muss ehrlich rechnen und externe Kosten in die Unternehmensbilanzen einbeziehen. Genau dieses Ziel verfolgt das Pilotprojekt „True Cost Accounting in Finance, Food and Farming“ (TCA-FFF), dessen Ergebnisse die Pioniere Eosta, die Triodos Bank und Ernst & Young nun am 16. Februar 2017 auf der Biofach vorstellen werden.

Die Ergebnisse zeigen auch ein Plus für die Gesundheit

Die ersten Ergebnisse der Pilotstudie zeigen bereits, dass Bio-Obst, wie Äpfel, Ananas, Tomaten, Birnen, Zitronen und Bananen, sowohl für Produzenten als auch Verbraucher signifikante gesundheitliche Vorteile bringt. Allein dadurch, dass Bio auf den Einsatz gesundheitsschädlicher, chemischer Dünge- und Pflanzenschutzmittel verzichtet, können Gesundheitskosten gespart werden.



PRESSEMITTEILUNG

Bio-Äpfel machen im Vergleich zu konventionellen Äpfeln rund 14 Cent pro Kilogramm gut. Bio-Ananas bringen ein Plus an 6 Cent pro Kilogramm. Zieht man weitere externe Faktoren, wie die Auswirkungen auf den Boden, das Wasser und das Klima hinzu, bringen Bio-Äpfel im Vergleich zu ihrem konventionellen Gegenstück sogar einen Mehrwert 20 Cent.

Auf dem Weg zu einer neuen Gewinndefinition

Volkert Engelsman, Geschäftsführer von Eosta und Initiator der Verbraucherkampagne „Was unser Essen wirklich kostet“¹, freut sich darüber, dass Eosta als erstes Unternehmen in diesem Pilotprojekt einer Gesamtkostenrechnung unterzogen wurde. Doch er erwartet sich noch mehr. „Dank der großartigen Vorarbeit der Organisationen wie FAO, WHO, UNEP und UNDP, konnten wir auf Monetarisierungsvorlagen zurückgreifen, die uns zum einen dabei halfen, die Auswirkungen der Nahrungsmittelproduktion auf die Bodenfruchtbarkeit, den Klimawandel, die Wasserqualität, die Artenvielfalt und die sozialen Faktoren zu erfassen und zum anderen ihre Kosten auch konkret zu berechnen. Nach der Erhebung der Bereiche Landwirtschaft und Food werden wir nun unsere Bilanzen sowie die Gewinn- und Verlustrechnungen ins Auge fassen. Das heißt, wir wenden uns nicht nur an die Stakeholder aus dem Finanzbereich, sondern auch an die aus dem ökologischen und sozialen Bereich.“, erklärt Engelsman.

Engelsman hofft, dass dieses Projekt der Startschuss für eine neue Gewinndefinition sein wird: „Als kleines bis mittelgroßes Unternehmen können wir gut eine Vorreiterrolle einnehmen. Um jedoch dafür zu sorgen, dass diese großartige Initiative immer weitere Kreise zieht und nicht versandet, müssen wir auch die großen Konzerne erreichen. Deshalb haben wir sie ganz bewusst in den Kontext des „Natural Capital Protocol“ der Natural Capital Coalition² eingebettet. So gelingt es vielleicht unsere Innovationskraft mit dem Einfluss der Großen zu kombinieren. Denn sie brauchen wir, um die Initiative in der Öffentlichkeit noch bekannter zu machen.“

¹ Gemeinsam mit verschiedenen Handelskunden in ganz Europa trägt Eosta / Nature & More seit 2016 die True Cost-Debatte direkt in den Handel und macht die wahren Kosten konventioneller Lebensmittel für den Verbraucher transparent. Mehr erfahren Sie unter: www.natureandmore.com/was-unser-essen-wirklich-kostet

² Die Natural Capital Coalition (NCC) wurde 2012 gegründet. Mitglieder sind die Biosupermarktkette Whole Foods, der Wirtschaftsprüfer EY und das World Business Council for Sustainable Development (Weltwirtschaftsrat für Nachhaltige Entwicklung), zu dessen Mitgliedern u.a. Firmen wie Nestlé, Unilever, Heinz und Cargill zählen. Die NCC verfolgt das Ziel, natürliches Kapital zu erhalten oder sogar zu vergrößern.



PRESSEMITTEILUNG

Die Ergebnisse des Pilotprojektes, die erstmals auch Angaben zum Gesundheitsbereich enthalten, werden am Donnerstag, den 16. Februar von 10 - 11:30 Uhr auf dem Biofach Kongress in Nürnberg präsentiert:

10 -11:30 Uhr, Saal Shanghai, NCC Ost

True Cost, wahre Kosten im Finanzwesen, der Nahrungsmittelindustrie und der Landwirtschaft.

<https://www.biofach.de/de/events/vortrag/true-cost-wahre-kosten-im-finanzwesen-der-nahrungsmittelindustrie-und-der-landwirtschaft/571572>

16 - 17.30 Uhr, Saal Shanghai, NCC Ost

Wahre Kosten der Preise - was muss die Politik dafür tun?

<https://www.biofach.de/de/events/vortrag/wahre-kosten-der-preise---was-muss-die-politik-dafuer-tun/571574>

Sie wollen noch mehr über die Ergebnisse des Pilotprojektes erfahren oder ein Interview mit Volkert Engelsman auf der Biofach 2017 führen? Dann wenden Sie sich bitte direkt an:

Eosta / Nature & More - Michaël Wilde

Telefon: +31 (0)180 63 55 63

Mobil: +31 (0)6 20535063

E-Mail: michael.wilde@eosta.com

Über Eosta

Eosta wurde 1990 in den Niederlanden mit dem Ziel gegründet, ein Unternehmen zu schaffen, das Ökonomie und Ökologie verbindet. Heute zählt Eosta zu den größten Handelsunternehmen für Bio-Obst und -Gemüse weltweit. Für das eigens entwickelte Transparenzsystem Nature & More, mit dem die Herkunft der Produkte bis zum Erzeuger zurückverfolgt werden kann, ist Eosta bereits mehrfach mit internationalen Nachhaltigkeitspreisen ausgezeichnet worden. Mehr Informationen finden Sie unter: www.eosta.com und www.natureandmore.de



PRESSEMITTEILUNG

Pressekontakt:

Kontakt in den Niederlanden:

Eosta

Michaël Wilde

Telefon +31 180 63 55 63

Mobil + 31 6 20 535 063

michael.wilde@eosta.com

www.eosta.com

Kontakt in Deutschland:

organic Marken-Kommunikation GmbH

Jessica Maron

Telefon +49 69 750 688-0

maron@organic-communication.de

www.organic-communication.de