

DAS MAGAZIN
FÜR BIO UND
NACHHALTIGKEIT

verde

N° 03 SEP. 2012



Bio-Obst: verführerische Früchtchen

Bio-Milch:
vom Bauern nebenan

Michael Bilharz:
innovativer
Konsumratgeber



- ▶ **03** EDITORIAL
- 03** IMPRESSUM
- 06** A TAVOLA
- 15** KOLUMNE
- 27** STATISTIK
- 30** LESERFORUM
- 46** MEINE WELT

08

▶ **BIO-OBST**
Eine Reise ins Wallis zu Olivier Cordey.

16

▶ **ZU GAST BEI ...**
Rita und Reto Weber in Luzern.

22

▶ **BÜNDNER-FLEISCH**
Die Kunst, Bio-Trockenfleisch herzustellen.

31

▶ **TAT-SACHEN**
Zahlen und Fakten zum nachhaltigen Konsum.

32

▶ **BIO-MILCH**
Vor der Haustüre produziert: Milch aus der Region.

36

▶ **INTERVIEW**
Buchautor Michael Bilharz über Key Points für die Nachhaltigkeit.

40

▶ **MODE**
Die Naturaline Herbstmode präsentiert sich in warmen Rot- und Brauntönen.

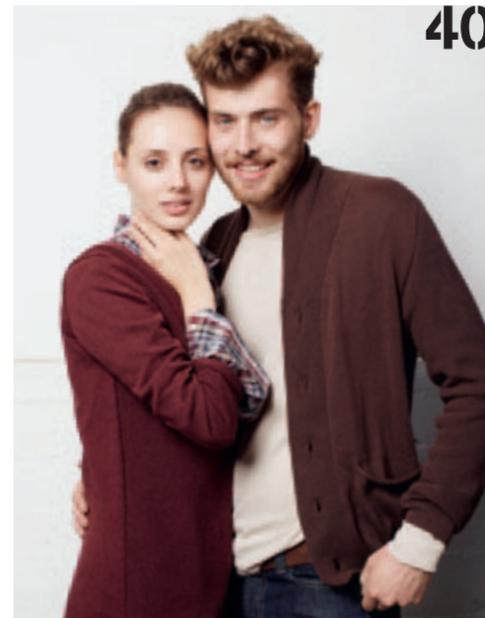
▶ **Verde kann gratis**
[unter www.coop.ch/verde](http://www.coop.ch/verde)
oder per Mail unter verde@coop.ch
als Abonnement
bestellt werden.



BIRNE HORTENSIA
Pflückreif Ende September



32



40



36



Verde wird in der Schweiz auf heimischem FSC-zertifiziertem Papier gedruckt. Dieses schont die Umwelt durch einen hohen Anteil an Altpapier aus regionaler Haushaltsammelware und Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft.

▶ **www.coop.ch/verde**
TITELFOTO:
H. R. Rohrer

Das Rezept
«Zwetschgen-Pie»
finden Sie auf
www.coop.ch/verde

www.coop.ch/verde



REZEPT

«Durch den Kauf von alltäglichen Bio-Produkten erreicht man enorm viel.»

Nicht kleckern, sondern klotzen: Michael Bilharz, Sozialwissenschaftler und Autor, schlägt einen nachhaltigen Konsum vor, bei dem nicht Verzicht an oberster Stelle steht.

Text Birgitta Willmann Foto Özgür Albayrak

Herr Bilharz, Ihrer Meinung nach ist es schon heute realistisch, dass wir unseren Prokopf-CO₂-Verbrauch von über 11 Tonnen auf 1 Tonne pro Jahr reduzieren.

Das geht doch nicht, oder?

Ja und nein. Ein Lebensstil mit 1 Tonne CO₂ funktioniert heute in der Schweiz nicht. Das wäre ein radikaler Ausstieg aus der Gesellschaft. Allein unsere Infrastruktur frisst ja bereits rund 1 Tonne im Jahr, die Ernährung noch einmal 1,5 bis 2 Tonnen. Selbst Vorzeige-Ökos liegen «noch» bei rund 6 Tonnen CO₂-Verbrauch im Jahr.

Ja und nein?

Was heisst das, geht es doch?

Da ist natürlich ein Trick dahinter. Klimapolitisch ist es egal, wo das CO₂ eingespart wird, wichtig ist, dass die Gesamtemission zurückgeht. Als einzelner Mensch kann ich zwar Massnahmen ergreifen, indem ich mein Auto bewusster einsetze oder mein Haus wärmedämme. Was aber oft vergessen wird und meist viel mehr bringt, sind CO₂-Einsparungen bei anderen Dingen. Ich rede da von

Kompensationszahlungen, von Investitionen in erneuerbare Energien, ich rede über politisches Engagement, und dazu gehört auch die CO₂-Einsparung in grossen industriellen Betrieben. Da sind CO₂-Einsparungen von 10 Tonnen und mehr schon heute relativ einfach möglich.

Sie sind also dafür, dass man nicht kleckert, sondern klotzt?

Genau. Ich unterscheide zwischen Peanuts, also kleinen Massnahmen, die sich theoretisch leicht im Alltag umsetzen lassen, und Big Points. Zu den Peanuts gehören etwa Licht ausschalten, weniger Auto fahren oder die Heizung nicht zu hoch drehen. Gute Sachen, die aber in der Realität nur wenig CO₂-Reduktion bringen. Dagegen stehen die Big Points, also Massnahmen, die wirklich greifen und um ein Vielfaches CO₂-Reduktionen herbeiführen. Hier reden wir über Flugreisen, Automobilität, die Grösse der Automobilität, die Grösse der Wohnung, aber auch über Dämmstandard oder Ernährungsverhalten. Wenn Sie diese Big Points anschauen, dann hat das in einigen Punkten mit Verzicht zu tun. Und ich

glaube nicht daran, dass die Leute verzichten wollen.

Was schlagen Sie vor?

Mein Ansatz setzt nicht auf Verzicht. Im Winter keine Erdbeeren zu kaufen, kein Auto zu fahren und nicht mehr mit dem Flugzeug zu verreisen, ist sicher sinnvoll – aber in unserer heutigen Gesellschaft als Massstab für alle nicht durchsetzbar. Wer das fordert, bleibt ein Prediger in der Wüste. Ich setze auf etwas anderes, nämlich auf die Massnahmen, die sofort und schmerzfrei greifbar und realisierbar sind. Ich nenne das die Key Points des nachhaltigen Konsums.

Also die Massnahmen, die wirklich greifen.

Und wo finden wir die?

Die finden wir unter den Big Points. Es sind aber solche, die nicht mit Verzicht assoziiert werden. Solche, die Trendcharakter haben und auf breite Akzeptanz stossen. Dann reden wir von erneuerbaren Energien, wir reden über Wärmedämmung, über Bio-Lebensmittel, Carsharing oder über energieeffiziente Autos.



Sie glauben wirklich, dass die Leute weniger Auto fahren wollen?

Nein, die Leute wollen nicht weniger Auto fahren. Aber deshalb sage ich ja Carsharing. Denn wer einmal die Vorteile des Carsharings erfahren hat, wird sehr schnell merken, wie angenehm das ist. Man hat immer ein Auto zur Verfügung, muss sich aber nicht selbst darum kümmern. Und plötzlich fährt man tatsächlich weniger Auto, weil Carsharing zu einer vernünftigeren Verkehrsmittelwahl führt.

Ihr Ansatz ist ausserordentlich pragmatisch.

Im Prinzip ist das betriebswirtschaftliches, strategisches Denken. Ich habe an der Hochschule St. Gallen Betriebswirtschaft studiert. Wenn ich etwas erreichen möchte, muss ich die Kräfte nutzen, die ich habe. Und ich muss schauen, wo ich Barrieren aufbrechen kann. Der Bereich erneuerbare Energien zum Beispiel ist deswegen interessant, weil ich als Kleinanleger in Wind- und Solaranlagen investieren kann. Eine boomende, finanziell attraktive Branche. Und plötzlich finden sich ganz neue, kreative Wettbewerber in dieser verkrusteten Branche mit den fossilatomaren Dinosauriertechnologien.

Das klingt fast, als wollten Sie die Leute mit Profit ködern.

Warum nicht? Auch der Windanlagenhersteller will Geld verdienen, auch die Solarindustrie will Geld verdienen, das ist inzwischen Big Business. Indem ich nun als Konsument mein Geld in diese Branche investiere, mache ich zugleich etwas für den Klimaschutz und bin – ohne es zu merken – Teil des gesellschaftlichen Wandels. Für diesen

schleichenden, politischen Prozess braucht es erst einmal gar nicht die breite, sondern nur eine kleine, aber kritische Masse.

Sie rennen offene Türen ein?

Ja – ich suche die offenen Türen, ich benenne sie. Wir können versuchen, mit dem Kopf durch die Wand zu gehen und die Leute zu etwas zwingen zu wollen wie die Grünen damals in Deutschland mit ihrem Vorschlag, 5 Mark pro Liter Benzin zu verlangen. Mit solchen Sachen scheitert man grandios. Was wir aber machen können, ist die offenen Türen suchen. Die Leute sollen uns nachfolgen und neugierig werden.

Gibt es auch einen Bereich, in dem dieser Weg nicht möglich ist?

Ja, wo man sich etwas überlegen muss, ist zum Beispiel beim Fleischkonsum; dort müssen wir auch über eine Reduktion nachdenken.

Und wie steht es mit dem Konsum von Bio-Lebensmitteln generell?

Das ist doch ein sehr positives, leicht umzusetzendes Beispiel. Mit dem Kauf von Bio-Produkten erreichen Sie nur schon mit dem, was Sie ohnehin kaufen müssen, enorm viel. Sie stärken zum Beispiel eine neue Agrarlobby. Die Agrarpolitik ist ja in jedem Land das Verfilztteste, was es gibt. Durch den Bio-Konsum kommen plötzlich neue Akteure auf den Plan. Und es hat ganz direkte Auswirkungen auf die Umwelt: weniger Kunstdünger, weniger verschmutztes Wasser durch weniger Pestizide und eine bessere Tierhaltung. Und es ist so einfach – man muss beim Kauf nur auf ein kleines Label achten, das ist alles.

Ist die Gesellschaft reif für diese Form der Eigenverantwortung?

Das Tolle an meinem Ansatz ist, dass ich gelassen bleiben kann. Ich muss mich nicht verausgaben, wenn manche Leute immer noch ihre Wäsche bei 95 Grad waschen und mit dem Auto zum Briefkasten fahren. Das sind Peanuts, über die ich nicht streiten muss. Wenn wir Veränderungen erreichen wollen, müssen wir bei den grossen Dingen mit Herzblut an die Sache gehen. Leuten mit einem hohen Einkommen sage ich: «Mensch, du hast dein Geld immer noch bei den Grossunternehmen und -banken liegen, warum investierst du nicht einmal in einen Nachhaltigkeitsfond? Warum keine Direktinvestition in Windenergie? Das ist eine vernünftige Rendite und zugleich eine gute Sache für den Klimaschutz.» Da lohnt es sich zu diskutieren. _

MICHAEL BILHARZ, geboren 1972, hat mit seinem Buch «Key Points nachhaltigen Konsums» Aufsehen erregt. Sein Motto lautet: «VON PEANUTS ÜBER BIG POINTS HIN ZU KEY POINTS NACHHALTIGEN KONSUMS.» Der promovierte Wissenschaftler hat Pädagogik, Soziologie und Sozialwissenschaft unter anderem an der Technischen Universität München und der HSG St.Gallen studiert und war für diverse Forschungsprojekte zu NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION UND NACHHALTIGEM KONSUM verantwortlich. Seit 2008 arbeitet er für das deutsche Bundesumweltamt in Dessau, mit Schwerpunkt auf VERBRAUCHERAKTIVIERUNG UND FÖRDERUNG NACHHALTIGEN KONSUMS.



Verdecard: nachhaltige Kreditkarte und Supercard in einem.

- Mit der Verdecard weltweit bargeldlos bezahlen.
- Bei Coop und den Supercard Partnerfirmen Superpunkte sammeln.
- 0,5% des Kartenumsatzes* fliessen direkt in zwei nachhaltige Projekte des WWF – ohne zusätzliche Kosten für den Karteninhaber.
- Die Jahresgebühr von Fr. 69.– ist mit Superpunkten bezahlbar.

Kartenanträge und weitere Informationen erhalten Sie bei Coop und unter www.coop.ch/verdecard

* Ausgenommen Gebühren, Zinsen, Bargeldbezüge, Rückbelastungen und Ausstände.