

Abstimmung mit dem Einkaufswagen

Kann man wirklich die Welt verändern, indem man ausschließlich bestimmte Lebensmittel kauft?

Wurde die Wahlurne vom Einkaufswagen im Supermarkt entthront? Die Wahlbeteiligung in den meisten entwickelten Ländern ist in den letzten Jahrzehnten gesunken, aber die Verkaufszahlen für Bio-, fair gehandelte und regionale Lebensmittel – jede dieser Kategorien mit ihrem eigenen politischen Hintergrund – nehmen rapide zu. Über solche Lebensmittel können die Kunden beim Einkauf ihre politische Meinung zum Ausdruck bringen, von der Sorge um die Umwelt bis zur Unterstützung für bedürftige Erzeuger, bei jedem Lebensmitteleinkauf. Und die Kunden nutzen diese Gelegenheit, sagt Marion Nestle, Ernährungswissenschaftlerin an der Universität von New York und Autorin von „Food Politics“ und „What to eat“. „Was ich erfahre, wenn ich mit den Leuten spreche, ist dieses besondere Gefühl der Ohnmacht, dass sie nichts gegen den Klimawechsel oder den krassen Unterschied zwischen Arm und Reich unternehmen können“, sagt sie. „Aber wenn sie in den Supermarkt gehen, können sie etwas tun – sie können entscheiden, was sie kaufen und eine sehr klare Botschaft vermitteln.“

Aus der Bewegung der Lebensmittel-Aktivisten kommt Zustimmung. „Es hat wirklich einen positiven Effekt“, sagt Ian Bretman von Fairtrade Labelling Organisations (FLO) International, der Dachorganisation für Fairen Handel. Bevor es ethisch und biologisch gekennzeichnete Waren gab, rief man üblicherweise einen Boykott aus, wenn man politische Ansichten über Lebensmittelkonsum zum Ausdruck bringen wollte. Aber durch die Kennzeichnungen wird eher der Konsum als der Nicht-Konsum zu einer politischen Handlung, und das führt mit viel höherer Wahrscheinlichkeit zu Ergebnissen, legt er dar. „So lässt sich ein effektiver, konstruktiver Umgang mit den Unternehmen herstellen. Wenn Sie versuchen, einen Boykott anzuzetteln oder die Unternehmen als unfair oder böse beschimpfen, kriegen Sie sie nicht zum Gespräch an den Tisch.“



Verbraucher haben mehr Macht, als sie wahrnehmen, sagt Chris Wille von der Umweltschutzgruppe Rainforest Alliance. „Sie sitzen an dem einen Ende der Lieferkette, die Erzeuger am anderen, und die Verbraucher haben wirklich die Macht, eine Botschaft den ganzen Weg über die komplizierte Lieferkette zurück zu schicken“, erklärt er. „Wenn die Botschaft häufig, laut und konsequent genug ist, dann können die Verbraucher tatsächlich die Praxis verändern, wir sehen das vor Ort.“

Die 30-Millionen-Dollar-Bio-Lebensmittelindustrie „wurde von den Verbrauchern dadurch geschaffen, dass sie mit ihrem Geld abgestimmt haben“, sagt Michael Pollan, der Autor von „The Omnivore’s Dilemma“ (2006), einem weiteren Exemplar der diesjährigen Ernte an Büchern über Lebensmittelpolitik. Normalerweise, wird eine scharfe Trennlinie gezogen zwischen den Handlungen der Menschen als Bürger, bei denen von ihnen erwartet wird, dass sie das Wohlergehen der Gesellschaft berücksichtigen, und ihren Handlungen als Verbraucher, bei denen sie für eigennützig gehalten werden. Die Wahlmöglichkeit bei Lebensmitteln scheint die beiden Verhaltensweisen miteinander in Einklang zu bringen.

Wie grün ist Ihr Bio-Salat?

Sogar eine augenscheinlich einleuchtende Behauptung, dass Bio-Lebensmittel besser für die Umwelt seien als konventionell erzeugte Waren, erweist sich als strittig. Es gibt viele verschiedene Definitionen des Begriffs „Bio“, aber immer gehören strenge Beschränkungen für den Einsatz synthetischer Schädlingsbekämpfungs- und Düngemittel sowie das Verbot gentechnisch veränderter Organismen dazu. Peter Melchett von der „Soil Association“, Großbritanniens führender Bio-Lobbyorganisation, sagt, britische Verbraucher geben jetzt als hauptsächlichen Beweggrund für den Kauf von Bio-Lebensmitteln eher Umweltbelange denn gesundheitliche Vorzüge an. (Es gibt keinen eindeutigen Beweis dafür, dass konventionelle Lebensmittel schädlich oder Bio-Lebensmittel im Hinblick auf die Ernährung überlegen sind.)

Aber nicht alle teilen die Ansicht, dass biologischer Anbau besser für die Umwelt ist. Der vielleicht herausragendste Kritiker des biologischen Anbaus ist Norman Borlaug, der Vater der „Grünen Revolution“, Gewinner des Friedensnobelpreises und ausgesprochener Befürworter des Einsatzes synthetischer Düngemittel zur Erhöhung von Ernteerträgen. Er behauptet, die Idee, biologischer

Anbau sei besser für die Umwelt, ist „lächerlich“, weil biologischer Anbau geringere Erträge aufweist und es deshalb erforderlich ist, mehr Land zu beackern, um dieselbe Menge an Lebensmitteln zu erzeugen. Dank synthetischer Düngemittel, legt Borlaug dar, hat sich die Weltgetreideproduktion zwischen 1950 und 2000 verdreifacht, aber die Menge des dafür benötigten Ackerlandes hat nur um 10 % zugenommen. Hätte man traditionelle Techniken angewandt wie z. B. Fruchtfolge, Kompost und Mist, um den Boden mit Stickstoff und anderen Mineralien zu versorgen, so hätte es einer Verdreifachung der beackerten Fläche bedurft. Je intensiver der Anbau erfolgt, räsoniert Borlaug, desto mehr Platz bleibt für den Regenwald.

Was ist von der Behauptung zu halten, dass biologischer Anbau eine höhere Energie-Effizienz aufweise? Lord Melchett führt dazu z. B. aus, dass künstliche Düngemittel, die im konventionellen Anbau zum Einsatz kommen, unter Verwendung natürlichen Gases hergestellt werden, das „vollkommen unnachhaltig“ ist. Dem hält Anthony Trewavas, Biochemiker an der Universität Edinburgh, entgegen, dass biologischer Anbau sogar mehr Energie pro produzierter Tonne Lebensmittel erfordert, weil die Erträge geringer sind und Unkräuter durch Pflügen in Schach gehalten werden. Und Pollan hält fest, dass nur ein Fünftel der Energie, die – über die gesamte Nahrungsmittelkette betrachtet – mit der Lebensmittelproduktion in Zusammenhang steht, beim Anbau bzw. im Betrieb verbraucht wird: Der Rest geht auf das Konto von Transport und Verarbeitung.

Die in Bezug auf die Umwelt vorteilhafteste Form der Landwirtschaft scheint die Arbeitsweise „ohne Bodenbearbeitung“ zu sein, wobei wenig oder gar nicht gepflügt wird und Deckfrüchte sowie vorsichtig eingesetzte Herbizide dazu dienen, das Unkraut unter Kontrolle zu behalten. Dies macht die Kombination mit biologischen Methoden schwierig (obwohl einige Forscher gerade dies versuchen). Ein zu rigides Beharren auf den in gewisser Weise willkürlichen Gesetzen des biologischen Anbaus – Kupfer, ein Schwermetall, kann eingesetzt werden als organisches Fungizid, weil das von jeher üblich war – kann dann tatsächlich die Anwendung grünerer landwirtschaftlicher Techniken behindern. Leider suchen Käufer vergeblich nach „ohne Bodenbearbeitung“-Etiketten auf ihren Lebensmitteln – wenigstens bislang.

Fair genug

Und wie ist es mit Fairem Handel? Sein Ziel ist es, „die Ungerechtigkeit niedriger Preise“ anzugreifen, indem garantiert wird, dass Produzenten einen fairen Preis bekommen, „wie unfair der konventionelle Markt auch sei“, so steht es auf der Website von FLO International. Im Endeffekt bedeutet dies, dass den Produzenten für ihre Produkte ein Fair-Handels-Preis oberhalb des Marktpreises gezahlt wird, unter der Voraussetzung dass sie bestimmte Arbeits- und Produktionsstandards einhalten. Im Falle von Kaffee zum Beispiel erhalten die Fair-Handels-Erzeuger einen Mindestpreis von \$ 1,26 pro Pfund für ihren Kaffee oder \$ 0,05 mehr als den Marktpreis, falls der oberhalb des Mindestpreises liegt. Diese Prämie geht an die Produzenten zurück, um in Entwicklungsprogramme investiert zu werden. Der Markt für fair gehandelte Produkte ist viel enger als der für Bio-Produkte, aber er weitet sich viel schneller aus: 2005 ist er um 37 % gewachsen und hat ein Volumen von € 1,1 Mio. (\$ 1,4 Mio.) erreicht. Wer könnte dagegen etwas einwenden?

Zunächst einmal die Ökonomen. Das Standard-Wirtschaftsargument gegen den Fairen Handel lautet so: Der niedrige Preis für Waren wie Kaffee ist eine Folge der Überproduktion und sollte ein Signal an die Produzenten sein, zum Anbau anderer Früchte überzugehen. Die Zahlung einer garantierten Fair-Handels-Prämie – im Endeffekt eine Subvention – hindert einerseits dieses Signal daran, wirklich durchzudringen und motiviert andererseits mehr Produzenten zum Markteintritt, weil der durchschnittliche Preis für Kaffee angehoben wird. Dies lässt dann den Preis für nicht fair gehandelten Kaffee noch weiter sinken, was dessen Erzeuger noch ärmer macht. Tim Harford, Autor von „The Undercover Economist“ meint, fairer Handel setzt nicht beim grundlegenden Problem an, dass nämlich überhaupt zu viel Kaffee produziert wird. Stattdessen könnte er sogar zu noch mehr Produktion Anreiz geben.

Dem widerspricht Jan Bretman von FLO International. In der Praxis, sagt er, können es sich die Farmer nicht leisten, sich vom Kaffee weg zu orientieren, wenn der Preis fällt. Fair-Handels-Produzenten können die Prämien, die sie erhalten, für die notwendigen Investitionen zum Einstieg in andere Früchte verwenden. Aber ist es sicher, dass die Preisgarantie den Anreiz zum Wechsel tatsächlich mindert?



A K T U E L L

Ein anderer Einwand gegen Fairen Handel ist, dass die Zertifizierung bestimmt wird von politischen Annahmen darüber, wie die Arbeit bestmöglich zu organisieren ist. So können bei einigen Waren (einschließlich Kaffee) nur Kooperativen kleiner Produzenten die Zertifizierung erhalten, weil es bei ihnen für am wahrscheinlichsten gehalten wird, dass sie den Arbeitern faire Absprachen anbieten, wenn es um die Entscheidung geht, wie die Prämie aus dem Fairen Handel zu verwenden ist. Kaffeeplantagen oder große Familienunternehmen können nicht zertifiziert werden. Laut Bretman variieren die Regeln von Ware zu Ware, sind aber dazu gedacht, sicherzustellen, dass das Fair-Handels-System denjenigen hilft, die am bedürftigsten sind. Allerdings bedeutet die Beschränkung von Lizenzierungen auf Kooperationen, „dass der überwiegenden Mehrheit von Arbeitern auf den Plantagen keine Hilfe zuteil wird“, sagt Chris Wille von der Rainforest Alliance, die Produzenten aller Art zertifiziert.

Die Garantie eines Mindestpreises bedeutet auch das Fehlen jeglichen Anreizes zur Qualitätsverbesserung, murren Kaffeetrinker, die finden, dass die Qualität von fair gehandeltem Kaffee breiten Schwankungen unterliegt. Auch hier geht die Rainforest Alliance anders vor. Sie garantiert keinen Minimalpreis und zahlt keine Prämien, sondern bietet Schulungen, Beratung und besseren Zugang zu Krediten an. Dass Verbraucher oft bereit sind, mehr zu zahlen für ein Produkt mit dem „RA“-Logo, ist ein zusätzlicher Bonus, nicht das Resultat eines formalen Unterstützungsprogramms; diese Produkte müssen immer noch um ihre Marktposition kämpfen. „Wir wollen, dass die Erzeuger ihr Schicksal selbst bestimmen, dass sie lernen, ihre Produkte in diesen wettbewerbsorientierten globalisierten Märkten zu vermarkten, so dass sie nicht von irgendeiner NGO abhängig sind“, sagt Wille.

Aber der vielleicht überzeugendste Einwand gegen Fairen Handel ist der, dass er einen ineffizienten Weg darstellt, um Geld zu armen Produzenten zu bringen. Einzelhändler schlagen ihre eigenen enormen Kalkulationsaufschläge auf die Fair-Handels-Produkte auf und führen die Verbraucher zu der irrigen Annahme, dass die gesamte von ihnen gezahlte Prämie weitergeleitet würde. Harford schätzt, dass nur 10 % der Prämie, die beim Kauf von fair gehandeltem Kaffee gezahlt wird, zum Produzenten durchsickert. Fair gehandelter Kaffee wird wie Bio-Produkte, die in Supermärkten verkauft werden, von den Einzelhändlern genutzt als ein Mittel zur Identifikation preissensibler Verbraucher, die bereit sind, mehr zu zahlen, sagt Harford.

Wie bei den Bio-Lebensmitteln, so ist auch die Bewegung um den Fairen Handel Angriffen ausgesetzt: Einerseits von Außenstehenden, die denken, sie sei irregeleitet, und andererseits von Insidern, die glauben, sie hätte ihre Seele verkauft. Insbesondere die Markteinführung des fair gehandelten Kaffees „Partner’s Blend“ durch den Lebensmittelgiganten Nestlé hat die Aktivisten zu der Überzeugung geführt, dass die Fair-Handels-Bewegung dem großen Geschäft gegenüber einknickt. Nestlé verkauft über 8.000 nicht fair gehandelte Produkte und wird beschuldigt, die Fair-Handels-Marke auszunutzen, um positive Publicity zu erlangen, während weiterhin „business as usual“ betrieben wird, das Geschäft also wie üblich weitergeht. Bretman widerspricht. „Wir empfanden es als nicht verantwortbar, eine Gelegenheit auszulassen etwas zu tun, das Hunderten oder Tausenden von Farmern praktisch helfen würde“, sagt er. „Sie gewinnen den Kampf, wenn sie von allen Seiten Zustimmung dazu bekommen, dass diese Ideen wichtig sind.“ Er gesteht zu, dass die Unterstützer der Fair-Handels-Bewegung eine „sehr weitläufige Gemeinde“ darstellen, einschließlich Anti-Globalisierungs- und Anti-Unternehmer-Typen. Aber die könnten einfach Nestlés fair gehandelten Kaffee links liegen lassen und stattdessen von kleineren Fair-Handels-Produzenten kaufen, schlägt er vor.

Außerdem, hält Pollan fest, ist dies der normale Weg der Veränderung. Die Vertreter der vorherrschenden Richtung besetzen die Randbereiche und verlagern ihre Position im Geschehen. „Aber dann braucht man Menschen, die den Randbereich wieder abstecken.“ Dies ist genau das, was in Amerika mit Bio-Lebensmitteln geschehen ist und was mit fair gehandelten Lebensmitteln auch beginnt. „Die Menschen suchen nach der nächsten Grenze“, sagt Pollan, und es ist schon absehbar, was das ist: regionale Lebensmittel.

„Local is the new organic“ ist in den letzten Jahren zum inoffiziellen Slogan der Regional-Lebensmittel-Bewegung geworden. Das Wachstum des „Groß-Bio“, die Produktion von Bio-Lebensmitteln in großem Maßstab, um die wachsende Nachfrage bedienen zu können, hat einen Rückschlag erlitten; es kam zu Behauptungen, die Bio-Bewegung habe ihre Seele verkauft. Puristen sind verärgert darüber, dass die ursprünglichen Ideen der Bio-Bewegung in Vergessenheit gerieten, weil große Unternehmen, die biologische Lebensmittel in industriellem Maßstab produzieren und verkaufen, in den Markt drängten.

Dies erklärt zum Teil, warum Lebensmittel, die entweder direkt oder auf Bauernmärkten bei örtlichen Produzenten gekauft wurden, an Beliebtheit zunehmen, und warum Verfechter regionaler Lebensmittel jetzt die Fackelträger der Bewegung der Lebensmittel-Aktivisten sind. Regionale Lebensmittel müssen nicht biologisch erzeugt worden sein, aber der Direkteinkauf beim kleinen Erzeuger schließt die Systeme der industriellen Produktion und des Vertriebs ebenso kurz wie der Kauf von Bio-Lebensmitteln es getan hatte. Somit scheinen regionale Produkte immun gegen eine Vereinnahmung durch Industrie oder große Unternehmen zu sein. Bio-Lebensmittel boten den Menschen einen Weg an, „gemeinsam zu protestieren“, sagt Pollan, „und jetzt sind regionale Angebote eine Alternative dazu.“

Denke global, handle lokal?

Direktkauf bedeutet, dass die Produzenten einen fairen Preis bekommen, ohne Vermittler, die entlang der Distributionskette ihre Margen aufschlagen. Und Lebensmittel aus der Region haben auch keine langen Transportwege vom anderen Ende des Landes oder gar der Welt hinter sich. So macht die geringere Anzahl von „Lebensmittel-Meilen“ regionale Produkte auch grüner. Regionale Lebensmittel wenden sich somit auf unterschiedliche Weise an Umweltbewusste, Agrarlobbyisten im Lande und Anti-Unternehmer-Aktivisten sowie schließlich an Konsumenten, die mehr darüber wissen möchten, woher ihre Lebensmittel stammen.

Offenbar ist es sinnvoll, ein Produkt aus der Region einem identischen, von weit her angelieferten Produkt vorzuziehen. Aber solche direkten Vergleiche sind selten. Und es wird klar, dass die anscheinend direkte Herangehensweise der Reduzierung der „Lebensmittel-Meilen“ beim wöchentlichen Lebensmitteleinkauf tatsächlich nicht immer die geringstmögliche Auswirkung auf die Umwelt hat.

Schon der Begriff „Lebensmittel-Meile“ selbst ist irreführend, worauf ein Bericht der DEFRA, des britischen Ministeriums für Umwelt und Landwirtschaft, im vergangenen Jahr hinwies. Eine Meile, die ein großer, mit Lebensmitteln voll beladener Lkw zurückgelegt hat, bedeutet nicht dasselbe, wie wenn ein Sportwagen-Pkw eine Meile fährt und dabei einen Beutel Salat transportiert. Stattdessen, sagt Paul Watkiss, einer der Autoren des DEFRA-Berichts, ist es sinnvoller, über die

„Lebensmittel-Fahrzeug-Meilen“ (d. h., die Anzahl von Meilen, die von Fahrzeugen zurückgelegt werden, die Lebensmittel transportieren) nachzudenken und die „Lebensmittel-Tonnen-Meilen“ (die das Gewicht der transportierten Güter berücksichtigen).

Der DEFRA-Bericht, der die Lebensmittellieferungen in Großbritannien analysierte, enthielt einige der Intuition entgegengesetzte Befunde. Demnach ist es z. B. für die Umwelt besser, im Winter Tomaten aus Spanien heranfahren zu lassen, als sie in beheizten Gewächshäusern in Großbritannien wachsen zu lassen. Und es stellte sich heraus, dass die Hälfte der „Lebensmittel-Fahrzeug-Meilen“ in Zusammenhang mit britischen Lebensmitteln von Autos zurückgelegt wird, die zu den Läden fahren und wieder weg. Jede einzelne Fahrt ist kurz, aber es gibt Millionen von ihnen jeden Tag. Ein anderes überraschendes Ergebnis war, dass eine Verlagerung in Richtung auf ein System regionaler Lebensmittel und weg vom supermarktbasierten Lebensmittelsystem mit seinen zentralisierten Distributionslagern, schlanken Lieferketten und großen, vollen Lkws tatsächlich die Anzahl der „Lebensmittel-Fahrzeug-Meilen“, die in der Region gefahren werden, erhöhen könnte, weil die Waren in einer größeren Zahl kleinerer, weniger effizient beladener Fahrzeuge umhergefahren werden würden.

Forschungen an der Lincoln Universität in Neuseeland kamen zu dem Ergebnis, dass die Produktion von Milchprodukten, Lammfleisch, Äpfeln und Zwiebeln in Neuseeland und der Transport nach Großbritannien insgesamt weniger Energie verbrauchen als deren Produktion in Großbritannien. (Erzeugung und Verarbeitung in Neuseeland sind weit weniger energieintensiv.) Und wenn auch das Einfliegen von Lebensmitteln aus den Entwicklungsländern mehr Emissionen produziert, so ist dies doch abzuwägen gegen den Aufschwung von Handel und Entwicklung.

Züge von Protektionismus und Anti-Globalisierung gibt es bei vielen, die sich für regionale Lebensmittel einsetzen, sagt Gareth Edwards-Jones von der Universität Wales. Regionale Lebensmittel lassen Agrarlobbyisten Kampagnen gegen Importe durchführen unter dem Deckmantel des Umweltschutzes. Einem häufig vorgebrachten Argument zufolge sind regionale Lebensmittel frischer, aber das trifft gar nicht immer zu: Grüne Bananen z. B. werden nach dem Pflücken über Nacht von Kenia nach Großbritannien geflogen, sagt Edwards-Jones. Natürlich



A K T U E L L

möchten die Menschen glauben, dass sie ihre Lebensmittelwahl unter Umwelt- und sozialen Gesichtspunkten optimal treffen, sagt er, aber „wir haben nicht genug Klarheit“, um so zu handeln.

Was sollte man beim Einkauf tun? Jede Entscheidung in Sachen Lebensmittel birgt Kompromisse. Auch wenn biologischer Anbau ein bisschen weniger Energie verbraucht und ein bisschen weniger Verschmutzung verursacht, so müssen dem geringere Erträge und mehr Landverbrauch entgegengehalten werden. Fair gehandelte Lebensmittel können einigen armen Farmern helfen, aber können anderen auch Schaden zufügen; und selbst wenn regionale Lebensmittel Transportemissionen senken, so reduzieren sie auch das Potenzial für wirtschaftliche Entwicklung. Das Kaufen aller drei Typen von Lebensmitteln kann als ein Anti-Unternehmer-Protest gesehen werden, allerdings verkaufen große Firmen bereits biologische und fair gehandelte Lebensmittel, und es kann sein, dass regionale Quellen, gepaart mit der effizienten Logistik der Supermärkte, sich als der grünste Weg für den Transport von Lebensmitteln erweisen.

Die Lebensmittel-Thematik steht im Zentrum der Debatten über Umwelt, Entwicklung, Handel und Globalisierung, aber es sollte nicht überschätzt werden, welches Potenzial die Entscheidungen in Sachen Lebensmittel für die Veränderung der Welt haben. Die Idee der Rettung der Welt durch das Einkaufen hat etwas Reizvolles; doch der Umgang mit dem Klimawandel, der Entwicklungsaufschwung und die Reform des globalen Handelssystems verlangen schwierige politische Entscheidungen. „Wir müssen mit unseren Wahlentscheidungen ebenso abstimmen wie mit unserem Geld für Lebensmittel“, sagt Pollan. Konventionelle politische Aktivität mag nicht so erfreulich sein wie einzukaufen, aber sie hat weit größere Chancen, etwas zu verändern.