

Clemens G. Arvay

DER GROSSE
BIO
SCHMÄH

Wie uns die
Lebensmittelkonzerne
an der Nase
herumführen

LEBERREUTER

Beim Verfassen des vorliegenden Buches wurde auf geschlechtsneutrale Formulierungen geachtet. Da Sachtexte ein besonders hohes Maß an Übersichtlichkeit und Lesbarkeit beanspruchen, konnte diesem Vorsatz jedoch nicht immer Folge geleistet werden. Sofern es aus dem Kontext nicht anders hervorgeht, sind stets Frauen und Männer gleichermaßen gemeint und angesprochen.

Der Autor

Es war einmal ein riesiger gütiger Lebensmittelkonzern, der wollte nur das Beste für die Menschen und unsere Umwelt.

Bildnachweis:

Alle Fotos: Clemens G. Arvay, Grafiken: Hannes Strobl

Das säurefreie und alterungsbeständige Papier EOS liefert Salzer, St. Pölten (hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff aus nachhaltiger Forstwirtschaft).

ISBN 978-3-8000-7528-7

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk darf – auch teilweise – nur mit Genehmigung des Verlages wiedergegeben werden.

Covergestaltung: Ralf Strobl / Miriam Höhne

Coverillustration: Gunter Greil

Copyright © 2012 by Verlag Carl Ueberreuter, Wien

Druck: freiburger graphische betriebe, Freiburg

7 6 5 4 3 2 1

Ueberreuter im Internet: www.ueberreuter.at

INHALT

- 9 Vorwort** (Univ.-Doz. Dr. Peter Weish)
- 11 Der Bio-Boom und wer davon profitiert** – Eine Einführung
Bio boomt – im Supermarkt • Bio™: Markenzeichen Bio? • Die Bio™-Protagonisten • Reality Check! – Darum geht's in diesem Buch
- 15 Wie ich zum Ökolandbau kam** – Ein persönlicher Rückblick
Kindheitserinnerungen • Das große Wachsen • Aufwachen • Ich wurde Bio-Konsument • Und ich wurde Bio-Insider
- 23 Der Bio™-Pionier und das »traditionelle Bäckerhandwerk«** – Als ich zum ersten Mal hinter die Bio-Kulissen der Supermärkte blickte
Der Ursprungsbäcker • Hofer kehrt »zurück zum Ursprung« – auch bei Bio-Brot • Lokalausweis beim »Ursprungsbäcker« • Alles aus einer Hand • Bilanz für Bio-Brot von Zurück zum Ursprung • Bio-Brot aus dem Tiefkühlfach? Ja, natürlich! • Als ich doch noch auf Bäckerhandwerk stieß
- 35 Das große Gackern im Todeskarussell** – Von »übergelücklichen Hühnern« und anderen gackernden Werbefantasien
Lebende Ware • Der Geflügelproduktionszyklus • Wie Bio™-Küken das Licht der Welt erblicken • Bio-Bauernhof oder Hühnerfabrik? • Auslauf ins Freie! Oder doch nicht? • Ein Wort zum Ei • Endstation Bio™: Das Todeskarussell • Bio-Tech im Hühnerstall • Bio™-Werbeillusionen rund ums Geflügel
- 65 Mogelpackung Bio™** – Werbung oder Täuschung?
Bio-Food Inc. • Besuch in einer Bio™-Werbeschmiede • Bio™ – das Geschäft mit den Emotionen • Das Gehirn als eigentlicher Adressat der Werbung • Die DINKS, die LOHAS und wie man sie sich angelt • Entscheidend ist, wer spricht
- 78 Information oder noch mehr mogeln?** – Greenwash am Bio™-Massenmarkt
Grüngewaschen! • Wasser- und Klimaschutz als Markenzeichen? • Biodiversität als Marketing-Tool? • Der ökologische Fußabdruck – ein gänzlich anderes Konzept • Der Regionalitätsschmäh • Natur*pur und die »biologische Ursprungsgarantie«

- 96 Cyborgs in der Bio-Branche** – Von Obst- und Gemüse Giganten
 »Heute fliegen die Erntehelfer aber tief!« • »Das Schlimmste ist die Menge« • Gigantismus auch bei Bio™-Obst und Bio™-Gemüse
- 106 Vom Schweigen der Lämmer** – ... und Schweine und Rinder
 Bio™-Bolzenschüsse • Das *Ja!Natürlich*-Schweinderl, die Kuh Yvonne und ihre vergessenen Artgenossen • Von Kräuterweiden, auf denen Milch und Honig fließen • Gegen die Begriffsverwirrung • Die Milchstraßen des Bio™-Universums
- 123 Die Geschichte des Ökolandbaus** – Eine Idee breitet sich aus
 An der stählernen Eisenbahn • Die lange Tradition des Ökolandbaus • Die Siebziger und Achtziger: Ökolandbau goes public • Greening Goliaths: Der Einstieg der »Großen«
- 133 Ökolandbau in den falschen Händen?** – Wie konventionelle Konzerne die Bio-Idee verändern
 Von Wölfen in Schafspelzen • Tagebucheintrag • Bio™ als Wachstumsstrategie • Bio Light am Massenmarkt: Das Gesetz macht's möglich • Erste Worte aus der Öko-Nische
- 150 Von echten Bio-Pionieren** – Wofür der ökologische Landbau eigentlich stehen sollte
 Der Ökolandbau als das gänzlich Andere • Biokulturelle Diversität • Die Anti-EHEC-Strategie: Von der Monokultur zum Agrarökosystem • Je direkter, desto besser! • Im Namen der Lämmer gegen den Zwang des Wachsens oder Weichens • Die Goldene Königin und das Grüne Zebra
- 183 Der Weg zum aktiven Bio-Konsumenten** – Was Sie tun können, um den Ökolandbau mitzugestalten
 Der Supermarkt als Wahllokal? • Multiplying Davids • Demokratie beim Lebensmittelkauf! • Werden wir alle zu Adbustern!
- 192 Rede und Antwort!** – Die brennendsten Fragen an den Autor
- 201 Danksagung**
- 203 Anmerkungen**
- 207 Lust auf mehr?** – Bücher, die zum Thema passen
- 208 Wer und Wo?** – Ansprechpartner und ihre Adressen

VORWORT

(Univ.-Doz. Dr. Peter Weish)

Vor rund zehntausend Jahren gingen sowohl in Eurasien als auch in anderen Regionen der Erde nomadische Völker vom Jagen und Sammeln zur Landwirtschaft über und wurden sesshaft. Jäger und Sammler, die einen relativ kleinen Anteil der natürlichen Ressourcen nutzen, finden nur bei geringer Bevölkerungsdichte ausreichend Nahrung. Bevölkerungszunahme zwang sie dazu, artenreiche Lebensräume in Kulturland umzuwandeln, auf dem sie ihre Nutzpflanzen anbauten und ihre Haustiere hielten. Wälder wurden gerodet und deren fruchtbare Böden als Acker- und Weideland genutzt. Mit wenigen Ausnahmen, wie in Ägypten, kam es früher oder später zu Bodenerosion, Verkarstung und Versteppung. Der Untergang vieler Kulturvölker steht in Zusammenhang mit der Zerstörung der Bodenfruchtbarkeit. Dass die Zukunft der Menschheit von der Verfügbarkeit fruchtbarer Böden abhängt, scheint vielen nicht bewusst zu sein. Wie wäre es sonst möglich, im Rahmen der industriellen Landwirtschaft weltweit weiterhin Raubbau am Boden zu betreiben? Zu den schlimmsten Formen zählen riesige Monokulturen der »Grünen Revolution« und »Grünen Gentechnik«, die permanent mit Bioziden behandelt werden. Bodenkultur sieht anders aus! Im Gegensatz dazu erkannten ökologisch wirtschaftende Bauern schon vor Jahrzehnten, dass ein lebendiger, humusreicher Boden die Voraussetzung gesunder Pflanzen ist. Gegen vehementen Widerstand seitens der konventionellen Landwirtschaft hat sich die »biologische« Wirtschaftsweise in vielen Varianten nicht nur behauptet, sondern auch bewährt. Aber auch angesichts der absehbaren Verknappung und Verteuerung fossiler Energieträger ist die extrem erdölabhängige industrielle Landwirtschaft nicht zukunftsfähig.

Neben einer »Energiewende« ist es notwendig, eine »Agrarwende« einzuleiten, die als oberstes Ziel eine angepasste Landbewirtschaftung im Einklang mit Mensch, Tier und Umwelt anstrebt. Die Idee des Ökolandbaus verbindet dieses Ziel mit der Kultur einer reichen Vielfalt an Nutzpflanzen und Nutztierassen. Die Weiterentwick-

lung lokal angepasster Kulturmethode ist die Basis zukunftssicherer Ernährungssouveränität. Mit dem ökologischen Landbau ist in den letzten Jahrzehnten auch das Bewusstsein über gesunde Ernährung gewachsen. Der Einstieg der großen Handelsketten in die Vermarktung hat zwar einerseits den Zugang zu Bio-Produkten erleichtert und die Nachfrage erhöht, andererseits aber die ökologische Landwirtschaft neuen Zwängen unterworfen.

Clemens G. Arvay zeigt auf, dass »Bio« in den Händen der mächtigen Handelskonzerne mit wesentlichen Prinzipien der ökologischen Landwirtschaft nicht in Einklang steht und ihre Zukunft gefährdet. Massenproduktion und die damit verbundenen ökonomischen Zwänge führen zu einem Bio-Kleinbauernsterben und tragen zur Verarmung der Sortenvielfalt sowie zu einer Verwässerung der ursprünglichen Anforderungen des Ökolandbaus bei.

Arvays an vielen gut recherchierten Beispielen vorgetragene Kritik kommt aus einem umfassenden ökologischen Wissen und seine Motivation entspringt der Verantwortung zur Bewahrung und Weiterentwicklung biokultureller Vielfalt als tragfähige Basis zukunftsfähiger Landwirtschaft und Ernährung. Der Autor führt uns mit seiner lebendigen Schilderung durch den vielfältigen Bereich der Bio-Produktion und Bio-Vermarktung, wobei die Aussagen der Beteiligten klar vermitteln, wo die Zukunftschancen für ökologisch wirtschaftende Bauern liegen und wie diese seitens der Konsumenten unterstützt werden können. Ich erwarte, dass dieses *wichtige Buch* dazu beiträgt, Fehlentwicklungen zu überwinden und die ökologische Landwirtschaft nachhaltig zu stärken.

Dr. Peter Weish,

Universitätsdozent für Ökologie und Umweltethik an der *Universität Wien* sowie an der *Wiener Universität für Bodenkultur*

(November 2011)

DER BIO-BOOM UND WER DAVON PROFITIERT

Eine Einführung

Bio boomt – im Supermarkt

Die Bio-Branche in Österreich ist eine Milliarde Euro schwer¹. Im Jahr 2010 gaben Privathaushalte für Bio-Produkte um sechzig Prozent mehr aus, als fünf Jahre zuvor². Der Markt für biologische Lebensmittel wächst. Mehr noch: Er boomt! Bio ist in. Bio ist ökologisch, nachhaltig und fair. Wer Bio-Lebensmittel kauft, tut dies mit reinem Gewissen. Doch Bio ist vor allem eines, nämlich ein großes Geschäft für Lebensmittelkonzerne, die ansonsten mit ökologischen Produkten nicht viel am Hut haben. Das Geld, das von Haushalten im Jahr 2010 beim Bio-Einkauf ausgegeben wurde, gelangte zu 91,5 Prozent in die Taschen herkömmlicher Supermarktkonzerne oder Lebensmitteldiscounter. Die verbleibenden 8,5 Prozent mussten sich die österreichischen Bio-Fachgeschäfte untereinander teilen, also die Bio-Läden und Reformhäuser. Somit ist der Löwenanteil des Bio-Marktes inzwischen in den Händen der größten Lebensmittelkonzerne des Landes. Der Bio-Boom unterwirft den Ökogedanken den Gesetzen des Massenmarktes. Heute, am Beginn des dritten Jahrtausends, begegnen uns die »Bio-Pioniere« und »wahren Bioniere« nicht etwa in der Ökolandbaubewegung, sondern im herkömmlichen Supermarkt und beim Discounter. Bio ist ihr Business geworden, ihr Markenzeichen: Bio™!