

Lämmchen, Zicklein und Ferkel sind Stars der «Natur»

Auf dem Aussengelände der Messe herrscht Bauernhof-Atmosphäre

MARTINA RUTSCHMANN

Die «Natur» im Kongresszentrum bietet einen Überblick über alles, was mit unserer Umwelt zu tun hat – Pflanzen, Lebensmittel, Kleider. Und an der Messe grasen Tiere, die es vielleicht bald nicht mehr gibt.

Da steht ein grosser Mensch auf dem Strohweg. Macht nichts, denkt sich die Ziege – und rammt das menschliche Wesen. Die Ziege ist der Boss hier, auch sie ist gross. Sie ist das grösste Tier im Gehege. Aber sie fällt weniger auf als die kleinen Artgenossen: In dieser Arena sind sie die Stars.

Die Zicklein, die auf einen Strohballen klettern, wieder herunter klettern und – schwups – auf dem nächsten Strohhaufen stehen. Die Ferkel, die sich nicht von menschlichen Streichel-einheiten beeindrucken lassen und sich lieber an ein Lämmchen schmiegen. Die Lämmchen selber, die sich, wenn sie Ruhe brauchen, ans Fell des Lamms kuscheln. Und die Kaninchen, die auf dem Stroh hocken, schauen und sonst nichts tun müssen, um dem Publikum ein «Jöh» zu entlocken.

NEBEN DER STRASSE. Von der Natur-Messe im ersten Stock des Kongress-zentrums führt ein Weg nach draussen. Dorthin, wo die Autos von der Riehenstrasse langsam in den Kreisel fahren und dann wieder Gas geben. Zwischen Strasse und Kongresszentrum befindet sich ein kleines Stück Natur. Sonst fällt dieses kaum auf, so klein ist es. Seit Donnerstag aber zieht es alle Blicke auf sich. Das Stück Natur ist zu einem kleinen Bauernhof geworden. Hier riecht es nach Tier. Entsprechend viel Arbeit hat Stephan Thalmann. «Ich bin die ganze Zeit dabei, das Ge-

hege auszumisten», sagt der Bauer. «Ich bin sozusagen der Mister hier.» Dieser Job ist nicht ungewöhnlich für ihn: Zusammen mit seiner Familie betreibt er einen Bauernhof in Aeschi im Berner Oberland. Dieser Bauernhof ist auch Erlebnishof – und im Moment zu Gast an der Natur.

GLÜCKLICHES LEBEN. Der Streichel-zoo kommt nicht nur bei Kindern gut an. Eine ältere Dame etwa kommt aus dem Gehege und sagt: «Toll, jetzt habe ich zum ersten Mal eine Sau gestreichelt.» Überhaupt gefalle ihr die Messe mit ihren achtzig Ausstellern. Auch die «unechte Natur» in der Halle, wo die Besucher im «Naturama» an Rohren Natur riechen und sich mittels eines «Grillophons» die verschiedenen Zirp-Geräusche von Grillen anhören können. «Aber am besten gefällt es mir hier draussen – hier, wo es lebt», sagt die Frau. Sie weiss aber: Manches, was hier lebt, ist in Wirklichkeit vom Aussterben bedroht.

Die Stiftung «Pro Specie Rara» hat Nutztiere an die «Natur» gebracht, von denen es nur noch wenige gibt. Das Wollschwein etwa, über das hier zu erfahren ist, dass es «effizient mithelfen kann, Brombeerhaine zu bekämpfen». Oder das Rätische Grauvieh, das Anfang des 20. Jahrhunderts das Braunvieh verdrängt hat. Daneben weidet das Heidelandschaf Skudde, das sich durch leichte Geburten auszeichnet. Anders als die Tiere des Erlebnishofes weilen die vom Aussterben bedrohten in separaten Gehegen. Das derzeitige Miteinander ist allerdings auch für Stephan Thalmanns Tiere eine Ausnahme. Trotz Erlebnishof sei sein Hof ein normaler Bauernhof – mit allem, was dazugehöre. Auch diese Tiere



Argus Ref 26322358

würden einmal geschlachtet. «Aber jetzt führen sie ein glückliches Leben.»



Was das bedeutet, wird auf dem kleinen Stück Natur neben der Riehenstrasse ersichtlich: Hier leben die Kaninchen in einer «Villa» auf drei Etagen, die sie über eine Treppe erreichen können. Thalmann: «So haben sie genug Bewegung.» Und für die Lämmchen, Ziegen und Schweine gibt es eine Ruhezone. Auf einem Schild davor heisst es: «Ab hier nur Fell oder Federn.» Letztere sind hier allerdings keine zu sehen. Thalmann bedauert, die Hühner aufgrund der Vogelgrippe-Bestimmungen zu Hause gelassen haben zu müssen. «Ihr Gackern ist einfach köstlich», sagt er. Den Besuchern fehlen die Hühner nicht. Sie freuen sich über die restliche Natur.

Die Messe dauert bis und mit Sonntag.

> www.natur.ch



Zu Gast. Für die «Natur» sind diese Tiere vom Berner Oberland gekommen. Foto Pino Covino

Ohne die Konzerne geht es nicht

Ökologisches und soziales Engagement von Unternehmen nimmt zu

DIETER BACHMANN

Wenn Nahrungsmittelmultis auf grün machen, wird ihnen das nicht immer abgenommen. Am Kongress anlässlich der Messe Natur in Basel mit gegen 600 Teilnehmern war dies eines von vielen Diskussions-themen.

«Es ist nicht glaubwürdig für diesen Anlass, dass wir in der Kaffeepause Nespresso trinken», rief am Freitagmorgen ein Teilnehmer des Natur-Kongresses in den Saal. Wie er konnten sich auch andere Teilnehmer umweltfreundlichere Formen des Kaffeetrinkens vorstellen als Kapseln aus Aluminium – noch dazu hergestellt von einem multinationalen Konzern. Einer der Organisatoren stellte darauf hin klar, dass es sich um eine spezielle Sorte handle, bei welcher im Herkunftsland auch ökologische und soziale Faktoren berücksichtigt würden.

Der Wortwechsel veranschaulicht im Kern, worum es an der Tagung im Kongresszentrum ging: Wie ist Wachstum möglich ohne Zerstörung der natürlichen Ressourcen? Oder, auf den Kaffee und andere Produkte bezogen: Wenn Konzepte wie «Bio» oder «fairer Handel» bei Grosskonzernen Einzug halten, bringt dies eine Abschwächung des ursprünglichen Gedankens (Schutz der Umwelt, Unterstützung der Produzenten) – oder ist diese Entwicklung für eine Breitenwirkung zwingend nötig?

KONSUMENT VERWIRRT. Entscheidend wird letztlich das Konsumverhalten sein. «Der Kunde muss sich heute anstrengen, um den Überblick über sämtliche Labels und deren Bedeutung zu behalten», sagte Konsumentenschützerin Jacqueline Bachmann auf einem Podium an der Tagung. Problematisch seien Labels, welche einen ökologischen Vorteil bloss vorgaukeln, dieser

jedoch lediglich darin bestehe, «dass nur das zweitgiftigste Pestizid» eingesetzt wird. Bei publizitäts-, aber nicht ökologisch wirksamen Massnahmen spricht man von «Greenwashing».

Martin Rohner, Geschäftsführer der Max-Havelaar-Stiftung, ist selbst von den verwässerten Standards der Konzerne betroffen. Nämlich dann, wenn diese seine fair gehandelten Produkte kannibalisieren, bei denen Kleinbauern einen garantierten Aufpreis erhalten. Er weist auch darauf hin, dass multinationale Konzerne mehr Mittel haben, um für eine optimale Positionierung im Ladenregal oder für das Marketing zu bezahlen. Rohner nennt keine Namen. Es ist aber bekannt, dass sich etwa Chiquita in den letzten Jahren mit einer aufwendigen Imagekampagne und Verbesserungen in den Herkunftsländern als «guter» Produzent zu positionieren versucht hat – sodass der Bananenkäufer in jedem Fall das Gefühl hat, etwas Gutes getan zu haben.

KEINE BERÜHRUNGSÄNGSTE. Anders liegt für den Havelaar-Chef der Fall eines von Nestlé in Grossbritannien lancierten löslichen Kaffees, der tatsächlich aus fairem Handel stammt («Partners Blend»). «Das macht mir keine Angst», sagt Rohner, er hoffe vielmehr, dass es der «Beginn eines Dialogs» mit Fairtrade-Organisationen sei. Zumindest in der Schweiz habe Havelaar jedoch keine konkreten Projekte mit Nestlé am Laufen.

Hilary Parsons, die bei Nestlé Grossbritannien für soziale Unternehmensverantwortung zuständig ist, gibt sich zurückhaltend. «Der Fairtrade-Kaffee war erst gar nicht als solcher geplant – wir waren am Aufbau einer nachhaltigen Sorte und sind dann von der englischen Fairtrade Foundation angefragt worden, einen Versuch zu wagen.» Kritikern, welchen die Kombination



Argus Ref 26322511

«Nestlé» und «fair» sauer aufstösst, hält sie entgegen: «Zertifiziert werden einzelne Produkte, nicht Firmen.»

Auch dass sämtlicher Kaffee in den Schweizer McDonald's-Filialen Havelaar-zertifiziert ist, mag auf den ersten Blick seltsam anmuten. Für Rohner ist jedoch klar, dass fairer Handel möglichst vielen Produzenten zugute kommen soll und deshalb eine Steigerung der Absatzmenge wichtig ist. Bei der Kaffeehauskette Starbucks ist bisher nur ein Teil der Kaffeemenge «fair».

Hans-Peter Egler vom Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) weist darauf hin, dass etwa im Bereich Kakaoanbau noch einige Probleme bezüglich Arbeitsbedingungen bestehen, die ohne die Mitarbeit der grossen Firmen nicht gelöst werden können. Im Kakaoanbau ist Kinderarbeit noch stark verbreitet.

SCHUB DANK GROSSVERTEILER. Unumstritten ist auch die Tatsache, dass die einst von Pionieren lancierten Nischen «Bio» und «fairer Handel» weltweit ohne den Einsatz der Grossverteiler nie ein so starkes Wachstum wie in den letzten Jahren an den Tag gelegt hätten. Allerdings: Im Vergleich zum gesamten Schweizer Lebensmittelumsatz von über 40 Mrd. Fr. sind die Umsätze von Bio-Knospe- (2005: 1,1 Mrd. Fr.) und Max-Havelaar-Produkten (2005: 220 Mio. Fr.) nach wie vor bescheiden.

Definitiv die Nische verlassen hat Fairtrade bei den Bananen mit einem Marktanteil von gut 50%. Beim Kaffee sind es nur rund 6% – ein Wert, der sich in den letzten Jahren kaum mehr bewegt hat.

Weiterführende Links zum Thema Labels und deren Einschätzung sind zu finden unter:

> www.baz.ch/go/label



Reif für einen Wandel. Umwelt- und Arbeitsbedingungen im Kaffee-Anbau. Foto Keystone