

Nichts als Bio?

Wer kennt das nicht? Wir kommen in den Supermarkt und haben die Möglichkeit, uns bei einem Produkt zwischen den verschiedensten Ausführungen zu entscheiden. Leider wird diese Auswahlfreiheit oftmals als Entscheidungsqual empfunden.

Helfen uns Erfahrungswerte, Tipps der Freunde oder lassen wir uns von der attraktiven Verpackung oder dem günstigen Preis locken? Sicher, mancher Kauf ist einfach nur geleitet von unserem Gefühl. Das ist dann der sogenannte Spontankauf. Schauen wir uns das doch einmal genauer an: Worauf legen wir Wert, wenn wir z.B. Nahrungsgüter kaufen? Ist es der Preis, die Gewohnheit, der Geschmack oder ist es Bio?

Bio ist der mediale Megatrend und hat kommunikativ als „GutMensch - GesundMensch“ verpackt, den Reformhausstatus überlebt und großflächig in Deutschland Einzug gehalten. Jährlich werden über 5 Milliarden Euro mit Bio-Produkten in Deutschland umgesetzt. Doch kann die Bio-Zertifizierung unter industrialisierten Bedingungen Nachhaltigkeit sicherstellen?

Nachhaltigkeit vereint Ansprüche sozialer, ökologischer und ökonomischer Natur. Hierbei treten Fragen auf, wie z.B.

- „Wie viel Co2 hat die Herstellung und Lieferung des Produkts verbraucht oder wurden die Arbeiter gerecht entlohnt?“
- Welche Siegel garantieren den KonsumentInnen ein gesundes und unter gerechten Bedingungen hergestelltes Produkt?

Die Einhaltungsstärke dieser Kriterien ist für die KäuferInnen der Nahrungsmittel erst nach intensiverer Beschäftigung mit der Bio-Welt möglich.

Der Bio-Dschungel ist groß und fürs gute Gefühl hilft hier das europäische Einheitsiegel *BIO*, welches sich nach den Richtlinien der EG Öko-Verordnung richtet.

Hierbei werden ökologische Mindeststandards garantiert. Industrielle Bio-Produkte, oftmals aus dem Ausland, überschwemmen den Markt und verwässern eine Einstellung, die folgeschwer wiegt. Wer hat nicht schon von erhöhten Pestiziden in Bio-Produkten gehört oder von Landwirten, die konventionelle Lebensmittel als biologische ausgegeben haben.

Die Bio-Branche ist gefordert, sich aufgrund des regelrechten Bio-Booms, einer transparenteren Kennzeichnung Ihrer Produkte (z.B. Anteil am Co2 Verbrauch, gerechter Lohn, Einsatz von Pestiziden) und einer verbraucherfreundlichen Kommunikation zu verpflichten.

Sicher wird es immer wieder Menschen geben, die aufgrund ihrer Profitgier eine Wahrheit verkaufen, die es nicht gibt. Doch es bleibt auch die Frage, wie sehr bist du bereit, dem Essen an sich Zeit zu schenken und in eine geschmackliche Erlebnisreise zu investieren?

Von:

Julia-Lena Reinermann und Kathrin Bosnjak,
Mitglieder der Initiative für Nachhaltigkeit der Universität Duisburg-Essen
www.studenten-nachhaltigkeit.de

