

GEMEINSAM FÜR ARTENVIELFALT

Mit Marion Hammerl und Dr. Peter Rosenkranz sprachen wir über das Bienensterben, die schwindende Artenvielfalt – und den Beitrag von Politik, Handel und Lebensmittelunternehmen zur Biodiversität.



„Bestehende Lebensmittelstandards sollten um wirksame Biodiversitätskriterien ergänzt werden.“

Marion Hammerl ist Geschäftsführerin und Programmleiterin der Bodensee-Stiftung.



„Jeder Insektenforscher sieht täglich, dass die Lage dramatisch ist: Den Insekten in Deutschland geht es immer schlechter.“

Dr. Peter Rosenkranz ist Leiter der Landesanstalt für Bienenkunde an der Universität Hohenheim.

Aufschrei in den Medien: Die Gesamtzahl und Artenvielfalt der Insekten nimmt ab. Schwarzmalerei oder berechtigter Grund zur Sorge?

Hammerl: Ein absolut berechtigter Grund zur Sorge. Studien zeigen, dass die Biomasse an Insekten seit 1989 um 75% zurückgegangen ist – in geschützten Gebieten. Da kann man sich denken, wie die Situation in nicht geschützten Gebieten ist.

Rosenkranz: Studien braucht es gar nicht zum Verständnis. Es ist irrelevant, ob der Rückgang bei 75 oder 50% liegt. Jeder Insektenforscher sieht täglich, dass die Lage dramatisch ist. Den Insekten in Deutschland geht es immer schlechter.

Insbesondere der Biene wird eine düstere Zukunft prognostiziert, das Bienensterben erhält hohe Aufmerksamkeit.

Rosenkranz: Der Begriff des Bienensterbens ist irreführend, denn viele denken dabei an die Honigbiene. Diese wird aber durch den Imker geschützt, wildlebende Honigbienenvölker gibt es kaum noch. Die Anzahl der Honigbienen ist unter anderem vom Imker und vom Honigpreis abhängig, weniger von der Umwelt. Allerdings beobachten wir das Aussterben einer anderen Bienenart – der Wildbienen.

Hammerl: Doch das Bild der bedrohten Honigbiene hat geholfen, die Aufmerksamkeit der Verbraucher für das Insek-

tensterben zu erhöhen – und für die biologische Vielfalt.

Rosenkranz: Genau, Naturschutz braucht Emotionen und das Verschwinden der Biene berührt. Es bringt nichts, wenn sich nur Naturschützer und Forscher wegen des Insektensterbens sorgen.

Auch die Debatte um die Ursachen des Insektensterbens wird teilweise emotional geführt: Landwirte gelten oft als Hauptverursacher. Berechtigt?

Hammerl: Es gibt viele Gründe, zum Beispiel die fortschreitende Urbanisierung oder den Klimawandel. Doch die intensive Landwirtschaft sehe ich als Hauptverursacher. Sie ist der größte Landnutzer bei fortschreitender Intensivierung.

Es bringt nichts, wenn sich nur Naturschützer und Forscher wegen des Bienensterbens sorgen.

Dr. Peter Rosenkranz

Rosenkranz: Ja, die landwirtschaftliche Fläche in Deutschland ist groß. Aber die Agrarwirtschaft darf nicht zum Sündenbock gemacht werden. Auch außerhalb der Landwirtschaft, etwa durch den Wohnungsbau, verschwinden Flächen – und mit ihnen Biodiversität.

Demnach sind Pestizid-Verbote nicht ausreichend? Zuletzt wurden von der EU 3 Neonikotinoide verboten.

Rosenkranz: Zunächst einmal ist die Entscheidung der EU richtig, weil diese Insektizide bienengiftig sind. Allerdings wird sich die Biodiversität dadurch nicht erholen. Es wäre

kurzsichtig, das als großen Erfolg für die Artenvielfalt zu feiern.

Hammerl: Deshalb fordern wir als Naturschützer eine Agrarwende in Deutschland und in Europa. Neben weniger Pestizideinsatz brauchen wir mehr Strukturvielfalt auf den Äckern, mehr natürliche und naturnahe Lebensräume sowie eine Reduktion der Nährstoffeinträge im Boden. Das gelingt beim Biolandbau und bei der Permakultur besonders gut.

Vom Acker zum Supermarktregal: Können Handel und Lebensmittelindustrie zur Biodiversität beitragen?

Hammerl: Aber ja! Sie haben eine Hebelwirkung. Handel und Lebensmittelindustrie sind die Hauptabnehmer der Landwirte, können Vorgaben für mehr Biodiversität machen und den Konsumenten sensibilisieren. An den Kosten sollten sich alle Akteure der Lebensmittelkette beteiligen.

Das „Aktionsprogramm Insektenschutz“ muss sehr ambitioniert sein und auch unbequeme Maßnahmen enthalten.

Marion Hammerl

Rosenkranz: Auf jeden Fall können die beiden Branchen zum Erhalt der Artenvielfalt beitragen. Das geschieht teilweise schon beim Produktangebot, etwa bei der Heumilch. Hier stehen die Kühe auf artenreichem Grünland, also Wiesen mit zahlreichen Kräutern und Pflanzen. Solche Produkte kosten etwas mehr, aber Lebensmittel haben schließlich auch einen Wert.

Kann ein neues Produktlabel für Biodiversität dem Konsumenten Orientierung geben?

Hammerl: Das glaube ich nicht. In Deutschland gibt es über 100 Lebensmittelstandards, da braucht es kein weiteres Label. Stattdessen sollten bestehende Standards wie der QS-

Standard oder regionale Qualitätszeichen ihre Anforderungen um effektive Biodiversitätskriterien ergänzen. Auch die Beschaffungsrichtlinien der Unternehmen sollten um wirksame Kriterien erweitert werden.

Rosenkranz: Mit den ergänzten Standards könnte der Verbraucher erkennen, ob ein Produkt mit Rücksicht auf Artenvielfalt hergestellt wurde oder nicht.

Hammerl: Wobei Biodiversitätskriterien zweierlei berücksichtigen sollten. Erstens: Wird bei der Produktion biologische Vielfalt gefördert? Werden Habitate angelegt, stammen die Produkte von strukturreichen Ackerflächen? Zweitens: Werden negative Auswirkungen der Produktion vermindert? Zum Beispiel weniger Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden sowie Schutz der Bodenbiodiversität.

Gelingt mit dem Eckpunktepapier der deutschen Regierung für ein „Aktionsprogramm Insektenschutz“ die Trendwende?

Hammerl: Das Papier ist im Grundsatz gut, das Aktionsprogramm muss allerdings sehr ambitioniert sein und auch unbequeme Maßnahmen enthalten. Unter anderem fordern wir die Reduzierung von Pestiziden und eine Reform für deren Zulassungskriterien.

Rosenkranz: Ich halte es für gewagt, von einer Trendwende zu sprechen. Das sind eher kosmetische Eingriffe. Doch jeder positive Ansatz sollte unterstützt werden. Wir müssen in vielen Bereichen umdenken, von der Landwirtschaft bis zu uns Verbrauchern.

WÖRTERBUCH

Was bedeutet eigentlich ...

Signature Dish

Wer das Wort „Signature Dish“ hört, denkt an exklusive Sternerestaurants, ausgefallene Molekularküche und ungewöhnliche Geschmackskombinationen, kurz: an moderne Trendgastronomie. Doch das Signature Dish – auch Paradegericht eines Gastronomen genannt – hat schon längst die Experimentalküchen dieser Welt verlassen. So zauberte Cédric Grolet, der Chef-Pâtissier des Pariser Traditionshotels Le Meurice, vor 6 Jahren seinen „Rubik's Cake“. Das Dessert in der Optik eines Zauber-

würfels (Rubik's Cube) taucht immer wieder in sozialen Netzwerken auf und ist inzwischen untrennbar mit seinem Namen verbunden. Grolet hat zahlreiche Preise für seine Kreationen gewonnen und begeistert über 1 Million Follower auf Instagram. Sein Signature Dish ist zum substantiellen Bestandteil seiner Erfolgsgeschichte geworden.



Grolet's Geschichte zeigt: Signature Dishes können für Gastronomen ein wirkungsvolles Marketing-Instrument sein. Dafür muss das Gericht aber über das hinausgehen, was man als Spezialität des Hauses kennt. Für ein Signature Dish muss ein Koch mehr beherrschen als eine gute Zubereitung. Ein Signature Dish trägt die

klare Handschrift des Chefkochs. Es ist das kreative Paradegericht, in dem die kulinarische Philosophie des Koches voll zur Geltung kommt. Nicht umsonst ist in der Bezeichnung „Signature Dish“ das englische Wort für Unterschrift enthalten.

Bei einem Signature Dish ist also die gesamte Begabung und Kreativität eines Koches gefragt. Daher finden sich diese kulinarischen Besonderheiten vor allem auf den Speisekarten und Menütafeln gehobener Restaurants. Die Vorteile liegen auf der Hand: Das Signature Dish kann zum Alleinstellungsmerkmal und Aushängeschild eines Restaurants werden oder, wie im Falle von Cédric Grolet, die Initialzündung für eine steile Karriere als Spitzenkoch sein.