



AllerWeltHaus

weltinfo

Okt - Nov - Dez 2008 | Nr.: 317

www.allerwelthaus.org



Bio für alle?

Ist Billig-Bio den Preis wert?

**Freizeittipp:
33. Aller Welt Bazaar**

innenliegend:

Veranstaltungskalender Okt - Dez '08



AllerWeltHaus

Café Mundial

rauchfrei & vegetarisch

mo.-fr. 12–22.00 Uhr

sa. 10–18.00 Uhr

sonntags geschlossen

Telefon 02331/183947

AllerWeltHaus

Weltladen

**Kunsthandwerk, Lebensmittel
und Geschenkideen aus Fairem Handel**

mo.-fr. 10–13.30 Uhr

15–18.30 Uhr

sa. 10–16.00 Uhr

Telefon 02331/21410

AllerWeltHaus Hagen

Potthofstr. 22

Telefon 02331/21410

Email info@allerwelthaus.org

www.allerwelthaus.org

Spenden-Konto des AllerWeltHaus:

Kontonr. 103023003

Sparkasse Hagen, BLZ 45050001

AllerWeltHaus

Bücherei und Archiv

Sie haben Zugang zu:

120.000 Zeitschriftenartikeln

25.000 Büchern

3.000 Unterrichtsmaterialien

500 AV-Medien

Geöffnet fr. 16 - 19:30 Uhr

Weitere Termine nach Absprache unter

buecherei@allerwelthaus.org

www.archiv-awh.org

AllerWeltHaus

Kulturbüro

**Informationen zu Programm, Kursangeboten,
der Arbeit des AllerWeltHauses, Beratung
für Globales Lernen, Anmietung von Räumen**

mo.-do. 08–15.00 Uhr

fr. 08–13.00 Uhr

Telefon 02331/21410

Fax: 02331/183939

Email info@allerwelthaus.org

weltinfo im Jahresabonnement –

jetzt auch als PDF-Datei:

www.allerwelthaus.org

**Werden Sie Mitglied im AllerWeltHaus Hagen
e.V. und unterstützen Sie unsere Arbeit.**

Kontakt: info@allerwelthaus.org

Bio-Globalisierung

Kann Bio für alle ökologisch sein?

Was sie davon halten, dass es die Öko-Limo Bionade jetzt auch bei McDonalds gibt fragte der umweltpolitische Bundesverband für Erwachsenenbildung TuWas im Januar 2008 die LeserInnen seines Newsletters. 59% der Antworten begrüßten die Kooperation und verknüpften damit auch die Hoffnung, dass so ein Publikum erreicht wird, das man in den üblichen Bio- oder Öko-Einrichtungen nicht antrifft. Die Kritiker der Kooperation befürchten nicht nur einen ungerechtfertigten Image-Gewinn für den Burger-Bräter oder eine Verschlechterung der Qualität der Limo und der Arbeitsbedingungen beim



Hersteller. Ihre Kritik ist grundsätzlicher Natur: Der globale Vertrieb eines solchen Getränks kann nicht ökologisch sein, da nur regional erzeugte Produkte mit kurzen Transportwegen ökologisch vertretbar sind.

In einem Diskussionsforum des Greenpeace Einkaufsnetzes zum Thema Bio-Kost beim Discounter wurden ähnliche Bedenken geäußert. Es

meldeten sich aber auch GeringverdienerInnen, StudentInnen und Hartz IV BezieherInnen, denen es nur die Discounter-Preise ermöglichen, für sich und ihre Kinder gesunde Bio-Produkte zu kaufen.

Fest steht, dass der Bio-Markt boomt und dass die steigende Nachfrage z.Zt. nicht ausschließlich mit regionalen Produkten bedient werden kann. Die Diskussion um die Ökowerke bei ALDI, Lidl und Co. wirft aber auch die Frage auf, ob angesichts der globalen demographischen und ökologischen Entwicklung nicht eine Neuorientierung der Umweltbewegungen im 21. Jahrhundert erforderlich ist.

[Ulrich Korfluer]

Doppelt gut -

Bio im Fairen Handel



Natürlich ist es legitim, beim Kauf von Bio-Produkten zunächst an die eigene Gesundheit und das eigene Wohlbefinden zu denken.

Wer jedoch nicht möchte, dass Äcker zu artenarmen Agro-Steppen werden, dass Tiere als hochgezüchtete Fleischlieferanten in lichtlosen Hallen vegetieren, dass mit Kunstdüngern und Pestiziden die Böden vergiftet werden und dass die Landwirtschaft 15% zum Ausstoß der klimaschädlichen Treibhausgase beiträgt, kann auch aus ganz anderen Motiven zu Bio-Produkten greifen.

Weil ökologisch betriebene Landwirtschaft auf chemische Düngemittel verzichtet und weitgehend eigene Futtermittel einsetzt, verursacht sie 60% weniger Kohlendioxid-

Ausstoß als herkömmliche Höfe. Durch den schonenden Umgang mit dem Boden kann die stärkere Humusbildung als "CO² Senke bis zu 15% mehr Kohlenstoff im Boden binden.

Auch der Faire Handel, der in der Hauptsache für sozialverträgliche Arbeitsbedingungen kämpft, misst umweltverträglichen Produktionsweisen eine wichtige Bedeutung zu.

So verdeutlicht die Faire Woche 2008 mit dem Motto „Doppelt gut! Bio im Fairen Handel“, dass sich der Faire Handel und die ökologische Landwirtschaft gegenseitig verstärken. Eine nachhaltige Wirtschaftsweise ist eine wichtige Maßnahme für den Umweltschutz und den Erhalt der Lebensgrundlage der Be-



völkerung - nicht nur in den „Ländern des Südens“. Auch wenn der Faire Handel in erster Linie für wirtschaftliche und soziale Sicherheit und Gerechtigkeit steht, arbeitet er schon seit vielen Jahren so umweltverträglich und ökologisch wie möglich. Denn die Umstellung auf ökologischen Landbau ermöglicht den Erzeugern gesunde Arbeitsbedingungen und bietet neue Absatzperspektiven.

Seit über 20 Jahren gibt es Kooperationen zwischen dem Fairen Handel und der ökologischen Landwirtschaft. In den letzten Jahren ist die Anzahl von fair gehandelten Bio-Produkten in Weltläden und Supermärkten deutlich gestiegen: Bananen, Kaffee, Kakao,

Reis, Wein und Zucker sind hierfür gute Beispiele. Ihr Anteil liegt derzeit über 70 %.

Fair gehandelte Bio-Produkte stehen für eine sozial und ökologisch nachhaltige Entwicklung und Wirtschaftsweise. Sie tragen zu einer lebenswerten Umwelt bei und erfüllen bei den Erzeugern in den Entwicklungsländern und den Verbrauchern im Norden das Bedürfnis, Lebensmittel ohne Schadstoffe und ohne gentechnisch veränderte Organismen anzubauen und zu konsumieren.

Die Bio-Zertifizierung ist ein langwieriger Prozess, bedingt durch die geringeren Erträge und die Umstellungszeit von bis zu drei Jahren. Oft schafft erst der Faire Handel durch seine Mehrleistungen, wie professionelle Beratung und Qualitätssicherung, langfristige Handelsbeziehungen, direktere Vermarktung in den Fairen Handel und Fairtrade-Prämien, die Voraussetzungen zur Umstellung.

Aktuelle Themen, wie Klimawandel, Ernährungssicherheit und Gentechnik, fordern zum Handeln auf. Der Faire Handel schafft hier Perspektiven für die benachteiligten Kleinbauern und Arbeiter im Süden.

[Ulrich Korfluer]

Der Biomarkt

Wer hat welches Stück vom Biokuchen?

80 Prozent der Deutschen glauben, dass „Bio“ gesünder ist und besser schmeckt. Jährliche Zuwachsraten von 15 Prozent des Umsatzes von Naturkostwaren seit 2004 sind beeindruckend, machen zurzeit jedoch nur drei Prozent der in Deutschland konsumierten Esswaren aus. Ein kleiner, aber feiner Markt, der immerhin vier Milliarden Euro ausmacht. Zirka 32.000 Produkte tragen mittlerweile das von Renate Künast eingeführte Bio-Siegel, das Mindestbiostandards garantiert.

Marktforscher schätzen, dass in naher Zukunft jeder vierte Haushalt in Deutschland ganz oder überwiegend auf Bio umsteigen wird.

Lange waren es vor allem die einkommensstarken Teile der

Bevölkerung, die Bioprodukte kauften.

Nun sind Bioprodukte für verschiedene Käufer-schichten attraktiv geworden. Jede zweite Biomöhre wird mittlerweile bei Aldi verkauft. Bei Biokartoffeln sieht es noch drastischer aus: Die Albrecht-Brüder verkaufen fünfmal so viele Biokartoffeln wie der gesamte Naturkosthandel zusammen. Und auch die Supermärkte und Drogerien sind mit eigenen Biomarken längst auf den Trend aufgesprungen.

Tatsächlich darf man sich keinen Illusionen hingeben. Das Interesse der Discounter an den Ökolebensmitteln ent-



springt weder neu erwachter Menschenfreundlichkeit noch der Begeisterung für einen umweltschonenden Landbau. Sie zollen vielmehr einer gesellschaftlichen Entwicklung Tribut: Nicht nur der Preis soll stimmen, sondern auch die Qualität. Bio ist Lifestyle geworden. Marktforscher prognostizierten schon 2006:

„Der Verkauf über die Palette hat ihren Höhepunkt überschritten“. Vor dem Hintergrund dieser Umsatz bedrohenden Entwicklung reagierten viele Billiganbieter mit neuen Biosortimenten.

Die KundInnen nehmen das Angebot der Supermärkte und Discounter dankend an. Inzwischen wird in Deutschland die Hälfte der

Bioprodukte über den konventionellen Handel vertrieben.

Bei einzelnen Lebensmitteln ist es sogar schon weitaus mehr: So werden nach Angaben der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW 84 Prozent der Biobutter und 83 Prozent des Speisequarks in Discountern gekauft. Vom gesamten Kuchen bekommt der Naturkostfachhandel inklusive der Reformhäuser nur noch ein Drittel ab, 15 Prozent gehen an Hofläden und Wochenmärkte, den Rest verkaufen Fachgeschäfte wie Bäcker und Metzgereien

[Claudia Pempelforhi]



Billig Bio - wer zahlt den Preis?

Auch Der Einzug von Bio-Produkten in die Regale der Discounter hat zur Folge, dass der Handel Schwierigkeiten hat, der großen Nachfrage nach diesen Produkten gerecht zu werden.

Und je größer die Nachfrage nach erschwinglichen Bio-Produkten wird, desto mehr wird die Branche ähnlichen Zwängen unterworfen wie die konventionelle Landwirtschaft: Betriebe müssen größer werden und rationalisieren, wenn sie Discounter oder Supermärkte beliefern wollen. Auch auf Importe, z.B. von Futtermitteln, kann kaum noch verzichtet werden. Der kleine, idyllische Biohof ist kaum noch konkurrenzfähig, vor allem, wenn im Ausland billiger produziert wird.

„Billig-Bio gefährdet hohe Standards“, meint Dr. Peter Schaumberger, Geschäftsführer des Anbauverbandes Demeter. Er befürchtet, dass es zu einer Industrialisierung wie in der konventionellen Landwirtschaft kommen wer-

de - mit Großbetrieben, Massentierhaltung und langen Transportwegen. Nur eben mit weniger Chemie und ohne Gentechnik.

„Politik und Handelsketten sind selber Schuld an der derzeitigen Situation. Denn die Bio-Bauern haben nicht von der gestiegenen Nachfrage profitieren können“, sagt Greenpeace-Agrarexperte Martin Hofstetter. „Die großen Handelsketten arbeiten auch im Biobereich mit harten Bandagen und haben die Erzeugerpreise bisher gedrückt. Die Agrarpolitiker haben gleichzeitig Beihilfen für Bio-Bauern zusammengestrichen, daher fehlten finanzielle Anreize zur Umstellung auf ökologische Wirtschaftsweise.“





Die Kunden der großen Handelsketten wiederum trauen dem ökologischen Frieden nicht. Jahrelang wurden sie mit hohen Preisabschlägen in die Discounter gelockt, um ihre Haushaltskasse zu schonen. Jetzt soll man ausgerechnet dort saubere und hochwertige Lebensmittel aus biologischem Landbau bekommen? Genährt werden die Echtheitszweifel durch Meldungen über ausverkaufte Getreidespeicher, Gemüse- und Obstlager. Viele Verbraucher beschleicht angesichts dieses Mangels ein ungutes Gefühl - je größer der Markt und je knapper das Angebot, desto mehr lohnt sich Betrug. Joachim Banzhaf, Kontrolleur von Biobetrieben und Mit-

arbeiter des Zertifizierers IMO, meint dazu, dass er in seiner 20-jährigen Tätigkeit „kaum jemand getroffen habe, der aus betrügerischer Absicht gegen die Regeln verstoßen habe.“

Wer also seiner Gesundheit einen Gefallen tun will, scheint mit Bio fast immer auf der sicheren Seite zu sein, egal wo er kauft.

Trotzdem ist es natürlich eine Überlegung wert, ob man mit seinem Bio-Einkauf Aldi, Lidl oder Rewe zu noch mehr Geld verhelfen möchte. Schließlich hat es der Verbraucher selbst in der Hand, ob eine ökologische Landwirtschaft im Haifischbecken des konventionellen Handels ihre Werte wahren kann. Sicher ist: Wer dem Bio-Landbau helfen will, aus der Nische zu kommen, kauft Bio - allerdings nicht unkritisch. Hinschauen und nachfragen ist erlaubt. Ein Telefonat mit der Handelszentrale oder das Surfen im Internet kann über den Ursprung der Lebensmittel Aufschluss geben. Und man muss sich ja nicht nur vom Preis leiten lassen. Denn eines zeigt der Bio-Boom gewiss: Der Handel bietet an, was die Verbraucher haben wollen.

[Thomas Schmikowski]

Grüne Zukunft

Neue Denkansätze in der Umweltbewegung

Macht der Kauf von Bio-Produkten die Welt besser? Das ist eine Frage der Betrachtungsweise. Die Vertreter des ‚WorldChanging‘ - Ansatzes sagen: Selbst Millionen zusätzlicher Ökokonsumenten werden die Lage nicht verbessern. „Kleine Schritte sind gut,“ sagt Umweltjournalist Alex Steffen, Vordenker von ‚WorldChanging‘, „aber nicht ansatzweise ausreichend, weil sie die äußerst kurzfristig geplanten Systeme und Infrastrukturen, die unser Leben bestimmen, nicht transformieren. [...] Was wir benötigen, scheint mir eine globale Bewegung von intelligenten Menschen zu sein, die die Systeme, in die wir eingebet-

tet sind, verstehen; die aktiv nach besseren Modellen suchen, welche die alten ersetzen können, und die ausgesprochen geübt darin sind, die Visionen, nach denen sie handeln, an ihre Mitbürger zu kommunizieren.“

Mit dieser Philosophie eines umfassenden, radikalen Umbaus menschlicher Produktionsabläufe und Organisationsformen ist ‚WorldChanging‘ ein Beispiel für das grüne Denken der Zukunft. Die sog. ‚Bright-Green-Bewegung‘ distanziert sich dabei bewusst von den traditionellen spirituellen und ethischen Motiven der Umweltbewegung. Ihr geht es ganz nüchtern um die Neugestaltung der materiellen Basis der menschlichen Gesellschaft. Das neue Modell soll eine erheblich höhere ökologische Nachhaltigkeit aufweisen und jedem auf dem Planeten ein hohes Wohlstandswachstum bieten. Erreicht werden soll dies u.a. durch die allumfassende Einrichtung geschlossener, abfallfreier Produktions- und Konsumkreisläufe.

[Thomas Schmikowski]





Pelmkestraße 14
02331/33 69 67
www.pelmke.de

DO 02.10. 20 UHR

10. Hagen Rocks Party
AK 5,-/VVK 4,-

SA. 11.10. 19:30 UHR

Hagener Nacht der Jazzgi-
tarren
AK 8,-/VVK 6,-

DO 16.10. 19 UHR

Sonja Eismann - Hottopic
Popfeminismus heute
Lesung
AK 5,-

FR 17.10. 20:00 UHR

Wednesday Night Heroes
+ Last Advice + Misfit So-
ciety
Punk Konzert
AK 8,-/VVK 6,-

Wenn Sie Interesse haben an der Arbeit des Nord-Süd-Forum Hagen, der "Kampagne für saubere Kleidung" oder an einem Vortrag zum Thema "Fairer Handel", können Sie sich gerne an das Kulturbüro des AllerWeltHauses wenden:
Tel.: 02331/21410
E-Mail: info@allerwelthaus.org

Bildnachweis:

- Pressestelle TransFair (anuga03)
www.transfair.org
- Pressestelle Innovationspreis Bio-Lebens-
mittel-Verarbeitung München Tel 089
746308-35?Fax 089 18979198?E-Mail
laue@modemconclusa.de

Literaturangaben zu dieser Ausgabe:

Forum Fairer Handel
Doppelt gut! Bio im Fairen Handel
<http://www.faire-woche.de>

Grimm, Fred
Shopping hilft die Welt verbessern
München 2006

Greenpeace-Einkaufsnetzwerk
Wer bedient den Bio-Boom
<http://de.einkaufsnetz.org/verbraucher-themen/21538.html>

Greenpeace-Einkaufsnetzwerk
Billig-Bio für alle?
<http://de.einkaufsnetz.org/verbraucher-themen/19666.html>

natur & kosmos 3/08

**Umweltbewegungen im 21. Jahr-
hundert**
www.lohas.de

Wir danken für die freundliche Unterstützung: ABP der Ev. Kirche, BMZ, EED, Ev. Landeskirchen Rheinland und Westfalen-Lippe, Kulturstadamt der Stadt Hagen, Misereor, MGFFI, SUE-NRW, Sponsoren, VHS-Hagen

Impressum

AllerWeltHaus Hagen e.V.
58095 Hagen . Potthofstr. 22
Tel. 02331-21410
Fax 02331-183939

Redaktion: U. Korfluer,
C. Pempelforth, T. Schmikowski
Erscheint in jedem Quartal
Auflage: 1500 auf Recyclingpapier
Druckerei: kju:bus Druck Hagen
Nachdruck erwünscht
Basis-Entwurf:
oundmdesign, Wuppertal
DTP: U. Korfluer

33. Aller Welt Bazaar

Inspirationen
aus dem Vorderen Orient

Sa 1. - So 9. November

täglich 10 - 18 Uhr



Das Hagener Fachgeschäft für Fairen Handel im AllerWeltHaus lädt herzlich ein, sich fairzaubern und fairführen zu lassen:

- wunderschöne Schals und Tücher von Guatemala bis Thailand
- zauberhafter Schmuck von Peru bis Indonesien
- traditionelle Skulpturen von Tansania bis Indien
- vorweihnachtliche Dekorationen aus aller Welt
- und leckere Köstlichkeiten für jeden Geschmack

Eintritt frei



AllerWeltHaus