

REGIONALE WIRTSCHAFT

Bewusstes Handeln angemahnt

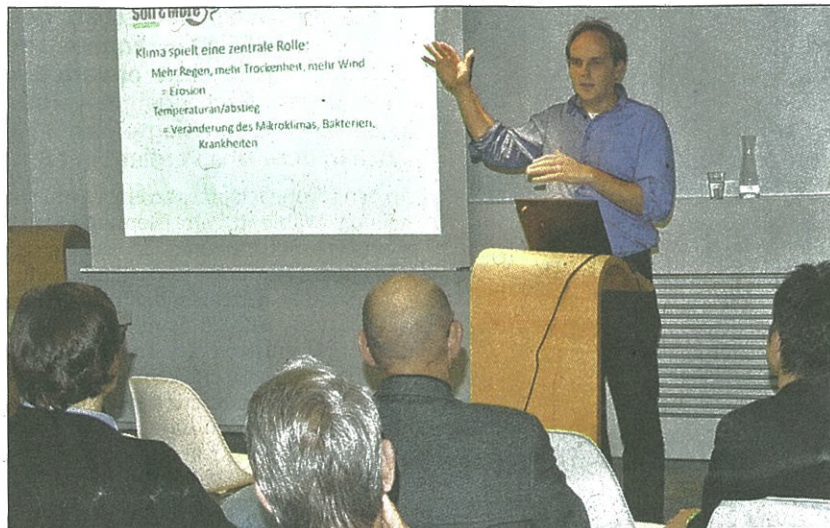
Tobias Bandel sensibilisiert Marketing-Club Ostwürttemberg für Nachhaltigkeit

Was geht es mich an, wenn in Schwellenländern die Böden keinen Ertrag mehr bringen? „Eine ganze Menge“, lernte der Marketing-Club Ostwürttemberg von Tobias Bandel vom Nachhaltigkeitsdienstleister Soil & More. Der Agrarwissenschaftler sensibilisierte seine Zuhörer für die verschiedenen Facetten des nachhaltigen Handelns und erklärte, was es damit in der Landwirtschaft und beim Einkauf von Lebensmitteln auf sich hat.

Schwäbisch Gmünd. Seit 2007 unterstützen Tobias Bandel und sein Team weltweit landwirtschaftliche Betriebe dabei, nachhaltiger zu wirtschaften und der sinkenden Bodenfruchtbarkeit entgegenzuwirken. Mit Beratung und konkreten Projekten helfen sie Unternehmen, ihre CO₂-Emissionen zu kompensieren. „Emissionen, die im Zuge einer CO₂-Bilanz berechnet wurden, können durch den Zukauf von Emissionsrechten angerechnet oder neutralisiert werden“, erklärte Bandel. „Nachhaltigkeit hilft als Strategie, einen Betrieb unter sich ändernden Rahmenbedingungen weiterzuführen.“ So sei die Erhaltung natürlicher Ressourcen eine der Voraussetzungen dafür, dass sich ein (Agrar-)Unternehmen dauerhaft wirtschaftlich auf dem Markt halten könne. Nachhaltiges Handeln entwickle sich damit zu einem entscheidenden Überlebensfaktor.

Viele Großkonzerne begannen damit, ihre CO₂-Emissionen durch den Zukauf von Emissionsrechten zu reduzieren und sich diese Kompensierungen entsprechend zertifizieren zu lassen. Zu ihnen gehörten zum Beispiel der Babynahrungshersteller Hipp oder Ritter Sport. Dabei gehe es zunehmend auch um deren Zukunftsfähigkeit: Der deutsche Schokoladenhersteller hat in Nicaragua eine Kakaopflanzung gekauft, um dort ressourcenschonend und nachhaltig Kakao anzubauen.

„Das bedeutet konkret, dass Kakao-Monokulturen durch Bananen- oder



Tobias Bandel (am Pult) hielt vor den Mitgliedern des Marketingclubs einen Vortrag zum Thema Nachhaltigkeit. (Foto: Lisa Kübler)

Schattenbäume aufgelockert werden. Gedüngt wird mit Kompost statt mit Kunstdünger.“ Denn während Kunstdünger Böden auslaugt und geringere Ernteerträge zur Folge habe, helfe Kompost dabei, Wasserhaltekapazität und Bodenstruktur zu verbessern. Zwar gehen durch diesen ressourcenschonenden Anbau am Ende 25 Prozent Kakaoertrag verloren, „aber dafür kann auf dieser Plantage auch in vielen Jahren noch Kakao angebaut werden“, sagte Bandel.

Wertigkeit von Lebensmitteln wieder erkennen

Was aber sollen Verbraucher im Supermarkt kaufen – Kartoffeln aus Ägypten, die CO₂-neutral angebaut wurden oder Bio-Produkte aus der Region? Tobias Bandel: „Kartoffeln aus Ägypten sind nicht automatisch besser als regionale Bio-Produkte, nur weil sie CO₂-neutral angebaut wurden. Wir müssen für die Wertigkeit unserer Lebensmittel wieder einen Blick entwickeln.“ Jährlich gebe ein Bundesbürger 56 Euro für Lebensmittel aus, die er unberührt wieder in

den Mülleimer werfe.

Dass sich immer mehr Unternehmen um CO₂-Neutralität bemühten, sei ein wichtiger Schritt bei der Wiederherstellung einer Balance. Davon sind auch kleinere Firmen überzeugt. Zu ihnen gehören die Eberle Werbeagentur und ecom Betz PR in Schwäbisch Gmünd, die den Abend mit Tobias Bandel veranstaltet hatten. Seit Dezember 2011 sind diese Firmen komplett CO₂-neutral aufgestellt. Zur Kompensation ihrer Emissionen unterstützen sie ein biodynamisches Kompostprojekt von Soil & More auf einer Farm in Ägypten.

Geschäftsführer Bernd Eberle sagte: „Es gibt immer nur den Dreiklang aus ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit.“ Diese drei Säulen würden auch den Konsumenten immer wichtiger: „Studien belegen, dass viele Konsumenten gegen Gentechnik und für artgerechte Tierhaltung sind und bei Produkten Wert auf Regionalität und Klimaneutralität legen“, sagte Eberle. Unternehmen könnten sich mit nachhaltigen Arbeitsprozessen deshalb durchaus einen Wettbewerbsvorteil am Markt verschaffen.

Lisa Kübler