

## Nachhaltigkeit durch Regionalität? Pro und Contra



Der folgende Text stammt aus der Printausgabe Forum Wirtschaftsethik 2/2015

Regionale Lebensmittel liegen im Trend. Kaum eine Supermarktkette, die keine Marke für regionale Produkte in ihr Sortiment aufgenommen hat. Selbst Discounter werben mit 'Tomaten aus Franken' oder 'Spargel aus Deutschland'. Regionale Lebensmittel geben dem Verbraucher das gute Gefühl, ländliche Strukturen in der Region zu unterstützen und durch kurze Transportwege das Klima zu schonen. Doch inwieweit hält dieser Trend was er verspricht? Ist regionale Vermarktung gleichzusetzen mit nachhaltiger Produktion? In unserer Rubrik 'kontrovers' nehmen Professor Marianne Penker, die sich für den ökologischen und gesellschaftlichen Nutzen regionaler Lebensmittel ausspricht, und Professor Elmar Schlich, der die Ökobilanz regionaler Lebensmittelproduktion kritisch aufrechnet, dazu Stellung. (Johanna Jauernig)

### **Nachhaltigkeit durch den Kauf regionaler Lebensmittel**

Marianne Penker

Galten früher exotische Speisen als Statussymbol, ist heutzutage der Kauf regionaler Lebensmittel Ausdrucksform eines nachhaltigen Lebensstils. Quer durch Europa beruht der Trend zu regionalen Lebensmitteln auf sehr ähnlichen Kaufmotiven: Qualität, Frische, Geschmack, Natürlichkeit und Gentechnikfreiheit, Transparenz und Vertrauen in die Produktion, Unterstützung der regionalen (Land-) Wirtschaft, Umweltschutz und Landschaftserhaltung. Neben räumlicher und sozialer Nähe fördern regionale Qualitätsstandards die Produktion regionscharakteristischer, identitätsstiftender, an die regionalen naturräumlichen und sozio-kulturellen Verhältnisse angepasster Lebensmittel. Damit versprechen regionale Lebensmittel Nachhaltigkeitseffekte, die weit über Umweltaspekte hinausgehen: Ernährungssouveränität, Identität, Vielfalt an Nutzierrassen, Kulturpflanzensorten und Landschaftsformen, eine Buntheit regionstypischer Spezialitäten und identitätsbildender Ernährungsstile, aber auch die Erhaltung von Produktionsstrukturen und -fertigkeiten, um für Krisenzeiten vorzusorgen.

Regionale Lebensmittel werden oftmals als Gegengewicht zu Standardisierungs- und Homogenisierungsprozessen in der internationalen Lebensmittelindustrie verstanden. Wer schätzt nicht die Vielfalt regionaler Ess- und Speisekulturen, die auf Reisen Einblick in die Traditionen anderer Länder und Regionen eröffnen? Damit diese Vielfalt an Speisekulturen sowie die damit in Zusammenhang stehenden Fertigkeiten, Produktionsmethoden und -strukturen erhalten bleiben und sich weiter entwickeln können, braucht es aber kritische KonsumentInnen, welche regionale Lebensmittelqualität schätzen und einfordern. Zudem darf nicht

vergessen werden, dass auch die Landschaftsvielfalt davon geprägt ist, welche Lebensmittel in welcher Region produziert werden. Was wäre die Lüneburger Heide ohne Heidschnucken, das Allgäu ohne Milchkühe und Käse, die Wachau ohne Weinterrassen und Veltliner? Unsere Identität in einer globalisierten Gesellschaft bindet sich oftmals genau an diese regionstypischen Nutztierassen, Speisekulturen und Landschaftsstrukturen.

Dass regionale Lebensmittel sehr unterschiedlich definiert werden, veranschaulichen vier überlappende, teilweise auch widersprüchliche Definitionsinhalte:

- KonsumentInnen bevorzugen Produkte, die in der Nähe produziert und verarbeitet wurden; Nähe definieren sie über - einen bestimmten Umkreis (z.B. max. 50 oder 100 km), - die Länge der Transportwege entlang der Wertschöpfungskette oder - die Zugehörigkeit zum selben sozio-kulturellen Identifikationsraum (z.B. Bundesland). - Sie kaufen Lebensmittel mit Herkunftsnachweis, deren Qualität durch die naturräumlichen Bedingungen sowie die Anbau- und Verarbeitungstraditionen einer konkreten, allenfalls weit entfernten Region geprägt sind und von den dortigen ProduzentInnen gemeinschaftlich weiterentwickelt wird (z.B. rechtlich geschützte Herkunftsbezeichnungen wie Allgäuer Bergkäse, Schweizer Gruyère oder Steirisches Kürbiskernöl).
- Sie beziehen Lebensmittel von ProduzentInnen, die ihnen sozial nahe stehen (z.B. Spezialitäten der befreundeten Bäuerin am Urlaubsort).
- Sie beziehen Lebensmittel, bei denen sie bezüglich Produktion, Verarbeitung und Vertrieb mitsprechen und selbst aktiv werden können (Lebensmittelkooperativen, Solidarische Landwirtschaft, Urban Gardening).

Trotz dieser begrifflichen Unschärfe lässt sich belegen, dass regionale Lebensmittel an Bedeutung gewinnen, wie etwa eine Umfrage von 1.000 VerbraucherInnen in Deutschland, der Schweiz und Österreich zeigt (Kearney 2014):

- Über 80% der Befragten kaufen mehrmals im Monat regionale Lebensmittel (im Vorjahr: 72%). - Über 60% tun dies sogar wöchentlich (im Vorjahr: 48%). - Der Anteil der VerbraucherInnen, bei denen regionale Lebensmittel einen Anteil von 20% und mehr am Warenkorb ausmachen, ist innerhalb eines Jahres um 10% gestiegen.
- Bietet man deutschen, österreichischen oder Schweizer VerbraucherInnen wahlweise einen Apfel der Güteklasse I aus Übersee und einen Apfel der niedrigeren Güteklasse II aus der Region an, bevorzugen 86% den Apfel aus der eigenen Region. **Ist der Regional-Trend Ausdruck**

#### **eines nachhaltigen Lebensstils?**

KäuferInnen regionaler Produkte geben oft an, die regionale Landwirtschaft und das regionale Lebensmittelgewerbe unterstützen zu wollen. Das trägt nicht nur zu der oben erwähnten Landschafts- und Speisevielfalt bei, sondern erhöht auch die Robustheit der Region in Krisen. Ergänzend zur Einbettung in einen gemeinsamen Markt, reduziert die Erhaltung der regionalen Produktionsflächen, -strukturen und -fertigkeiten die Verwundbarkeit der Lebensmittelversorgung bei Pandemien, Kriegen, Terroranschlägen oder internationalen Lebensmittelskandalen.

Angesichts der oftmals beklagten Intransparenz, mangelnder Kontrollier- und Steuerbarkeit langer anonymer Wertschöpfungsketten, versprechen kurze, regional verankerte Ketten subjektive Sicherheit. Regionalen ProduzentInnen, deren Handeln wir selbst beobachten, die wir vielleicht sogar persönlich kennen, schenken wir größeres Vertrauen. Zudem können wir ökologische und soziale Produktionsstandards durch die Gesetzgebung (z.B. Gentechnikfreiheit, Hormonbehandlung) und Interaktion mit ProduzentInnen (Solidarische Landwirtschaft, Lebensmittelkooperativen, Ab-Hof-Verkauf) mitgestalten. Vertrauen in regionale Lebensmittel schafft somit Orientierung und subjektive Sicherheit auf einem gesättigten und intransparenten Lebensmittelmarkt. Wenn sich Regionalität und Saisonalität paaren, verfügen lokal produzierte Lebensmittel über Qualitätsmerkmale hinsichtlich Frische und Geschmack, die sonst durch frühzeitige Ernte und lange Transportwege verloren gehen. Andererseits kommt ein im Frühling konsumierter Apfel aus regionaler Lagerware geschmacklich nicht an den soeben geernteten Apfel aus Übersee heran. Aber selbst dieses Bewusstsein, dass bestimmte Lebensmittel regional nicht ständig frisch verfügbar sind, wird kultiviert: Wer fast das ganze Jahr auf die ersten Erdbeeren, den frischen Spargel, die ersten eigenen Marillen wartet, kann diese umso mehr genießen. Während Frische vor allem bei Obst, Gemüse, Fleisch und Eiern eine Rolle spielt, zeigen Verarbeitungsprodukte andere Qualitätsmerkmale. Die Bekanntheit der regionalen ProduzentInnen sowie der ökologischen und sozialen Produktionsbedingungen vor Ort kann einen Qualitätsdruck erzeugen, der zu stetiger Innovation und Weiterentwicklung führt. Anonyme Produkte ?von nirgendwo?, deren Weg entlang der Wertschöpfungskette für die KonsumentInnen nicht nachvollziehbar ist, können sich diesem Qualitätsdruck leicht entziehen.

Auch wenn Umweltschutz ein ganz wesentliches Motiv für den Kauf regionaler Lebensmittel ist, bedarf es diesbezüglich eines differenzierten Blicks. Kürzere Transportwege können, müssen sich aber nicht zwingend in niedrigeren Emissionen niederschlagen (man denke an die Glashaustomate oder die ungleich höhere CO<sub>2</sub>- Effizienz von Überseeschiffen im Vergleich zum PKW des Direktvermarkters). Auch arbeiten kleine dezentrale Verarbeitungsstrukturen in der Regel weniger energieeffizient als große Betriebe. Umgekehrt geht man aber davon aus, dass die ökologische und soziale Verantwortung der ProduzentInnen gegenüber der

Produktionsregion ungleich größer ist, wenn KonsumentInnen das Produkt mit dem Produktionsort direkt in Verbindung bringen. Wer kauft schon gerne Produkte aus einer Region mit kontaminierten Böden, verschmutzten Gewässern oder ausbeuterischen Arbeitsverhältnissen?

### **Plädoyer zum Kauf von Lebensmitteln mit Herkunft und Charakter**

Eine vereinfachende Gleichsetzung von 'regional = nachhaltiger' ist nicht geboten. Auch vor der eigenen Haustür produzierte Lebensmittel können Erwartungen bezüglich Umweltschutz, Arbeitsbedingungen oder Tierschutz enttäuschen. Im Gegensatz zu 'Lebensmitteln von nirgendwo' haben KonsumentInnen bei regionalen Lebensmitteln jedoch eher Einblick in die Produktionsbedingungen und können diese mitunter auch mitgestalten und so zur Vielfalt der Speisenkulturen beitragen. Ich plädiere für den Kauf von Lebensmitteln mit bekannter Herkunft, sei dies das Brot aus dem eigenen Dorf oder der herkunftszertifizierte Café de Colombia, da regionsspezifische Qualitätsstandards charakteristische Produkte hervorbringen und ProduzentInnen zur Weiterentwicklung der Produktqualität sowie der ökologischen und sozialen Produktionsbedingungen motivieren.

### **LITERATUR**

Kearney, A.T. (2014): Lebensmittel: Regional ist keine Eintagsfliege.

#### **Die Autorin**



Prof. Dr. Marianne Penker]

ist außerordentliche Universitätsprofessorin für Regionalentwicklung am Institut für nachhaltige Wirtschaftsentwicklung der Universität für Bodenkultur Wien. Nach ihrem Doktorat an der Universität für Bodenkultur haben sie Forschungs- und Lehraufenthalte an das University College London, die Freie Universität Bozen in Italien und die Universität Klagenfurt geführt. Sie ist stellvertretende Vorsitzende im Nationalkomitee des UNESCO Programms 'Man and Biosphere' an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Vorstandsmitglied im Bertalanffy Center for the Study of System Science und stellvertretende Leiterin des Doktoratskollegs Nachhaltige Entwicklung.

e-Mail: marianne.penker@boku.ac.at

### **Zwischenruf: Regionalität ? beliebt oder beliebig?**

Elmar Schlich

Viele Menschen glauben, Lebensmittel aus der Region seien immer umweltfreundlicher als Importware. Zunehmend finden sich im Einzelhandel sog. 'Regionale Lebensmittel', und viele Markenhersteller setzen bei ihrem Produktangebot auf Regionalität. Anfang 2012 verkündet das BMELV (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz) plakativ die Einrichtung eines sog. Regionalfensters, mit folgender Aussage: 'Hersteller sollen künftig die Möglichkeiten erhalten, mit einem einheitlichen Zeichen auf die regionale Herkunft ihrer Produkte hinzuweisen. Das Fenster soll Informationen zur Abgrenzung der jeweiligen Region, zur Herkunft der Zutaten sowie zur Prüfung der gemachten Angaben enthalten.' (top agrar, 31.01.2012)

Was aber ist eine Region? Und was ist überhaupt ein regionales Lebensmittel? Ist ein Orangensaft, der zu ca. 80% aus lokal gewonnenem Trinkwasser und nur zu ca. 20% aus Orangensaftkonzentrat besteht, ein regionales Lebensmittel? Oder eher ein Hamburger aus Rindfleisch, das zwar in deutschen Ländern, aber auf Basis von Kraftfutter aus brasilianischem Sojaschrot erzeugt wird? Oder vielleicht ein 'Schwarzwälder Schinken' (Geschützte geographische Angabe laut Verordnung (EG) Nr. 628/2008), dessen Rohware auch aus Dänemark kommen kann?

Nach meiner Auffassung sind die Begriffe 'Region' und 'Regionales Lebensmittel' zwar beliebt, gleichwohl aber beliebig und ausgesprochen individuell definierbar. Regionalität als Label kann daher sogar die Tür zur Verbrauchertäuschung öffnen! So versteht der Vorstandschef eines Lebensmittelkonzerns unter einer Region etwa Südostasien, EU, USA/Kanada oder Mercosul (Mercado Común do Sul 'gemeinsamer Markt Süd- und Mittelamerikas), wenn es um sein Marketing geht. Als Restaurantgast könnte für dieselbe Person die Region aber schon hinter dem nächsten Kirchturm enden. Gefühlte Regionen überschreiten problemlos nationale Grenzen wie z.B. in Aachen, Basel, Frankfurt (Oder), Lindau oder Trier. Gefühlte Regionen basieren in manchen Köpfen gar noch auf den Festlegungen des Westfälischen Friedens (1648), die bekanntlich mehr mit Religion als mit

Region zu tun hatten. Region als gedankliches Konstrukt unterliegt offenkundig sehr subjektiven, übrigens auch hoch emotionalen Definitionen, je nach persönlichem Blickwinkel und Augenblicksgefühl.

Davon einmal abgesehen ist inzwischen wissenschaftlicher Konsens, dass die reine Marktentfernung eines Lebensmittels wenig bis nichts über die Umweltfreundlichkeit der zugehörigen Prozesskette aussagt. Nach meiner inzwischen gut belegten Theorie zur Ökologie der Betriebsgröße (Ecology of Scale) ist die reine Marktentfernung nur eine von vielen Einflussgrößen auf die Umweltrelevanz einer Prozesskette. Viel wichtiger ist die Effizienz der genutzten Produktions- und Transportmittel, die wiederum eng mit der Betriebsgröße verknüpft ist. Im Klartext: Lebensmittel aus der näheren Umgebung sind nur dann umweltfreundlich, wenn die dahinter stehende Größe der Produktions- und Transportbetriebe ausreichend bemessen ist.

So kann z.B. Rindfleisch aus Argentinien nach unseren Erhebungen einschließlich aller Transporte bis hierher zu erheblich weniger Treibhausgasen führen als eine intensive Rinderzucht in deutschen Kleinbetrieben. Tafeläpfel aus der frischen Ernte der südlichen Hemisphäre ergänzen im Frühsommer bei uns das Angebot und weisen dabei trotz viel größerer Marktentfernung eine ähnliche Klimarelevanz wie deutsche Äpfel auf, die sechs Monate gekühlt unter modifizierter Atmosphäre gelagert worden sind.

Ein Aspekt fehlt noch: die Rolle des Konsumenten. Die letzten Kilometer vom Handel bis zum Endverbraucher machen laut Umweltbundesamt im Mittel knapp 40% der Klimarelevanz einer Prozesskette aus. Weitere 40% aller Treibhausgase entstehen in der Landwirtschaft, während für Lebensmittelwirtschaft, Handel und Transporte nur ca. 20% zu Buche schlagen. Privat neigen wir dazu, solche Fakten zu ignorieren. Das Konstrukt 'Regionalität' mag daher eher zur Beruhigung taugen, gemäß der Devise: Lieber fahre ich mit meinem SUV individuell einige Kilometer weiter bis zum Hofladen? Hauptsache, ich bekomme 'umweltfreundliche' Lebensmittel aus der Region.

Was folgt daraus? Erstens die Empfehlung für die Agrarpolitik, Kooperativen zur Bildung ausreichender Betriebsgrößen und zur Vermeidung von Individualverkehr zu unterstützen. Gleichzeitig benötigen wir eine intelligente Distributionslogistik in die Zentren. Zweitens besteht kein Anlass, globale Lieferketten wegen ihrer angeblichen Umweltschädlichkeit anzuprangern. Dies dürfte eher als Protektionismus zu bewerten sein! Deutschland ist angesichts seiner Bevölkerungsdichte und der klimatischen Bedingungen zwingend auf Lebensmittelimporte angewiesen.

Drittens wären die Endverbraucher gut beraten, die eigenen Wege zum Einkauf mit zu bedenken, auf 'FlugErdbeeren' zu Weihnachten, 'Flug-Tee' im Mai und frischen Fisch aus Südostasien zu verzichten sowie insgesamt weniger Fleisch und Sojaprodukte zu konsumieren. Hier sehe ich eine zentrale Aufgabe für Verbraucherbildung und Verbraucherberatung, eine Aufgabe, die m. E. einen höheren Stellenwert haben sollte als plakative Aktionen und teure Internetplattformen für relativ wenige Verbraucherbeschwerden.

Regionalität als Begriff sollte aus meiner Sicht zutreffender und damit auch nachhaltiger mit anderen Kategorien wie z. B. Landschaftspflege, Heimat, Kultur, Arbeit und lokalem Brauchtum begründet werden.

Hinweis:

Reprint aus: Schlich, E. (2012): Regionalität? beliebt oder beliebiger? Zwischenruf. Ernährung im Fokus 07-08 (2012) S. 237.

**Der Autor**



Professor em. Dr.-Ing Elmar Schlich]

ist emeritierter Professor für Prozesstechnik in Lebensmittel- und Dienstleistungsbetrieben an der Justus-Liebig-Universität in Gießen. Nach der Promotion zum Dr.-Ing. im Lehrgebiet Energie- und Stofftransport an der Rheinisch-Westfälische Technischen Hochschule Aachen war er in der Industrie als verfahrenstechnischer Entwickler beschäftigt, bis er schließlich ab 1983 an die Fachhochschule Rheinland-Pfalz als Professor für Maschinen- und Gerätetechnik berufen wurde. 1993 erhielt er einen Ruf an die Universität Gießen. Er forscht u.a. zur Energiebilanz im Lebensmittel- und Dienstleistungsbereich und ist u.a. Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V.

e-Mail: elmar.schlich@uni-giessen.de