

Die Siegel der Besseren

Die Lebensmittel-Labels zwischen Anspruch, Markt und Wirklichkeit

Claudia Wirz

Es ist frohe Kunde, welche Alexander Gerber, der Geschäftsführer des (deutschen) Bundes für Ökologische Lebensmittelwirtschaft, dieses Jahr in Nürnberg an der grössten Bio-Fachmesse weltweit verkünden konnte: Der Biomarkt boomt. In Deutschland sind die Verkäufe mit Bio-Lebensmitteln im Jahr 2011 um 9% auf nahezu 6,6 Mrd. € gewachsen. Allerdings hat der Biotrend die Produzenten nicht im gleichen Masse erfasst. Die biologisch bewirtschaftete Fläche ist nur um 2,3% gewachsen; es fehlen 10 000 Biobetriebe. Soll der Markt dennoch bedient werden, führt das zu einer höheren Importquote, was in einem Produktionssystem, das Naturnähe und Nachhaltigkeit besonders betont, zumindest nicht unproblematisch ist.

Der Markt will mehr

Auch in der Schweiz wuchs 2011 der Absatz von Bio-Lebensmitteln, und zwar um 4,2% auf 1,738 Mrd. Fr. Erstmals erreichten Bio-Lebensmittel einen Anteil von 6% am gesamten Schweizer Lebensmittelmarkt; bei den Frischprodukten für sich genommen sind es sogar 8%. In der Schweiz setzen auch immer mehr Bauern auf Bio; die 220 Neueinsteiger per 2012 stellen ein klares Plus gegenüber dem Vorjahr dar. Insgesamt produzieren 11% aller Schweizer Bauernbetriebe biologisch. Aber auch hier gilt: Der Markt will mehr. Und damit stellt sich die Frage: Kann Bio einen Massenmarkt bedienen, ohne seine Ideale zu verwässern? Und kann Bio die Welt ernähren?

Fragt man die Konsumenten nach den Motiven für den Kauf von Bio-Lebensmitteln, werden nach Auskunft von Coop nach Wichtigkeit geordnet folgende Argumente aufgeführt: Weniger

«Chemie» und Rückstände, besser für die eigene Gesundheit, artgerechte Tierhaltung, bessere Qualität, ein Beitrag zum Umweltschutz. Schweizer Herkunft und artgerechte Tierhaltung geniessen bei tierischen Produkten grundsätzlich einen hohen Stellenwert bei den Käufern von Label-Produkten.

Label-Organisationen stehen im Spannungsfeld zwischen ethischen und ökologischen Ansprüchen, wirtschaftlichen Überlegungen und natürlichen Gegebenheiten. Labels vermitteln einfache Botschaften, doch die Produktionssysteme sind hochkomplex. Eine 2010 erstellte Studie von WWF, Schweizer Tierschutz und der Stiftung für Konsumentenschutz hat die 32 wichtigsten Labels am Schweizer Markt geprüft und sie in die Kategorien «sehr empfehlenswert», «empfehlenswert» und «besser als kein Label» eingeteilt.

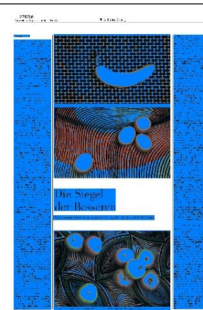
Dabei zeigten sämtliche Labels gegenüber der konventionellen Ware Vorteile. Allerdings konnten einzig die etablierten Bio-Labels wie die Bio-Knospe oder Demeter die Prüfer vollends überzeugen. Das EU-Bio-Siegel fiel in die letzte Kategorie, weil es gemäss Studie keine Regelungen betreffend Transport enthält und Kriterien wie Biodiversität, Wasserverbrauch oder Sozialstandards nicht oder nur teilweise abdeckt. Besser als EU-Bio schnitten unter anderem die Integrierte Schweizer Produktion (IP Suisse), Terra Suisse (Migros) und Naturafarm (Coop) ab; sie sind «empfehlenswert». Ausdrücklich begrüsst wird die Vielfalt von Labels, die auch Produktionsformen ausloben, die strenger sind als konventionell, aber nicht so weit gehen wie Bio.

Doch auch solche Ranglisten können nicht alle Fragen beantworten. Bei genauerer Betrachtung treten etwa in der Bioproduktion Probleme zutage, die am Heiligenbild kratzen. So ist die Import-

abhängigkeit bei Brotgetreide und Kraftfutter im Biolandbau empfindlich höher als bei der konventionellen Produktion. Urs Niggli, Direktor des Forschungsinstituts für biologischen Landbau in Frick, beziffert den Importanteil beim Kraftfutter auf bis zu 70%, verglichen mit 50% beim konventionellen Anbau. Die Forschung tüftelt seit langem, wie dieser unschöne Fleck im Reinheit zu eliminieren ist. Zurzeit arbeitet man mit Fliegenlarven, die auf Lebensmittelabfällen gezüchtet werden und getrocknet als Eiweissfutter für Geflügel dienen und importiertes Eiweiss wie Soja ersetzen könnten.

Ebenfalls kein Ruhmesblatt für den Biolandbau ist die Verwendung von Kupfer als Fungizid im Wein-, Gemüse- und Kartoffelbau. Kupfer ist zwar im landläufigen Verständnis keine «Chemie», aber trotzdem giftig. Kupfer, das vor Ernteaussfällen durch Pilze und Bakterien schützt, reichert sich als Schwermetall in den Böden an, kann das Wurzelwachstum behindern und das Bodenleben schädigen. Niggli nennt Kupfer die «Achillesferse der Biolandwirtschaft». Nicht immer besser ist Bio auch bei der Klima- und Energiebilanz, zumindest bei gewissen Kulturen.

Urs Klemm, der sich beim Bundesamt für Gesundheit jahrelang mit Lebensmitteln befasst hat, begrüsst die Konkurrenz der konventionellen Landwirtschaft durch Bio, weist aber auch auf Schwächen und falsche Vorstellungen hin. So könne gesamtbetrieblich gesehen ein IP-Betrieb in Bezug auf die Biodiversität durchaus besser abschneiden als ein Biobetrieb – dank den ökologischen Ausgleichsflächen. Zudem brauche der Biolandbau im Schnitt für den gleichen Ertrag mehr Fläche. Klemm warnt auch vor einer – wie er sagt – Rousseauschen Verklärung der Natur. Nicht alles, was «Natur» ist, sei



zwangsläufig gut, und nicht alles, was «Chemie» ist, sei automatisch schlecht; die menschliche Existenz inklusive Landwirtschaft bedeute vielmehr einen ewigen Kampf gegen die Natur.

Für Urs Niggli kommt der biologische Landbau dem Ideal trotz allem am nächsten. Aber eigentlich ist die Frage «Bio oder nicht Bio» aus seiner Sicht ein Luxusproblem in Anbetracht künftiger Herausforderungen. Es reiche nicht, sagt er, eine bestimmte Nische perfekt, ja fast mit sektiererischem Eifer zu verwalten. Statt Abgrenzung brauche es Zusammenarbeit und Offenheit für Neues. Wie können wir die – durch die intensive Landwirtschaft geförderte – Bodenerosion stoppen? Wie können wir Ernährungssicherheit für 9 Mrd. Menschen herstellen? Wie können wir für alle genug Lebensmittel produzieren, wenn das Erdöl ausgeht? Wie können wir die enormen Verluste bei der Biodiversität bekämpfen – das sind aus seiner Sicht die grossen Fragen.

Gemäss der Uno-Organisation für Ernährung und Landwirtschaft werden

gegenwärtig auf dem gesamten Erdball Lebensmittel für 11 Mrd. Menschen produziert. Ein Drittel davon wird nicht konsumiert. Viele Feldfrüchte werden gar nicht geerntet, weil sie der vorgeschriebenen Kalibrierung des Handels nicht entsprechen. Bei 9 Mrd. Menschen müssten bei den gleichen Verhaltensmustern Lebensmittel für 17,5 Mrd. Menschen hergestellt werden, laut Niggli vermutlich eine Unmöglichkeit. Er fordert deshalb ein Umdenken im Umgang mit Lebensmitteln und Allianzen, um nach Problemlösungen zu suchen. Weil Artenvielfalt die Fruchtbarkeit fördert, wäre aus seiner Sicht etwa ein Label für Biodiversität ein Ansatz.

Gesund und fair?

Stellt sich letztlich noch die Frage, ob Bio der Gesundheit zuträglicher ist als andere Produkte, wie es offenkundig eine grosse Zahl von Biokäufern erwartet. Eine vor kurzem veröffentlichte Studie der Universität Stanford hat das bestätigt, was ältere Untersuchungen

schon vor Jahren zeigten: Es gibt keine signifikanten wissenschaftlichen Belege dafür, dass Bio «gesünder» ist als andere Produkte. Wichtiger für die Gesundheit sei vielmehr eine ausgewogene Ernährung, meint Urs Klemm. Fettleibigkeit zum Beispiel ist ungesund, ganz egal, ob sie mit biologischen oder anderen Produkten zustande gekommen ist.

Vor allem aber ist der Umkehrschluss nicht zulässig, wonach alles nicht biologisch Produzierte gesundheitsgefährdend und lebensverkürzend ist. Wäre das so, müssten konsequenterweise alle diese Produkte vom Markt verschwinden, sagte Urs Niggli zur Publikation der Studie aus Stanford. Die Umkehrschluss-Problematik trifft auch auf andere Labels zu – etwa auf die Fair-Trade-Labels. Beileibe nicht alles, was dieses Siegel nicht trägt, ist unfair gehandelt worden. Fair-Trade-Labels bergen zudem die Gefahr, Produzenten, die sich dem System nicht angeschlossen haben, zu benachteiligen. Und das ist nicht besonders fair.



Auch der biologische Landbau kommt ohne Pflanzenschutzmittel und Futtermittelimporte nicht aus.

BILDER: CHRISTIAN BEUTLER / NZZ

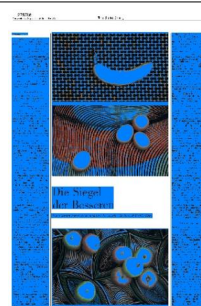
Datum: 12.09.2012

Neue Zürcher Zeitung

Sonderbeilage

Neue Zürcher Zeitung
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 122'803
Erscheinungsweise: unregelmässig



Themen-Nr.: 541.3
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 3
Fläche: 92'459 mm²

